



## 소셜 미디어에서 직원들의 이야기를 공유하는 5가지 천재적인 방법

(5 Genius Ways to Share Employee Stories on Social Media)



귀사의 최근 소셜 미디어 게시물은 무엇입니까? 당신 제품 때문이었나요? 아니면 당신 사람들 때문이었나요?

What was your company's latest social media post? Was it about your product? Or was it about your people?

소셜 미디어에 직원 이야기를 얼마나 자주 다루십니까? (만약 당신이 그렇게 한다면)

How often do you feature employee stories on your social media? (If you do it at all.)

모든 마케터들이 알다시피, 소셜 미디어는 실시간으로 청중에게 즉각적인 도달을 제공하는 가장 중요한 도구 중 하나입니다. 그럼에도 불구하고 수백만 개의 기업이 소셜 미디어 계정을 보유하고 있지만(2018년 기준, Fortune 500대 기업 중 97%가 적어도 하나의 플랫폼을 사용함) 두 가지 중요한 요소를 간과하는 경우가 너무 많습니다.

As every marketer knows, social media is one of the most important tools that provide instant reach to your audience in real time. And yet, while millions of businesses have social media accounts (as of 2018, 97% of Fortune 500 companies use at least one platform), too often two important factors are overlooked:

1. 소셜 미디어는 소셜입니다. 즉, 방송이 아닌 양방향 대화를 의미합니다.
2. 당신의 사람과 가치를 마케팅하는 것은 당신의 상품과 서비스를 마케팅하는 것만큼이나 중요합니다.

1. Social media is social, meaning it's meant to be a two-way conversation, not a broadcast.
2. Featuring your people and values is just as important as marketing your goods and services.

## 소셜 미디어에 직원 이야기를 게재해야 하는 이유 (Why you should feature employee stories on social media )

소셜 미디어에서 직원 이야기를 공유하는 것은 잠재적인 구직자들이 여러분의 회사 문화에 무엇을 기대할 수 있는지를 보여줍니다. 또한 분산된 팀에서 비용 효율적이고 가능합니다.

Sharing employee stories on social media shows potential job seekers what they can expect from your company culture. It's also cost-effective and feasible for distributed teams.

더 많은 소비자들은 그들의 돈이 그들의 가치에 부합한다고 느끼는 회사에 가기를 원합니다. 실제로 PR 기업 5W의 2020년 연구에 따르면 다음과 같습니다.

More consumers want their money to go to companies they feel align with their values. In fact, according to a 2020 study by PR firm 5W:

- 71%의 소비자가 가치 있는 브랜드에서 구매하는 것을 선호함
- 이 숫자는 밀레니얼 세대 중 83%로 뛰어오릅니다.
- 71% of consumers prefer to buy from brands with great value
- This number jumps to 83% among millennials.

이러한 정렬은 자신의 가치에 맞는 직장을 점점 더 많이 찾는 직원들에게도 적용됩니다.

This alignment also applies to employees who are increasingly looking for jobs that match their values.

우리의 Great Place to Work® 조사 결과, 직원 유지에는 회사의 평판과 목적의식을 비롯한 3가지 핵심 요소가 있는 것으로 나타났습니다. 그리고 Z세대 직원들은 입사 지원 시 가장 중요한 요소 중 따뜻한 환영과 정신적으로 건강한 직장을 꼽습니다.

Our Great Place to Work® research shows that there are three key factors that drive employee retention, including a company's reputation and sense of purpose. And Gen Z employees say a warm welcome and a mentally healthy workplace are among the most important factors when applying for a job.

그래서 직원 이야기를 SNS에 올리는 것이 매우 중요합니다. 소셜 미디어에서 직원 이야기를 공유하는 것은 회사의 문화와 가치를 소개하고 고객과 잠재 직원을 똑같이 끌어들이는 방법입니다.

That's why it's so important to post employee stories on social media. Sharing employee stories on social media is a way to showcase your company's culture and values and attract customers and potential employees alike.

하지만 팀이 분산되어 있는 동안 진정성 있고 매력 있는 방식으로 직원 이야기를 공유하려면 어떻게 해야 할까요?

That's why it's so important to post employee stories on social media. Sharing employee stories on social media is a way to showcase your company's culture and values and attract customers and potential employees alike.

다음은 원격 작업장과 실제 작업장에서 사용할 수 있는 소셜 미디어에서 직원 이야기를 다루는 다섯 가지 방법이며, 전 세계 Certified™의 훌륭한 작업장의 예가 나와 있습니다.

Here are five ways to feature employee stories on social media that will work for remote and in-person workplaces, starring examples from Certified™ great workplaces around the globe.

## 소셜 미디어에서 직원 이야기를 공유하는 방법 (How to share employee stories on social media)

### 1. 직원 소셜 미디어 인수 (Employee social media take-overs)

당신의 계정을 직원들에게 넘겨주고 그들이 스스로 말할 수 있도록 하세요. 그것은 틱톡의 "삶의 하루"나, 대화형 트위터 채팅, 또는 인스타그램 '아무거나 물어보세요' 같은 것일 수 있습니다.

Hand your account(s) over to your employees and let them speak for themselves. That could be something like a “day in the life” on TikTok, an interactive Twitter chat, or an Instagram ‘Ask Me Anything.’

물론, 무작정 여러분의 브랜드 계정을 주는 것은 여러분의 홍보 및 커뮤니케이션 팀과 함께 하지 않을 수도 있습니다. 하지만 직원과 마케팅 팀이 메시지에 대해 협력한다면, 여러분은 창의적이고 진정한 직원 이야기를 생각해 낼 수 있습니다.

Of course, blindly giving the reins of your brand accounts may not fly with your PR and communications team. But if the employee and the marketing team collaborate on the message, you can come up with some creative and authentic employee stories.

직원들은 회사가 Great Place to Work-Certified가 된 후 TC Acoustic의 직원이 했던 것처럼 자신의 개인 소셜 미디어 계정에 자신의 이야기를 교차 공유하기를 원할 수 있습니다.

Employees may want to cross-share their stories on their personal social media accounts, like employees at TC Acoustic did after the company became Great Place to Work-Certified.

그의 인스타그램 회전목마는 이들과 함께 한 경력의 어떻게 아르바이트 대학생에서 새로운 학위로 홍콩 사업장을 열게 되었는지에 대한 이야기를 담고 있습니다.

His Instagram carousel tells the story of how his career with them took him from a part-time college student to opening a Hong Kong business with a new degree.

### 2. 최대 도달을 위한 테마 요일에 참여 (Participate in theme days for maximum reach)

글로벌 테마 데이는 소셜 미디어 금광이다. 또한 집중적인 콘텐츠 주제를 제공할 뿐만 아니라 전 세계 대화에 참여하고 더 많은 사람들과 접촉할 수 있도록 지원합니다.

Global theme days (or even themed weeks or months) are a social media gold mine. Not only do they supply you with a focused content topic, but they enable you to take part in a worldwide conversation and reach more people.

직원 감사의 날, 인증의 날 또는 세계 정신 건강의 날과 같은 날은 여러분의 직장이 어떻게 세상을 더 낫게 만들고 있는지, 특히 여러분이 이러한 주제들을 직원들의 이야기와 직접 연결할 수 있는 완벽한 시기입니다.

Days like Employee Appreciation Day, Certification Nation Day or World Mental Health Day are perfect times to show off how your workplace is making the world better – especially when you can connect those themes directly to your employees’ stories.

예를 들어, Edrington UK가 지난 해 국제 여성의 날을 위해 그들의 팀에서 여성들을 어떻게 기렸는지, 왜 각각의 여성들이 인정받기 위해 지명되었는지를 강조하는 재미있는 비디오를 통해 확인해 보세요.

For example, check out how Edrington UK honoured the women on its team for International Women’s Day last year, through a fun video highlighting why each woman had been nominated for recognition.

### 3. 일터를 초월하여 생각하라 (Think beyond the workplace)

훌륭한 직장은 직원들이 사무실 이상의 삶을 가지고 있다는 것을 인식합니다. 직원들의 노고를 칭찬하는 것도 좋지만 (그리고 격려를 받기도 합니다!), 이를 연장하고 그들이 업무 외에서 하고 있는 놀라운 일들을 외쳐보는 것은 어떨까요?

Great workplaces recognize that their employees have lives beyond the office. While it’s great (and encouraged!) to praise employees for their hard work, why not extend that and shout out some of the amazing things they’re doing outside of work?

아마도 여러분은 자선단체와 함께 자원봉사를 하거나, 매력적인 취미를 가지고 있거나, 9대 5 이상의 재능을 가진 직원이 있을 것입니다. 직원들의 개성을 자랑하고 그렇게 함으로써, 여러분은 여러분의 사업이 어떻게 사람들을 우선시 하는지 전달할 것입니다.

Maybe you have an employee who volunteers with a charity, or who has a fascinating hobby, or a talent beyond their 9-to-5. Show off the personality of your people and in doing so, you’ll convey how your business puts its people first.

Logical Media Group은 인스타그램 계정에서 매월 직원 스포트라이트를 제공합니다. 직원이 직장에서 하는 일에만 집중하기보다는 한 직원이 근무시간 외에 즉흥 코미디나 스탠드업 코미디를 어떻게 수행하는지와 같은 개인적인 세부 사항을 공유합니다.

Logical Media Group features monthly employee spotlights on its Instagram account. Rather than focusing solely on what employees do at work, share personal details, such as how an employee performs improv or stand-up comedy outside of work hours.

### 4. 통계를 공유하여 투명성 확보 (Share your stats for transparency)

만약 올바르게 행해진다면, 수치는 소셜 미디어에서 매우 눈길을 끌 수 있습니다. 잘못하면 또 다른 지루한 통계일 뿐입니다.

If done right, numbers can be very eye-catching on social media. If done wrong, they’re just another boring statistic.

소셜 미디어에 대해서는, 시각적으로, 즉 한눈에 읽기 쉬운 그래프나 인포그래픽을 생각해 보세요. 그리고 어떤 숫자를 제시하고 싶은지 골라보세요.

When it comes to social media, think visual: graphs or infographics that are easy to read at a quick glance. And be selective with which numbers you want to present.

다음과 같은 이유로 귀사를 차별화한 통계를 활용하십시오.

Tap into the stats that truly set your company apart, whether that's:

- 얼마나 많은 여성들이 리더십을 가지고 있는지
- 당신의 급여와 경쟁사와의 비교가
- 직원들이 최근 맥박 조사에 어떻게 답변했는지 보여줍니다.
- How many women are in leadership positions?
- How your salary compares to your competitors
- Shows how your employees responded to recent pulse surveys.

예를 들어, GitLab은 직원 설문 조사 통계를 그래픽으로 사용하여 Great Place to Work 인증을 획득한 방법과 이유를 보여 주었습니다.

For example, GitLab used employee survey statistics graphically to show how and why they achieved Great Place to Work certification.

깃랩을 전국 직장 평균과 비교해 일하기 좋은 곳으로 꼽는 직원들 간의 백분율 차이를 명확히 보여줌으로써 흡수하기 쉬운 많은 정보를 전달합니다.

It conveys a lot of information that is easy to absorb by clearly showing the difference in percentages among employees who say GitLab is a great place to work compared to the national workplace average.

그리고 GitLab이 했던 것처럼 여러분의 취업 페이지에 대한 링크가 있는 건방진 "PS - 채용 중"도 나쁘지 않습니다.

And a cheeky "PS - Hiring" with a link to your career page like GitLab did doesn't hurt either.

## 5. 장난기 있는 게시물을 위한 필터를 직접 만드십시오 (Use banners and filters for playful posts)

필터는 석양 사진을 터트리기 위한 것만은 아닙니다. 인스타그램 스토리나 틱톡에서 시간을 보낸다면, 한 사람의 이마에 카드가 나타나서, 그들이 어떤 연예인을 닮았는지부터 올해 어디로 여행을 갈 것인지에 대한 질문에 대한 답을 훑어보는 필터 게임을 본 적이 있을 것입니다.

Filters aren't just for making your sunset photos pop. If you spend any time on Instagram Stories or TikTok, you've likely seen filter games where a card appears on a person's forehead, flipping through answers to questions ranging from what celebrity they look like to where they're going to travel this year.

Bosch Ltd. 이후 인도는 Great Place to Work-Certified가 되었고, #IAMABoschler이라는 이름의 필터를 자체 제작하기로 결정했습니다.

Bosch Ltd. After India became a Great Place to Work-Certified, it decided to create its own filter named #IAMABoschler.

필터는 여러분이 생각하는 사람, 성취자, 리더 등 여러분이 될 수 있는 다양한 유형의 직원을 통해 회전합니다. 직원들이 직장에서의 자부심을 공유하도록 격려하는 재미있는 방법입니다.

The filter rotates through the different types of employees you could be: a thinker, an achiever, and a leader. It's a fun way to encourage employees to share their workplace pride.