

2004 온누리 리더십 축제 “ 플러그인 (Plug-in) ”

선택식 패널 3 - 나는 무엇이든 팔 수 있다

진행: 한홍(온누리교회 양재 캠퍼스 수석목사)

패널: 임인호(ING생명보험 FC), 문애란(웰컴커뮤니케이션 대표), 이남식(전주대학교 총장)

한홍 : 오늘은 한국에서 자기 분야에서 제일 잘 파는 세 분을 모셨습니다. 자기소개를 해주시지요.

문애란 : 저는 28년간 광고 일을 했습니다. 잘 알려진 것으로는 ‘미인은 잠꾸러기’ ‘못생겨도 맛은 좋아’ ‘열심히 일한 당신 떠나라’ 등이 있습니다.

임인호 : 저는 ING생명보험에서 재정 관리를 하고 있습니다. 고객의 재정문제를 해결해주고 필요한 상품을 소개해 판매하고 있습니다.

이남식 : 저는 여러분들에게 질문을 하고 싶습니다. 우리나라에 대학이 몇 개나 있을까요? 자그마치 358개의 대학이 있습니다. 전주대학교는 12,000명의 학생과 850명의 교직원이 있지만 잘 알려지지 않았습니니다. 저는 제 자신이 총장이라기보다 브랜드 관리자라고 생각합니다. 많은 사람들이 대학도 브랜드라고 생각하기 때문입니다.

한홍 : 최고 세일즈의 열쇠는 감동이라고 생각합니다. 고객에게 얼마나 감동을 주는가가 판매를 좌우합니다. 감동과 관련해 말씀을 나누겠습니다.

문애란 : 광고를 하기 위해서 소비자 조사를 많이 합니다. 그런데 요즘은 경제적으로 힘든 상황입니다. 그래서 어떻게 해야 힘을 얻을까 생각하다가 최민식씨와 김희애씨를 통해 힘을 주는 광고를 했습니다. 시청자들은 ‘이것이 내 이야기구나’라며 감동을 합니다. 어떤 분은 제게 편지를 보내온 적도 있습니다. 언제나 마음속에 감동이 있을 때 브랜드를 잘 기억합니다.

임인호 : 저는 ‘아내보다 나를 더 잘 아는 남자 임인호’라고 광고를 합니다. 그만큼 고객의 상황을 잘 알고 있다는 것입니다. 부산 MBC 피디 한분이 친구분의 소개로 제게 연락을 주셨습니다. 그분은 단순히 전화통화를 하려는 것이었는데 제가 부산으로 가겠다고 하니 놀라신 것 같았습니다. 물론 계약을 할 수 있었고 이후로도 그분이 부산에 많은 분들을 소개해 주신 일이 있습니다.

한홍 : 고객은 내부고객과 외부고객이 있습니다. 외부고객을 감동시키는 것도 중요하지만 내부고객들에게 자긍심을 심어주는 것도 중요합니다. 이 부분에서 이남식 총장님이 하실 말씀이 있을 것 같습니다.

이남식 : 잘 아시겠지만 지방은 무척 어렵습니다. 자연히 교수와 직원, 학생들의 사기가 떨어져 있습니다. 대학에 처음 부임했을 때 그대로 있어서는 안 될 것이라고 생각해서 변화를 주시 시작했습니다. 먼저 교직원들이 리더십 컨퍼런스를 했고, 시민들을 초대해 ‘시민감사축제’를 열었습니다. 음식을 장만해 지역 주민에게 나누어 주고 ‘사랑의 줄이기 운동본부’와 함께 지역교회에 헌금을 했습니다. 금년 5월 3일이 창립 40주년 기념일인데 학교를 도우려는 의욕이 있는 분들을 초대해 디너쇼를 했습니다. 놀랍게도 이날 1,800명이 오셨습니다. 이런 일들로 인해 학교에 대한 자부심이 많이 올라갔습니다.

한홍 : 세일즈란 내가 만든 것을 상대를 설득해서 파는 것이 아니라 상대가 원하는 것을 파악해서 만들어 주는 것입니다. 대상을 아는 것이 중요합니다. 저희 교회에서는 맞춤형도집회를 한 적이 있습니다. 교회를 호텔처럼 꾸몄습니다. 참석자의 딸을 인터뷰하고 전문가의 의견을 들었습니다. 하용조 목사님의 설교도 50대가 원하는 것이 무엇인지 설문조사를 기초로 작성했습니다. 이후로 연령별로 맞춤형도집회를 해서 약 3천명이 주님께로 돌아왔습니다.

문애란 : 저도 맞춤형도집회를 보면서 무척 놀랐습니다. 저희는 상품을 팔기 위해 소비자를 조사하는데 이것을 교회에서 한다면 사람들의 마음이 열린다고 생각했습니다. 이것이 교회 안으로 들어오면 굉장한 힘을 얻게 될 것입니다.

이남식 : 보통 대학교 입학식은 무거운 분위기로 진행됩니다. 평균적으로 10%정도 참석합니다. 하지만 학생들 눈높이에 맞춘다면 큰 일이 일어납니다. 저희 학교 한 해 입학생이 3천명인데 거의 모든 인원이 다 참석했습니다. 입학식에 인기 가수를 초청하는 등 학생들을 위한 축제를 했습니다. 저희 대학은 열린 채플을 합니다. 학생들 60~70%가 교회에 다니지 않기 때문입니다. 한 해가 지나면 많은 학생들이 세례를 받고 있습니다.

임인호 : 저는 성공의 원칙을 ‘정성단무지’라고 표현합니다. 정직, 성실, 단순하지만 무식할 정도로 자신의 일에 집중하고, 지속적으로 하는 것입니다. 결국은 지속성에 성공의 원칙이 있는 것 같습니다. 한 고객을 내 고객으로 만들기 위해 기도제목으로 놓고 관리합니다. 고객이 된 이후에도 마찬가지입니다.

이남식 : 21세기 리더는 협상자가 되어야합니다. 현대인들은 평행선을 달리기 쉽습니다. 서로 요구사항이 다르기 때문입니다. 이제부터는 어떻게 화합하고 타협할 것인가를 연구하지 않으면 안됩니다. 최근에는 갈등해소가 학문에 중요한 분야로 나타나고 있습니다. 잘 팔기 위해서도 내가 원하는 것만 해서는 안 되고 역지사지의 심정으로 배우면 좋은 협상자가 될 수 있다고 생각합니다.

문애란 : 예전에는 제품을 팔 때 ‘내가 잘났다’는 식으로 제품의 장점을 소개했는데 요즘은 ‘네가 잘났다’고 높여주어야 합니다. 제품은 좋는데 이미지적으로 같다고 생각할 때 당신은 다르다고 말하는 것이 효과가 있습니다. 전도에도 적용해 봐야 할 것입니다.

한홍 : 결론적으로 하고 싶은 이야기는 이것입니다. 복음처럼 좋은 상품은 없습니다. 이것을 팔기 위해 마케팅을 해야 합니다. 모든 크리스천은 겸손, 지혜, 열정으로 예수님의 세일즈맨

이 되어야 할 것입니다. 멋진 세일즈맨이 되기를 축원합니다.

/ 정리 : 서철 chol@onnuri.or.kr

*** 출처: 온누리신문**