

기본으로 돌아가는 역 프로그램

- 맹명관 / 2003. 8. 6 -

카피라이터& 마케터, 주)paradream 마케팅 고문, CEN TV 전문위원

한때는 다품종 소량 생산이 시장의 중요한 원리로 등장할 때가 있었습니다. 소비자의 필요와 욕구가 자주 변하므로 여러 품종을 생산하고 그 불량을 적게 하여 그 때 그 때 기민하게 대처하는 것이 앞선 마케팅 전략이었습니다. 따라서 신제품은 날이 새기 무섭게 쏟아져 나왔고 소비 주기는 짧아졌습니다. 그러나 최근에는 탈 다품종 생산 운동이 가까운 일본에서 일어나고 있습니다. 기업의 입장에서 보면 다품종 소량 생산은 원가 상승을 부채질하고 결과적으로 상승비용은 고객에게 부담으로 작용하는 요소로 전략하였으며 물건은 팔리지만 이익은 남지 않는 기이한 현상이 일어났습니다.

한 예로 닛산 자동차의 경우 한 자동차가 만들어지기까지 자동차 운전석 계기판 종류 437가지, 라디에이터 110가지, 실내 카펫이 1200가지, 핸들 87가지, 재떨이가 무려 300가지가 생산, 조립되었습니다. 이 정도 되면 다품종이 결코 바람직하지 않다는 것을 한눈에 알게 됩니다. 따라서 이 회사는 모든 부품의 40%, 모델 종류 35%까지 대폭 줄이도록 전략의 일대 전환을 단행했습니다. 마스시다도 90년 슬로건을 '새로운 유형의 사고 대신 기본으로 돌아가자' 라는 새로운 가치 아래 오디오와 카세트 등 각종 모델 6천 개를 천 개로 대폭 줄이고 있습니다. 세상의 유행을 이탈하여 원래대로 기본으로 돌아가는 움직임을 우리는 눈여겨 보아야 할 것 입니다. 이제 마케팅의 세계에서는 제품을 하나 더 만들고 판매원 한 명 더 늘려 열심히 판매하면 된다는 생각을 버리고 단순하지만 기본으로 돌아가 좀 더 구체적인 필요를 가지고 소비자에게 다가가려 합니다.

지금 교회에는 문화 사역이라는 통로를 통해 많은 프로그램이 쏟아져 들어오고 있습니다. 특히 청소년 사역자들 경우 하루가 다르게 바뀌는 프로그램을 숙지하기 위해 정신이 없을 지경입니다. 간혹 시대의 요구에 부흥하는 문화 사역이 말씀보다 우선인 것처럼 느낄 때도 있습니다. 그런데 현재 교계 일각에는 기본으로 돌아가자, 말씀으로 돌아가 양육하자는 목소리가 들려오고 있습니다. 교회가 교회다워야 한다는 자성의 움직임도 있습니다. 실제로 청년 사역이 부흥된 교회의 경우, 말씀 위주로 사역이 진행되고 있으며 그 믿음의 열매가 풍성해지고 있습니다.

비기독교 문헌의 조세푸스라는 제자는 예수에 대해 이렇게 이야기 하고 있습니다. "그는 기이한 행사의 실행자였고 진리를 기꺼이 받는 사람들의 교사였다. 그는 유대인과 이방인들에게도 인기가 있었다. 그는 그리스도였다. 우리 중에 지도급 인사들의 사촉으로 빌라도가 그를 십자가에 못박을 때에도 처음 그를 사랑했던 사람들은 그를 떠나지 않았다. 왜냐하면 그는 삼일 후에 다시 그들 앞에 나타났기 때문이다. 이 사건을 비롯하여 선지자들은 예수에 대한 수만 가지 기이한 행사들을 예고했다. 지금까지도 예수의 이름을 믿는 크리스천이라는 자들이 사라지지 않고 남아있다." 이 고백은 무엇이 크리스천을 모진 박해와 탄압 속에서도 서게 하는지 우리에게 의문을 던지고 있습니다. 따라서 왜 교회가 기본으로 돌아가야 하는지 명확한 진리를 우리에게 일깨워 주고 있습니다.

⊙ 건강한 크리스천 전문사역자들의 정직하고 명쾌한 삶의 지혜! - 「온누리칼럼」 제공