

편경영은 회사를 춤추게 한다



웃 는 낮에 침 뱉으랴 는 속담은 디지털 시대에도 적용된다. 무엇이든 급격히 변화하는 디지털 시대의 긴장과 스트레스를 풀어주는 웃음이 화두로 떠오른 것은 어쩌면 당연한 이치다.

이제 웃음은 긴장과 속도의 시대를 살아가는 우리에게 최고의 전략으로 꼽힌다. 웃음과 유머테크는 시테크나 재테크 못지않게 배워야 할 중요한 성공과 행복의 기술로 인식되고 있으며, 재치 있는 말과 유머 감각은 성공하는 사람들이 갖춰야 할 필수 덕목이 됐다.

이 시대는 편경영을 필요로 한다

시대의 흐름에 따라 재미있게 일하자는 편(FUN)경영은 피해갈 수 없는 대세라고 할 수 있다. 사람들은 일이 즐거우면 자신이 하는 일보다 큰 자부심과 애정을 갖기 마련이다. 이처럼 편경영의 핵심은 직원들이 즐겁게 일하고 능력과 끼를 마음껏 발휘해 업무의 질을 향상 시킴으로써 자유로운 기업문화를 만들어가는 데 있다.

이미 편경영 바람에 동참하고 있는 기업들을 살펴보면 대기업과 중소·벤처기업을 망라한다. 삼성, LG 등 국내 대표적인 대기업들은 '재미있는 일터 만들기'에 온 힘을 쏟고 있는가 하면 쌍용건설은 임직원들을 대상으로 역사탐방, 스키캠프 등 연 2회의 가족캠프를 개최했다.

부동산 개발기업 신영의 경우, 회사의 주간회의를 차장급 이상 임직원들의 재미뽑기로 시작한다고 한다. 연공서열과 직급에 따라 앉는 대신 재미뽑기로 자리를 배치하는 것이다. 이는 자칫 딱딱해질 수 있는 분위기를 한결 부드럽게 바꿔 자연스럽게 자유 토론을 활성화시키는 발판을 마련해 준다. 편경영의 중요성을 인식한 기업에서는 재미있는 각종 행사를 진행하고 직장 내 동호회 모임도 확산되는 추세다. 이러한 흐름은 벤처기업도 마찬가지다. 애플씨 조영광 대표는 사내 댄스동호회, 축구동호회, 산악동호회, 인라인동호회 등에 시간적 지

원은 물론 활동비용을 회사가 부담해 직원들에게 즐거움을 선사한다. 또 동종업계 경쟁사 소속 축구동호회와 정기적으로 친선경기도 갖고, 댄스동호회의 경우 전문 강사로부터 댄스실력을 연마할 수 있도록 지원하기도 한다.

편 경영 의 산 물 ' 편 마 케 팅 '

즐겁게 일할 수 있는 분위기가 조성될수록 직원들은 더욱 힘을 내 업무에 집중하게 된다. 재미있고 다양한 아이디어를 제시하게 됨은 물론, 고객을 대할 때도 즐거움과 웃음을 전달하는 것. 이는 자연스럽게 편마케팅으로 이어지는 발판이 된다.

'놀면서 쇼핑한다'는 컨셉트를 내세우며 등장한 화장품 브랜드 미샤와 더페이스샵은 톡톡 튀는 아이디어로 트렌드를 읽는 데 성공한 편마케팅의 대표적인 사례에 속한다. 매장을 찾는 소비자들이 즐비한 저가화장품을 접하면서 즐거움을 만끽하게 해 결국 구매하도록 만든다는 전략이 적중해 매출을 올리는 데 성공했다.

또 온라인상에서의 '맞고 게임왕 선발대회', '나만의 가격 맞추기 경품행사' 등 재미있는 프로모션 이벤트를 열어 소비자를 즐겁게 만드는 경우도 종종 볼 수 있다. 이는 해당 상품이나 브랜드에 대해 호감을 갖게 함으로써 상당한 효과를 거두게 된다. 이러한 편마케팅은 웃음을 찾고자 했던 소비자에게 기쁨을 줌과 동시에 스스럼없이 지갑을 열게 만드는 묘한 마력을 가진다.

이제 직장 내에서의 즐거움이 회사를 살찌우는 기본 양식인 시대가 왔다. 특히나 벤처기업의 경우 대부분 구성원의 연령층이 낮고 규모가 작기 때문에 편경영을 실천하기에 유리하다. 최근 한 트렌드정보 업체가 2006년을 이끌 트렌드를 예측하면서 그중 하나로 '편(Fun)'을 선정하기도 했다. 진정 회사를 사랑한다면, 그리고 트렌드에 뒤처지고 싶지 않다면 편경영을 실천해 보기를 권하는 바이다.