이미지 경영전략가 하민회 이미지21 사장

"매력있는 CEO가 회사 경쟁력 높인다"

이미지21의 하민회(36) 사장. 그녀는 기업 CEO나 임원의 이미지를 컨설팅하고 방법론을 제시하는 이미지 전략가다. 하 사장은 "CEO의 이미지는 자산이며 기업의 경쟁력"이라고 확신한다. 그가 말하는 '성공적인 이미지 경영전략'은 무엇일까.

하 사장은 최근 출간한 '이미지 리더십'을 통해 "이미지는 주어지는 것이 아니라 만들어지는 것"이라고 말한다. 그렇다고 조작되고 부풀려지는 것까지 용인하는 것은 아니다. "CEO 자신도 모르는 매력을 어필하기 위한 방법을 찾는 것". 그가 쉽게 풀이하는 이미지 전략의 골자다. 하지만 이것만으론 약간 부족하다. 그래서 쉽고도 어려운 것이 이미지 경영이다.

하민회 사장은 "매력있는 사람이 리더가 되고 리더의 필수는 매력"이라고 단언한다. 그런데 그 매력을 발산하는 것이 어렵다. 경영철학에서부터 소소한 의상이나 화술까지 신경을 써야 한다. CEO 혼자만의 노력으로 되는 것도 아니다. 참모진이 나서야 하는 이유다. 그룹사의 경우 그룹의 이미지와 맞아야 하고 조직적인 조력은 필수다. 벤처의 경우 이미지를 부각하고 지속시키는 것 자체가 어렵다. 때문에 하 사장은 기업이나 CEO 유형별로 다양한 패턴의 방법론을 제시한다.

다양한 전략이 필요한 한편, 공통적으로 갖춰야 할 것도 있다. "사회적 트렌드를 읽는 것"이 그 중 하나다.

하 사장은 CEO에게 요구되는 4가지 트렌드를 제시한다. 탈권위, 젊음, 디지털, 펀(Fun)의 코드를 가지라는 것이다. 실제로 지난해 초반부터 언론매체에 소개된 CEO들은 4가지 코드를 배경으로 자신을 소개하려는 노력을 해왔다. '청바지를 입고 MP3를 들으며 인라인을 타는 50대 전문경영인' '젊은 직원들과 호프를 즐기며 유머를 나누는 CEO' 등이 그것이다.

"대외적인 이미지도 중요하지만 정작 사내에서 좋은 점수를 받는 CEO가 되는 것이 우선돼야 한다"는 것도 하 사장의 조언이다. 소위 '대내 리더십을 갖추라'는 얘기다.

한편 하민회 사장은 기업 유형별 CEO들의 성향에 따라 이미지 전략도 달라진다고 설명한다. 즉 벤처 CEO의 경우 모든 방면에 유연하고 적극적인 성향을 보이지만 지속성이 부족한 단점이 있다. 대기업 전문경영인들은 '스타의식'이 뚜렷하다고 한다. 때문에 자신에 대한 대외적인 이미지에 관심이 많다. 하지만 이런 의식 때문에 때론 과장되고 왜곡된 이미지가 전달되기도 한다. 그룹사의 오너 경영인들은 유연성이 부족하고, 대외적 활동을 지나치게 심사숙고하는 경향이 있다. 하지만 '오너'인 만큼 매우 열성적인 태도를 공통분모로 갖고 있다는 분석이다. 이러한 성향에 따라 이미지 전략도 달라진다. 특히 "객관적인 평가를 통한 전략 마련을 위해서는 대외 기관이나 전문가의 조언이 필수적"이라는 것도 핵심 포인트다.

이에 비해 여성 CEO들은 체질적으로 이미지 경영 능력을 갖고 있다고 설명한다. 아직까지 여성 CEO에 대해서는 성과대비 평가가 높은 것도 유리한 점이다. 하지만 그렇기 때문에 여성 CEO일수록 실적으로 평가를 받으려는 노력이 중요하다는 것이 하 사장의 충고다.

CEO의 이미지가 기업의 가치와 더욱 밀접해진 시대다. 그 이미지에 따라 주가가 등락하고 기업에 대한 평가가 갈린다. 당신은 어떤 CEO며 어떤 이미지를 가졌는가.

김태윤 기자 · pin21@joongang.co.kr