남다른 리크루팅 전략이 인재를 모은다!

높은 실업률이 사회적인 이슈가 되고 있지만, 대부분의 기업들은 여전히 인재 확보가 어렵다고들 말한다. 이는 충분한 역량을 갖추고 있는 동시에 자사의 가치, 문화에 맞는 인재를 유인하고 선별하는 것은 그리 쉬운 일이 아니기 때문이다. 남다른 리크루팅 방식을 통해 인재 확보에 성공하고 있는 기업들의 사례를 통해 인재 확보의 묘수를 짚어 본다.

정리_김하나(한국제품안전협회)

청년 실업 등 사회적으로 높은 실업률이 문제로 등장하고 있다. 표면적으로만 본다면 노동 시장의 인력 공급이 많기 때문에 기업의 인재 확보도 수월해질 것이라 생각할 수도 있다. 그러나 기업의 입장에서는 여전히 인재를 확보하는 것이 쉽지 않다는 것이 공통된 의견이다. 지금 같은 시기에는 '그저 잘 골라 선발하기만 하면 되는 것 아니냐' 고 말할 수도 있겠지만, 인재 확보의 문제는 단순히 수요와 공급만으로 해석하기 어려운 면이 있다는 점을 이해해야 한다. 즉, 노동 시장의 불특정 다수의 인력 공급보다는 기업이 원하는 인재의 공급 상황이 좋아야 이재 확보의 숨통이 트일 수 있는 것이기 때문이다. 이런 점에서 인재 확보는 단순히 선발만 잘한다고 되는 것이 아닐 것이다. 노동 시장의 수많은 취업 대기자 가운데에서 회사가 진정으로 원하는 인재들이 지원하지 않는다면 아무리 좋은 선발 기법이 있다고 해도 무용지물이기 때문이다.

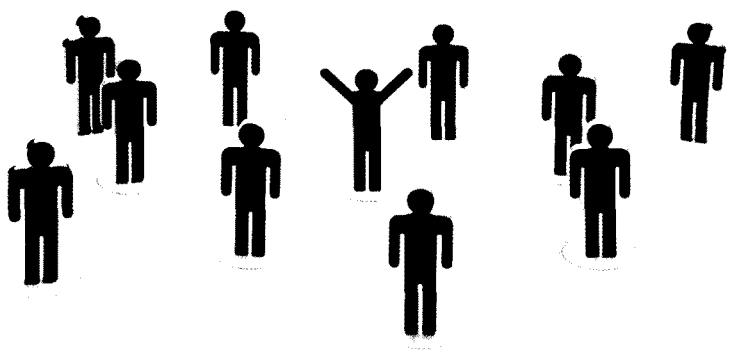
구직자들이 즐겨 찾는 인터넷 채용 포탈을 들여다 보면, 수 많은 기업들의 채용 공고가 빽빽하게 자리잡고 있는 것을 볼 수 있다. 취업난이 심하다고는 하지만, 구직자들의 입장에서 본다면 어느 기업을 선택해야 할 지 망설여질 정도이다. 노동 시장에서 인지도가 높은 기업이나 낮은 기업 모두가 원하는 인재를 유인하여 확보하는 것이 쉽지 않을 수 밖에 없다.
그렇기 때문에 이제는 리크루팅에 있어서도 보다 창의적인 접근이 필요하다는 것이 채용 전문가들의 한

결 같은 조언이다. 앞으로의 인재 확보 경쟁에서 승리하는 기업은 남다른 방식으로 원하는 인재들은 효과적으로 유인하는 기업이 될 것이다. 여타 기업과는 차별화된 방식으로 리크루팅을 시도하여 성과를 내고 있는 기업들의 사례들을 통해 시사점을 얻어 본다.

* 창의적인 리크루팅

1. 메시지 내용을 차별화하라

성공적인 리크루팅이 이루어지기 위해서는 무엇보다도 먼저 기업이 원하는 이재들에게 전달하고자 하는 메시지가 명확해야 한다. 즉, 회사가 원하는 인재가 어떤 사람인지, 회사의 철학과 가치, 조직 문화는 어떠한지 등을 함축적으로 담을 수 있는 메시지가 필요하다. 그러나 회사 이름만 가리면 어느 회사인지를 알아 볼 수 없는 천편일률적인 메시지는 곤란하다. 여타 회사와는 구별되는 차별적인 메시지를 창조해 낼 때, 이에 공감하는 인재들, 특히 회사가 원하는 인재에 가까운 구직자들이 지원할 가능성이 높아질 것이다. 이를 위한 좋은 방법의 하나로 몇몇 기업에서 스토리 텔링 방식의 채용 공고가 활용되고 있다.



◎ 솔직 담백한 스토리 텔링식 구인 광고

취업 포털 등에 게재된 기업의 채용 공고들을 살펴보면 회사 이름만 다를 뿐 그 내용 면에서는 별다른 차이점을 찾기 어렵다. 회사의 개요, 인재를 채용하고자 하는 직무에 대한 정보, 급여와 복리 후생 조건 등이 통상적인 채용 공고에 담겨 있는 내용들이다. 안타깝게도 이런 틀에 박힌 메시지로는 일반적인 구직자는 물론 기업이 원하는 인재들의 주목을 받기 어렵다. 반면 남다른 채용 공고는 구직자들의 눈길을 잡기 마련이다.

대표적인 사례가 올해 초 인터넷 게시판에서 회자되던 화물 운송 관련 컴퓨터 프로그램을 개발하는 '사람과 물류' 라는 회사이다. 솔직 담백하면서도 유머가 담긴 스토리 텔링식의 채용 공고가 네티즌들의 눈길을 끈 것이다. 동사의 채용 담당자는 본인이 구직을 하던 당시에 상투적이고 딱딱한 채용 공고를 보면 별다른 흥미를 느끼지 못하고 다른 기업의 채용 공고를 보게 되었던 기억 때문에 회사의 재미있는 부분들을 이야기를 하듯이 적어 봤다고 말한다.

채용 공고를 본 네티즌들의 반응은 매우 호의적이었다. "공고만 봐도 회사의 이미지가 보이는데요. 재미있고 밝은 이미지", "전공만 비슷하면 지원할 텐데 너무 아쉽네요... 전산 인력 필요하면 저를 찾아주세요." 등 긍정적인 이미지가 형성된 것이다. 차별적인 채용공고는 단순히 네티즌들의 화제 거리가 되는데 그친 것이 아니었다. 이 채용 공고를 통해 50명이 넘는 구직자들이 지원을 한 것이다. 전 종업원 수가 30명이 채 되지 않는 무명의 중소기업

임을 생각할 때 이는 매우 놀라운 성과가 아닐 수 없다.

또 한 가지 주목할 만한 성과는 스토리 텔링식의 채용 공고를 통해 입사한 인재와 기존의 통상적인 방식을 통해 입사한 인재들간의 차이이다. 동사의 인사 담당자는 단순히 급여나 근무 형태 등의 정보만을 알고 입사했던 사람의 경우, 1주일 정도 근무하다가 퇴사하기도 했던 데 비해 새로운 채용 공고를 통해 입사한 사람들의 경우 회사에 대한 적응도 빠르고 만족도도 높다고 말한다. 이는 지원자들이 스토리 텔링을 통해 자신이 일하게 될 회사와 부서에 대해 생생한 정보를 얻었고, 이를 통해 자신과의 적합성을 충분히 고려해 볼 수 있었기 때문이라 생각된다.

이와 같은 스토리 텔링식의 채용 공고는 리크루팅의 차별화를 시도하고자 하는 기업들에게 매우 매력적인 방법이 될 것으로 보인다. 채용 메시지를 만드는 데 들어가는 시간 외에 추가적인 비용은 전혀 들지 않는 반면, 자사가 원하는 인재를 유인하는 데는 여타 리크루팅 기법에 비해 탁월한 효과를 보여주기 때문이다.

2. 메시지 전달 방식을 혁신하라

좋은 내용의 메시지를 만드는 것에 그치지 않고 보다 효과적으로 인재들의 마음 속을 파고 들 수 있도록 하는 전달 방식의 변화도 모색해 볼 필요가 있다.

◎ 톡톡 튀는 파격적인 채용 광고판

리크루팅 메시지는 공통적으로 '인재를 찾고 있다'는 면에서는 똑같은 내용을 담고 있다. 그러나 이를 어떻게 전달하는가에 따라서 구직자들의 반응이 크게 달라질 수 있다. 특히, 요즘처럼 경력자 채용이 활발해지고 있는 상황에서는 메시지의 전달 방식이 갖는 중요성이 더욱 커진다. 이들은 이미 직장이 있기 때문에 인터넷 취업 포탈의 채용 공고 등에는 관심을 두고 있지 않을 가능성이 높기 때문이다.

유명 게임 제작사인 ERTS(Electronic Arts)의 캐나다 지사 사례를 살펴보자. 동사에 서는 ASC II Code 프로그래머의 채용을 위해 기존과는 다른 획기적인 리크루팅 방법을 시도하였다. 경쟁사인 Radical Entertainment 사의 건물 맞은 편에 채용을 알리는 광고물을 게시한 것이다. 경쟁사 바로 앞에 채용 공고를 내는 대범함도 놀랍긴 하지만, 보다 더 획기저기었던 것은 채용 광고판의 내용이다. '지금 채용중(Now Hiring)' 이란 내용을 ASC II Code로 적어둔 것이다. 광고의 효과는 놀라웠다. Radical Entertainment사에 재직 중인 인재들로부터 수십 장의 지원서가 쇄도했던 것이다. 그 중에는 ASC II Code로 이력서를 작성하여 제출한 유머가 넘치는 구직자도 있었다고 한다.

◎ iPod를 활용한 개인별 맞춤형 메시지 전달

차별화된 메시지를 보다 독특한 방법으로 전달하여 리크루팅의 효과를 거둔 기업도 있다. 온라인 게임 개발 회사인 Red 5 Studio는 후발 기업의 불리함을 극복하

고 원하는 인재를 확보하기 위해 색다른 방법을 선택했다. 먼저 게임 개발 산업에서 뛰어난 인재라고 생각되는 후보 100여 명을 선정하였다. 이들을 '100명의 꿈의 인재' 라고 명명하고 각 개인에 대한 면밀한 정보 수집에 들어갔다.

지금까지의 경력에 대한 조사는 기본이고, 개인적인 취향에 대해서도 최대한 파악하려고 노력하였다. 이를 위해 인맥을 이용한 정보 수집은 물론 개인 blog, 각종 SNS까지도 살펴보면서 인재들의 취향을 파악한 것이다. 인재들에 대해 충분히 알게 된 이후의 작업은 개인별 취향에 맞추어 차별화된 초대 메시지를 작성하는 것이었다. 그리고 이 메시지들은 동사의 CEO인 마크컨이 직접 녹음하여 iPod에 담아 배송하였다. 이 초대 메시지의 효과는 매우 컸다. 100명의 인재 중에서 90명이 응답을 해 온 것이다. 자신을 인정해준다는 사실에 감동을 받은 것이다. 동사는 응답해 온 사람 중에서 최종적으로 3명을 선발하였다. 이 하나의 일화로만 보면 들어간 노력 대비 성과가 적은 것이 아닌가 하는 생각을 할 수 있다. 그러나 동사의 CEO는 이를 통해 우리 회사가 인재를 찾고 있다는 사실이 업계에 널리 퍼졌다는 점이 더 큰 성과라고 이야기한다.

3. Target 인재 Pool의 다변화를 기하라

모든 경쟁사가 노리고 있는 인재 집단에서 벗어나 전혀 새로운 집단으로부터 인재를 확보하는 역발상을 해보는 것도 창의적인 리크루팅 방법이 될 수 있다.

포춘지에 '일하기 좋은 100대 기업' 으로 지속적으로 선정되고 있는 Quicken Loans란 미국의 부동산 대출 전문회사의 경우를 보자. 동사는 인재 확보를 위해 대학이나 경쟁사보다는 패밀리 레스토랑이나 할인 매장 등으로 눈을 돌린다. 동사의 임직원들이 직접 매장에 나가 음식을 주문하거나, 제품을 구입하면서 어떤 종업원이 열정적으로 고객을 응대하는지를 살펴보는 것이다. 그리고 정말 열정이 있고 뛰어나다고 생각되는 인재가 있으면 그 자리에서 바로 면접을 진행하기도 한다. 그러다 보니, 부동산이나 금융에 대해서 전혀 알지 못하는 사람들이 채용되기도 한다. 이런 차별적인 리크루팅이 가능한 것은 '사업 관련 지식보다는 일에 대한 열정이 가장 중요하다' 는 동사의 채용철학이 있기 때문이다. "사람들에게 재무를 가르칠 수는 있다. 그러나 사람들에게 열정이나 자발적인 노력을 가르칠 수는 없다" 는 것이 동사 인재 채용 담당자의 말이다.