

! 33M에 대한 찬사 !

“줄리엣 파월은 온라인에서의 기업 존재를 활용하는 방법에 대하여 시의적절한 특강을 제공한다. 창업이나 활동가, 브랜드 매니저, 중역이 되기를 꿈꾸는 사람의 필독서다.”

[제프리 스투어트](#) 미메오 · 어천트 커리어 · 모니터10 창업자

“줄리엣 파월의 책을 읽는 것은 가장 인맥이 두터운 사교계 인사의 비밀문서를 들춰보는 듯한 느낌을 준다. 나를 처음 만나자마자 줄리엣은 내 팔을 움켜잡고 그 방에서 가장 중요한 사람에게 나를 데려가 소개해주었다. 그녀의 책을 읽는 것 역시 같은 경험이었다. 그녀는 직접 책 속으로 들어와 온라인 네트워킹을 통해 독자들을 권력의 방으로 인도한다.”

[에이미 슈스터](#) MSNBC 편집 프로듀서

“줄리엣은 소셜 네트워크를 잘 알고 있으며, 우리에게 소셜 네트워크를 통한 성공적인 일화와 오늘날의 진실되지 못하고 구멍 뚫린 미디어 정경 [mediascope](#)으로부터 나오는 실용적인 조언을 맘껏 즐기게 해준다.”

[데이빗 토르프](#) 오길비엔메더 글로벌 혁신 디렉터

“당신이 비즈니스를 하고 있거나 시작하려 한다면, 그리고 소셜 네트워킹을 둘러싼 모든 이야기가 대체 무엇인지 궁금하다면, 『33M』이야말로 당신을 위한 가장 빠른 지침서다. 이 책은 흥미진진한 이야기로 가득 차 있고, 탄탄한 사회과학으로 뒷받침되어 있으며, 명쾌한 설명을 제공한다.”

[하워드 라인골드](#) 『참여균중』 저자, 스탠포드대 및 버클리에 교수

“줄리엣 파월은 이 설득력 있는 책에서 소셜 네트워크의 강점과 흥미진진함, 그리고 기회를 보여준다. TED의 새로운 주인으로서 크리스 앤더슨의 데뷔 이야기부터 ‘나라고 못할 이유가 있나?’ 라는 생각을 하게 할 작은 일화들을 솜씨 좋게 그려낸다. 소셜 네트워킹의 힘은 그것을 이미 경험한 사람들에게 있어서는 정말 멋진 것이다. 그러나 대다수 사람들은 아직도 소셜 네트워킹에 대해 회의적이고, 경계하며, 불신하고 있다. 통제를 포기할 것인가, 아니면 모든 것을 통제할 것인가? 그렇다. 나는 책 한 권을 쓰기 위해 650명의 ‘공통 저자’를 이용하면서 소셜 네트워킹을 시도해 봤다. 그 책은 그들 누구도 혼자서는 쓰지 못했겠지만, 그들 ‘모두’가 기여할 수 있었던 책이었다. 줄리엣의 말처럼 처음에는 통제를 포기하는 것이 정말 힘들었다. 그러나 그녀가 강조하는 장점은 실제로 존재한다. 한 번 시도해보라. 그러면 알게 될 것이다!”

[척 하우스](#) 스탠포드대 미디어-X 연구소장

“온라인 소셜 네트워킹의 흥미진진한 새로운 세계는 우리가 알고 있는 사회의 공간을 바꿀 근본적인 힘을 보여주고 있다. 우리의 인터랙션, 관계, 가치관은 대다수가 이해할 수 있는 것보다 더 빠른 속도로 변화하고 있다. 줄리엣 파월은 급속도로 변하며 ‘조증’을 겪는 디지털 생태계에 대한 재미로 가득한 여행을 제공하며, 동시에 실용적인 조언과 현대 문화에서 진정성이 점점 중요해진다는 통찰력 있는 논평을 함께 제공한다. 그 과정에서 우리는 정말 재미있는 인물들을 만나고, 어떻게 소셜 네트워킹이라는 현대사회 현상의 힘을 활용해 당신과 당신 비즈니스에 의미 있는 사회/경제적 결과를 이룰 것인지를 보여주는, 실제 소셜 네트워킹 성공 스토리의 이면을 엿볼 수 있다.”

[마이클 스펜서](#) 어스윌월드 CTO

“디지털 사회는 우리가 이제 막 이해하기 시작한 방식으로 사람들과 아이디어 간의 커넥션을 확대하고 활기를 불어넣는다. 『33M』은 우리에게 비즈니스·엔터테인먼트·정치 분야 등이 소셜 네트워크로 어떻게 서로 연결되는지를 보여준다.”

[케니 밀러](#) MTV 네트워크 글로벌 디지털 미디어 크리에이티브 디렉터 겸 부사장

“소셜 네트워크는 아이들이나 괴짜들만 하는 것이라고 생각했다면, 아니 당신의 시간을 투자하기에는 너무나 하찮다고 생각했다면, 다시 생각하라. 줄리엣 파월은 커넥션의 힘과 오디오를 얻는 전략, 비즈니스를 하는 새로운 톨과 기법을 통해 급변하는 세계에서 커뮤니티를 구축하는 모범사례를 보여준다. 이 책은 전문용어도 쓰지 않고, 이 세계에 발을 담가 본 적이 한 번도 없는 사람들에게도 쉽게 읽히는 책이지만, 동시에 경륜 있는 네트워크들도 지혜를 얻을 수 있는 책이다. 사회적 관계가 비즈니스적으로 성공적으로 연결되었을 경우에 금전적 이득으로 이어질 수 있다는 그녀의 개념은 현실 세계의 사례로부터 설득력을 얻는다.”

[폴 브래넌](#) BBC 뉴스 인터랙티브 부편집자

“줄리엣 파월은 당신이 기술만 아는 괴짜이든지, 신기술 반대자이든지, 혹은 영리한 10대 블로거이든지, 아니면 가장 최신의 인터넷 현상을 수용함으로써 경쟁 우위를 확보하려는 기업인이든지에 상관없이 소셜 네트워킹에 대한 완벽한 이해를 할 수 있도록 책을 썼다.”

[조엘 드레위스](#) 『레드헤링』 편집장

“줄리엣 파월은 온라인에서 벌어지고 있는 사회적인 변화에 인간의 얼굴을 부여한다. 그것이 미스페이스나 페이스북 같은 새로운 톨을 설명하는 것이든, 아니면 바이럴 커뮤니케이션이나 사회적 자본 같은 중요한 개념을 설명하는 것이든 말이다.”

[클레이 서카](#) 플리크, 올리고, 톨꿈다, 저자

“줄리엣 파월의 『33M』은 완벽한 수업 교재다. 줄리엣은 소셜 네트워킹이아말로 온라인에서 같은 생각을 가진 사람들을 찾는 최선의 방법임을 이해하고 있다. 이익을 추구하기 위해서든, 특정한 목적을 이루기 위해서든, 회사를 만들고 키우기 위해서든, 아니면 그저 온라인과 그 외부에 있는 사람들 사이에 공동체 의식을 구축하기 위해서든 말이다. 멋진 일을 해낸 파월 교수에게 브라보!”

[빌 소벨](#) 소벨 미디어, NY:MIEG, www.sobelmedia.com

“줄리엣 파월은 왜 당신이 이 새로운 통신 체계에 깊이 참여해야 하는지를 훌륭한 사례들로 답변해준다. 줄리엣은 이 혁명의 진정한 선구자들의 일화를 통해 당신의 엔진을 가동하고 이 세계로 들어가기 위해 필요한 모든 동력을 제시한다.”

[크리스 브로건](#) chrisbrogan.com 비즈니스 자문관

“줄리엣 파월은 단지 최신 기술 트렌드가 아닌 비즈니스 방식으로서의 소셜 네트워킹 활용에 관한 놀라운 정보들을 제공한다. 당신이 처음으로 온라인 커넥션을 시도하는 사람이든, 소셜 네트워킹의 베테랑이든, 줄리엣은 소셜 네트워킹으로 일하고 싶거나 그것에 관해 알고 싶은 기업인 모두에게 중요한 주제와 개념 그리고 아이디어를 요약해준다.”

[제프리 데치스](#) 레이저피쉬 공동창업자, 전미제작자협회 뉴 미디어 카운슬 회장

“소셜 네트워킹은 이제 조찬 모임만을 위한 것이 아니다. 『33M』은 그것이 마케팅과 홍보를 초월해 사람들과 기업들을 그 누구도 감히 꿈꿔보지 못한 방식으로 어떻게 연결시키는지 보여준다. 이를 객관적으로 제시해준 줄리엣에게 감사하고, 내게 수많은 잠 못 드는 밤을 만들어 준 소셜 네트워킹에 감사한다.”

[데이빗 블루멘스타인](#) 더 헤처리 공동창업자

“우리는 모두 소셜 네트워킹과 커넥션과 협업의 기술이 엄청난 현상임을 인정한다. 그러나 그것들은 과연 무엇을 의미하는가? 그들이 어떻게 사회·경제적 가치를 창출할 수 있는가? 줄리엣 파월은 자신의 경험과 더 개더링 씽크탱크의 통찰력을 활용해 이 중요한 질문에 대한 설득력 있는 답변을 준비했다. 명쾌한 설명과 유용한 예시, 접근 가능한 조언으로 가득한 『33M』은 기업 종사자 및 일반 독자 모두에게 중요한 도구, 차세대 경제를 위한 자료집이다.”

[로렌스 윌킨슨](#) 글로벌 비즈니스 네트워킹 공동창업자이자 대표

“줄리엣 파월은 단순한 커뮤니티 전문가가 아니다. 그녀는 커뮤니티에서 사는 사람이다. 그녀의 아이디어는 소셜 네트워킹을 구축하는 모든 사람과 기업에 필수적이다.”

[오리 브라프먼](#) 『스웨이』, 『불가사리와 거미』의 저자

“줄리엣은 소셜 네트워크의 힘과 그것이 제시하는 기회를 훌륭히 포착했다. 당신이 개인 브랜드나 글로벌 기업의 임팩트를 극대화하기를 원한다면, 이 책에서 중요한 교훈을 배울 수 있다. 세상은 또 한 번 변했고, 이 책은 당신이 그 변화를 이용해 어떤 이득을 얻을 수 있는지를 알려줄 것이다.”

더그 징게일 마이크로소프트의 제너럴 매니저

“많은 기업인에게 아직은 생소한, 부상하는 세계적 힘에 대한 멋진 소개. 그 세계에서는 아이디어가 들불처럼 확산되고 엄청난 부와 심지어 로맨스가 만들어지고 또 깨질 수 있지만, 아직은 그 세계의 책임자가 없다. 빠르게 진행되면서도 충분한 정보를 주는 이 책에 묘사된 내용은 당신의 관점에 따라 모든 사람이 하나로 연결된 유토피아적 미래와 우리가 알고 있는 문명의 종말 사이 어디쯤일 것이다.”

브랜 페렌 어플라이드 마인즈 CCO

“이 책을 읽는 것의 네트워크 가치는 최초의 소셜 네트워킹 애플리케이션, 최고로 멋진 TED 컨퍼런스, 그리고 거침없는 뉴저지의 와인 전문가가 온라인 스타가 됐는지에 대한 이야기로 읽는 내내 당신을 즐겁게 하면서 당신의 순가치를 몇 배로 확대해준다는 점이다. 『3M』은 이제 막 시작하는 블로그에서 포천500 기업의 CEO까지 소셜 네트워킹에 대해 배우려는 모든 사람에게 사려 깊고, 분석적이며, 실용적인 방법론을 제시한다. 이 책을 읽으라고 권하고 싶고, 그렇지 않다면 다른 사람이 이 책을 읽는 동안 뒤를 조심하라고 말해주고 싶다.”

디나 카플란 블립티비 공동창립자이자 COO

“나는 1985년에 커뮤니티를 위한 새로운 흐름을 찾기 위해 아직 ‘사이버공간’이라고 불리지도 않았던 곳에 들어왔다. 내가 사는 와이오밍 같은 작은 농촌 마을처럼 인간의 상호의존성을 고취시킬 수 있는 새로운 ‘장소’ 말이다. 현재 이러한 상호의존성은 가족 농장과 함께 시들어 가고 있다. 그 이후로 전자프론티어재단의 급속한 정착에도 불구하고 내게 이 꿈은 영원히 실현되지 않을 것처럼 느껴졌다. 그러나 그렇지 않을 것임을 곧 확인했다. 줄리엣 파월은 우리 모두가 한데 모일 수 있는 이 방대하고 신비로운 ‘방’에서 집합적 삶의 스파크가 스스로를 지속하기 시작하고 있다는 증거를 제시한다. 그녀의 책은 우리가 지금 필요로 하는 실용적인 희망을 준다.”

존 페리 발로우 그레이트풀 데드' 작사가, 사이버운동가

33M

소셜
네트워크
성공스토리

33 Million
People in
the Room



33 Million People in the Room:

How to Create, Influence, and Run a Successful Business with Social Networking
by Juliette Powell

Authorized translation from the English language edition, entitled 33 MILLION PEOPLE IN THE ROOM: HOW TO CREATE, INFLUENCE, AND RUN A SUCCESSFUL BUSINESS WITH SOCIAL NETWORKING, 1st Edition, ISBN: 0137154356 by POWELL, JULIETTE, published by Pearson Education, Inc, publishing as FT Press, Copyright © 2009 by Juliette Powell

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

KOREAN language edition published by J-PUB CO., Copyright © 2011

KOREAN translation rights arranged with PEARSON EDUCATION, INC., publishing as FT Press through AGENCY ONE, SEOUL KOREA

이 책의 한국어판 저작권은 에이전시 원을 통해 저작원자와의 독점 계약으로 제이펍에 있습니다. 신저작권법에 의하여 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.

33M 소셜 네트워크 성공스토리

초판 1쇄 발행 2011년 4월 5일

지은이 줄리엣 파월

옮긴이 김지량 | 펴낸이 장성두 | 책임편집 안주연

본문디자인 북아이 | 표지디자인 미디어픽스

주소 경기도 파주시 교하읍 파주신도시 에이15-1블록 한빛마을 휴먼빌 201-502

전화 070-8201-9010 | 팩스 02-6280-0405

홈페이지 www.jpуб.kr | 펴낸곳 제이펍

출판신고 2009년 11월 10일 제406-2009-000087호

용지 신승지류유통 | 인쇄 한승인쇄 | 제본 춘산제본

ISBN 978-89-94506-14-2 (13320)

값 13,000원

※ 이 책은 저작권법에 따라 보호를 받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금지하며, 이 책 내용의 전부 또는 일부를 이용하려면 반드시 저작권자와 제이펍의 서면동의를 받아야 합니다.

※ 잘못된 책은 구입하신 서점에서 바꾸어 드립니다.

제이펍은 독자 여러분의 책에 관한 아이디어와 원고 투고를 기다리고 있습니다. 책으로 펴내고자 하는 아이디어나 원고가 있으신 분께서는 책에 대한 간단한 개요와 차례, 구성과 저(역)자 약력 등을 메일로 보내주세요.
(보내실 곳: jeipub@gmail.com)

33M

소셜
네트워크
성공스토리

33 Million
People in
the Room



줄리엣 파월 지음 | 김지량 옮김

I 차례 I

추천사 by 김대중 XI
추천사 by 네이피어 콜린스 XIII
추천사 by 지미 웨일스, 안드레아 웨커레 XVI
감사의 글 XX
지은이 소개 XXII

CHAPTER 01 | 소셜 네트워크의 힘 .. 0

'밀린 이야기하기'에서 '계속 연락하고 지내기'로 5
리드의 법칙과 우주의 중심 7
커뮤니케이션 · 생산 · 유통의 새로운 기회 12

CHAPTER 02 | 소셜 네트워크, 어떻게 시작할까? .. 16

이 애들 장난감은 뭐지? 20
로그인과 다리 만들기 27

CHAPTER 03 | 소셜 네트워크, 어떻게 활용할까 .. 30

온라인 페르소나를 관리하라 33
개인정보 보호 41

CHAPTER 04 | 동네스타의 힘 ·· 44

인터넷 명성과 영향력 47

새로운 멋진 아이들 51

CHAPTER 05 | 진실성이 필요하다 ·· 55

자신의 정체성을 온라인으로 가져오라: 계리의 성공 전략 58

자신에게 충실하기 64

CHAPTER 06 | 피드백 루프 ·· 66

진실성과 온라인 세계의 자연적 질서 70

피드백 루프는 어떻게 작동하는가? 72

피드백, 사회적 지능, 그리고 리더십 75

CHAPTER 07 | 사회적 자본 → 문화적 자본 → 금전적 자본

·· 78

사회적 자본, 수영장, 그리고 썰매 언덕 80

사회적 자본과 동네스타 86

사회적 자본 + 문화적 자본 → 금전적 자본 87

CHAPTER 08 | 오바마의 소셜 네트워킹 대선 전략과 바이럴리티 ·· 90

- 플뿌리 조직 구축하기 94
- '진화'와 바이럴리티 97
- 오디언스에서 커뮤니티로 101

CHAPTER 09 | 클라우드소싱과 코크리에이션: 생산의 기회 ·· 106

- 대중을 소싱하기 110
- 코크리에이션의 거인 114
- 커뮤니티와 함께 일하기 116

CHAPTER 10 | 완전한 채널 개방: 커뮤니케이션의 기회 ·· 120

- '글로벌 기업 내부 깊숙한 곳에서의 시각' 124
- 커뮤니티에 개방하기 125
- 더 나은 커뮤니케이션 만들기 128

CHAPTER 11 | 성공은 당신이 찾는 곳에 있다 ·· 132

- 지나가는 유행에서 피할 수 없는 진실로 137
- 체크메이트 139

GROSSERY 용어해설 142

추천사 by 김대중

현대 비즈니스에서나 개인의 경력을 관리하는 부분에 있어서 SNS로 이야기되고 있는 서비스들인 페이스북, 트위터 등은 어느 날 갑자기 나타난 서비스들이 아니다. 이미 오래 전부터 오프라인에서 각종 모임이 온라인화되어 커뮤니티를 형성하게 되었고, 그 커뮤니티가 스마트 폰 등과 결합한 최적화된 서비스로 발전한 것이 오늘날의 모양을 만들게 된 것이다.

우리가 책을 읽을 때 저자의 출신을 배경 지식으로 삼아서 접근하면 책을 좀 더 효과적으로 이해할 수 있을 것이다. 이 책의 저자는 미디어 전문가에서 출발하여 다양한 계층을 위한 포럼을 운영하고 있다. 저자는 커뮤니티를 하나의 단순한 공통의 관심사를 가진 조직이 아니라 하나의 미디어적인 관점에서 바라보면서 이야기를 하고 있다. 그리고 자신에게 도움이 되는 커뮤니티를 만드는 방법, 커뮤니티를 성공적으로 운영하기 위해 필요한 요소들을 살펴하고 있다. 외국에서의 커뮤니티와 국내에서의 커뮤니티는 상황적으로 다르긴 하지만, 그 내면에 흐르고 있는 근본적인 원리는 비슷하다는 점에서 효과적인 커뮤니티 운영을 원한다면 많은 도움이 될 것이다.

이 책에는 소셜 미디어들을 활용한 다양한 사례들을 제시하고 있는데, 국내의 사례가 아니라 조금은 실감나지 않을 수도 있다. 하지만, 소셜 미디어 자체가 사람 살아가는 이야기를 동력으로 풍부해지는 틀이기에 이 책에서 사례로 든 것들을 내 것으로 잘 소화시킬 수만 있다면 한층 업그레이드된 자신을 발견할 수 있을 것이다. 나와 조직의 더 나은 변화를 원한다면 이 책을 적극 추천한다.

김대중

『소셜리더가 되라』의 저자

추천사 by 네이피어 콜린스 |

모든 일이 너무 빠르게 일어나고 있다. 내가 어린아이였을 때는 전화와 자동차를 가진 사람들은 소수의 특권층뿐이었다. 누군가에게 연락을 하는 가장 빠른 방법은 인편으로 전달되는 전보였다. 손으로 쓴 편지는 소중하게 생각됐고, 편지를 영원히 보관하는 경우도 많았다. 비즈니스 거래도 같은 방식으로 이루어졌다. 50년 전 런던과 뉴욕 사이의 커뮤니케이션은 텔렉스를 통해 이루어졌다. 미국과 유럽 사이의 전화 통화료가 너무 비쌌기 때문이다. 그로부터 몇 년이 흐른 후에 팩스가 도입됐다. 그리고는 80년대 초 학계에서 PC 통신이 부상하자 우리는 이를 비즈니스에 활용했다. 동시에 스투어트 브랜드 Stewart Brand는 ‘웰WELL’을 창립하였고, 이 ‘웰’을 통하여 샌프란시스코만 지역의 떠오르는 지적·문화적 엘리트 계층이 서로 커뮤니케이션하며 아이디어를 공유하고, 뉴스와 농담을 주고받으며 서로의 포부를 나누게 했다. 비즈니스 리더들은 그들의 지식과 아이디어를 실현하기 위하여 여러 분야의 전문가로 이루어진 이상적인 팀을 꾸리기를 원했는데, 스투어트는 1987년에 ‘글로벌비즈니스네트워크GBN’를 창립하여 우리가 선택한 ‘주목할 만한 사람들’을 비즈니스 리더들에게 소개하였다. 인터넷이 생기기도 전에 우리는 이미 ‘웰’이라는 사적인 공간을 통

해 끊임없이 서로 소통하고 있었던 것이다. 기업과 정부는 협업적 사고, 의사결정, 그리고 신속한 행동을 위해 새로운 커뮤니케이션 채널의 사용을 점점 확대하기 시작했다.

4년 전쯤의 어느 날, 나는 줄리엣 파월로부터 나를 만나고 싶다는 이메일을 받았다. 그녀는 막 ‘더 개더링 씽크탱크(The Gathering Think Tank)’라는 기술·미디어·정책·예술·과학·혁신·비즈니스 분야의 젊은 기업인들의 모임을 창설하던 시기였다. 나는 GBN 설립의 취지, 즉 주요 기업 리더들과 함께 세계가 나아가는 방향과 그 대응에 관한 지식을 나눌 수 있는 출중한 사상가·예술가·혁신가를 한데 모으는 것에 관해 이야기했다. 우리의 취지는 미래에 관한 시나리오를 만들어 비즈니스 리더들이 다양한 가능성을 상상하고 세계가 나아가는 방향에 대한 의견을 나눌 수 있게 하자는 것이었다. 줄리엣과 나를 함께 알던 지인은 더 개더링 씽크탱크가 GBN과 그 ‘주목할 만한 사람들’의 21세기 버전이라고 주장하며, 우리를 서로 ‘온라인 소개’를 주선해주었다. 그 지인은 줄리엣이 GBN의 모든 창립자들 중에서도 특히 나를 만나고 싶다고 했다. 왜냐하면 그녀야말로 ‘차세대 네이피어 콜린스’니까!

미디어·뉴 미디어·테크놀로지에 관한 줄리엣의 지식과 그녀가 알고 있는 리더들은 다른 사람들의 아이디어를 포용하게 하는 나의 노하우와 결합하였다. 우리는 곧 협업과 비즈니스의 새로운 방식을 모색하기 시작했다. 공적·사적 영역 모두에서 너무나 많은 새로운 정보·아이디어·신념의 교환 방식이 개발됐다. 그래서

이제는 아이디어를 수백만 명의 사람들과 즉시 공유할 수도 있고, 아니면 당신이 선택하는 소수나 단 한 사람하고만 공유할 수도 있게 되었다. 줄리엣은 개인적 경험 혹은 일종의 본능적 이해를 통해 이 모든 것을 머릿속에 담고 있는 듯했다.

바로 이런 이유로 나는 줄리엣이 이 책을 쓰기를 바란 것이다. 젊든 늙었든 모든 사람들이 이 새로운 비즈니스와 학습의 기회에 참여하도록 돕기 위해서 말이다. 그녀는 나의 동료들과 내가 새로운 소셜 네트워킹 툴을 이용하도록 가르쳐 주었고, 이 툴은 우리의 개인적 삶은 물론 비즈니스에서도 큰 도움이 되었다. 이제 그녀의 책은 이러한 중대 교훈을 훨씬 더 광범위한 오디언스에게 전달할 것이다. 이 책을 읽는 모든 독자들은 새로운 무언가를 발견할 것이며, 기업 중역에서부터 이제 막 사회생활을 시작하는 대학 졸업생들까지 그 모두가 이 책에서 발견한 그 무언가를 서로 다른 방식으로 적용할 것이다. 나는 줄리엣이 더 큰 자신감과 능력을 갖고 이 새로운 세계에 더 깊이 뛰어들어, 성공적인 맞춤형 소셜 미디어 전략을 실행하고자 하는 모든 기업을 기꺼이 안내할 것이라고 확신한다. 이 책을 읽으면서 당신은 소셜 네트워킹이라는 놀랍고도 새로운 이 방식이, 비즈니스를 영위하고 커넥션은 유지하는 더욱 혁신적이고 효과적인 방법을 제시한다는 사실을 알게 될 것이다.

네이피어 콜린스 Napier Collins

30년간 글로벌 에너지 회사의 중역으로 근무했다. 1987년에 피터 슈워츠, 스투어트 브렌드, 제이 오길비, 로렌스 윌킨슨과 함께 GBN을 공동 설립했다. 현재 GBN은 모니터그룹에 소속돼 있다.

추천사 by 지미 웨일스, 안드레아 웨커레

위키피디아Wikipedia는 2001년 그 단어가 처음 만들어지기 전까지는 아무도 들어본 적 없는 이상한 말이었다. 그로부터 10년도 채 지나지 않은 지금, 약 10억이 넘는 전 세계 사람들이 위키피디아 웹 사이트를 이용하고 있다. 그들 대다수가 볼 때 위키피디아라는 단어를 모르는 사람은 없다. 이렇게 수억 명의 사람들이 즉시 인식하는 글로벌 브랜드를 구축하는 것은 과거에는 수십 년의 시간과 수억 달러의 마케팅 비용이 드는 일이었다.

그러나 지미Jimmy가 위키피디아 프로젝트를 운영하기 위해 설립한 자선단체 위키미디어 재단은 위키피디아를 만들고 누구나 다 아는 브랜드로 성장시키는 과정에서 마케팅 비용을 전혀 지출하지 않았다. 단 1센트도! 위키피디아는 기본적으로 입소문으로 성장했다. 위키피디아 커뮤니티 내부에서 느껴진 흥분이 한 번에 한 사람씩 블로거와 웹 마스터들에게로 확산되고, 그들은 또 자신의 독자들과 친구와 어머니에게로 이를 확산시켰던 것이다.

줄리엣 파월은 이 사례를 포함해 여러 일화를 『33M』에 등장시키면서, 크고 작은 기업들이 어떻게 현대의 온라인 툴을 이용해 혼란을 헤치고 나가 새로운 방식으로 자신의 오디언스와 접촉하고 있는지에 대해 설명한다. 또한 소셜 네트워크의 사용으로 독자들이 어떻게 자신의 비즈니스를 확장하고, 리스크를 줄이고, 비용을 절감할 수 있는지를 보여준다. 그들이 이제 막 시작하는 소규모 회사든, 아니면 수십 년간 존재했던 안정적인 기업의 마케팅 매니저든, 아니면 반도체 개발 등 하이테크 사업을 하는 포천500 기업의 CEO든, 동네 와인가게를 운영하는 로테크^{low tech} 회사의 대표든 말이다.

오늘날 가장 유용한 소셜 네트워킹 툴을 논하고 그 툴이 다양한 상황에 어떻게 중요한지를 설명하는 것과 함께, 줄리엣은 모든 개인이 그들의 사회적 자본(관계의 네트워크와 그 안에서 이용과 접근이 가능한 자원)과 문화적 자본(그 사람의 지식, 경험, 인맥에서 비롯되는 영향력과 그에 상응한 혜택)을 증대하는 능력을 갖고 있음을 강조한다. 그리고 이는 결국 자신의 금전적 자본을 늘리는 능력에 긍정적인 영향을 준다.

논점을 설명하기 위해 인용한 기술과 소비자의 사례들 중에서는 인맥이 두터운 직원과 그 직원이 속한 기업이 더 나은 정책결정 및 투자를 할 수 있는 능력, 그리고 그에 따라 수익을 증대할 수 있는 능력 사이의 상관관계를 논하는 UCLA와 보라텍스의 연구 같은 매력적인 정보도 포함되어 있다.

특히 이 책에서 역사적으로 가장 흥미로운 부분은 최근 미국 정치를 이야기한 부분이다. 줄리엣은 2008년 미국 대선에서의 오바마의 승리를 아래와 같이 분석한다.

오바마의 인터넷 선거운동이 거둔 압도적 승리는 일차적으로 세 가지 요인에 기인한다. 첫째는 그가 경쟁 후보들보다 온라인에 훨씬 많은 재정적 투자를 했다는 점이다. 오바마 캠프는 배너광고와 스폰서 링크에 다른 후보들보다 약 10~20배 더 많은 비용을 지출했고, 보스턴 글로브Boston Globe 등 주요 신문에서 데일리 코스Daily Kos, 드러지 리포트Drudge Report 같은 정치 블로그까지 다양한 사이트에 광고를 게재했다. 두 번째는 오바마의 캠페인에는 직접적이고 노골적인 세일즈가 없었다는 점이다. 오바마의 배너 광고를 클릭하면 바로 기부금 납부 페이지로 가는 것이 아니라 선거운동 행사 참가 신청서가 나온다. 신청서를 전송하고 나서야 기부를 요청하는 메시지가 나온다. 오바마는 노골적인 세일즈 전술을 피함으로써 자신의 진정성을 확인했고, 지지자들에게 '충성심이 돈보다 더 중요하다'는 무언의 명확한 메시지를 보낸 것이다. 세 번째 요인이자 오바마의 메시지가 열렬한 추종자들로부터 일반 대중에게로 곧바로 전달될 수 있었던 비결은 바로 오바마 캠프가 온라인 세계를 깊이 이해하고 있었다는 사실이다.

또 다른 부분은 아직도 논란이 되고 있는 엘 고어의 2000년 대선 패배다.

2000년 미 대선 당시에 엘 고어는 높은 득표율을 기록했지만 결국 대법원 판결에 따라 공화당 후보 조지 W. 부시에게 패하고 말았다. 패배는 굴욕적이었지만, 이 과정에서 고어는 귀중한 교훈을 얻었다. 그리고 바로 이 교훈이 결국 역사의 흐름을 바꾸어 놓았다. '정치인 고어'가 패배하자 이제 '인간 고어'는 더 이상 남들에게 어떤 모습을

보여주어야 하는가에 연연하지 않고 자기 본연의 모습을 찾을 수 있었다. ...(종략)... 고어가 이렇게 폭넓은 인식을 구축하는 데 성공할 수 있었던 것은 두 가지 능력의 결합 덕분이었다. 첫째는 열정적이고 확신 있게 자신이 아는 바를 전달하는 능력이고, 둘째는 자신의 방대한 개인적 소셜 네트워크를 통해, 그리고 그에 관해 알고 있는 많은 사람들에게 메시지를 전달하는 기민한 능력이다.

『33M』은 얇은 책이지만, 그렇다고 이 책의 중요성을 과소평가하지는 말기 바란다. 비즈니스 서적은 대부분 건조하기 이를 데 없는데, 이 책은 참여적이고 재미있게 읽을 수 있다. 이 책은 지미가 위키피디아로 했던 일을 당신이 자신이나 회사 또는 자선단체를 위해 할 수 있도록 도와줄 것이다. 만약 당신이 웹의 사회적 본질을 이해하지 못하고 성공을 위해서만 웹을 이용한다면, 성공은 경쟁자들에게로 돌아갈 것이다.

..... 지미 웨일스 Jimmy Wales 위키피디아 창립자

..... 안드레아 웨커레 Andrea Weckerle 통신 컨설턴트이자 기업가

Ⅰ 감사의 글 Ⅰ

내가 인생에서 내린 모든 큰 결정과 마찬가지로, 이 책을 쓰기로 결정한 것도 나의 멘토가 그렇게 하라고 북돋워주었기 때문이다. 나는 이 책의 집필을 마친다는 것이 얼마나 큰 도전이 될지 알지 못했다. 33M을 준비한 지 7개월째, 1차 초고 마감일이 코앞에 닥친 시점에서 나는 가슴에 혹이 생긴 것을 발견했다. 연이은 고통스러운 검사와 마요클리닉에 짧게 입원까지 하고 난 후 나는 유섬유종 진단을 받았다. 우리 어머니는 항상 말씀하셨다. “인생에서 어떤 일이 일어나는지가 중요한 게 아니다. 중요한 것은 네가 그것을 가지고 무엇을 하기로 선택하느냐다!” 어머니의 가르침대로 나는 내 인생에 대해 ‘예스!’ 라고 말하기로 결정했다. 그리고서야 내게 내려진 진단이 이 책을 성공적으로 끝맺게 하는 동력이 됐다.

『33M』은 수백 명의 귀중한 기여와 우정이 없었다면 존재할 수 없었을 것이다. 그 중에서도 특히 소피 보트Sophy Bot에게 감사하고 싶다. 9개월 동안 내 아이디어를 인내심 있게 귀기울여주면서 친한 친구로 시작했던 우리의 관계는, 집필 마지막 한 달 동안 활발한 협업의 과정을 넘어 평생의 우정으로 발전했다. 아이디어를 명확하게 만들고, 조직하고, 또 아이디어들을 모든 수준의 독자가 쉽게 이해할 수 있는 방식으로 묶는 소피의 능숙하고 유쾌한 능력은 어려운 상황에서 기한 내에 이 책의 출판을 완료하는 데 큰 역할을 했다. 모든 힘든 상황과 불가능한 일정 속에서 나는 최고의 공모자를 만난 것이다.

I 지은이 소개 I

줄리엣 파월Juliette Powell은 소셜 미디어 전문가이자 기술·미디어·엔터테인먼트·비즈니스 커뮤니티를 연결하는 혁신 포럼 ‘더 개더링 씽크 탱크The Gathering Think Tank, (<http://www.thegatheringwebsite.com>)’의 창립자이다.

줄리엣의 10년간의 커리어는 10대 시절부터 시작되었다. 10대 시절 그녀는 TV 방송국에서 일했으며, 사람과 커뮤니티 구축에 대한 평생의 관심을 바탕으로 자연스럽게 인터랙티브/뉴 미디어 콘텐츠 및 포맷 분야로 영역을 넓혀 갔다.

몇 개의 기업을 창업한 줄리엣은 사람과 소셜 미디어 최전방 기술에 대한 깊은 지식으로 가장 최신의 변화를 발견하고, 그 사회적·비즈니스적 함의를 추출하는 데 있어 탄탄한 명성을 얻었다. 레드불, 모질라, MS, 컴팩, 트럼프 인터내셔널, 노키아, 유엔, 미 법무부, 팔토크, 로켓붐 등 기업과 정부, 뉴미디어 조직에서 그녀의 컨설팅 서비스를 이용하고 있다.

줄리엣은 MIT 혁신포럼, NYU 인터랙티브 테크놀로지 프로그램,

전미제작자협회 뉴 미디어 카운슬에서 초청 강연을 했다. 또한 세계적으로 유명한 TED 컨퍼런스의 제작을 돕기도 했다. 또한 TV 진행자, 프로듀서, 그리고 파월 인터내셔널 엔터테인먼트PIE의 창립자가 되었다. PIE는 넬슨 만델라, 찰스 황태자, 리차드 브랜슨 경, 스티븐 스피버그, 톰 크루즈 등 뉴스메이커들과 함께 스페셜 리포트를 만드는 종합 미디어 프로덕션 및 개발 회사였다. 그녀는 또한 바이오그래피 채널, 위민스 엔터테인먼트 텔레비전, E! 엔터테인먼트 텔레비전, 태양의 서커스, 브라보와 함께 프로젝트를 진행했다. 가장 최근에는 TV, 인터넷, 라디오, 모바일 애플리케이션을 위해 만들어진 캐나다 최초의 크로스플랫폼 인터랙티브 쇼를 만들기도 했다.

줄리엣은 뉴욕 맨하탄에 거주하며 캐나다 몬트리얼에도 거주지를 유지하고 있는 이중 시민권자이다.

저자에 대한 더 자세한 정보는 juliettepowell.com을 참조하기 바란다.