



상호신뢰로 축산업의 발전을

양 승 인
<이글케미칼 영업부장>

세일즈맨은 누구보다도 바쁘게 일하지 않으면 안된다. 축산업계의 활동범위는 타산업에 비하면 영역이 광범위 하지는 않지만 축산업의 발전으로 사료공장의 본격적 배합사료 생산과 더불어 그 판매규모도 많이져 이제는 축산업의 한 분야로 크게 발전되었다. 이글케미칼 공업사의 양승인 영업부장도 처음 약품세일즈 활동을 시작할 때는 경쟁이 심하지 않았으나 현재는 그 규모의 확대로 세일즈의 활동이 어느때 보다 광범위 해졌으며 판매방법에 있어서도 그 방법이 다양해졌으며 그 매상을 올리기에 따른 부작용도 적지 않게 나타났다. 양승인씨는 세일즈맨을 임기응변식의 유치한 방법을 탈피 거시적 안목으로 전체를 볼 수 있는 자질향상에 힘써야 될 것이며 상호간의 신뢰를 잃지 않도록 해야 축산업계의 발전에 밑거름이 될 것이라고 말하고 있다.

세일즈맨이 언제부터 본격적으로 활동했는지는 자세히 모르겠으나, 아마도 세계 제 2차대전 이후로 본다.

전쟁당시 모든 산업시설은 전쟁 물자 생산에 박차를 가하였기 때문에 공급이 수요를 따르지 못해 판매에 신경을 쓰지 않아도 되었다.

그러나, 세계 제 2차대전 이후 군수물자를 만들던 각 생산업체가 생활 필수품의 생산에 열을 올렸으므로, 판매경쟁 또한 치열하게 되었으며, 이로부터 세일즈맨들의 활약이 점차 큰 비중을 차지하게 되었다고 본다.

우리나라의 경우를 살펴볼 때 6·25사변전은 판매시장이 협소하여 판매경쟁과 광고에 거의 신경을 쓰지 않았다.

그러나, 6·25사변 이후 외국 기업체의 상륙과 함께 판매에 대한 경쟁의식도 고조되었고 광고의 중요성을 깨닫고 소비자 유치작전에 많은 투자를 한 것도 사실이다.

이와같은 여건하에 세일즈맨이 등장하게 되었고, 각 기업체도 판로개척을 위하여, 세일즈맨의 필요성을 느끼지 않을 수 없게 되었다.

그러면 우리 동물약품 업계에 대한 과거 동향은 어떠했던가?

일반 의약품 메이커보다 훨씬 뒤떨어졌음은 말할 것도 없으며, 짧은 역사에 그나마 조금씩 활동하기 시작하여 오늘에 이르렀으며, 아직도 일반 의약품이나 타 산업계에 비해 많은 개척을 서둘러야 될을 절실히 느낀다.

내가 처음 ○○ ○○소에 입사할 당시만 해도 판매경쟁도 그렇게 심한편도 아니었고, 판매망도 거의 없다시피 하였다.

기껏해야 도청소재지에 한두개의 소규모 거래선 뿐이었으니까!

그러니까 주문에 의한 판매뿐이었고, 선전광고 같은 것은 거의 없었다.

그 이후 점차 경쟁업체가 생겨나서 판매활동도 서서히 강화되었고, 판매망 조직에도 경쟁의식이 싹트게 되었다.

판매처, 그러니까 중간상인이 많지 않았기 때문에 거래선 획득보다는 판매율을 높이기엔 신경을 써야 했다.

판매를 원활하게 하기 위해서는 양제 50수

부터 기껏해야 몇백수 밖에 안되는 양계장을 일일이 방문하여 P·R을 해야 되었다.

그런후부터 각 메이커에서는 판매촉진을 위하여 지방 판매망을 설치함과 동시에 주재원을 파견하여, 일보의 양보도 없는 치열한 경쟁을 벌렸다.

그 때문에 고자세가 된 것은(물론 예외는 있었지만) 중간 판매소임은 재언할 필요가 없었다.

그때 당시 ○○ ○○소는 백신 계통의 약품의 개발하여 판로를 거의 독점하다시피 하였으며, 판매회사를 두어 모든 제품은 대리점을 통해서 공급하기 시작하였고, 그 판매와 수급은 별 문제시 되지 않았다.

이때가 양계의 전성기라고 불렀던 1969년도 즈음일 것이다.

대리점에서는 문제시 되는 것이 없었지만, 반발이 적지않았던 곳은 군 소재지에 위치한 가축병원이었다.

그러나 그를 무마해 가면서, 그나마 편안한 상행위를 하던중 경쟁업체의 대두로 대리점 및 판매조직이 흔들리게 되어 다시 판매경쟁 속으로 들어가게 되었다.

그후 업체는 화학약품 생산에 힘을 기울여 항생제와 소모장 단위의 사료첨가제가 판매고의 상좌를 차지하였다.

사료 첨가제 판매는 사료공장의 등장으로 큰 몫을 차지하게 되었으며, 사료공장용 납품에 대하여 새로운 전략 전술을 세워야 했다.

60년대만 하여도, 단미사료가 사료를 충당했으므로 사료첨가제의 판매비중은 매우 컸었다.

그러나 70년대에 들어오면서, 사료공장에서는 완전 배합사료를 생산했고, 자기 제품에 대한 품질을 보장하기 위한 수단으로, 우리 회사의 사료는 사료첨가제가 필요없다는 식의 우월성을 과시함에 따라서 사료첨가제의 판매 비중도 점차 줄어들어 갔다.

소매로 판매하는 것 보다는 사료공장에 납품하는 것이 엄청난 판매고의 차이를 가져왔으므로 각 회사들은 사료공장의 포섭에 안간힘을 썼다.

각 회사 세일즈맨들은 사료공장에 납품을 시도하기 위하여 사료공장에서 매일 살다시피 하였다.

초기에는 수월한 편이었는데 그것도 수요가 늘어나고 금액이 많아짐에 따라 경쟁심도 더욱 높아지고, 여러 회사 세일즈맨들이 연일 방문하게 되므로 오히려 귀찮은 존재로까지 변하였다.

얼마동안은 각 메이커 세일즈맨들은 양계업자를 소개해 준다거나 약에 대한 P·R을 하여줌으로서 대우를 받게 된 것도 사실이지만, 시간의 흐름에 따라 시시한 존재로 보여지게 되었고, 지금은 제약회사에서 왔다는 말 한마디만 하여도 쳐다보지도 않을 정도로 무관심의 표정으로 응해주는 것도 사실이었다.

그러한 푸대접에 새로운 기풍을 조성하기 위해서, 각 메이커에서는 사료공장에 기사로 있는 동기 내지는 동문을 채용하여 판매확보에 대한 새로운 전술을 폈으며, 현재까지 줄곧 그렇게 해왔다고 생각한다.

본사근무보다 지방근무는 훨씬 자유스러웠다.

출퇴근하는 시간제한도 없었을 뿐만 아니라 눈앞에 존재하는 상사도 없었으므로 문제점은 오로지 한달 목표량의 달성이었다.

세월이 흐르니까 잔꾀도 생겼다.

양계업자를 직접 찾아가다니며 P·R하느니 보다는 판매소에 앉아서 약품 구입차 방문하는 양축업자와 대화를 나누는중에 자기제품을 권유하여 일익을 담당했다.

물론 일일 보고서에는 양계장 방문으로 기록해 두는 것이다.

정말 좌식사상에 몰들어 안이한 생활을 했었다.

그러나 나 혼자만 그렇게 하지 않았기 때문에 어떤 양축가에게는 이사람이 또 어떤 양축가에게는 저사람이 서로들 자기회사 제품이 제일 좋다고 소개했으므로 심지어 이집 판매원은 매일 바뀌느냐는 질문도 받게 되었다.

이런 식으로 게으름만 피우다가 월말에 가서는 목표 달성이 문제가 되어, 그것을 메꾸기는 정말 쉬운 일이 아니었다.

축산 경기가 좋을 때는 지방근무처럼 편한 것이 없었지만, 너무나 굴곡이 심한 것이 또한 축산업의 경기이므로 우리들의 판매고 역시 굴곡이 심하였다. 호경기시는 각 메이커 직원들이 한데 모여 오락판을 벌이는 등의 늦장도 피웠다.

또 거래선의 접대로 단골로 출입하는 음식점에서도 대환영을 받곤 하였다.

언제부터 술이 교섭의 중요한 매개체가 되었는지는 모르겠으나 많이 팔아달라고 술, 많이 팔아주었다고 술, 본사에서 높은 사람이 내려왔다고 해서 술…….

이렇게 술이 흔하다 보니까 메이커는 으레 몇 접대하는 사람들이 모여드는 집합장소로 마치 응접실과도 같았다.

그런데, 상품을 많이 판매했을 때는 상대적으로 이익도 많다는 결론이겠으나, 접대(술사는 일)를 하필이면 왜 메이커에서만 해야 하는지 의아스러웠다.

어느 메이커의 경우로는 매일 출장시마다, 술을 샀더니 술을 사지 않는 날은 주문을 받지도 못했다는 것이었다.

물론 예외는 있었지만, 그때는 그저 이유 불문하고 응당 술을 사는 일이 규칙인양 되었다. 지금까지 지방근무의 장점만 말 했는데, 차차 나 자신이 우물안 개구리격이며, 내가 맡은 지역구 외에는 실정에 대한 추측도 하기 힘들었으며, 또한 전체적인 추세 파악도 못함을 알았다. 그리고 하나의 나쁜 타성도 생겼다.

한달 목표액 이상으로 더 노력하지 않는 습성이었다.

말하자면 다음달의 목표달성을 위해 이월시키는 이해타산적 이기주의와 안일 무사를 지상목표로 하는 좌식사상이라 할까?

처음 회사에 입사했을 당시는 “여러분들은 희망에찬 세일즈맨 이다” 세일즈맨은 모두가 고소득층이라고 경영주로부터 감명깊게 들었다.

그러나 현장(field)에 막상 나다녀 보니까, 우리가 세일즈맨과 셀러리맨의 어느쪽에 속하는지 분간하기 힘들었다.

나는 세일즈맨이라고 하면 자기 능력 발휘

의 정도에 따라서 보수가 달라지는 직업이라 알고 있었는데, 결과는 영 판이하였으므로 세일즈맨에 대한 환멸의식도 느끼곤 했다.

여기서 제언하고 싶은 점은, 자기능력의 과시를 시도하며 타인으로부터 인정을 받고싶은 점이 세일즈맨의 생리이며 무기라고 볼 때, 이 점이 무기력하게 됨에 따라 세일즈맨의 자격도 잃어버린다고 일축 한다면 우리 세일즈맨들은 자기의 발전을 위해서 노력을 해야겠다.

그러기 위해서는 자기 거래선을 확고히 하고, 타 지역구까지 확보하기 위하여서는 부지런히 뛰어야겠다.

부언하면 세일즈맨에 대한 평가 기준에는 항상 결과뿐임을 명심하여 활동을 정하여야 하겠다.

애기를 다시 동물약품업계의 시장으로 돌려 보겠다.

우리의 시장은 너무나 협소하고 단조로워서 부작용 역시 컸었다.

생산자 측으로 볼 때는 판매점과 실 수요자 뿐이었기 때문에 판매점의 실적이 부진하다든가, 그 지역성이 부진할 때에 실수요자가 본사와 직거래를 하는 경우가 있으면, 판매업자들의 반발은 물론이고 심지어 분노까지 자아냈었다.

그러나, 대군 업자를 상대로하는 경우에는 판매업자의 항의도 무시되었으나 양쪽에 샌드위치되어 난관을 겪는 것은 담당자 뿐이었다.

그런데 정당한 항의를 했을 경우에는 시인도 하고, 또한 시정 사항에도 응할 수 있었으나, 분수에 지나친 제의를 했을 때는 답답하기 이를데 없었다.

중중 무조건 반포할 때도 있었고, 당장 거래를 끊을 때도 있었다.

그 때는 울화와 함께 신경이 뒤틀러지고 당장 접어치우고 싶은 생각이 한두번이 아니었으나 그때마다 자중하는 수 밖에 없었다.

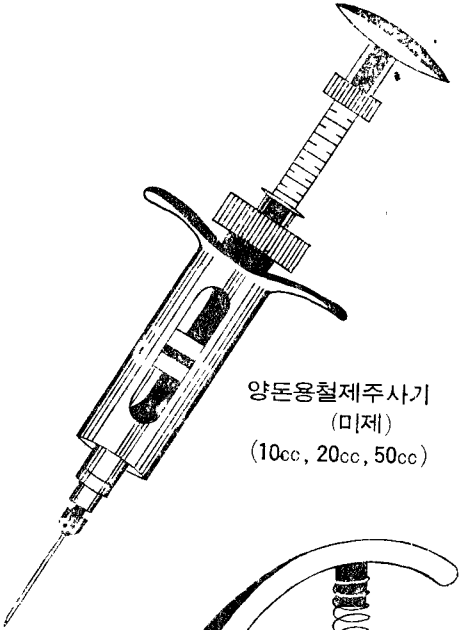
어떤 제품이 난매 상황에 처했을 때에도 마찬가지였다.

회사측에서는 자기 제품의 난매를 바라지 않기 때문에 갖은 방법을 다 동원 시켰다.

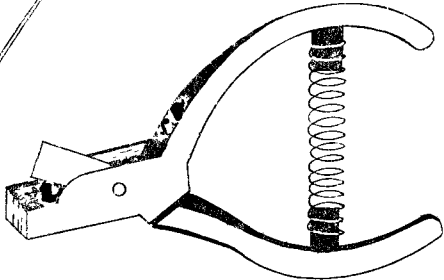
한 예로 매상을 올리기에 급급한 회사에서



양돈용 각종 철제기구입하



양돈용철제주사기
(미제)
(10cc, 20cc, 50cc)



양돈 단이기 (아각기)
(미제)

양돈용 이표기
양계용 연속주사기

양돈용 철제기구, 양돈용 철제기구, 양돈용 철제기구, 양돈용 철제기구, 양돈용 철제기구

덕수가축약품상사

주소 서울 중구태평로 2가344-3
전화 28-6798 28-0645

는 특매라는 명목을 붙여 출하하는 경우도 있었다.

그러나 이러한 방법은 오히려 난매를 조성시키는 결과를 초래하며 한번 결정한 가격이 고정 가격으로 묶이게 됨을 우리는 반성과 아울러 인식 해야겠다.

또 실수요자들이 여러 판매소를 다니면서 정보를 알고서는 얼마에 살 수 있다는 것을 100% 믿어버리는 습성과 판매소는 단골 손님을 계속 유치하기 위하여 타 판매소 보다 조금씩 할인하여 판매한 결과로 너희 제품에는 미진이 없으니 더 달라, 너희 제품은 더 쓸 의향이 없다는 말까지 나오게 되었다.

앞으로 난매를 막기 위한 한 방편으로서는 각 회사와 판매업소 간에 서로 협조를 아끼지 않아야 비로소 시정될 것으로 본다.

나아가서는 영업사원들도 임기응변식의 유지한 방법을 탈피하여 거시적 안목으로 전채를 볼 수 있는 자질 향상에 힘써야 될 줄로 생각한다.

그렇게 되면 상호간에 신뢰를 잃지 않는 유능한 세일즈맨이 되리라 확신하는 바이다.

우리에게 주어진 과제는 우리의 권위와 이익을 추구하여 이 업계 발전은 물론 진정한 축산 분야의 발전에 밑거름이 되어야 하겠다고 생각한다.

끝으로 모든 세일즈맨의 무궁한 발전과 건투를 빈다. ■

● 알림

월간양계는 초생추, 사료, 약품 등 세일즈에 종사하시는 분들의 수기를 계속 게재할 예정입니다.

축산업계의 필드(field)에서 종사하는 세일즈맨 여러분의 고충, 경험, 개선해야할 일, 양축업자에 바라는 사항 등을 재미있게 적어 보내 주시기 바랍니다. 업계의 종사하시는 모든 분이 참여하실 수 있습니다.