

16차시. 소셜 네트워크와 넛지 리더십

학습 내용

1. 호통보다는 소통
2. 소통과 업무 방식의 변화
3. 소셜 코퍼레이션 사례

1. 호통보다는 소통

소통을 하기 위해서는 입을 다물고 더 들어야 한다.

관리 리더십과 네티지 리더십의 비교

관리리더십	네티지 리더십
계급과 서열로 통제한다	비전을 공유해 전략을 설정하고 열정을 이끌어 낸다
리더십은 관리자의 권한이라고 생각한다.	리더십은 누구에게나 있는 특성이라고 생각한다.
의사결정에 리더들만 참여한다	의사결정에 모든 계층 그리고 외부까지도 참여시킨다
정보 노출을 우려해서 정보를 통제한다	가능한 많은 정보를 공유한다
아이디어를 독점하고 모든일을 지시한다	소통하고 아이디어를 자극한다

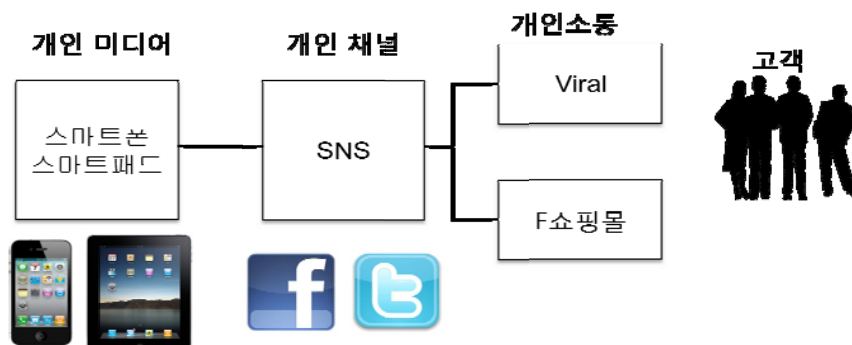
좋은 문화, 좋은 아이디어의 샘터가 될 수 있도록 네티지 리더십이 필요하다.

2. 소셜 네트워크의 기능

소셜 네트워크는 소통에 대해 좀 더 실질적으로 나타나는 형태이다.

리더는 스마트폰과 소셜을 통해 업무를 하고, 대화하며 직원들과 소통을 해야 한다.

직원이 리더보다 더 많은 정보를 발신하게 되면 직원의 리더십이 강해진다.



바이러스처럼 급속도로 많은 인원에게 퍼져나가는 바이럴(Viral) 효과를 소통에 이용해

야 한다.

바이럴 효과를 내부에서 잘 사용하고 소통의 수단으로 활용하면 리더와 직원과의 소통이 잘 일어날 수 있다.

리더는 정보를 빨리 수집해야 하며 메시지를 잘 보내야 하며 소통이 잘 되도록 해야하는데 이것이 새로운 형태의 리더십이다.

리더들의 숙제 및 당면과제는 스마트와 소셜의 리더십 접목 방법과 직원과의 소통, 고객과의 소통을 할 수 있는 시스템 구축이다.

리더는 소셜 네트워크를 잘 수용하여 새로운 시스템과 리더십을 발휘해야 한다.

직원들과 소통하고, 네티즌적 효과를 발휘할 수 있는 방법을 찾는 것이 리더의 과제이다.

3. 소셜 코퍼레이션 사례

토요타에서는 소셜 네트워크와 소통을 중심으로 하는 새로운 경영방식을 추구하고 있다.

토요타의 소셜 코퍼레이션

- 자동차에 스마트패드 설치했다.
- 온라인으로 소통할 수 있는 커뮤니케이션 채널을 만들었다.(토요타 프렌드)
- 직원들간 소통할 수 있는 미니홈피 등의 채널을 만들었다.



리더는 직원들과 대화, 소통할 수 있어야 하며, 동기부여와 창의, 열정을 끌어낼 수 있는 소셜 리더십을 가지고 있어야 한다.