안녕하세요? 직장인의 경력관리에 대해서 알아보는 시간
진행의 저는 강은하입니다.

경력관리 전문가님과 함께 인사 나누겠습니다.
선생님 안녕하세요?

안녕하세요? 반갑습니다. 이대성입니다.

선생님, 한 분야에 오랫동안 활동해서 인지도를 쌓아온
연예인이나 스포츠 스타나 셰프. 이렇게 전문가들이 스타가

되면서 스타가 브랜드가 되는 세상이 됐어요.
이런 변화에 대해서 어떻게 보십니까?

맞습니다. 개인의 브랜드가 되고 있는 시대에 우리는 현재
살고 있죠. 브랜드라고 하면 상품의 영향력이라든지 아니면

홍보성, 지위, 보다 효과적으로 함축해서 소비자들에게
상징적으로 전달하는 그런 방법이 아니겠습니까?

예를 들어 코카콜라와 펩시콜라라고 한다면 맛 구별은 우리가
잘 못해도 특정 브랜드를 선호하고 구매를 하지 않겠습니까?

그래서 같은 물이라고 해도 고급 A 브랜드 생수를 다르게
받아들이고 또 설사 그 잔에 담겨진 커피가 같은 것이라고

해도 대다수의 사람들은 아마 별다방 컵을 선호하게 되는
것이죠. 이것이 바로 브랜드가 가지고 있는 파워가 아닐까

그런 생각을 해봅니다. 그런데 이제는 개인에게 브랜드를
적용을 해서 자기계발과 브랜드 파워를 섞게 되는 것이죠.

그래서 자신의 가치를 효과적으로 어필하는 개인 브랜드가
굉장히 중요하다고 생각합니다.

국민MC 유재석 씨 또 피겨여왕 김연아처럼 말씀하시는 거죠?

네, 그렇죠.

그런데 이 개인 브랜드가 우리 직장인한테도 적용이 될까요?

맞습니다. 기업 안에서 경력을 기반으로 차별화된
자신만의 역량을 가진 사람들이 여기에 속하게 되는 것이죠.

그걸 우리는 커리어 브랜드라고 하는 것입니다.

누구나 브랜드 파워를 지닌 인재가 될 수 있다라는
말씀인데요. 오늘 강의도 열심히 들어보도록 하겠습니다.

그럼 본격적인 강의 시작해주실까요?

자, 오늘은 커리어 브랜드에 대해서 함께 이야기를
나눠보도록 하겠습니다. 나는 어떠한 사람이다.

나는 누구이다. 자, 이것을 설명하는 핵심을 담을 수 있는
직장인이 과연 얼마나 될까요? 그렇게 많지 않겠죠.

지금은 개인 브랜드 시대 아니겠습니까? 나라는 사람에게
제목을 지어주고 생명력을 불어주는 것이죠. 이것이

직장인에게 대입이 되면 사람들에게 나의 존재를 기억시키고
내가 하는 업무와 내가 아는 사람을 각인시키고 이런 것들이

바로 커리어 브랜드의 첫걸음이 되는 것이죠. 자, 지금부터
당신이란 사람을 브랜드로 분석을 한번 해봅시다. 당신의

브랜드 경쟁력은 어느 정도 수준입니까? 조직에서의 중요도,
경쟁자는 누구인지 또는 직무, 업종, 사회의 영역에서 나는

어떤 단어로 연상이 될 수 있을까요? 자, 이러한 것들은
이직과 전직을 하는 상황에서도 당신은 어떤 사람이죠? 라는

질문에 있어서 자신을 묘사하는 브랜드로 대답할 수 있어야
되지 않겠습니까? 자신의 브랜드에 대해서 적절히 설명을

할 수 있는 경우, 또는 불가능한 경우를 비교하면 전달력의
강도가 완전히 차이가 나게 되는 것이죠. 그래서 브랜드

관리가 굉장히 중요한 것이죠. 왜냐하면 브랜드는 영향력이기
때문에 그렇습니다. 그래서 조직 내외에서 효과적인 영향력을

행사하려면 커리어 브랜드가 반드시 필요하다는 것입니다.
자, 브랜드는 이미지가 상당히 중요한데요. 직장인의 브랜드는

과연 어떻게 관리를 해야 되는 것일까요? 바로 성과와 관계의
균형에 그 해답이 있습니다. 제가 성과와 관계라고 말씀을

드렸습니다. 자, 직장 안팎의 사람들이 어떠한 일을 떠올리면
직장 안팎의 사람들이 어떠한 일을 떠올리면 바로 당신이

떠올라야 된다는 것이죠. 그 사람 괜찮지, 일도 잘하고 뭐
이렇게 되어야 된다는 것이죠. 이 2가지에 의해서 균형적인

브랜드가 형성이 되어야 된다는 것이죠. 그것이 바로 커리어
브랜드의 바탕이 된다는 것입니다. 그래야 그다음 단계로

넘어갈 수 있지 않겠습니까? 꾸준히 전문가에게 귀를
기울여야 할 필요가 있어요. 단기간이 아닌 장기간에 걸쳐서

꾸준히 뭔가 개발해야 된다는 것이죠. 욕심부리지 말고
역량에 맞게 커리어 브랜드를 높여가면 된다는 것이죠.

급하면 체하지 않겠습니까? 과욕하면 끝장나는 것이죠.
매일 작성해나가는 업무일지가 한 권의 책이 될 수 있겠죠.

큰 규모의 회사라고 하면 사보라는 것이 있죠. 사내
방송이라는 것도 있지 않겠습니까? 직원 포상 제도 같은 것도

활용 가치가 굉장히 높은 방법이 되겠죠. 프레젠테이션도
개인의 브랜드를 높일 수 있는 굉장히 좋은 기회

아니겠습니까? 대외 발표 이러한 것들 또한 사내외의 상황을
막론하고 커리어 브랜드에 굉장히 좋은 기회를 제공하게

되는 것이죠. 나아가서 개인의 블로그, 포트폴리오,
소셜 네트워크 서비스, 인터넷 카페, 브랜드 관리에 굉장히

효과적인 채널이 될 수 있습니다. 중요한 것이 뭐냐?
단, 직장이 허락하는 범위 안에서 꾸준히 브랜드 관리를

할 필요가 있다. 그것이 개인 역량 계발에도 충분한 동기

요인이 될 수가 있겠죠. 자, 저는 그동안 많은 직장인들에게

꾸준히 커리어 브랜드의 필요성, 가이드를 설명한 적이
한두 번이 아니겠죠. 그런데 대부분의 직장인들이 이걸

실행을 하지 못하시더라고요. 안타깝지만 어떻게 할 도리가
없지 않겠습니까? 그래서 이번에 제 강의와 함께 우리 직장인

선생님께서 꼭 브랜드, 커리어 브랜드를 좀 갖춰주시기를
정중히 부탁을 드리고 싶습니다. 자, 급수를 조금 높여볼까요?

강의, 저서, 방송의 단계로 접어드는 단계를 말하는 것입니다.
당연히 조직 내 직장인이라면 조직의 승인이 필요한

과정이죠. 상황이 이러한 과정이라면 브랜드의 씨앗이 싹트는
정도라고 설명을 드릴 수가 있는 것입니다. 개인의 브랜드가

알려지는 창구가 마련되는 셈이죠. 그런데 창구가 마련되는
것과 유명해지는 것은 현저한 차이가 나는 것이죠.

결과적으로 실력과 운이 따라주어야만 더 높이 날아갈 수
있다는 것이죠. 그래서 직장인이 유명해지는 것을 원하는

직장인이 있고 그렇지 않은 직장인 또한 있지 않겠습니까?
이는 기업문화와 상사의 의중을 충분히 살펴야 할 필요가

있죠. 그래서 직장 내의 행동 이런 것들이 직장의 통제
안에서 있어야 되기 때문에 동일한 일을 해도 경쟁자보다

자신을 돋보이게 하는 기술은 이러한 커리어 브랜드 관리.
조직과 충분히 소통하고 개인의 진로와 조직의 진로가 비교적

일치가 되었을 때 이러한 제안, 이러한 기회를 얻을 수 있는
씨앗이 만들어진다는 사실. 자, 사내외의 다양한 채널을

통해서 꾸준히 커리어 브랜드를 구축을 한다면 회사 안에서만
유명한 사람이 아닌 시장 나가서 업종에서 충분히 포커스를

받을 수 있는 그러한 High Potential Individual,
핵심 인재가 될 수 있으리라고 생각을 합니다.

제가 강의를 들으면서 성공적인 직장인 브랜드
만들기에 대해서 나름으로 한번 정리를 해봤는데요.

선생님, 한번 들어봐 주세요. 1단계 나를 탐색하라.
내가 어떤 사람인지 업무를 하는지 자기 분석을 해보고요.

2단계는 내 브랜드를 만들자라고 정해서요. 나를 잘 보이게
하는 경력이나 이미지를 만들고, 3단계 커리어 브랜드를

확산해라. 나를 알리기 위해서 스토리를 만들고 자신이
돋보이는 그런 활동들을 해서 잘 전달하는 거고요.

마지막 4단계는 브랜드 평판을 관리해라. 내가 어떤 사람인지
자신의 능력이 어떻게 평가되는 있는지 듣고 관리하는 거로

한번 정리해봤는데 어떻습니까?

이제 우리 강은하 씨께서 저 대신 강의하셔도 충분히 하실 것
같습니다. 정확하게 지적을 해주셨고요. 그래서 직장인 커리어

브랜드는 평생 만들어가야 되는 것이죠. 늘 다른 이들의 말에
귀를 기울이는 것이 또 굉장히 중요하지만 개인의 커리어

브랜드를 관리하는 자세가 반드시 필요할 거라고 보고요.
자기 자신에 대한 탐색, 그리고 성장하는 것에 있어서

게을리 해서는 안 된다는 것을
반드시 명심해주셨으면 좋겠습니다.

네, 잘 알았습니다. 오늘은 직장인의 커리어 브랜드에 대한
내용으로 강의 들었습니다. 여러분 고맙습니다.