



주요 내용:

현재, 소셜 네트워크에서 IBM을 직장으로 기재한 사람은 LinkedIn에서 28만 명 이상, Facebook에서는 17만 명이 넘으며 매월 약 3만 명의 IBM 직원이 Twitter 활동에 참여하고 있습니다. 소셜 미디어는 개인과 기업 모두에게 매우 유용한 수단이 될 수 있습니다.

Executive Series

CIO가 염두에 두어야 할 보안의 핵심 요소

소셜 미디어의 위험과 이점 탐색

수많은 관람객으로 가득 차 있는 드넓은 박람회장을 상상해 보십시오. 계약 체결 가능성이 높은 가망 고객과 수천 명의 인재들로 발 디딜 틈이 없습니다. 자사의 제품과 기술을 선보이고 기업의 장점을 홍보하는 데 이보다 더 좋은 기회는 없을 곳입니다. 경쟁사들도 고객과 인재를 확보하고 새로운 아이디어를 찾기 위해 여기에 모여듭니다. 모두들 앞다투어 기회를 포착하려 합니다. 하지만, 이러한 긍정적인 측면 뒤에는 부정적인 측면이 있습니다. 도둑과 산업 스파이 그리고 기업 활동에 아무런 도움도 되지 않는 사람들도 함께 늘어납니다. 언제나 그렇듯, 기회는 위험과 공존합니다.

끊임 없이 움직이는 이 세계적 컨퍼런스는 바로 소셜 미디어입니다. IBM은 이러한 디지털 공간에서의 만남이 직원 간의 유대, 의견 교환 및 혁신을 위한 무한한 기회라고 여기고 있습니다. 회사 내외 부에서 소셜 미디어를 활용하는 것은 전략적인 당면 과제입니다. 보안 또한 중요한 과제입니다. 이러한 과제를 해결하기 위해서는 디지털 세계의 가치와 이에 따른 위험을 알고, 위험에 대비하는 문화를 조성해야 합니다. 디지털 방식으로 스마트하고 안전하게 접근하는 것이 중요합니다.

몇 년 전만 해도 많은 기업은 소셜 컴퓨팅과 비즈니스를 별개로 생각했습니다. 하지만 소셜 네트워크는 폭발적으로 성장하였고, 이제는 수천만 명이 직장가 가정 그리고 이동 중에 아이디어와 사례를 공유할 수 있는 장이 되었습니다. 이러한 성장은 채용 담당자에서 고객 서비스 담당자에 이르기까지, 모든 사람에게 엄청난 가치를 제공합니다. Ponemon Institute에서 실시한 최근 조사에 따르면, 전세계 응답자 중 약 70%가 소셜 미디어를 비즈니스 목표 달성을 위해 매우 중요한 수단이라고 답했습니다.¹



하지만, 가치의 인식과 가치의 실현 간에는 아직도 커다란 간극이 존재합니다. 최근 IBM이 전세계 1709명의 CEO를 대상으로 실시한 CEO 조사에서, 고객과의 소통을 위해 소셜 비즈니스 플랫폼에 참여하고 있는 CEO는 16%에 불과했습니다. 향후 5년 내에 이 수치는 57%까지 늘어날 것으로 예상됩니다.² 설문 조사 결과, 뛰어난 성과를 거두고 있는 선두 그룹들은 개방성이 상대적으로 높았으며, 이들은 조직에 핵심적인 영향을 주는 요소로 소셜 미디어를 적극 활용하고 있었습니다.

소셜 미디어의 규모가 커지고 사람들이 많은 관심을 가지게 되면서 도둑과 해커들도 이 새로운 시장에 눈을 돌리게 되었습니다. 하지만 대부분의 기업은 여기에 대한 체계적인 대응책을 내놓지 못하고 있습니다. Ponemon 조사에서, 응답자의 63%는 소셜 미디어가 심각한 보안 위협으로 작용하며 기업을 위험에 빠뜨릴 수 있다고 답했습니다. 이렇게 소셜 미디어의 위협을 인지하고 있음에도 위협 완화를 위해 필요한 보안 제어를 실제로 갖추고 있다고 응답한 참가자는 29%에 불과했으며, 이는 앞으로 갈 길이 멀다는 것을 보여줍니다.

약 70%의

응답자들이 비즈니스 목표를 달성하는 데 소셜 미디어가 매우 중요하다고 답했습니다.¹

출처: Ponemon Institute

기회와 위험이 동시에 늘어나고 있는 상황에서, 소셜에 대한 위험 인식 문화를 구축할 수 있는 방법을 공유해야 합니다.

소셜 어젠다 정의

모든 기업에서 소셜 네트워크 활동을 시작하기 위한 첫 번째 단계는 소셜 환경을 활용할 분야와 소셜 미디어를 통해 얻으려는 가치를 결정하는 것입니다. 이를 위한 이상적인 방법은 각 부문의 최고 경영진이 만나 어떤 이점을 얻을 수 있을지에 대해 논의하면서 다음과 같은 질문을 던져보는 것입니다. 소셜 네트워크 참여가 브랜드 인지도를 높여줄 것인가? 고객 만족도가 향상될 것인가? 소셜 미디어를 통해 제품 혁신을 위한 협업 또는 대중의 참여를 유도할 수 있을 것인가? 소셜 네트워크를 외면할 경우 발생할 비용은? Twitter 계정 또는 Facebook 페이지가 없을 경우 회사 홍보에 장애가 될 것인가? 소셜 미디어가 없다면 뛰어난 인재 발굴과 소통이 힘들어질 것인가?

이에 대한 답은 각 기업의 특성에 따라 달라질 것입니다. 어떤 기업은 인사, 영업, 마케팅과 같은 일부 부문에서 소셜 네트워크를 적극 활용하기로 결정할 수 있고, 다른 기업은 이를 거의 또는 전혀 활용하지 않기로 할 수도 있습니다.

위험 분석

다음 단계에서는 각 추진 과제에 내재된 위험을 분석해야 합니다. ISACA는 소셜 미디어와 관련한 비즈니스의 주요 위험을 5가지로 정의했습니다.³ 이는 바이러스와 악성 코드의 위험 증가, 브랜드 도용, 콘텐츠 제어 능력 부족, 고객 기대 수준의 변화, 규정 비준수 확률 증가입니다.

소셜 네트워크를 통해 범죄자가 개인 정보를 갈취하고, 이를 사용하여 개인화된 피싱 공격을 가하는 사례가 점점 늘어나고 있습니다. 공격에 성공할 경우 악성 코드에 감염되어 모르는 사이에 정보가 빠져나가게 되고, 주요 작업이 종료되거나 손실될 수도 있습니다.

외부적인 위험 외에 내부의 직원으로부터 발생하는 위험도 있습니다. 소셜 미디어를 통해 회사의 기밀이 유출되지는 않을까요? 직원이 부정적인 이미지의 사진을 촬영해 Flickr에 올린다면 기업의 평판에 영향이 미치지 않을까요? Twitter에 헛소문 또는 추문이 떠돌거나 동료가 Facebook에 어제 있었던 회의의 세부 내용을 게시한다면 어떻게 될까요?

이러한 위험들이 기업에 공통적으로 존재하지만 조직의 대응 방식은 기업의 문화에 따라 다를 것입니다. 이러한 문제가 발생할 경우, 초기에 발견해 적절한 대응 계획을 수립하는 것이 가장 중요합니다.

정책 수립 및 홍보

세 번째 단계는 전체 프로세스에서 가장 중요한 단계입니다. 이 단계에서는 디지털 세계의 기회와 위험에 대해 널리 알리고, 이를 위한 정책과 인식 프로그램 및 도구를 제공하여 전 직원을 계도합니다. 이를 위해서는 지속적인 교육과 지침을 기업의 소셜 미디어 전략의 일부로 구현해야 합니다.

IBM은 자체적인 인트라넷을 통해 소셜 미디어를 활용하기 시작했습니다. 2005년에 IBM 직원들은 Connections라는 사내 소셜 네트워크를 사용하여 알고리즘에서부터 고추 요리법에 이르기까지 다양한 주제의 이야기들을 공유해 왔습니다. 그 후 외부 블로그와 소셜 네트워크가 생겨났고, IBM은 기업 방화벽을 넘어 이를 기회로 활용하고 새로운 과제를 해결하기 위한 연구에 착수하였습니다. IBM 직원들은 위기를 통해 협력하여 소셜 컴퓨팅 가이드라인을 수립했으며, 이를 출발점으로 지금까지 발전을 거듭해 왔습니다.

현재, 소셜 네트워크에서 IBM을 직장으로 기재한 사람은 LinkedIn에서 28만 명 이상, Facebook에서는 17만 명이 넘으며 매일 약 3만 명의 IBM 직원이 Twitter 활동에 참여하고 있습니다. 소셜 미디어는 개인과 기업 모두에게 매우 유용한 수단이 될 수 있습니다.

직원들을 위한 소셜 컴퓨팅 활용 팁

다른 최신 기술들과 마찬가지로, 소셜 컴퓨팅에서 직원들은 가장 중요한 역할을 맡게 됩니다. 즉, 기업 브랜드를 대표하는 홍보대사가 되는 것입니다. 직원들이 소셜 플랫폼의 위험을 제대로 숙지하고 이점을 누릴 수 있도록 다음 팁을 제공할 수 있습니다.

- **소속을 밝힐 것.** 직원의 프로필에 소속 기업을 명시하도록 하되, 의견은 자유롭게 게시할 수 있도록 합니다.
- **게시하기 전에 한 번 더 생각할 것.** 콘텐츠와 컨텍스트는 온라인 공간에서 널리 퍼뜨려집니다. 기밀 또는 비공개 정보를 공개적으로 공유해서는 안됩니다. 예를 들어, 최근 발간된 백서를 Twitter에 올리는 것은 괜찮지만, 회사의 기밀 재무 정보는 공개하면 안됩니다.

소셜 미디어에 참여함으로써, 당사의 직원들은 경험과 아이디어를 공유하여 ‘디지털 명성(Digital Eminence)’을 얻고 개인의 전문성과 회사의 위상을 드높일 수 있으며, 사람과 비즈니스를 IBM으로 끌어올 수 있게 됩니다.

보안 모니터링 및 진행 상황 평가

소셜 미디어를 사용할 때에는 개인정보 보호와 보안 사이의 균형이 유지되도록 각별한 주의를 기울여야 합니다. Gartner의 최신 보고서에 따르면, 2015년 쯤에는 보안 침해 가능성으로 인해 직원의 소셜 미디어 사용을 적극적으로 모니터링하는 기업이 60%에 달할 것이라 합니다.⁴ 안전한 환경을 유지하는 것도 중요하지만, 민감한 개인정보 및 문제가 될 만한 사항들을 조심스럽게 다루면서 보안을 유지하는 방법도 이에 못지 않게 중요합니다.

소셜 미디어 모니터링을 시작하려는 기업은 다양한 지표를 측정하고 그 효과를 가능해 보아야 합니다. HR 전문가가 채용을 위해 소셜 네트워크를 사용한다면, 사용 전과 후에 인재 풀과 파이프라인에 변화가 있습니까? 개발자가 소셜 미디어를 통해 협업을 수행한다면, 제품 및 서비스의 시장 출시 기간이 얼마나 단축됩니까? 새로운 도구의 개발과 데이터의 흐름 속에서 소셜 미디어는 진화하고 있으며, 여기에서 유용한 정보들이 끊임 없이 생성되고 있습니다.

- **타인의 권리를 존중할 것.** 개인정보와 지적 재산권을 포함한 타인의 권리를 존중해야 합니다.
- **인맥 연결 시 주의할 것.** 직원이 비공개적인 기업 정보 사냥꾼으로부터 친구나 이웃 요청을 받을 수도 있으므로 인맥 연결 요청을 수락하기 전에 까다롭게 살펴보도록 당부하십시오.
- **작은 글씨도 놓치지 말고 읽을 것.** 직원들이 소셜 네트워크의 이용약관과 개인정보 보호정책을 면밀히 검토하여 규정을 확실히 숙지할 수 있도록 하십시오. 소셜 네트워크의 약관과 정책은 시간이 지나 변경될 수 있기 때문에 정기적으로 확인해야 합니다.
- **실수를 인정할 것.** 글의 확산 속도가 다른 어느 곳보다 빠른 소셜 미디어에서 직원이 실수를 할 수 있습니다. 직원이 실수를 인정하고 신속히 바로잡을 수 있도록 격려하는 분위기를 조성하면 소셜 미디어로부터 악영향을 받는 상황을 피할 수 있습니다.

대화에 참여

다른 기사를 읽거나, CIO가 염두에 두어야 할 보안의 핵심에 관해 자세히 알아보거나, 다른 보안 리더들과 의견을 나누려면 ibm.com/smarter/cai/security를 방문하십시오.

저자 소개

Kristin Lovejoy는 IBM의 CIO 오피스에서 IT 위험을 담당하는 부사장입니다. 연락처: klovejoy@us.ibm.com.

IBM Center for Applied Insights 소개

IBM Center for Applied Insights(ibm.com/smarter/cai/value)는 새로운 방식의 사고와 업무, 리더십을 소개합니다. 증거에 입각한 연구 조사를 통해 비즈니스 리더들에게 실용적인 지침과 혁신의 사례를 제공하고 있습니다.

¹ Ponemon Institute, "Global Survey on Social Media Risks: Survey of IT & IT Security Practitioners", 2011년 9월

² 2012 IBM CEO Study, "Leading Through Connections", <http://www-935.ibm.com/services/us/en/c-suite/ceostudy2012/>

³ ISACA, "Social Media: Business Benefits and Security, Governance and Assurance Perspectives", June 2010, <http://www.isaca.org/Knowledge-Center/Research/ResearchDeliverables/Pages/Social-Media-Business-Benefits-and-Security-Governance-and-Assurance-Perspectives.aspx>

⁴ "Gartner Predicts Huge Rise in Monitoring of Employees' Social Media Use", PC World 수록, 2012년 5월 29일, http://www.pcworld.com/businesscenter/article/256420/gartner_predicts_huge_rise_in_monitoring_of_employees_social_media_use.html

**IBM**

© Copyright IBM Corporation 2012

IBM Global Services
Route 100
Somers, NY 10589
U.S.A.

Produced in the United States of America
June 2012
All Rights Reserved

IBM, IBM 로고 및 ibm.com은 미국 또는 기타 국가에서 International Business Machines Corporation의 상표 또는 등록상표입니다. 이와 함께 기타 IBM 상표가 기재된 용어가 상표 기호(® 또는 ™)와 함께 이 정보에 처음 표시된 경우, 이와 같은 기호는 이 정보를 발행할 때 미국에서 IBM이 소유한 등록상표 또는 일반 법적 상표입니다. 또한 이러한 상표는 기타 국가에서 등록상표 또는 일반 법적 상표입니다. 현재 IBM 상표 목록은 웹 "저작권 및 상표 정보"(www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)에 있습니다.

기타 회사, 제품 및 서비스 이름은 해당 회사의 상표 또는 서비스표입니다.

이 책에서 IBM의 제품 또는 서비스를 언급하는 것이 IBM이 영업하고 있는 모든 국가에서 이를 사용할 수 있다는 것을 의미하지는 않습니다.

