

평판 위험과 IT

*보안 및 비즈니스 연속성이 회사의 평판과 가치 향상에
미치는 영향*

2012 IBM Global Reputational Risk and IT Study의 결과



평판 위험과 IT IBM은 보안, 비즈니스 연속성 및 기술 지원이 회사의 평판과 가치에 미치는 영향이라는 주제로, 조직의 핵심 요소로 자리잡은 IT에 장애가 발생할 경우 해당 조직의 평판에 악영향을 미칠 수 있는 오늘날의 디지털 환경에서 전세계 조직이 평판을 관리하는 방법에 대해 조사했습니다.

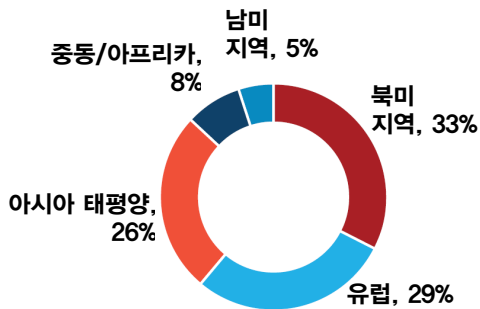
이 보고서는 Economist Intelligence Unit에서 작성하였으며, 온라인 설문조사와 IBM을 대신한 인터뷰도 동시에 수행되었습니다.

이 설문조사 및 인터뷰에 참여하여 귀중한 시간과 의견을 나누어 주신 모든 경영진 여러분께 감사의 말씀을 전합니다.

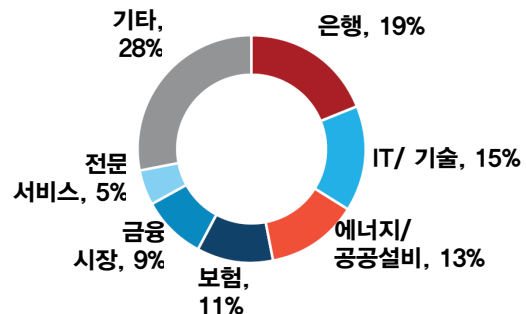
설문조사 개요

설문조사는 Economist Intelligence Unit에서 2012년 6월에 수행하였으며 전세계 427명의 고위 경영진이 응답에 참여했습니다. 그 중 42%는 최고 경영자로 구성되어 있습니다. 응답자가 속한 지역은 대략 북미 33%, 유럽 29%, 아시아 태평양 26%입니다. 매출액을 기준으로 보면 5억 달러 미만의 기업이 응답자의 37%이고, 10억 달러가 넘는 기업이 52%를 차지했습니다. 업종별로는, 거의 모든 분야에서 골고루 참여하였으며 은행 및 금융이 19%, IT 및 기술이 15%, 에너지 및 공공분야가 13%, 보험 업종이 11%를 차지하였습니다.

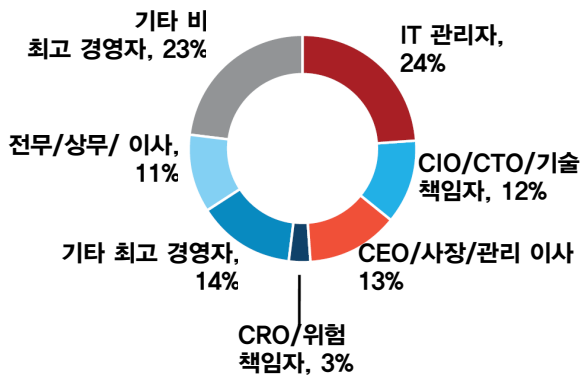
응답자: 427명



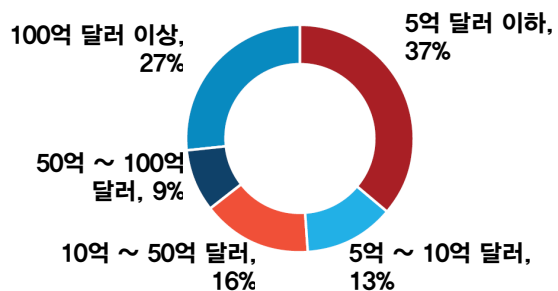
산업 부문: 23가지*



직책: 15가지*



기업 규모: 5가지



*비중이 높은 직책만 표기

흠 잡을 데 없는 완벽한 평판

비즈니스 리더라면 소속 조직의 평판이 얼마나 중요한지 익히 알고 있습니다. 평판이 좋으면 주주와 이해관계자들의 신뢰를 얻을 수 있습니다. 고객은 신뢰하는 기업의 제품을 구매하고 주변에 권유합니다. 가망 투자자 및 입사 희망자도 늘어나며 주위 커뮤니티의 환영을 받게 됩니다.

하지만, 냉혹한 현실 세계, 특히 디지털 세상에서 기업의 명성을 유지하기란 갈수록 어려워만 지고 IT 문제점을 비롯한 각종 요인들로 인해 한 순간에 무너질 수 있습니다. Facebook이나 Twitter와 같은 소셜 미디어 사이트의 이용자 수는 각각 9억 5천만 명 및 5억 명을 넘어섰으며 평판 유지를 위한 기업의 자체적인 홍보 채널을 대신할 강력하고 즉각적인 수단이 되었습니다.

따라서, 갈수록 많은 조직에서 평판 위험을 기업의 위험 관리 체계 내에서 독립적인 영역으로 도입하는 추세입니다. IBM의 조사 결과에서도 기업이 IT 장애와 평판 저하 사이의 연관 관계에 더욱 주의를 기울이기 시작한 것으로 나타났습니다. 이 조사에서는 경영진이 “예방할 수 있는 작은 문제”들로부터 기업의 브랜드를 보호하기 위해 어떠한 노력을 기울이는가에 대해 살펴봅니다.

전세계 427명의 고위 경영진을 대상으로 실시한 이번 조사에 따르면 세 가지 주요 요인, 즉 업계 최고의 제품과 서비스 제공, 고객 관계 관리 및 신뢰할 수 있는 파트너 상태가 기업의 평판을 좌우합니다 기업에서 비즈니스 운영은 말할 것도 없고, 이 세 가지 요인을 충족하기 위한 기술 의존도가 계속 커지는 점을 고려한다면, IT 위험이 기업의 생산성과 고객 관계에 심각한 악영향을 미칠 뿐만 아니라 결국에는 신뢰를 무너뜨리게 될 것이 분명합니다.

“IT는 온몸에 혈액을 공급하는 심장과 같아서 작은 문제라도 발생하는 날엔 조직 전체의 생존을 위협할 수도 있습니다.”



— 프랑스 IT 및 기술 기업의 IT 관리자

비즈니스 연속성 단절은 기업의 평판에 악영향을 미칠 수 있는 명백한 IT 관련 위험 중 하나입니다. 하지만 이 조사에서 운영에 차질을 주지 않는 다른 IT 위협도 비즈니스 연속성 이상으로 평판 위험 요인들 중 높은 순위를 기록한 것으로 드러났습니다. 특히, 경영진에서는 데이터 도난과 사이버 범죄를 시스템 장애를 능가하는 가장 심각한 위협으로 생각합니다. 클라우드와 같은 기술의 발전으로 인해 모바일 디바이스(BYOD) 및 소셜 미디어가 더욱 복잡하게 얽히게 되었습니다. 이러한 최신 기술은 조직에서 적응할 시간이 충분하지 않았기 때문에 다른 IT 위협보다 더욱 통제하기가 어려우며, BYOD와 소셜 미디어의 경우 업무용 도구인지 개인용 도구인지의 구분이 명확하지 않기 때문에 더욱 그러합니다.

인도 소재 세계적 소비재 기업의 IT 비즈니스 파트너인 Jaideep Jain은 규모가 큰 기업일수록 클라우드와 BYOD 같은 기술 도입에 상대적으로 덜 적극적이라고 말합니다. “이러한 위협이 있다는 것은 알지만...그 위협으로 인한 파장을 가능할 데이터가 없습니다. 그러한 기술에 주의를 기울여 조심스럽게 다가가기 때문에 사고 발생 가능성이 낮은 것입니다.” 또한 그는 새로운 IT 취약성을 밝혀내기 위한 침투 테스트에서 사고 또는 부정적인 결과를 얻었다고 언급했습니다.

이 보고서는 전세계 조직이 어떻게 비즈니스 환경 및 IT 영역에서의 지속적인 변화에 적응함으로써 조직의 명성을 보호할 방법을 찾아내고 있는지 설명합니다.

예방의 중요성

경영자들은 IT 장애가 조직의 명성과 평판에 미치는 영향에 대해 면밀한 주의를 기울이기 시작했습니다. 조사 응답자들은 IT가 고객 만족, 컴플라이언스 및 브랜드 이미지에 특히 강력한 영향을 준다고 말합니다(그림 1 참조).

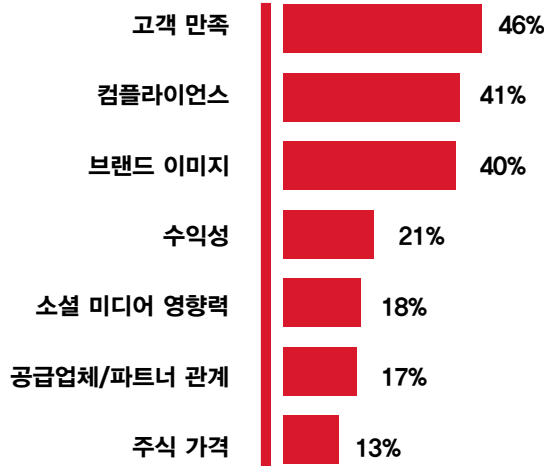


그림 1. IT 위험으로 인해 “매우 큰” 영향을 받는다고 답한 비즈니스 요소별 응답자 비율

경영진에서는 또한 IT 기능 중 가장 큰 평판 위험으로 작용하는 세가지 항목으로 다음을 지목했습니다.

- 보안(84%)
- 비즈니스 연속성(77%)
- 기술 지원(68%)

보안이 비즈니스 연속성이나 기술 지원과 같은 IT 기능보다 평판 위험과 더욱 밀접한 관련이 있다고 경영자들이 믿는 이유는 간단합니다. 예를 들어 회사의 고객 데이터베이스에 침입이 발생하여 고객의 신용카드 번호가 유출될 경우 회사의 명성은 곤두박질 칠 것입니다. 같은 맥락에서, 조사 참가자들은 데이터 도난/사이버 범죄(61%)가 시스템 장애(44%)보다 더 큰 평판 위험으로 작용한다고 응답했으며, 이는 현대 기업의 경영진에게 보안이 최우선 순위라는 시각을 증명합니다(그림 2 참조).

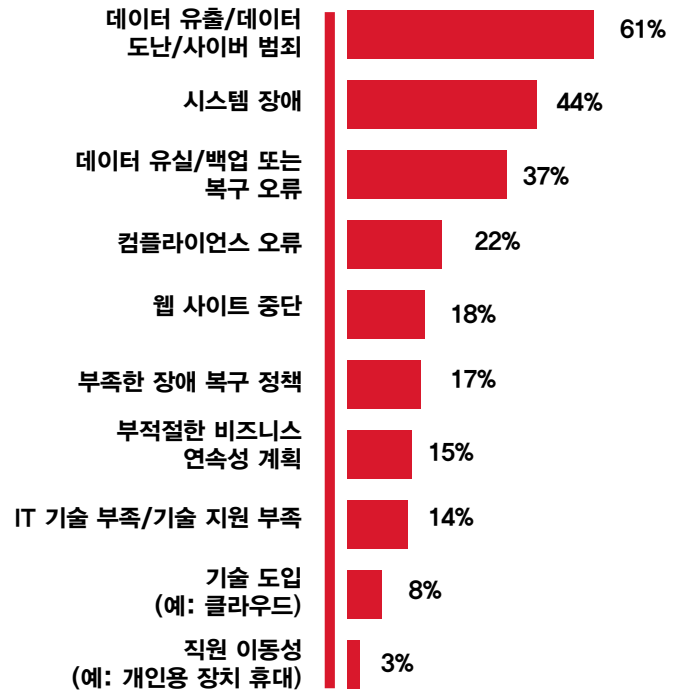


그림 2. 평판에 가장 큰 위협으로 작용하는 IT 위험

기술 지원은 기업의 명성에 영향을 줄 수 있는 위협과 관련한 핵심 IT 기능 중 3위를 차지한 반면, 6 ~ 24개월의 복구 시간을 필요로 하는 장애 목록에서는 1위를 차지했습니다. 응답자의 12%만이 최근에 심각한 기술 지원 오류를 경험했다고 언급했지만, 이 오류의 특성상 상대적으로 복구에 오랜 시간이 소요되기 때문에 위협의 강도는 높습니다. 위협의 강도는 기업에서 클라우드 및 소셜 미디어와 같은 최신 기술을 도입할 경우 더 높아질 수 있습니다.

“평판 위험 과소 평가로 인한 비용은 보호에 소요되는 비용을 크게 초과합니다. 사후 대응보다 사전 대비가 필요합니다.”

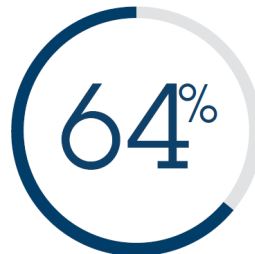
- 미국 에너지 및 공공설비 기업 IT 관리자

조사 결과 알게 된 한 가지 문제점은 많은 회사가 IT 위험 관리 시 사후 대응에 머물러 있다는 것입니다. 보통, 과거에 심각한 문제를 경험한 후에야 데이터 도난/사이버 범죄, 시스템 장애 및 데이터 백업 오류와 같은 위협에 대응하기 위한 전담 인력을 배치합니다.

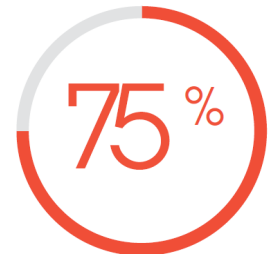
하지만 아직 중요 평판 저하를 일으키지 않은 새로운 위협에는 그다지 주의를 기울이지 않습니다.

그러나, 경영진들은 과거의 경험에만 의존하는 경향에서 벗어나 고자 노력 중입니다. 조사 응답자의 약 2/3는 앞으로 평판 관리에 더욱 힘쓸 것으로 내다보았으며 그 중 절반에 가까운 수(43%)가 기술과 소셜 미디어의 성장을 그 원인으로 지목한 반면, 20%의 응답자만이 주요 원인으로 과거의 부정적인 경험을 꼽았습니다.

기업에서는 위험 관리 체계의 사각 지대를 찾아내기 위해 더욱 적극적으로 노력할 뿐만 아니라 IT 위험 관리를 지원하는 데 필요한 자원도 별도로 마련하고 있습니다. 응답자의 3/4 이상이 평판 관련 문제 관리를 위해 기업의 IT 예산이 향후 1년간 증가할 것이라 답변했으며 18%는 예산 증가 폭이 20%를 상회할 것으로 내다보았습니다. 미국 기업 소속의 한 응답자는 “평판 위험 과소 평가로 인한 비용은 보호에 소요되는 비용을 크게 초과합니다. 사후 대응보다 사전 대비가 필요합니다.” 라고 주장합니다.



소속 기업이 향후 평판 관리에 보다 노력을 기울일 것으로 예상한 응답자 비율



평판 관리를 위해 향후 1년간 IT 예산이 증가할 것으로 예상한 응답자 비율

한 걸음 더 나아가, 눈앞에 문제가 닥칠 때까지 기다리는 대신 사례 연구와 시나리오 분석을 활용함으로써 잠재적인 사각지대 확인과 새로운 기술 도입을 앞당길 수 있을 것입니다. 캐나다 브리티시 컬럼비아 주에 위치한 Alpha Technologies의 품질 관리 이사인 Andrea MacIntosh는 “클라우드와 같이 최신 기술을 사용하려면 신뢰가 필요합니다. 이러한 신뢰를 어떻게 구축할까요? 성능을 직접 시연하거나 해당 기술을 도입해 성공을 거둔 동종 기업의 사례를 살펴보는 방법이 있습니다. 우리 회사와 같은 기업의 경우 참조할 수 있는 데이터의 양은 많지만 새로운 기술에 관한 한 주의를 기울여야 합니다.”라고 언급합니다.

두터운 신뢰를 받는 기업의 5가지 특성

이번 조사의 목적에서, “성공적인” 조직이란 응답자가 “탁월한” 명성을 누리는 것으로 판별한 조직입니다. 흥미롭게도, 30%의 응답자만이 본인이 속한 회사가 이에 해당한다고 답변했습니다. 자체 평가 프로세스가 지닌 편향적 성격에도 불구하고, 성과에 대한 상대적인 평판 분석 결과, 성공적인 조직들은 구체적인 IT 위험이 평판에 어떠한 악영향을 초래하는지에 대한 정확한 이해를 바탕으로 강력한 IT 위험 관리 기능을 정립하는 공통적인 접근 방식을 취하는 것으로 드러났습니다. 완전하다고는 할 수 없지만, 이러한 특성은 다음과 같은 5가지 주요 성공 요인으로 압축됩니다.

1 평판과 IT 위험의 통합

자신의 기업이 탁월한 명성을 누리고 있다고 답변한 경영진 중 거의 대다수(83%)는 기업의 IT를 평판 위험 관리와 통합했다고 언급했습니다(그림 3 참조). 하지만, 기업의 평판이 동종업계 평균 또는 그 이하라고 평가한 임원의 약 2/3(64%)도 기업의 IT가 평판 위험 관리와 통합되었다고 응답했다는 점을 고려하면 통합이 반드시 성공을 보장하지는 않는다는 것을 보여줍니다.

2 IT 위험을 평판의 핵심 요소에 매핑

성공적인 기업에서는 IT 위험과 평판의 핵심 요소 간에 강력한 상관 관계가 있다고 여깁니다. 특히 IT와 고객 만족 그리고 브랜드 이미지가 밀접하게 연결되어 있습니다.

3 강력한 IT 위험 관리 기능

탁월한 명성을 보유한 기업 중 약 84%는 강력하거나 매우 강력한 IT 위험 관리 기능을 갖추고 있다고 대답했습니다(그림 3 참조).

경쟁업체 대비 평균 이하의 명성을 보유했다고 언급한 기업의 경우 강력한 IT 위험을 갖추고 있다고 대답한 비율은 30%가 채 되지 않았습니다. 당연한 이야기이지만, 탁월한 명성과 강력한 IT 위험 관리 기능을 갖춘 기업은 평판이 심각하게 훼손되는 사고를 거의 경험하지 않는다는 것을 의미합니다. 예를 들어, 데이터 도난/사이버 범죄 발생 시 기업의 IT 위험 관리가 “매우 강력”하다고 평가한 조사 참가자의 경우 6개월 이내에 복구가 가능하다고 응답한 비율이 약 80%에 달했지만, IT 위험 관리가 “빈약”한 기업의 경우 그 비율이 절반 정도에 그쳤습니다.

4 탄탄한 IT 위험 관리 자금 조달

성공적인 기업은 IT 위험 관리 기능을 위한 자원을 충분히 갖추고 있습니다(그림 3 참조). 기업의 IT 위험 관리 기능을 위한 적절한 자금 지원이 이루어진다고 응답한 비율은 탁월한 명성을 갖춘 기업의 경우 78%, 매우 우수한 명성을 갖춘 기업의 경우 59%, 그 외의 기업에서는 36%였습니다.

5 적극적인 공급망 통제

성공적인 기업은 그렇지 않은 기업에 비해 벤더와 공급망 파트너에게 기업 내부에서 요구되는 것과 동일한 통제 수준을 충족하도록 적극적이고 강력하게 요구하는 경향이 현저히 높습니다. 이러한 정책을 수행 중이라고 답변한 조사 참가자의 비율은 최고 명성 기업의 경우 58%를 차지했지만 매우 우수한 기업에서는 38%, 그 외 기업에서는 33%로 점차 낮아집니다.

일반적으로 규모가 큰 대기업이 소규모 기업에 비해 IT 위험 관리를 위한 각종 장치를 잘 갖추고 있습니다. 이는 탁월한 평판을 유지하는 기업 중 대기업의 비율이 높은 이유를 설명해 줍니다. 그러나, 규모와 상관없이 IT 위험 관리에 성공한 모든 기업은 탁월한 명성 구축에 도움이 되었습니다.

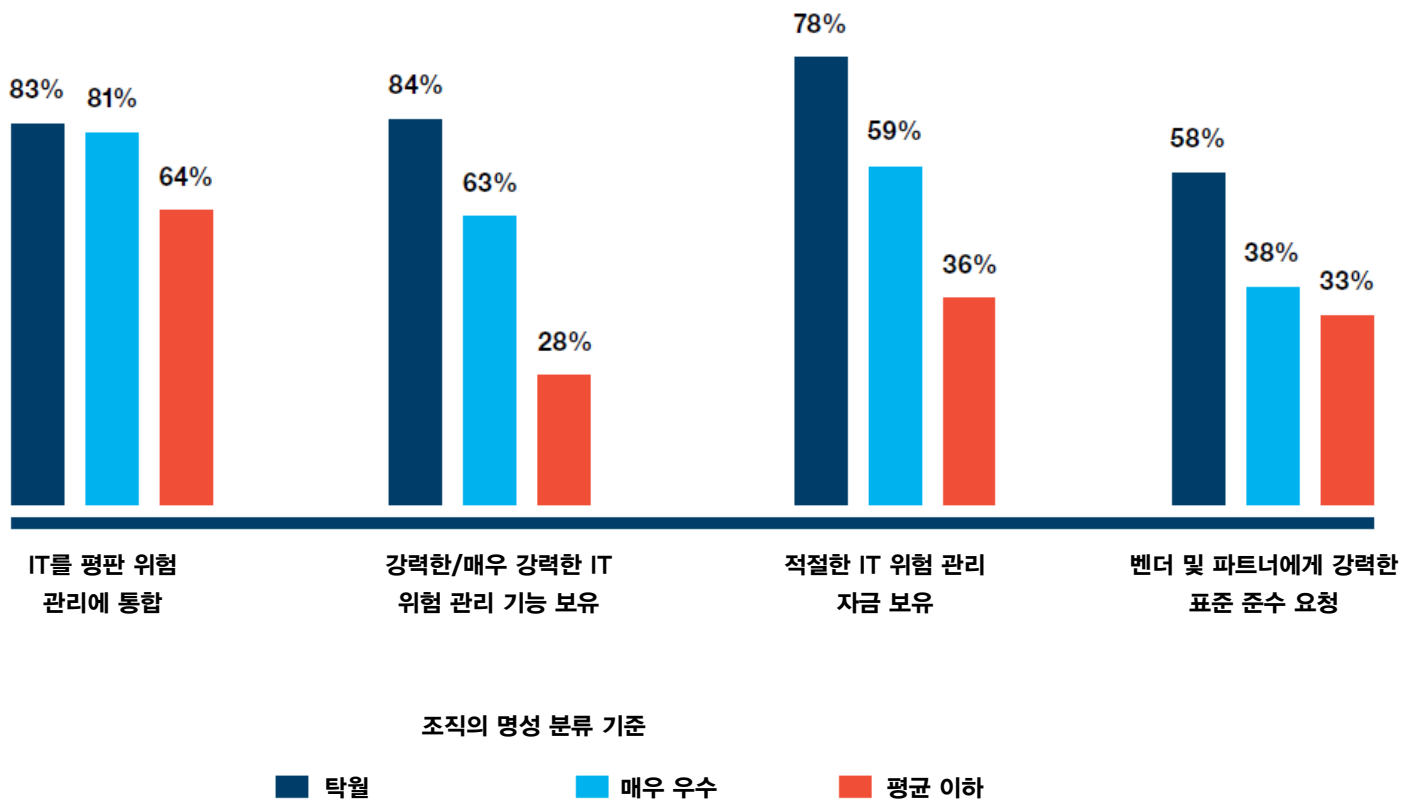


그림 3. 중요 IT 위험 요소 및 다양한 평판 수준의 기업에서 이러한 위험 요소가 구현되는 빈도. 조사 결과 IT 자금과 평판 위험 관리 성공 사이에 직접적인 연관관계가 있는 것으로 밝혀졌습니다.

많은 기업은 또한 공급망이 IT 관련 평판 위험 관리를 위한 통제 능력을 강화할 것 또한 요청합니다. 벤더와 파트너에게 동일한 통제 수준을 충족하도록 강력하게 요구하는 기업의 임원들 중 67%는 데이터 도난/사이버 범죄 위험에 대한 통제, 32%는 직원의 이동성 위험에 대한 통제 능력을 요구하는 것으로 나타났습니다(그림 4 참조).

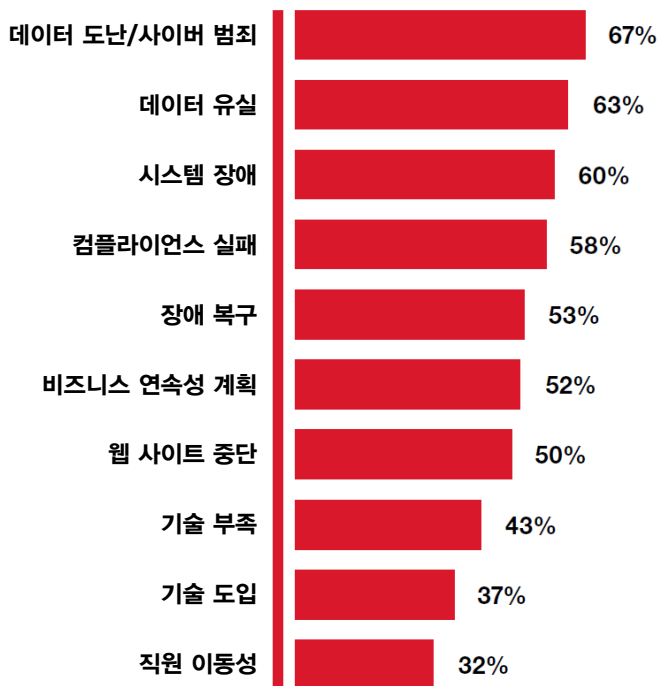


그림 4. 공급망 파트너에게 응답자가 속한 조직 내부와 동일한 IT 위험 통제 수준을 적용하도록 강력히 요구하는 응답자의 비율

MacIntosh의 회사에서는 산업 전력 솔루션을 공급하며, Alpha의 백업 전력 솔루션에 장애가 발생할 경우 미국 통신 공급업체의 비상 전화 서비스가 마비되어 규제 및 컴플라이언스에 일대 혼란을 초래할 수도 있다고 설명합니다. 즉, Alpha의 제품에서 발생하는 오류로 인해 고객의 IT 장애가 유발될 수 있는 것입니다. Alpha에 이미 널리 알려져 있는(예: 전력 업체 블로그를 통해) 자체적인 IT 장애가 발생할 경우, 이 문제는 Alpha의 평판에도 영향을 미치며 잠재 고객의 신뢰를 잃을 수 있습니다. MacIntosh는 이러한 연결 관계에 대한 인식이 점차 커지고 있다고 주장합니다. “고객이 당사의 IT 인프라와 보안, 그리고 공급업체 자격 취득 프로세스의 일관인 현장 감사에 대한 자세한 정보를 요청하는 사례가 점차 늘고 있습니다.”

“고객이 당사의 IT 인프라와 보안뿐만 아니라 공급업체 자격 취득 프로세스의 일관인 현장 감사에 대한 자세한 정보를 요청하는 사례가 점차 늘고 있습니다.”

Andrea MacIntosh, 캐나다 Alpha Technologies의 품질 관리 이사

하향식(Top-down) 및 상향식(bottom-up) 접근법을 통한 IT 관련 평판 위험 관리

이번 조사에 참여한 경영진 중 80%가 넘는 대다수가 기업의 평판에 가장 책임이 큰 직책으로 CEO를 꼽았으며, 그 뒤를 CFO(31%), CIO(27%), CRO(23%), CMO(22%)가 차지합니다. 주의할 점은, 2/3에 가까운 응답자가 둘 이상의 최고 경영진이 책임을 공유한다고 답변한 사실입니다(그림 5 참조).

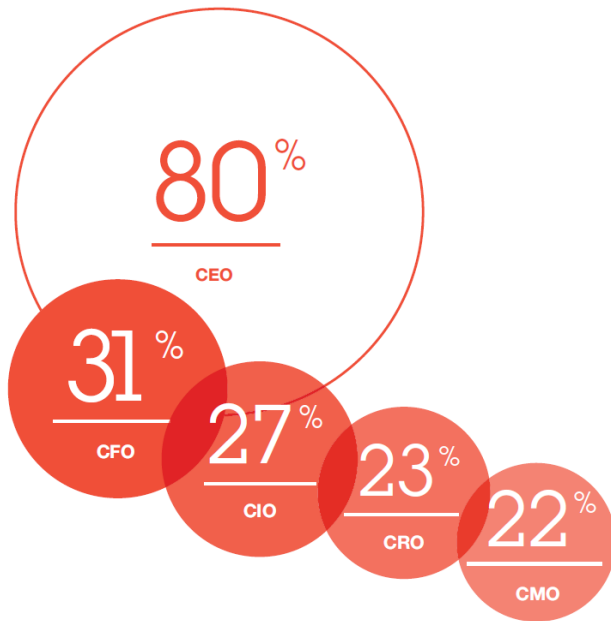


그림 5. 누구의 책임입니까? 응답자가 평판 위험 관리에 가장 책임이 있는 세 가지 직책을 선택하는 항목에서 CEO가 단연 우위를 차지했습니다.

이는 통합된 전사적 위험 관리에서 최고 경영진의 책임이 확대되는 전반적인 경향과 일치합니다. IBM에서 후원하고 EIU (Economist Intelligence Unit)에서 실시한 2011년 조사에서, 참여한 391명의 고위 경영진 중 71%는 최고 경영진이 조직의 전반적인 위험 관리 전략에 “깊이 관여” 하고 있다고 언급했으며 88%는 이러한 개입의 수준이 더 강화될 것으로 예측한다고 답변했습니다. 그러나 경영자들은 가장 성공적인 전략은 위기 관리자가 다른 분야 전문가와 협업하여 상위 관리자에게 통합된 위험 프로파일을 제공할 때 실현된다고 제안합니다. 조사 참가자 중 거의 3/4이 IT 위험 노출이 최고 경영진에게까지 효과적인 보고가 이루어진다고 응답했습니다.

2005년의 EIU 조사²에서는 마케팅 관리자가 평판 위험 관리에 소극적으로 참여하는 것으로 나타났으며, 대부분 평판 위험에 대해 회사의 “눈과 귀”로서 커뮤니케이션을 담당하는 정도의 제한적인 역할을 수행하고 있었습니다.

반면, 2012년 조사에서는 CMO(Chief Marketing Officer)가 회사의 평판에 책임이 있는 상위 3대 경영진 중 하나라고 답한 응답자가 전체 응답자의 1/4에 달했습니다. 이러한 마케팅의 역할 확대로 인해, 엄청난 양의 마케팅 데이터에 숨겨진 통찰을 추출하여 이를 회사의 평판으로 전환하기 위한 기술 도입 시 CIO와 CMO 간의 긴밀한 협업의 필요성이 부각되고 있습니다.

커뮤니케이션을 통한 평판 보호

IT 전문가가 장애 발생 후 기술적인 복구를 책임지고 해결하는 동안 마케팅, 커뮤니케이션, PR 부문과 긴밀히 협력하여 장애의 여파에 대해 주주 또는 이해관계자들과 오해의 소지 없이 명확한 메시지를 전달해야 합니다. 숙련된 IT 경영진은 특히 미디어가 기업에서 진실을 숨기고 있는지에 대해 끈질기게 묻고 늘어지는 환경에서는 이러한 메시지가 신속하면서도 냉혹할 정도로 정직해야 한다고 항상 말합니다. Jain은 가장 확실한 보호는 투명성이 유지되고 주주 및 이해 관계자와 효과적으로 커뮤니케이션한다는 평판을 쌓는 것이라고 말합니다. “사고가 발생할 경우 무엇이 잘못되었는지 확인하여 이를 어떻게 바로잡았는지, 그리고 현재 이에 관해 어떻게 처리 중인지에 대해 명확히 알려야 합니다.” 그는 반드시 신속한 응답이 이루어져야 한다고 강조합니다. “대중과의 커뮤니케이션이 지연될 경우 그들이 원하는 대로 믿도록 방치하는 것입니다.”

커뮤니케이션을 통해 IT 장애의 원인이 해결되었다는 확신을 주주와 이해관계자들에게 심어준다면 무너진 신뢰를 되찾는 데 소요되는 시간을 크게 단축할 수 있지만 특정 IT 장애가 이들에게 미치는 피해의 경우 더 많은 노력이 필요합니다. 예를 들어, 웹사이트 중단은 고객에게 사소한 불편만을 야기하고 비교적 손쉽게 설명할 수 있습니다. 조사 참가자의 약 78%는 이러한 장애의 경우 6개월 이내에 복구가 가능하다고 답했습니다. 반면, 사이버 범죄로 인해 평판이 나빠질 경우, 이해관계자들에게 보다 심각한 피해를 주는 경향이 있는데다 문제가 완전히 해결되었다는 메시지를 전달하기가 쉽지 않을 수 있기 때문에 이를 복구하는 데는 더 오랜 시간이 소요됩니다.

위험 관리에 소셜 미디어 활용

회사의 평판 보호에 관한 우려가 커지는 이유에 대해 경영진은 인터뷰 및 조사 응답 모두에서 소셜 미디어를 주요 근거로 주목합니다. 기술의 발전으로 소셜 네트워크가 활성화되면서 소셜 네트워크를 IT 관련 기술 위험과 연관 지어 생각하는 경향이 있습니다. 하지만 소셜 미디어 채널은 그 자체만으로는 위험 요소가 아니며, 오히려 좋든 싫든 조직의 평판을 증폭시키는 역할을 합니다. 이는 소셜 미디어를 조직의 전체 커뮤니케이션 채널의 일부로 평가해야 한다는 것을 의미합니다.

“[소셜 미디어] 커뮤니티에서는 나의 참여 여부에 상관없이 나에게 관한 이야기가 오가며, 이에 대해 내가 어떠한 입장을 취할 것인지 판단해야 합니다. 그렇지 않으면 다른 사람들이 이를 대신하게 될 것입니다.”

– David Boroevich, 캐나다 Alpha Technologies 마케팅 부사장

소셜 미디어는 이제 최초의 기능이었던 소비자간 의견 교환 채널에 머물러 있지 않습니다. 전문 비즈니스 및 기술 커뮤니티를 중심으로 한 블로그는 비즈니스간 거래(B2B) 기업에 점점 더 큰 영향을 미치고 있습니다. 사실, “소셜”이란 단어가 더 이상 커뮤니티 구성원 사이의 개인간 의견을 설명하는 데 적절한 용어가 아닐 수 있습니다. 모든 경우에, 즉각적인 커뮤니케이션에 의해 발생하는 잠재적 평판 하락 부담 완화에 대한 필요성은 소셜 미디어를 이해관계자들의 참여를 유도하는 효과적인 도구로 사용하는 것과는 별개의 과제입니다.

이번 조사에서는 후자를 위한 전략이 아직 걸음마 단계인 것으로 나타났습니다. 19%의 조사 참가자만이 본인이 속한 회사의 장애 복구 계획에 소셜 미디어 도구 활용이 포함되어 있다고 답했습니다.

“저는 회사의 비즈니스에서 소셜 미디어의 가치에 대해 회의적인 편이었습니다. 해당 업무를 처리하는 인원을 배치했었지만, 이들이 더 이상 그저 새로운 것을 개발하는 “작은 실험실”이 아니라는 생각을 하게 되었습니다. 이제는 회사 프로그램의 일부가 되어야 합니다.”라고 산업용 전력 솔루션을 공급하는 B2B 기업인 Alpha Technologies의 마케팅 부사장, David Boroevich는 말합니다. 또한 그는, 전문 산업 분야에서조차 “커뮤니티에서는 나의 참여 여부에 상관없이 나에 관한 이야기가 오가며, 이에 대해 내가 어떠한 입장을 취할 것인지 판단해야 합니다. 그렇지 않으면 다른 사람들이 이를 대신하게 될 것입니다.”라고 덧붙였습니다.

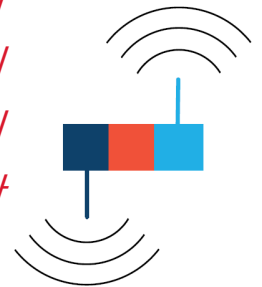
평판 위험 관리 성과 향상을 위한 우수 사례

평판 위험 관리 성과 향상에 관심이 있는 비즈니스 리더는 이 조사에 참여한 경영진이 꼽은 우수 사례를 통해 배울 수 있습니다. 효과적인 전략에는 다음이 포함됩니다.

- **사후 대응보다 사전 대비에 충실할 것.** 특히 보안, 비즈니스 연속성 및 기술 지원과 관련한 IT 위험 및 기타 평판 위험에 대한 강력한 통제 능력을 포함한 포괄적인 평판 위험 관리 전략 개발에 대한 투자를 준비합니다.
- **조직의 IT 관리자가 다른 위험 관리 전문가와 협업하는 환경을 조성할 것.** 오늘날 IT 관리자는 전 조직적인 평판 위험에 대한 포괄적인 프로파일을 고위 경영진에게 보고하는 업무도 수행해야 합니다.

- **새롭게 등장한 최신 기술의 경우 시나리오 분석을 수행할 것.** 사고가 발생할 때까지 기다리지 마십시오. 만약의 상황에 대비한 계획의 근거로 사용할 사례 연구가 주변에 풍부하게 존재합니다.
- **공급망 전체에 대한 위험을 평가할 것.** 하도급 업체에서 발생한 장애도 회사 내부에서 발생한 문제와 같은 수준의 파장을 일으킬 수 있으며 주요 관련업체 간에 조화로운 위험 통제를 구현할 수 있습니다. 마찬가지로, B2B 회사도 모든 위험이 효율적으로 관리되고 있다는 보증을 제공하기 위해 고객과 협력해야 합니다.

“기술은 좋든 싫든 적용되는 모든 분야에서 증폭기 역할을 합니다. 우리가 이를 활용하려면 엄격한 관리가 필요합니다.”



- 바베이도스 소재 전문 서비스 기업의 CIO

결론

오늘날과 같은 디지털 환경 속에서 모든 조직은 그 규모와 상관 없이 평판을 위협하는 요소에 더욱 주의를 기울이고 있습니다. 이러한 우려로 인해 최고 경영진의 주도 하에 긴밀히 통합된 전사적 위험 관리 접근법이 도입되고 IT 위험이 평판에 미치는 직접적인 영향에 주의를 집중됩니다. 새로운 기술 활용에서 기인하는 위험도 여기에 포함됩니다. 보안은 비즈니스 연속성을 제치고 IT 위험과 평판 사이의 가장 중요한 연결 고리로 떠올랐습니다.

2012 Global IT Reputational Risk and IT Study의 결과는 우리에게 조직이 당면한 평판 위험의 맥락 안에서 IT 위험 관리의 중요성을 알려줍니다. IT 위험을 관리하면 주요 이해관계자의 신뢰와 지지를 얻게 되므로 결국 비즈니스 성과로 나타납니다.

자세한 정보

IBM이 IT 위험 관리를 강화하여 조직의 평판을 보호할 수 있도록 지원하는 방법에 관한 자세한 내용은 IBM 담당자에게 문의 하거나 다음 웹 사이트를 참조하십시오.

보안 및 IT 위험 관리:
ibm.com/services/security

비즈니스 연속성 및 IT 위험 관리:
ibm.com/services/continuity

기술 지원 및 IT 위험 관리:
ibm.com/services/techsupport

IBM 평판 위험 및 IT에 대한 시각적 자료:
ibm.co/repriskinfographic

토론 참여 방법

귀하의 소중한 의견을 기다립니다. 연장된 2012년 평판 위험 및 IT에 대한 설문조사에 참여하십시오. 아래에서 빠른 응답 코드를 스캔하거나 ibmrisksurvey.com 방문을 통해 참여할 수 있습니다.



입력한 내용은 그 동안 동일한 주제에 관해 실시된 것 중 최대 규모의 설문조사에 반영됩니다. 설문조사 결과에 대한 새로운 분석과 보고서는 2013년 초에 받아보실 수 있습니다. 참여해 주셔서 대단히 감사합니다.



© Copyright IBM Corporation 2012

IBM Corporation
IBM Global Technology Services
Route 100
Somers, NY 10589

Produced in the United States of America
September 2012

IBM, IBM 로고 및 ibm.com은 전세계 여러 국가에 등록된 International Business Machines Corp.의 상표입니다. 기타 제품 및 서비스 이름은 IBM 또는 해당 회사의 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

본 문서는 최초 발행일을 기준으로 하며, 통지 없이 언제든지 변경될 수 있습니다. IBM이 영업하는 모든 국가에서 모든 오퍼링이 제공되는 것은 아닙니다.

이 문서의 정보는 상품성, 특정 목적에의 적합성에 대한 보증 및 타인의 권리 비침해에 대한 보증이나 조건을 포함하여(단, 이에 한하지 않음) 명시적이든 묵시적이든 일체의 보증 없이 "현상태대로" 제공됩니다. IBM 제품에 대한 보증은 제품의 준거 계약 조항에 의거하여 제공됩니다. IBM 제품은 제공된 제품에 적용된 계약의 이용 약관에 따라 보증됩니다.

¹ *Key trends driving global business resilience and risk: Findings from the 2011 IBM Global Business Resilience and Risk Study*. September, 2011.

² *Reputation: Risk of risks*. Economist Intelligence Unit, December, 2005.



Please Recycle