

A sunset scene over a body of water. The sun is low on the horizon, creating a bright, shimmering reflection that extends vertically down the center of the image. The sky is filled with soft, golden light and wispy clouds. The water's surface is textured with small ripples, catching the light from the sun.

**NPO 커뮤니케이션과
명성관리/PR**

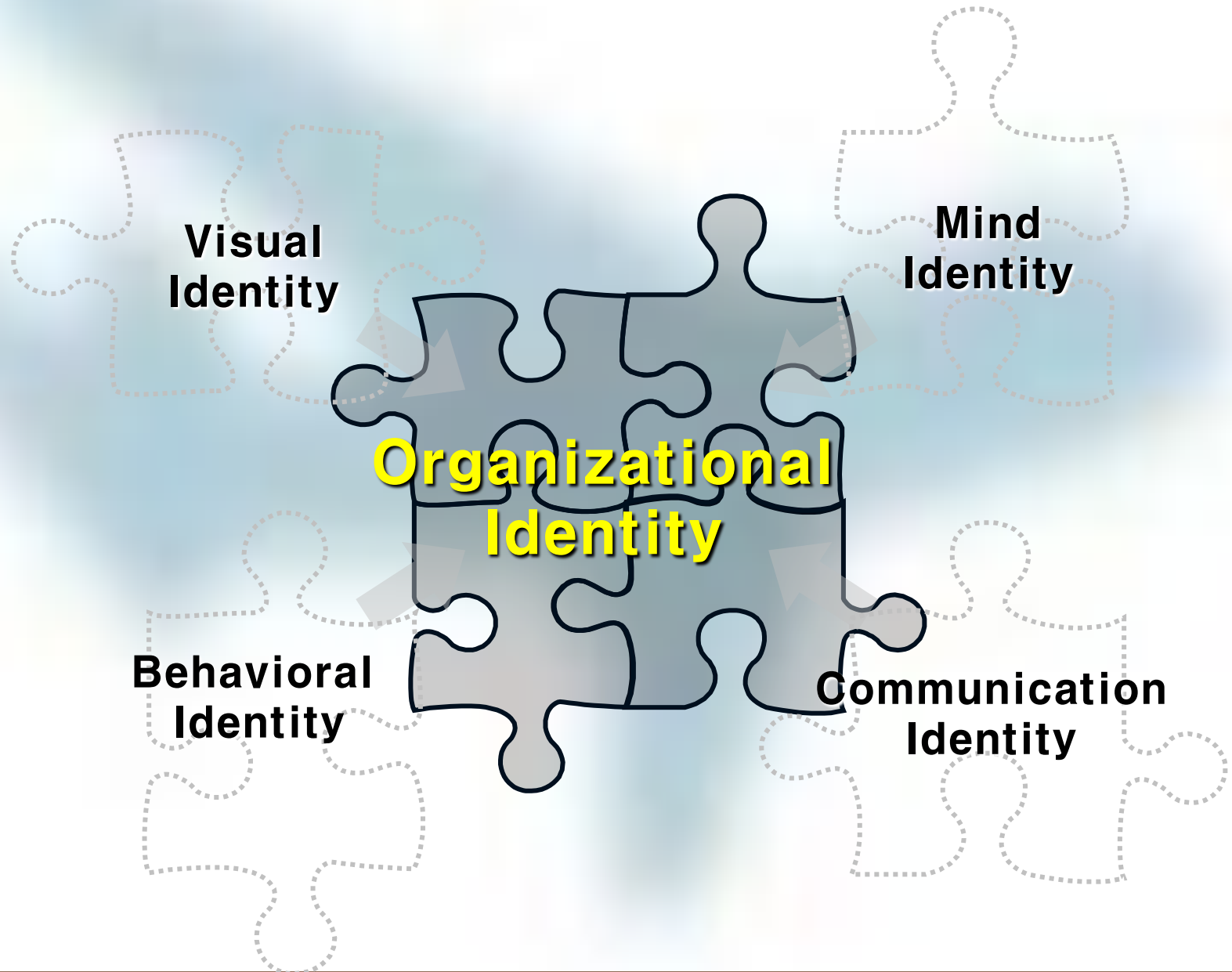
왜, reputation인가?

- 조직과 관련된 주요공중들의 평가의 종합
 - 조직의 과거, 현재, 미래에 대한 종합평가
 - 오랜 시간을 거쳐 수립
- ➔ 단편적 인상이 아닌 본질적, 장기적 평가에 focus!

What is Reputation?

“Reputation is
a combination
of identity and image”

4 identity of Organization

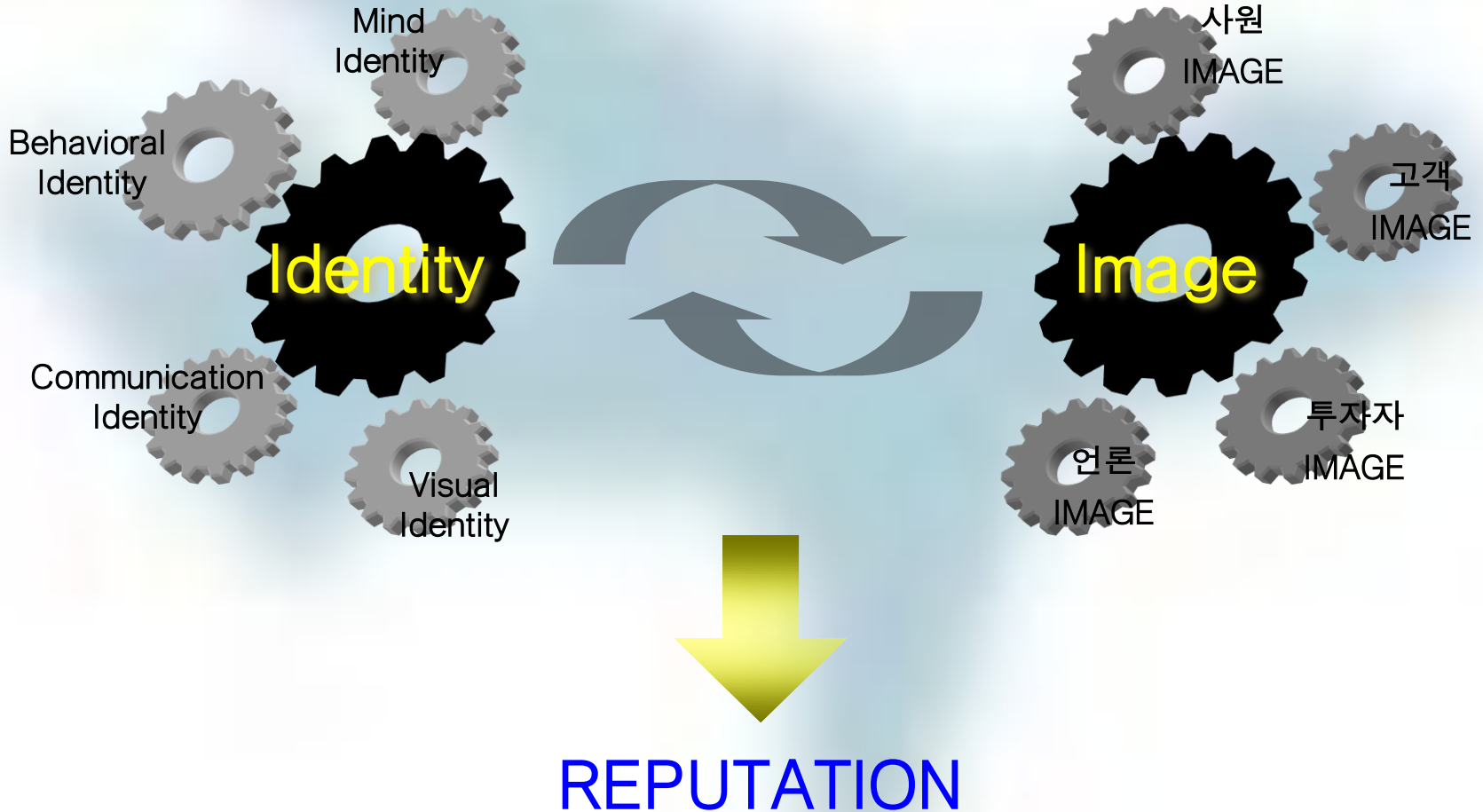


-
- ✓MI (Mind Identity) : 조직이 어떤 철학을 가지고 사업을 하는가
예) 조직 사명, 경영 이념, 사원의식 등
 - ✓VI (Visual Identity) : 조직이 어떤 시각적 이미지를 갖고 있는가
예) 조직명, Symbol 요소, 브랜드 등
 - ✓BI (Behavioral Identity) : 조직이 어떤 활동을 하는가
예) 조직/사원활동, 상품판매영업, 서비스 등
 - ✓PI (President Identity) : 최고 경영자가 어떤 사람인가
예) CEO의 경영 철학, 이미지 등
 - ✓CI (Communication Identity) : 조직이 어떤 커뮤니케이션을 하는가
예) PR, 광고활동 등

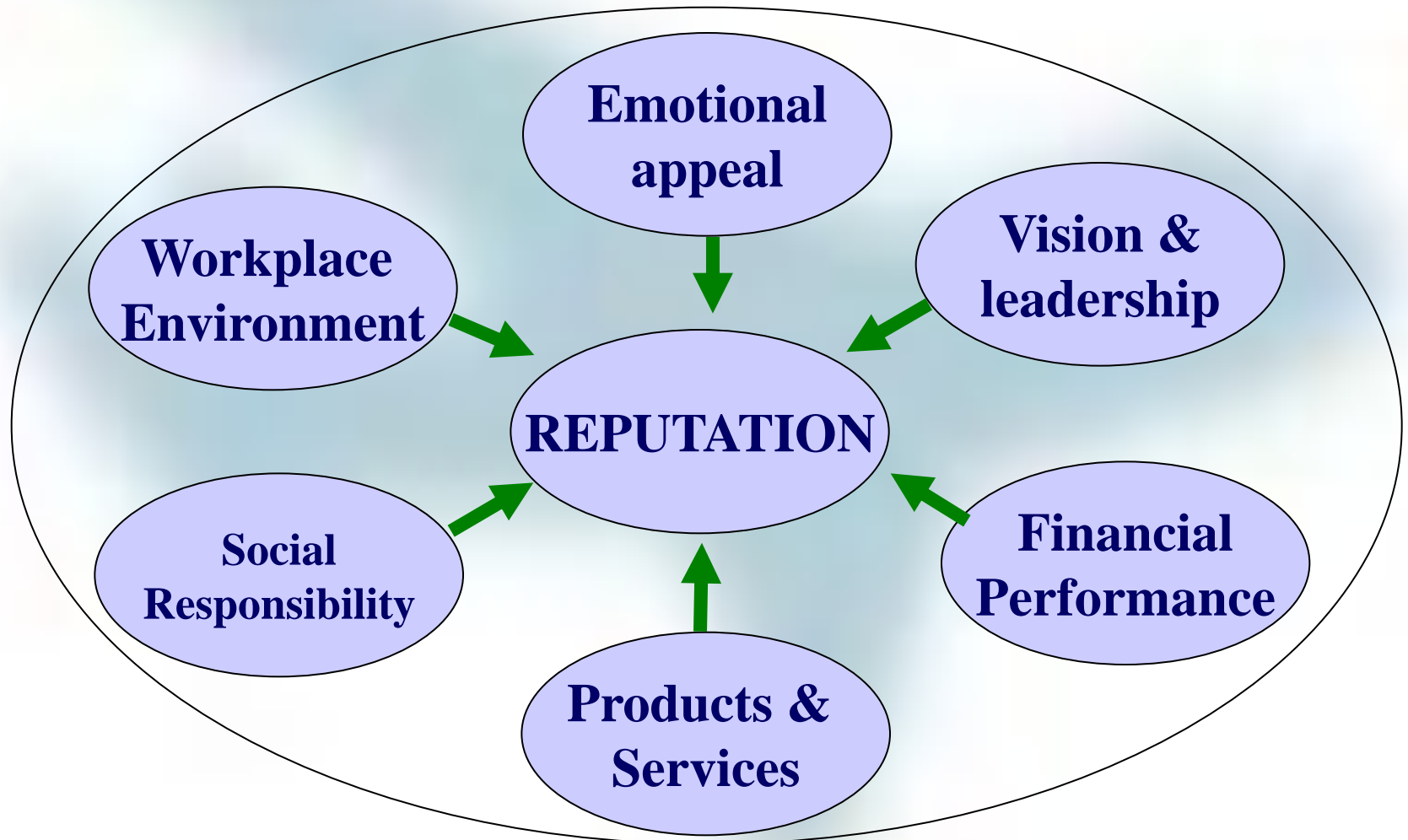
What is image?

- What members think outsiders think about their organization
- What outsiders think about an organization
- What members present or project

IDENTITY, IMAGE, & REPUTATION



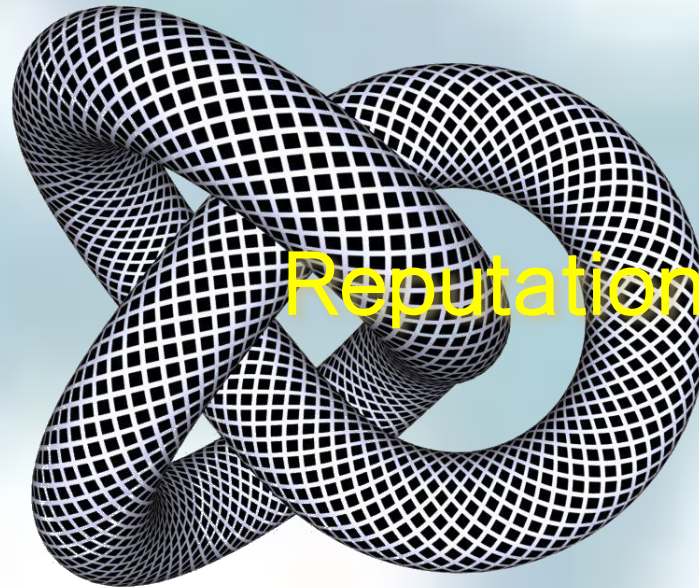
What determines your reputation?



A Duality of reputation

Asset of Organization

(조직학적, 경영전략적 관점)



뫼비우스의 띠

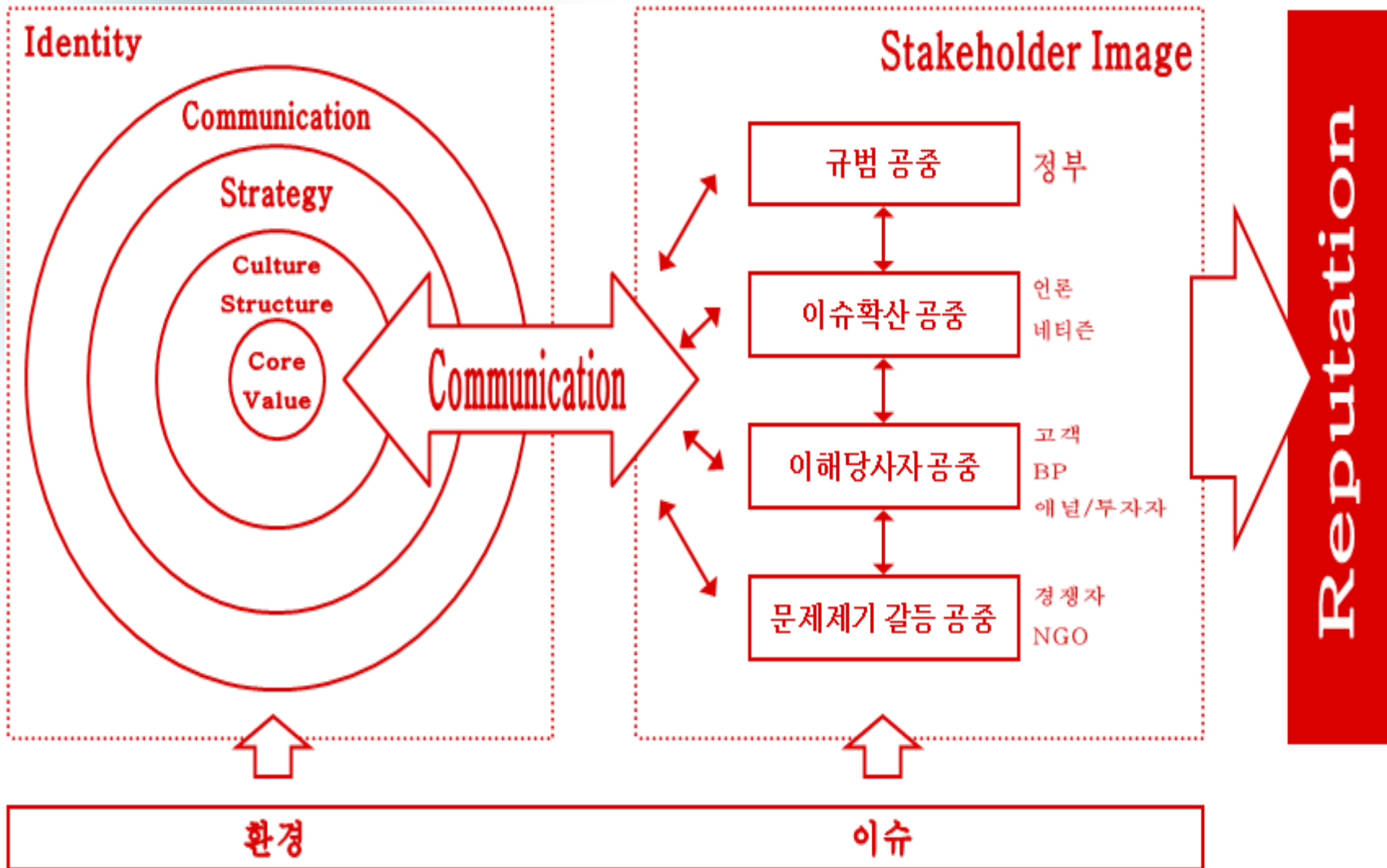
Perception of Others
(사회학적 관점)

명성과 커뮤니케이션

명성과 커뮤니케이션

1. 조직의 전략적 커뮤니케이션 : 조직자산과 명성
2. 대화와 소통 커뮤니케이션: 위기와 정당성 회복
3. 조직-공중 관계 커뮤니케이션: 조직-공중 관계성과 명성
4. 매개 커뮤니케이션: 명성과 미디어 영향
5. 조직의 내부 커뮤니케이션: 조직 아이덴티티와 명성
6. 수용자 커뮤니케이션: 커뮤니케이션 수용과정과 명성

명성 커뮤니케이션 모델



명성과 커뮤니케이션

1. 조직의 전략적 커뮤니케이션 : 조직자산과 명성

- 조직의 통합적 커뮤니케이션과 스토리텔링

- 커뮤니케이션과 성과(회비, 회원모집 등)

- PR 예산(활동별)과 명성간 관련성 연구

- 명성에 영향을 미치는 조직 커뮤니케이션 속성:

광고, 퍼블리시티, 인터넷 홈페이지, 기업블로그 등

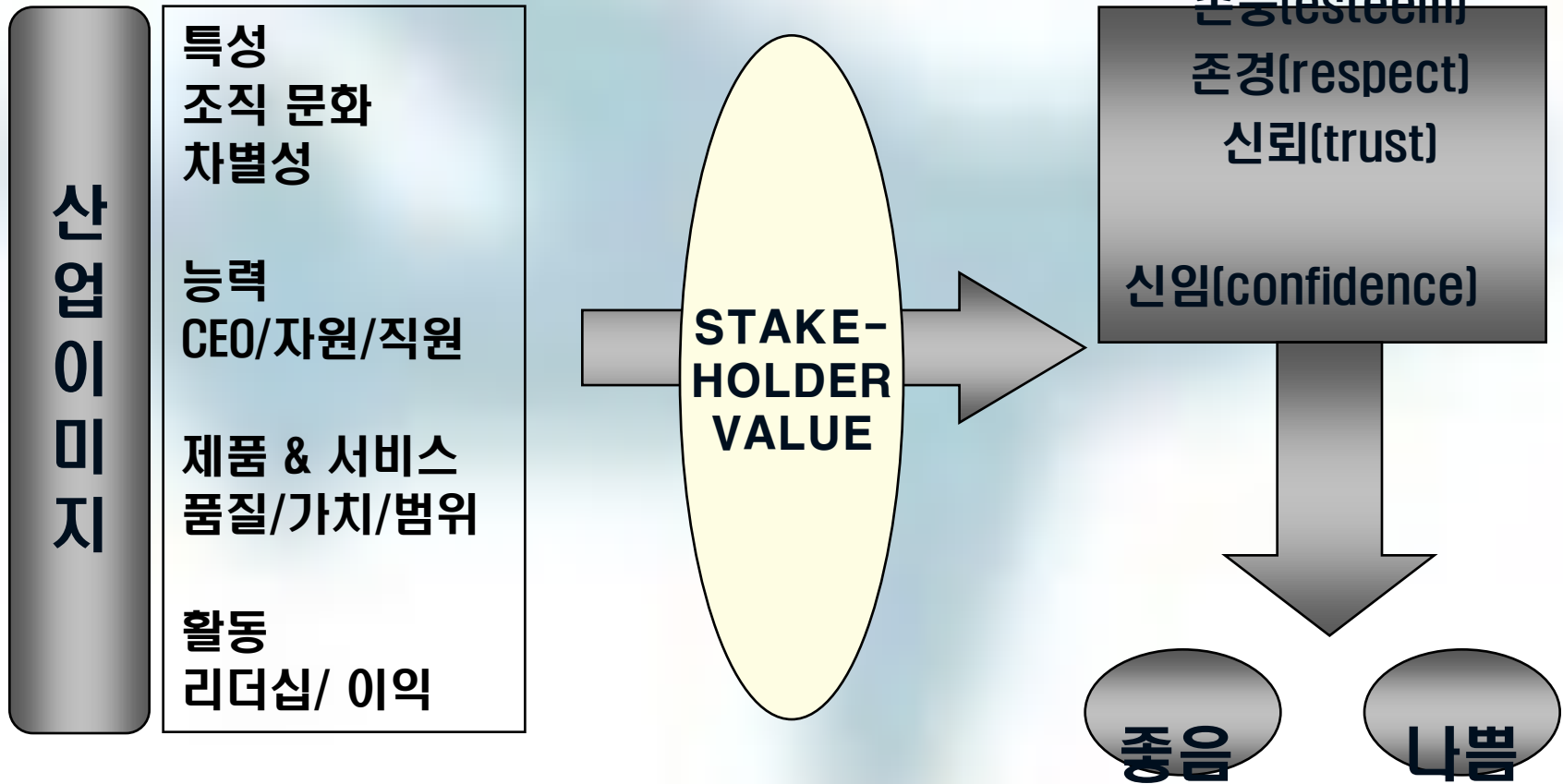
http://diplomat.prkorea.com/vank_story/cyber.jsp

경영전략적 관점 : Reputation Management Model

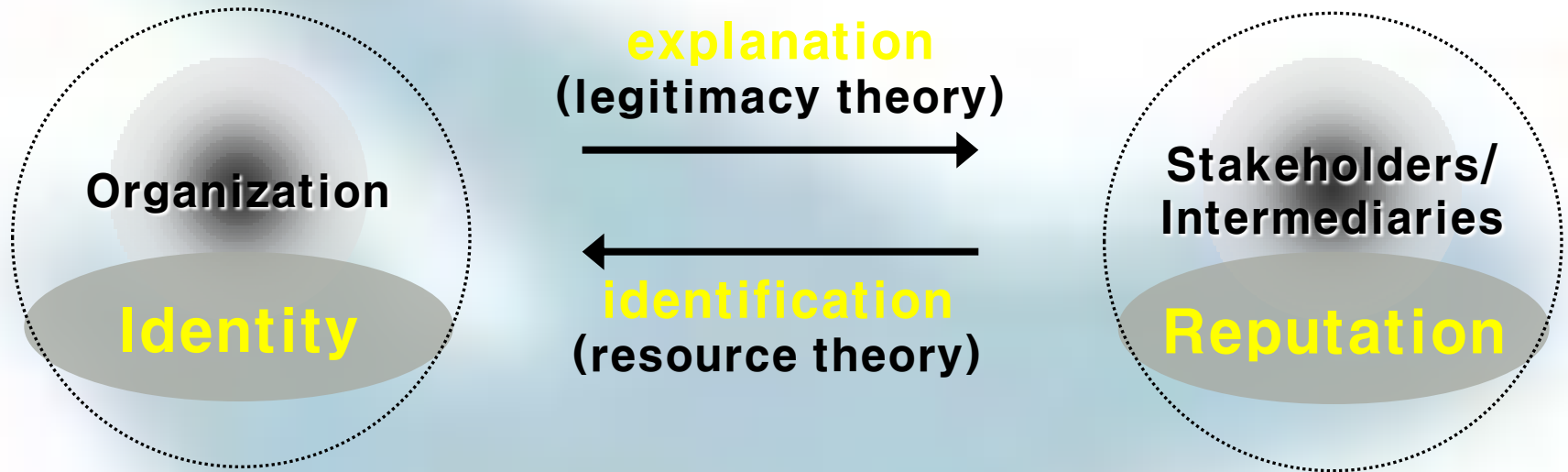
(Dowling)

조직 이미지와 정체성 구성요소

조직 명성



조직학적 접근 : 조직 아이덴티티, 내부커뮤니케이션과 명성



Organizational Identity theory (조직문화, 해석학적 접근)

Management of Communication (수사학적 접근)

명성과 커뮤니케이션

2. 대화와 소통 커뮤니케이션 : 위기와 정당성 회복

- 위험사회와 조직의 정당성 확보: 브랜드 스파 사례
- 쌍방향 관계의 중시: 대화와 소통
- SCCT 이론: 조직명성과 상황적 위기커뮤니케이션
- 상황별 위기 커뮤니케이션 전략: 사과와 방어 전략
- 상품/서비스 시장 대 사상의 시장과 이슈관리
- 사회공헌활동과 조직철학, 그리고 명성

사회학적 관점: 명성기대모델 (마흔)

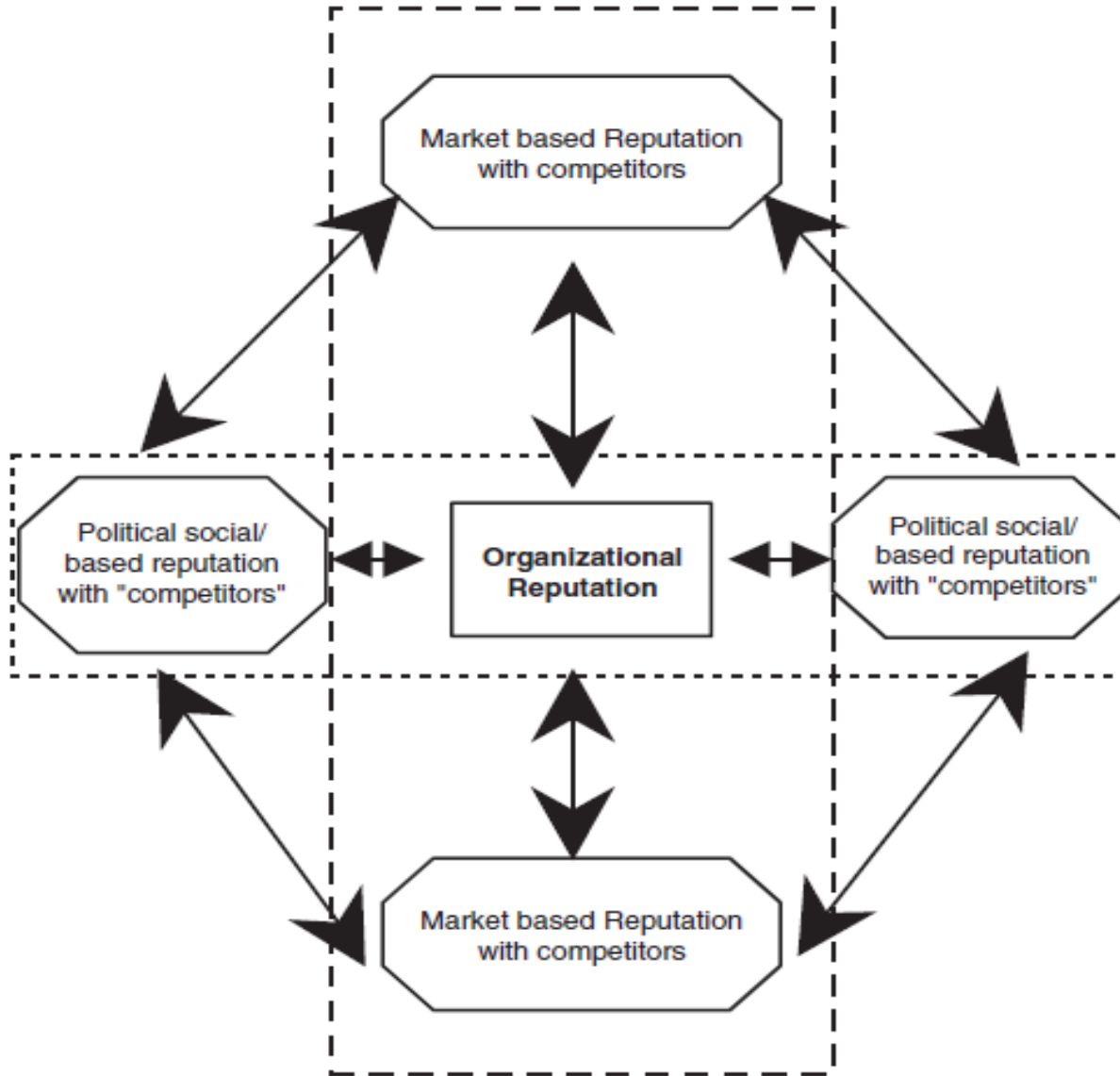


Figure 2: Reputation Interactions Across Market Types

명성과 커뮤니케이션

3. 조직-공중 관계 커뮤니케이션: 조직-공중 관계성과 명성

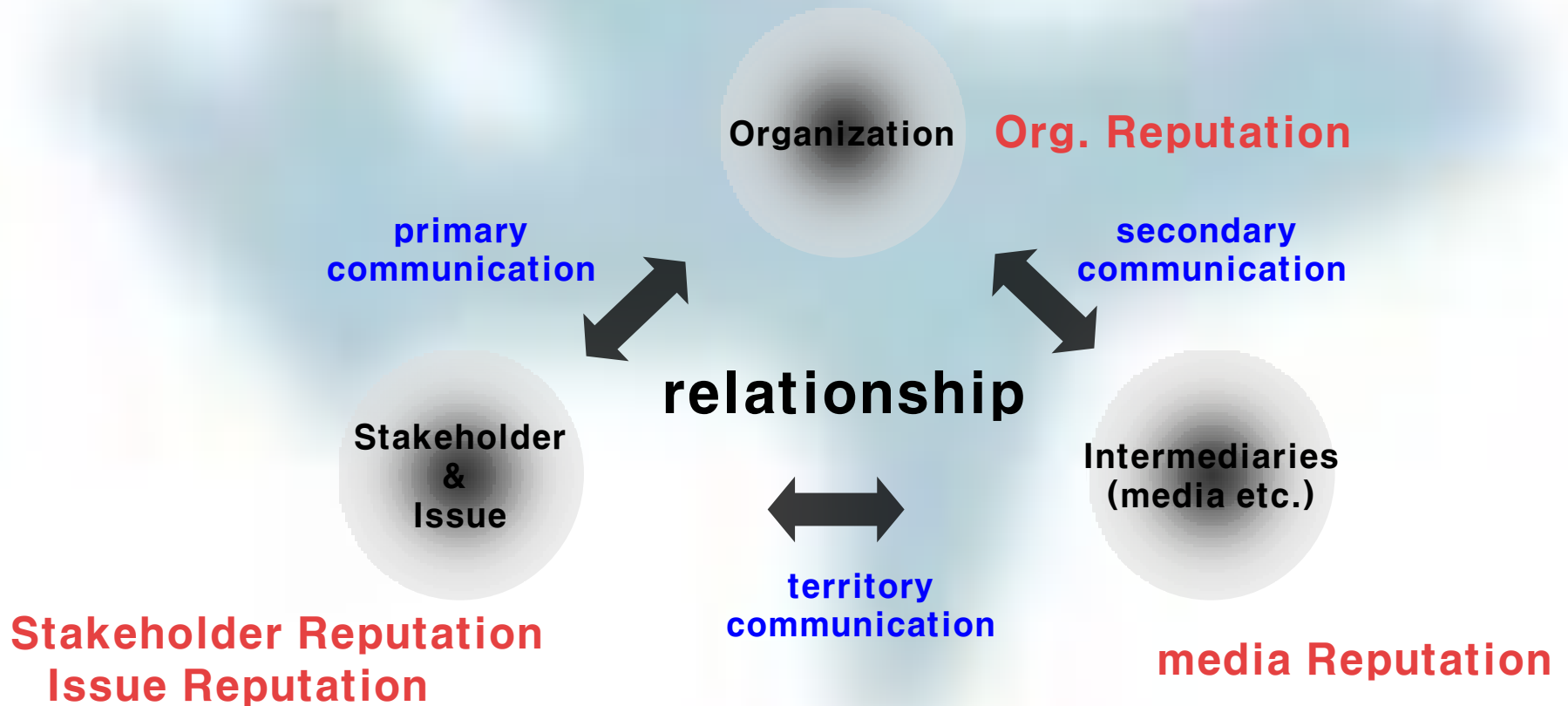
- 상징적 관계와 행동적 관계, 명성과 관계성
- 관계성과 명성, 그리고 미디어 프레임

4. 매개 커뮤니케이션: 명성과 미디어 영향

- 의제설정 이론과 의제구축이론
- 미디어 속성에 대한 보도와 공중의 기업인식
- 온라인 커뮤니케이션(대화 속성, 온라인 토론 등)과 명성

PR관점: Stakeholder approach & relationship

- 다양한 스테이크홀더와의 상호작용 focus!
- 조직-공중 관계성과 명성 관련성



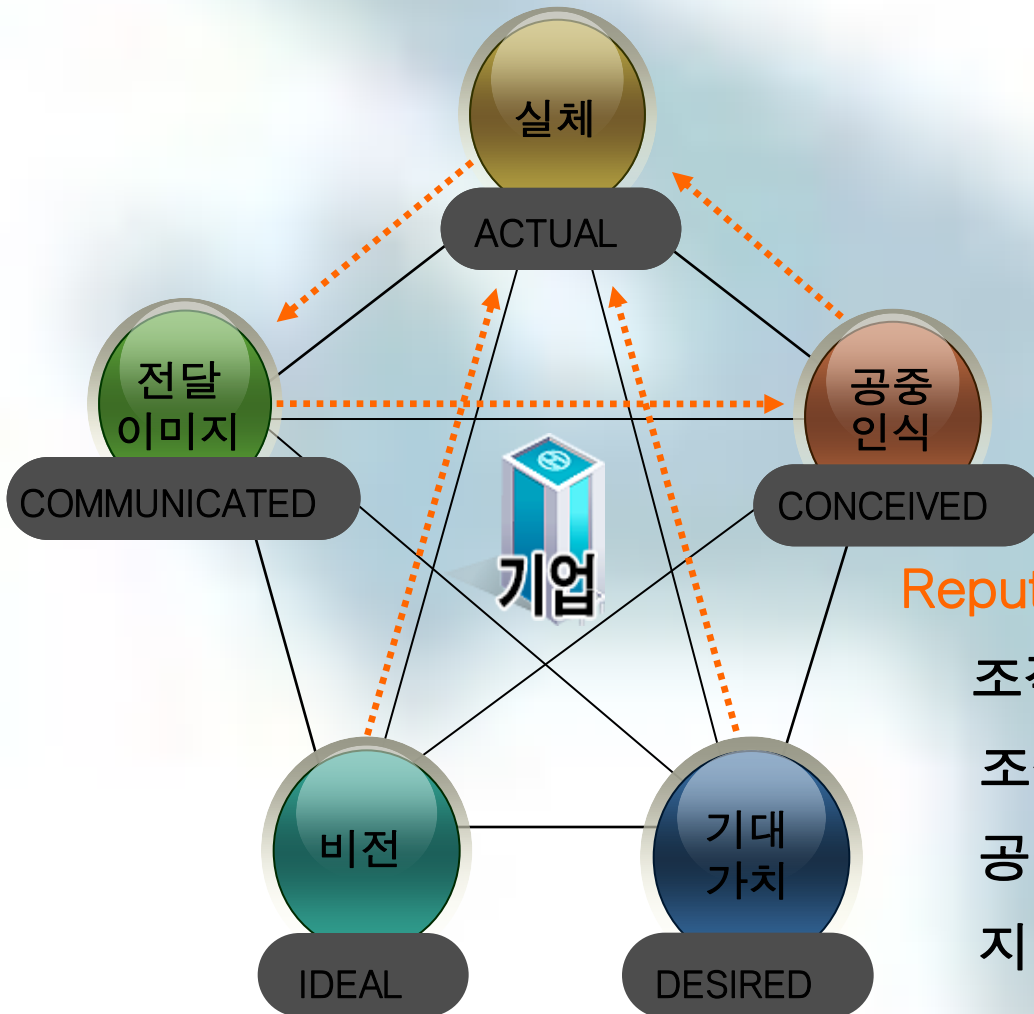
미디어 관점: Media visibility & Reputation

- Agenda Setting 이론 “미디어 의제가 공중의제에 영향을 미친다”
- 조직 명성에 영향을 미치는 미디어의 강력한 힘 제시



종합: 5 Identity management = Reputation

(Balmer의 AC2ID TEST)



Reputation이란

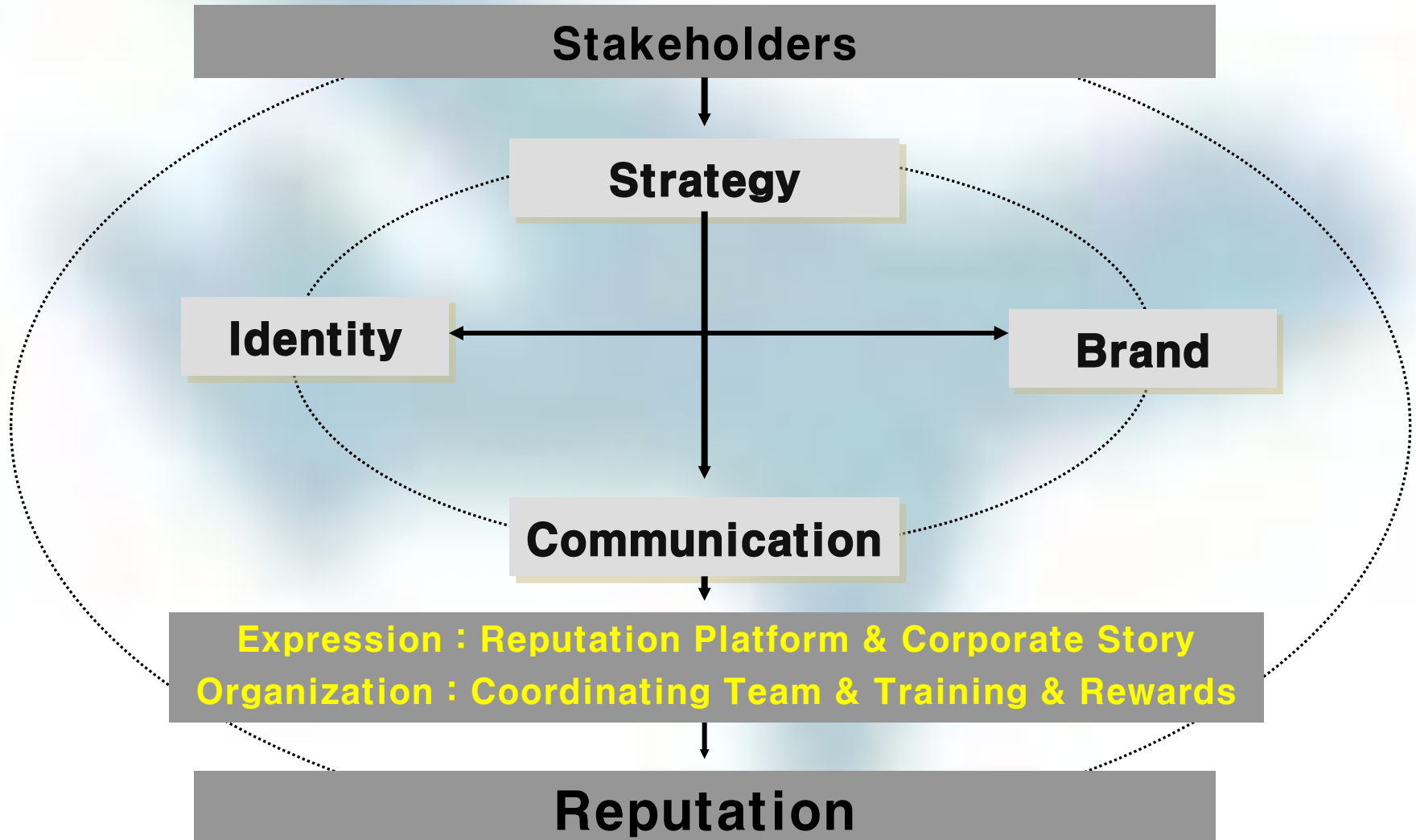
조직비전과 공중 기대가치에 근거하여
조직의 실체를 정확히 전달하고
공중이 정확히 인식하도록 하는
지속적인 쌍방균형 커뮤니케이션 과정

전략적 커뮤니케이션

‘스토리텔링’과 명성

기업 커뮤니케이션 관점 Corporate Communication & Reputation

(van Riel & Fombrun, 2007)



Developing a Reputation Platform

Reputation Platform :

조직이 내외부 공중에게 보여주고자 하는 포지셔닝 / 전략적 선택

- 3가지 채택기준 : relevant, realistic, appealing

Three Themes :

- Activity theme : 산업내 수행했던 주요 활동
- Benefit theme : 스테이크홀더들이 기대하는 매력적 잇점
- Emotional theme : 지지를 불러일으킬 만한 감성적 요인

“Life” [화이자] “Motherhood” [존슨앤존슨]

http://give.gni.kr/campaign/campaign_view.asp?idx=387&issu

≡Y

Corporate Story : Unique ---

Unique elements :

조직 고유의 독특한 요소들, 철학, 역사, 문화, 직업능력 등

Unique plots :

조직 특성을 독특하게 구성하는 방식

Folk tales, epic journeys, romantic sagas, fairy tales etc.

Unique presentation :

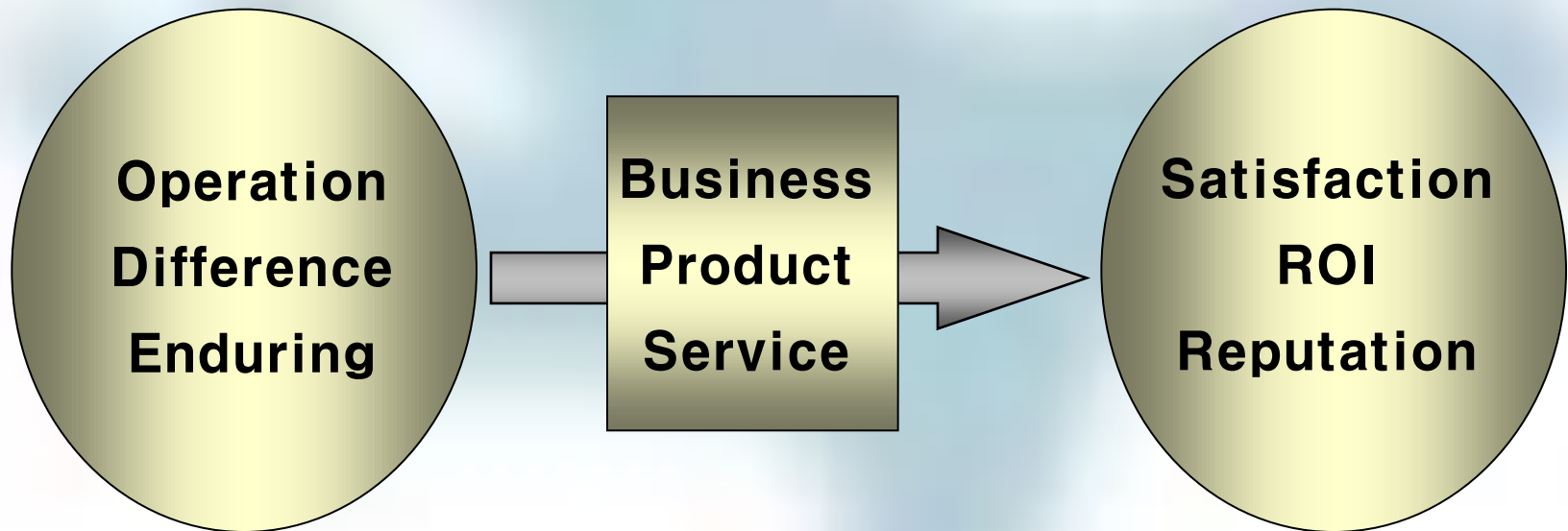
www.lego.com www.Ikea.com

Storytelling: A-A-A Model

Abilities

Activities

Accomplishments



<http://www.thebodyshop.co.kr/brand/value/animal.asp>

The 18 Immutable Laws of Corporate Reputation

- **Be a Model Citizen : J & J, IBM**
- **Convey a Compelling Corporate Vision : BP**
- **Create Emotional Appeal : Harley–Davison**
- **Stay Vigilant to Ever–Present Perils : Starbucks, Nestle**
- **Make Your Employees Your Reputation Champions : Google**
- **Control Your Internet Before It Controls You : Coke–Cola, Dunkin**
- **Speak With a Single Voice : IBM, Lego**
- **Beware the Dangers of Reputation Rub–off : Sears–Benetton**
- **Never Underestimate the Public’ s Cynicism : Coors, Philip**

명성관리전략 Key Point

- 조직의 내적 아이덴티티를 인식하고 존중하라
- 조직의 이해관계자를 파악하고 존중하라
- 강력하고 지속적인 안전수단을 구축하라
- 조직생존을 위협할 수 있는 갈등, 쟁점을 주목하라
- CEO로 인한 문제가 없는지 주의하라
- 근시안적 시각을 주의하고 보다 장기적 비전을 가져라
- 명성을 저해할 수 있는 행위들(거짓 등)을 주의하라