경영진 2022 년 예측

리더가 알아야 할 향후 1년
변화의 트렌드와 최신 기술 예측

변화의 시대에 앞서 나가려면

2022년 예측을 위해 스플렁크 고위 경영진과 기술 전문가들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 지난 2년 간의 격변으로 모든 것이 바뀌고 있는 상황에서 불확실한 미래를 예측하기란 어렵다는 것을 확인했습니다. COVID-19 팬데믹 자체뿐만 아니라 과열된 경제, 공급망 대란, 정치적 혼란 등으로 인한 영향을 모두 고려해야 합니다. 2022년에는 상황이 개선될 조짐이 보이지만, 예상치 못한 변수를 대비하는 것이 가장 안전한 대응이 될 것입니다.

그렇다면 리더는 어떻게 조직을 이끌어야 할까요? 그 어느 때보다 데이터를 기반으로 한 결정이 중요합니다. 다행히도 2022년을 맞이하는 지금 우리에겐 팬데믹으로 인한 건강 및 경제적 영향에 대한 2년 간의 데이터가 있습니다. 혼란스러운 상황은 여전하지만 2020년에 비하면 '전례없는' 이라는 표현이 줄어들고 있습니다.

스플렁크 사장 겸 CGO (Chief Growth Officer) 인 테레사 칼슨 (Teresa Carlson) 은 "팬데믹 발생 이후 첫 1년 동안 정말 많은 일이 있었다"며 "직장 폐쇄도 그 중 하나인데 지속적인 실험과 관찰, 데이터를 통해 정책과 접근 방식을 더욱 명확하게 개선하고 있다"고 말했습니다.

테레사 칼슨은 이러한 데이터가 2022년에 가장 요구되는 리더십의 바탕이 될 것이라고 말합니다. "지금 시점에서 가장 중요한 것은 결단력입니다. 데이터가 우리가 나아가야 할 방향을 안내할 것입니다."

테레사 칼슨은 결단력이 'All or Nothing' 의 이분법적 사고방식과는 다름을 강조합니다. " 결단력은 완고함이나 독단적인 행동과 구별되어야 합니다. 모든 결정은 다수의 참여에 의해 이루어질 것입니다."

테레사 칼슨은 다음과 같이 설명합니다.

"성공은 팀을 이끄는 데서 나옵니다. 리더는 불확실한 상황에서 결정을 내리기 위해 자신감이 있어야 하지만 주변 사람들의 의견을 경청하는 겸손도 필요합니다. 리더는 단순히 무엇을 할지 결정하는 자리가 아닙니다. 프로세스에 기여하고 함께 공을 세운 사람들에게 명확한 지분을 제공하는 것이 진정한 리더쉽입니다."

2021년에 스플렁크에 제품 및 기술 담당 사장으로 합류한 션 바이스 (Shawn Bice) 는 격동의 시대에 필요한 것이 바로 리더라고 말했습니다. “위기를 극복하거나 예방하려면 리더십의 세 가지 기본 요소가 필요”하다고 그는 말합니다. “도전을 두려워하지 않는 과감한 사고와 세부 사항에 대한 심층적 이해, 그리고 최고의 데이터, 강력한 판단력, 뛰어난 직관을 기반으로 한 결정이 리더십의 가장 기본적인 측면 중 일부입니다.”

내년은 우리 모두에게 보다 성공적인 해가 되길 바랍니다. 스플렁크는 이를 위해 리더십 전략과 최고 경영진이 주목해야 할 최신 기술 동향에 대한 보고서를 작성했습니다. 보안 전략 및 사이버 범죄에 대해 자세히 알아보려면 데이터 보안 (Data Security 영문) 보고서를 확인하고, CIO 영역에 중점을 둔 예측에 대해서는 IT 및 옵저버빌리티 (IT and Observability 영문) 보고서를 읽어보십시오.

2022 년 예측 및 생존 전략

06
미래형 조직을 위한 인력의 변화
직원 참여, 복지와 사무실의 의미 재고

08
M&A 열풍
코로나 이후 생존 기반 확보를 위한 기업 M&A 열풍

09
에지 컴퓨팅
에지 컴퓨팅 열풍 정점 도달

11
고객 경험 CX
2022년의 결정적 요인이 될 CX

13
데이터 활용, 선택이 아닌 필수

16
컨트리뷰터

예측

미래형 조직을 위한 인력의 변화

인력의 세대교체와 신기술의 도래는 이미 몇 해 전부터 시작되었지만 COVID-19 로 인해 디지털 트랜스포메이션과 함께 노동력 변화가 한층 가속화되었습니다. 그 결과 모든 조직이 새로운 출발점에 서게 되었습니다.

스플렁크 최고 인사 책임자인 크리스틴 로빈슨 (Kristen Robinson)은 “업무수행 방식과 장소가 달라지고 있습니다. 이러한 변화는 보다 생산적이고 포용적인 직장을 만들고 건강하고 공감하며 연결되어 있는 지속 가능한 인력을 확보할 수 있는 좋은 기회입니다”라고 말했습니다.

크리스틴 로빈슨은 조직이 뛰어난 인재를 유치, 개발, 보유하기 위해 인력에 대한 접근 방식을 혁신하는 것은 여러 조각으로 이루어진 퍼즐이며 모든 산업이 각기 다른 방식으로 해결해야 한다고 말합니다. 그녀는 스플렁크와 같은 사무실 기반 조직이 새로운 그림을 구성할 수 있는 방법을 소개합니다.

원격 근무는 리더가 팀을 이끄는 방식을 바꿉니다. 로빈슨은 원격 근무는 사무실 근무와 완전히 다르다고 말합니다. 특히 앞으로는 팀의 절반은 하나 이상의 사무실에 모여 있고 나머지 절반은 모두 원격 근무로 배치되는 상황을 예상할 수 있다고 설명합니다. 그리고 팬데믹 기간 동안에는 자녀들의 홈스쿨링과 같은 또 다른 중단이 추가됩니다. 스플렁크 사장 겸 최고 성장 책임자인 테레사 칼슨은 인간 중심의 리더십이 갑자기 그 어느 때보다 더 중요해졌다고 말합니다.

테레사 칼슨은 “사람들에게 좀 더 너그러워져야 하고, 유연성을 제공하고, 팀의 웰빙을 확인할 시간과 올바른 방법을 찾아야 한다”며 “동시에 우리는 사람들이 성공할 수 있도록 권한을 부여해야 하며, 그들이 책임감을 갖고 원격 근무 환경에서 기여한 바를 인정받을 수 있도록 해야 합니다”라고 강조합니다.

직원 복지 증진은 시급하고 절실한 요구입니다. 여기에는 웰빙과 워라밸에 대한 관리 전략이 포함되며, 직원의 성장을 돕는 정신 건강 자원에 대한 새로운 접근 방식도 포함됩니다.

크리스틴 로빈슨은 조직은 종합적인 웰빙 전략을 수립할 필요가 있다며 “여기에는 직원이 사용할 수 있는 리소스와 일과 삶의 균형, 원격 관리, 협업 등에 관한 정책과 접근 방식이 모두 포함됩니다”라고 설명합니다.

사무실 공간은 혁신이 필요합니다. 크리스틴 로빈슨은 예전처럼 직원 대다수가 업무 시간의 대부분을 사무실에서 근무하는 세상은 다시 오지 않을 것이라고 말합니다. 그녀는 사무실 근무자, 풀타임 원격 근무자, 그리고 이 둘 사이를 오가는 상당 수의 직원들로 구성된 하이브리드 인력 구조를 준비하고 있습니다.

크리스틴 로빈슨은 "사무실에 대한 개념이 바뀌어야 한다"고 말하며 이렇게 설명합니다. "앞으로의 사무실은 단순한 일터가 아니라 커뮤니티의 구심점이 될 것입니다. 이제 사무실은 팀이 결속하고, 영감을 찾고, 조용한 자리를 찾아서 개인 작업을 할 수 있는 공간입니다. 우리는 사무실에 가끔 나오거나 전혀 나오지 않는 직원들의 필요를 균형 있게 조정해야 합니다."

숙련도 향상이 그 어느 때보다 중요하며 새로운 접근 방식이 필요합니다. 시국이 정상화된다 하더라도 조직은 새로운 기술, 새로운 경쟁, 새로운 기회에 그 어느 때보다 빠르게 대응해야 합니다. 그러려면 직원 교육이 더욱 중요합니다. 조직은 직원들에게 개인 역량을 향상시킬 수 있는 시간과 인센티브를 제공해야 합니다. 그리고 이러한 역량있는 인재들이 다른 회사로 가지 않도록 유지해야 합니다.

테레사 칼슨은 온디맨드 온라인 교육 방식의 열렬한 신봉자이지만 팬데믹 시대의 재택 근무로 인해 이러한 원격 학습 양상도 바뀌었다고 말합니다. "학습 과정이 15분 세션으로 더 짧게 분할되었습니다. 재택 근로자가 짬짬이 로그인하여 무언가 배우고 다시 일을 하거나 가사를 처리할 수 있도록 하기 위해서죠. 이러한 대응과 혁신은 필수적입니다."

이제는 지속적인 대응이 기본입니다. 팬데믹이 조직에 준 교훈은 비즈니스 연속성 계획을 최신 상태로 끊임없이 업데이트해야 한다는 것입니다. 이것은 방재계획 (Disaster Planning) 그 이상입니다. 지속적으로 변화에 대한 계획입니다.

"크리스틴 로빈슨은 변화에 대한 지속적인 대응이 일상화되도록 해야 한다고 말합니다. "모든 것이 어려운 상황이지만 좋은 점은 조직의 미션을 달성하고 복원력을 강화하는 동시에 직원들의 자기 개발과 커리어 향상이 가능하도록 지원할 수 있다는 점입니다."

예측

코로나 이후 생존 기반 확보를 위한 기업 M&A 열풍

코로나19 기간 동안 어떤 기업들은 번창하고 어떤 기업들은 어려움을 겪었습니다. 향후 1~2년 안에 경기가 강세로 전환하면서 선두 기업들이 후발업체 인수에 나설 것으로 예상됩니다. 강자는 더 강해지고 더 큰 경쟁력을 갖게 될 것입니다.

기업 전략 담당 부사장 크리스 그리산티 (Chris Grisanti) 에게 앞으로 1, 2년 동안 기업에 어떤 조언을 해줄 것인지 물어보았습니다. 그는 " 팬데믹 기간에 공격적으로 투자한 기업이 유리하다"고 대답하면서 " 강한 기업들이 약자들을 흡수하는 극적인 M&A가 예상된다"고 말했습니다.

경기 침체기에 재투자 전략에 박차를 가할 수 있었던 기업들은 더욱 기민해졌습니다. 팬데믹에서 벗어나면 심각한 타격을 입은 산업 (예: 호스피탈리티, 여행) 의 기업들이 다시 반등할 것입니다. 그러나 그 중에서도 디지털 전략에 적극 투자한 회사는 더욱 강해질 것이며, 소극적이었던 회사는 어려움을 겪게 될 것입니다.

크리스 그리산티는 많은 인수합병이 이루어질 것으로 예상합니다. 후발업체들은 합병 대상이 되거나, 아니면 충분한 자본이 있는 상황에서 경쟁력을 되찾고 싶다면 공격적인 합병에 나서야 할 것이라고 그는 말합니다.

스플렁크 최고 전략 책임자(CSO)인 아마르 마라카 (Ammar Maraqa) 도 같은 의견입니다. 다만 그는 매력적인 인수 대상을 선정하는 데 어려움이 있을 수 있다고 경고합니다.

"기업 간 합병이 진행되는 상황에서 고평가된 기업 가치는 적극적인 인수에 나서는 기업에 부담을 줄 것입니다. 최근 경기 침체의 특징은 주식 시장 하락이 경제적 휴지기라는 점입니다. 다른 경기 침체와 똑같은 방식으로 진행되지는 않겠지만 전반적으로 M&A가 증가할 것이라고 생각합니다."

"

향후 대대적인 M&A 가 예상됩니 다."

크리스 그리산티 (Chris Grisanti), **기업 전략 담당 부사장**, Splunk

예측

22년 빅이슈로 떠오를 에지 컴퓨팅

2022년은 에지 컴퓨팅 열풍이 정점에 도달하는 해가 될 것입니다. 에지에 대한 논의는 몇 년 전부터 있었지만 계속 확대되고 있습니다. 내년에도 에지의 상승세는 계속될 것입니다

전문가들은 멀티클라우드의 뒤를 이을 다음 타자가 에지라고 말합니다. 에지에는 방대한 데이터가 있습니다. 데이터를 에지에서 중앙으로 많이 옮길수록 더 많은 비용이 들기 때문에, 이동을 최소화하는 것이 당연합니다.

에지 패러다임을 사용하면 데이터를 수집하는 곳에서 더 많은 연산을 수행하고 필요한 데이터만 확인하여 코어로 전송할 수 있습니다. 지금 기술 리더들은 디지털화의 거센 물결 속에서 비용 절감, 대역폭 확보, 더 스마트하고 빠른 액션을 위해 에지의 가치를 주목하고 있습니다. 하루 아침에 되지는 않겠지만 결국 그렇게 될 것입니다.

스플렁크 제품 및 기술 담당 사장이며 AWS 에서 오래 근무한 션 바이스는 “현재 주요 클라우드 프로바이더들이 에지 아키텍처에 전략적으로 베팅하고 있다“며 “이제 곧 에지가 엔터프라이즈 환경의 자연스러운 확장이 될 것”이라고 말합니다.

CSO 아마르 마라카는 “이 분야 기업들에 자금이 몰리고 있습니다. 에지 컴퓨팅은 5G와 컴퓨팅 성능 향상을 통해 실현될 것입니다. 아직은 이르지만 코 앞으로 다가와 있습니다”라고 덧붙였습니다.

에지 컴퓨팅은 자율주행차와 같이 비전이 뚜렷한 사례에서 많이 거론됩니다. 하지만 현재 자율주행차 센서와 칩 생산을 비롯해 많은 실례들이 있습니다. 스플렁크 APAC 부사장 사이먼 데이비스 (Simon Davies) 는 “스플렁크는 현재 칩셋 제조사 고객이 생산 라인을 모니터링하도록 지원하고 있습니다. 제조 프로세스에서는 미세한 변경이 매우 중요하기 때문입니다”라며 “이 업체들은 밀리초 미만의 응답 시간이 필요한 프로세스의 다양한 공정에서 여러 업체의 기술을 사용하고 있습니다. 그리고 이러한 작업이 에지에서 이루어져야 합니다”라고 설명합니다.

이를 구축하고 실행하는 것은 쉽지 않을 것입니다. 에지는 단수 명사이지만 거의 모든 에지 컴퓨팅 인스턴스에는 수백 또는 수천 개의 엔드포인트가 연결됩니다. 따라서 보안과 옵저버빌리티를 원클릭으로 해결할 수 없을 것입니다. 에지 컴퓨팅이 완전히 주류가 되기까지 5년 정도 소요될 것으로 예측됩니다.

스플렁크 EMEA 최고 기술 고문인 마크 우즈 (Mark Woods) 는 "아직 갈 길이 멀다"고 말합니다. 그는 더 많은 대답을 들으려면 Alexa 에게 물어보라고 말합니다. "이 기술은 디지털 비서와 같은 소비자 디바이스에 의해 주도될 것입니다. 소비자는 산업용 애플리케이션이 요구하는 수준의 안정성과 저지연을 필요로 하지 않습니다. 따라서 기술 회사는 먼저 소비자 영역에서 대규모 실증을 거친 다음에 99.999%의 성능을 요구하는 기업 고객을 위한 패키지를 제공할 것입니다.

하지만 완성된 미래를 기다리지 마십시오. 스플렁크 최고 제품 책임자인 가스 포트 (Garth Fort) 는 대부분의 조직이 이미 해결해야 할 에지 과제를 가지고 있다고 말합니다. "에지 컴퓨팅이란 용어가 최첨단 산업 사용 사례를 지칭하는 경향이 있지만 주류 에지는 이미 오래 전부터 존재했습니다. 모바일 디바이스가 바로 그것입니다. 이것이 모든 조직이 생각해야 하는 에지의 측면입니다."

스플렁크 플랫폼 경험 엔지니어링 부사장인 제시 초어 (Jesse Chor) 는 에지가 이미 존재한다는 데 동의합니다. "휴대전화, 웨어러블 기기, 플레이스스테이션, 노트북, 데스크탑 모두가 에지 디바이스입니다. 갈수록 많은 컴퓨팅 성능이 보다 저렴한 커넥티드 기기로 이동하고 있습니다."

"에지는 이미 존재합니다. 휴대전화, 웨어러블 기기, 플레이스스테이션, 노트북, 데스크탑 모두가 에지 디바이스입니다."

제시 초어 (Jesse Chor),
플랫폼 경험 엔지니어링
부사장, Splunk

예측

2022년: 고객 경험(CX)의 해

2020년은 팬데믹이 시작되면서 많은 조직이 디지털 트랜스포메이션 로드맵을 대대적으로 가속화함에 따라 클라우드 도입이 급속히 진행된 해였습니다. 2021년에는 그 여세가 계속 이어졌습니다. 2022년은 디지털 경험의 '라스트 마일', 즉 고객과 연결되는 해가 될 것입니다.

고객 경험 (customer experience, CX) 의 격차는 기업의 영원한 숙제입니다. 하지만 모두가 혁신을 배가시킬 수 있는 것은 아니었기 때문에 조직의 디지털 위상 (Digital Presence) 에 차이가 있다고 스플렁크 최고 전략 책임자 아마르 마라카는 말합니다. 그는 기술 인력 부족과 공급망 중단, 불균등한 백신 접종률과 고전염성 코로나 변종 등이 내년에 CX 격차를 심화시키는 요인이 될 수 있다고 예측합니다.

마라카는 "불확실성으로 인해 디지털 트랜스포메이션의 발전 속도가 저하되지는 않겠지만 불균등성이 커질 것"이라고 말합니다. "산업 전반을 보면 디지털 기반을 갖춘 조직과 그렇지 않은 조직이 있습니다. 모든 조직이 혁신 의지나 역량을 갖추고 있는 것은 아니기 때문입니다. 앞서 나가는 조직과 그렇지 않은 조직 간의 차이가 갈수록 벌어지고 있습니다."

클라우드 서비스가 널리 도입되었다 하더라도 클라우드는 결국 혁신과 훌륭한 CX를 위한 플랫폼일 뿐입니다. 클라우드를 사용하면 변경 사항을 신속하게 배포하여 경험을 개선할 수 있으며, 이는 필수적입니다. 하지만 고객 요구 사항을 구체적으로 파악하고 올바른 변경을 실행하려면 DevOps 와 옵저버빌리티 (Observability) 가 필요합니다.

스플렁크 플랫폼 경험 엔지니어링 부사장인 제시 초어는 "바이럴 피드백 루프 (Viral Feedback Loop) 를 만드는 것이 중요"하다며 " 먼저 클라우드를 도입하고 거기에 데이터를 가져오십시오. 그 다음은 데이터를 분석하고 활용하는 데 달려 있습니다. 훌륭한 경험을 만들려면 반복적인 개선이 이루어지도록 해주는 피드백 루프가 필요합니다"라고 설명합니다.

스플렁크 IT 운영 및 옵저버빌리티 담당 글로벌 디렉터인 네이트 스말리 (Nate Smalley) 는 “고객 여정을 이해하고 분석하여 개선 사항을 신속하게 반영하고 테스트하기 위해서는 클라우드 인프라와 유연한 DevOps 프로세스뿐만 아니라 고객과 시스템 간의 작업에 대한 실질적인 가시성이 필요하다”면서 “클라우드로 이전하는 것은 전체 작업의 20%에 불과합니다. 이를 토대로 나머지 80%의 결과를 제공하는 것이지요. 차별화된 경쟁력이 있는 라스트 마일을 실현하려면 많은 노력이 필요합니다”라고 강조합니다.

혁신의 성공과 직결되는 두 가지 특징은 바로 데이터를 활용하는 성숙한 접근 방식과 혁신적인 관행을 지원하는 조직 문화입니다. (The State of Data Innovation 2021 참조) 그리고 데이터 혁신은 수익을 평균 12.5% 향상시킵니다. (What’s Your Data Really Worth? 참조)

CPO (Chief Product Officer) 가스 포트 (Garth Fort) 는 모든 데이터를 사용하여 고객, 그리고 조직이 고객과 상호 작용하는 방식을 파악한 결과라고 말합니다.

포트는 “모든 조직에는 고객 경험과 관련된 많은 데이터가 있다”며 “고객이 시스템과 어떻게 상호 작용하는지에 대한 확실한 데이터가 있습니다. 고객이 앱이나 웹 페이지에서 어떻게 행동하는지, 대기 시간은 어느 정도인지, 가용성은 어떠한지 등등이 있죠. 고객이 어느 지점에서 여정을 중단하고 떠나는지, 평균 판매 주기 시간은 어느 정도인지에 대한 데이터는 Salesforce 에 있습니다. 영업 사원의 평균 근속 기간에 대한 데이터는 Workday 에 있습니다. 이 모든 것이 서로 관련되어 있을 수 있습니다.”

특히 우리의 연구에 따르면 포트가 말한 것처럼 고객에게 신규 기능과 서비스를 제공하는 데 주력하는 조직일수록 데이터를 더욱 심층적으로 분석하는 것으로 나타났습니다. 불확실성이 고조되고 소비자 관계의 디지털화가 증가하는 시대에는 이러한 관계에 대한 점진적 개선이 필수적입니다.

마라카는 “효과적인 고객 서비스, 공급망 및 수요 관리를 위해서는 더 많은 데이터가 필요하며, 매우 유연해야 합니다. 즉, 마지막 순간에 결정을 내릴 수 있어야 합니다”라고 말하며 “이 모든 것을 위해서 디지털화가 필요하다”고 강조합니다.

데이터 활용, 선택이 아닌 필수

과거에는 많은 조직이 새로운 시장을 탐색하기 위해 기다렸습니다. 하지만 데이터 시대에는 이처럼 앉아서 기다리기만 해서는 성공할 수 없습니다. 코로나19로 인해 많은 조직이 수년간의 디지털 트랜스포메이션을 6개월로 단축해야 했습니다. 그리고 코로나 이후에는 더 많은 조직이 디지털로 중심축을 전환할 것입니다.

2020년에는 팬데믹으로 인한 전면 봉쇄 정책으로 대부분의 조직이 온라인이 아니면 고객에게 서비스를 제공할 수 없었습니다. 이미 상당히 디지털화된 기업조차도 더 빨리, 더 광범위하게 온라인 서비스를 확대해야 했습니다. 그리고 이제 많은 기업들이 그동안 축적된 데이터에서 새로운 인사이트를 얻고 있습니다.

사장 겸 CGO 테레사 칼슨은 “스플렁크와 협력하는 조직은 확실히 그 가치를 확인하고 있습니다”라며 “이들은 스플렁크와의 협력을 통해 경쟁력을 유지하고, 놀라운 아이디어를 상품화하고, 직원들을 안전하게 보호하기 위한 혁신 가속화를 모색하고 있습니다. 기회는 무한합니다”라고 설명합니다.

스플렁크 제품 및 기술 담당 사장 션 바이스는 많은 조직이 이러한 기회를 수용하고 데이터로 스스로를 재창조하기 위해 노력하고 있다고 말합니다.

“어떤 기업이든 장기적으로 성공을 유지한다는 것은 어렵습니다. 그래서 주기적으로 스스로를 재창조하는 노력이 필요합니다”라고 그는 말합니다. “인터넷은 재창조의 물결을 일으켰고, 클라우드가 또 다시 재창조의 물결을 가져왔습니다. 다음 재창조의 물결은 데이터에 의해 일어날 것입니다.”

가장 중대한 변화 중 하나는 데이터가 이미 발생한 일에 대한 기록에서 새로운 것을 가능하게 하는 인사이트를 제공하는 방향으로 변화하고 있다는 것입니다.

“유통업체에서 구매자의 구매 내역을 다른 구매자의 구매 습관과 함께 분석하여 판매를 늘리는 정보 기반 제품 추천이 이러한 예”라고 그는 말합니다. “해운 회사는 날씨 예보, 연료 가격, 교통 및 위치 데이터를 결합하여 거의 실시간으로 경로를 최적화했습니다. 학교에서는 데이터 분석을 사용하여 자퇴할 위험이 있는 학생을 파악하고 적시에 관리할 수 있었습니다.”

테레사 칼슨은 데이터만큼 세상을 변화시킨 것은 아직 없었으며, 앞으로 더 많은 변화가 올 것이라고 말합니다. 많은 조직이 데이터를 디지털화하고 가치를 극대화하기 위해 갈 길이 멀다는 것을 깨닫고 있습니다.

"많은 조직이 아직 디지털 트랜스포메이션 초기 단계에 있다"고 그녀는 말합니다. "이러한 전환이 정해진 최종 목적지로 가는 여정이 아니기 때문입니다. 이 여정은 끊임없는 개선과 성장의 과정입니다. 그것이 우리 모두의 미래가 되기를 바랍니다."

컨트리뷰터

Shawn Bice
션은 AWS 에서 데이터베이스 서비스 담당 부사장으로 5년간 재직 후 2021년 제품 및 기술 사장으로 스플렁크에 합류했습니다. 그 전에는 17년 동안 Microsoft 에서 SQL Server 및 Azure 데이터 부문을 이끌었습니다.

Simon Davies
APAC 부사장인 사이먼은 아시아 태평양 및 일본 시장에서 스플렁크 솔루션 포트폴리오 전반을 총괄하고 있습니다. 그는 Microsoft, Salesforce, Oracle, Citibank 에 재직한 바 있습니다.

Teresa Carlson
사장 겸 최고 성장 책임자 (CGO) 인 테레사는 스플렁크의 지속적인 비즈니스 혁신을 이끌고 있습니다. 가장 최근에는 Amazon Web Services (AWS) 의 월드와이드 공공 사업 부문 부사장을 역임했습니다.

Garth Fort
가스는 2021년 스플렁크 SVP 및 최고 제품 책임자로 합류했습니다. 그 이전에는 AWS 에서 제품 관리 이사와 총책임자를 역임했으며, 그 전에는 Microsoft 에서 20년 동안 재직했습니다.

Jesse Chor
플랫폼 경험 부문 엔지니어링 부사장 제시 초어는 그가 설립하고 이끌었던 모바일 마케팅 스타트업인 Sparq 를 인수한 Yahoo 의 소프트웨어 개발 엔지니어링 이사로 재직한 바 있습니다..

Chris Grisanti
크리스는 스플렁크에 합류하기 전에 Cisco 에서 기업 전략 리더로 근무했으며 현재 스플렁크 기업 전략 담당 부사장입니다. 그는 또한 “전략은 조직문화의 아침식사거리밖에 되지 않는다 (Culture eats strategy for breakfast)”는 피터 드러커의 말을 인용하기 좋아하는 전직 레스토랑 경영자이기도 합니다.

Ammar Maraqa
아마르는 스플렁크의 수석 부사장이자 최고 전략 책임자입니다. 이전에는 Cisco 에서 M&A 팀의 일원으로 기업 전략을 이끌었고 Dell 에서 제품 부문을 담당했습니다. Bain & Co 에서 컨설턴트로 경력을 시작했습니다.

Kristen Robinson
최고 인사 책임자인 크리스틴 로빈슨은 사람이 혁신적이고 빠르게 성장하는 회사의 기초라는 신념으로 조직을 이끌고 있습니다. 스플렁크 합류 전에는 Pandora 에서 최고 인사 책임자, Yahoo 에서 HR SVP 를 역임했습니다.

Nate Smalley
네이트는 IT Ops 및 옵저버빌리티 부분 글로벌 디렉터입니다. 그는 미 육군 컴퓨터 포렌식 수사관으로 일한 것을 비롯해 엔지니어 및 시스템 관리자로 경력을 쌓았습니다.

Mark Woods
스플렁크 EMEA 최고 기술 고문인 마크는 엔지니어, 컨설턴트, 기업가, CTO 를 역임했습니다. 그는 경영진과 국제 정책 입안자들이 데이터 기반 접근 방식의 엄청난 가능성을 이해하도록 돕고 있습니다.

더 많은 통찰을 얻으려면 데이터 보안 및 IT/옵저버빌리티에 대한 2022년 예측 보고서를 확인하세요.

Learn More

splunk>

Splunk, Splunk>, Data-to-Everything, D2E and Turn Data Into Doing are trademarks and registered trademarks of Splunk Inc. in the United States and other countries. All other brand names, product names or trademarks belong to their respective owners. © 2021 Splunk Inc. All rights reserved.

21-19750-Splunk-Executive Predictions 2022-113 KR