

# 성실하게 관심을 갖고 그 관심을 표시하라

姜 和 秀

〈세일즈맨 훈련가〉

## (4) 호감을 사는 행동

고객이 상품을 사는 것은 그 상품이 필요하기 때문이며 세일즈맨에 대하여 호감을 가졌기 때문입니다. (최소한 미움을 안 샀기 때문이다)

말을 바꿔하면 상품에 대하여 욕구가 생겼기 때문이요, 세일즈맨과 고객과의 사이에 심리적인 유대(紐帶)가 생겼기 때문입니다. 이런 것을 ① 상품에 대한 “니즈”(needs)와 세일즈맨에 대한 “래포르”(Rapport)이라고 합니다.

그러므로 세일즈맨은 상대방 고객이 상품에 대하여 욕구를 갖게끔 필요성을 강조하고 상품의 우수성을 역설하여야 하며 고객에게 호감을 사게끔 응대를 잘하여야 합니다. 그러므로 세일즈맨쉽이나 대인관계 처리기술이 필요한 것입니다.

사실 고객으로부터 큰 호감을 살 수 있는 세일즈맨은 고객에 그다지 필요치않은 상품까지도 팔 수가 있는데 반하여 고객

에게 미움을 사는 세일즈맨은 고객에 필요한 상품도 팔지 못합니다. 왜냐고요? 사람은 상품 보고도 사고 사람 보고도 사는 법 이니까요.

오늘날 판매기술은 그 중심점이 상품설명보다 상대방 고객의 경계심(警戒心)을 풀고 신뢰(信賴)를 얻고 마음의 문을 활짝 여는 접근(接近—Approach)으로 이동하였습니다. 이 접근에 성공하려면 무엇보다도 사람들로 부터 호감을 살 수 있는 기술이 필요합니다.

소망의 행동을 얻는 비결이기도 하지요. 「친구를 얻고 사람을 움직이는 법」(How to win friends and influence people)이란 책(우리나라에서도 「사람을 움직이는 법」이란 제목으로 번역되어 있음)을 쓴 “델 카네기”(Dale Carnegie)는 유명한 화술가이기도 합니다만 그는 화법의 원칙을 발표함에 있어서 “내가 주장하는 화법의 규칙 원칙을 여러분이 충실하게 실행하더라.

도 여러분이 상대방으로 부터 미움을 사면 그 순간부터 아무것도 되지 않습니다. 화법에 있어서는 먼저 사람들로 부터 호감을 사야 한다는 것이 전제문제입니다.” 라고 하였습니다.

말의 목적을 달성 하려면 다시 말해서 소망의 행동을 얻으려면 먼저 상대방으로부터 호감을 사야 되므로 카네기씨는 ① 당신은 사람들로 부터 호감을 사기 위하여 어떠한 행동을 하고 있습니까? ② 당신이 좋아하는 사람은 어떠한 사람이며 어떠한 행동을 하는 사람입니까? 라는 두개의 앙케이트를 전 세계의 명사들에게 구하였습니다. 그래서 수만통에 달하는답을 분석하고 분류하여 심리학적으로 검토(檢討)를 한 뒤 호감을 사는 6大 원칙을 확립하고 발표하였습니다 그 원칙을 설명을 가해 가면서 전할까 합니다.

① 성실하게 관심을 갖고 표시하라.

사람은 누구를 막론하고 관심의 대상이 되고 싶은 것입니다. 관심 밖에 버려진 존재처럼 처량한 것은 없기 때문이지요. 관심을 갖고 그것을 표시하면 호감을 사는 이 평범한 진리를 잊지 말고 활용 하여야 합니다.

“친구를 얻는 법을 알고 싶으면 이 책을 일부러 읽을 필요가 없고 세상에서 그 방법에 가장 뛰어난 자를 본받아 배우는 것이 가장 효과적일 것이다. 그 도(道)통한 자를 우리들은 매일 길에서 만난다. 가까이 가면 꼬리를 치고 머리를 쓰다듬으면 좋다고 날뚱다. 어떤 의도가 있어서 그러한 애정을 표시하는 것은 아니다. 집을 팔려고 토지를 팔려고 또는 결혼을 하기 위한 야심은 전혀 없다. 별 일 없이 살고 있는 동물은 개뿐이다. 닭은 알을 낳아야 하고 소(젖소)는 젖을 내야 하고 카나리아는 노래를 불러야만 한다. 그러나 개는 단지 관심표시라는 애정을 사람에게 바치므로서 잘 살아간다. 개는 심리학을 공부한 것도 아니고 또 그럴 필요도 없었다.

상대방으로 부터 관심을 얻으려고 하는

것보다 상대방에게 관심을 갖는 것이 (주는 것이) 더 많은 지기(知己)를 얻을 수 있다는 것을 개는 불가사의(不可思議)하게도 본능(本能)으로서 잘 알고 있다” 고 카네기씨는 말했습니다.

뉴욕 전화회사에서 어떤 낱말이 가장 많이 쓰이고 있는가 하고 통화(通話)를 상세히 조사하였던 바 500통화에 3990번(回)의 “나”라는 말이 나왔다는 것입니다.

“윈”의 유망한 심리학자인 아더러도 그의 저서에서 “남에게 관심을 갖지 않는자는 고난의 인생길을 걸어야만 하고 남에게 큰 신세를 끼친다. 그리고 인간의 모든 실패는 그런 사람들 속에서 발생한다” 고 하였습니다.

② 성명을 기억하고 불러주자.

성명을 기억하고 불러주는 것은 상대방을 중요한 인물로 만들어 주는 것이라고 지난달 호(號)에 언급하였습니다. 상대방의 성명을 기억한다는 것은 상대방을 기억할 가치가 있는 인물로 인정해주는 소의가 되기때문입니다. 즉 상대방을 V.I.P로 만드는 법이 되기 때문입니다. 그럴때문에 사람은 자기의 성명을 소중하게 여기고 남이 자기의 성명을 기억하고 언급 해주면 호감이 아니갈 수 없는 법입니다.

자기의 지배인에게 년봉 100만불을 준 안드레 카네기를 강철왕이라 합니다만 카네기씨는 제강(製鋼)에 대해서는 잘 몰랐다고 합니다. 그러나 사람 다루는데 명수였던 그는 어렸을 때부터 인간의 조직과 통솔에 특수한 재능을 발휘(發揮) 하었다고 합니다. 그가 열살때에 벌써 인간이라는 것은 자기의 성명에 큰 관심을 갖고 있다는 것을 알았고 이것을 이용하여 남의 협력을 얻은 사실이 있습니다.

어느날 그는 토끼를 한마리 주웠는데 그 토끼가 새끼를 낳아 먹을 풀이 모자랐을때 근처의 꼬마들에게 풀을 많이 갖고 온 아이의 이름을 토끼 새끼에 부쳐준다는 방법으로 부족한 먹이 풀을 해결 하였다고 합니다.

뒷날 그는 이 심리를 사업에 응용하여 성공하였고 거부가 되었습니다.

그가 펜실바니아철도회사에 철도 레일을 판매하고자하였을 때 당시 에드가 톰슨이란 사람이 그 철도 회사의 사장 이었다고 합니다. 그래서 카네기는 핏츠버그에 거대한 제철공장을 세우고 그것을 에드가 톰슨제강소라고 이름지었습니다. 펜실바니아 철도회사가 카네기로 부터 레일을 산 것은 말할 것도 없습니다. 그가 경쟁 상대인 다른 회사와 합병(合併)교섭을 할 때 새로운 회사의 이름은 꼭 상대방 회사의 이름을 붙여주는 방법을 써서 누가 보아도 불가능한 합병교섭을 성공 시켰다고 합니다.

“○○재단” “○○박물관” “○○장학회” 라는 개인 이름이나 아호(雅號)들 이름으로 한 재단(財團)이 우리 주변에 얼마나 많이 있습니까? 많은 도서(圖書)를 기증한 대학 같은데서는 도서관 이름을 기증자의 이름이나 아호로 지어서 사의(謝義)를 표시하고 있는 사례(事例)가 또 우리 주변에 얼마나 많습니까? 이런 것을 보아도 우리들은 얼마나 자기의 생명에 대해서 애착심이 크다는 것을 알 수 있습니다.

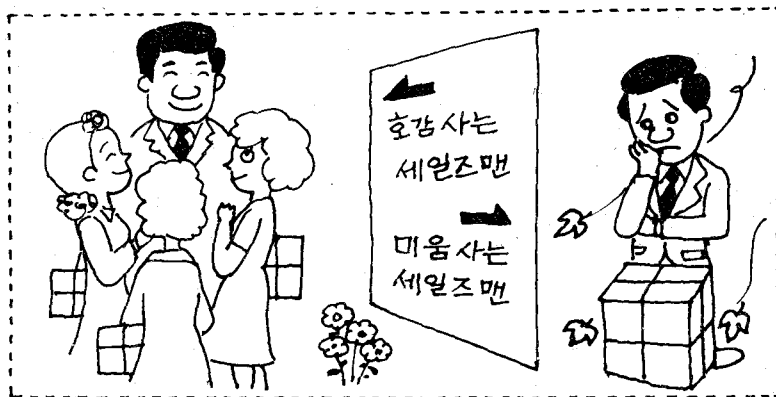
자기의 성명을 소중이 생각하는 이 심리를 응용하여 다른 사람의 성명을 기억하고 불러준다는 것은 호감을 사는 방법

중에도 쉽고도 효과있는 방법이 되겠습니다.

### ③ 상대방의 가치를 인정하다.

인간은 인정을 받을 것을 갈망합니다. 무엇을 갈망하고 있는가를 파악하고 그것을 인정하여 주변 상대방은 중요감이 충족되어 내가 원하는 행동을 한다고 지난 달 호에 언급하였습니다.

델 카네기의 호감을 사는 원칙중에서도 이 항목(項目)이 들어 있는데 인간관계의 법칙에 대하여 철학자들은 수천년을 통하여 사색을 계속해 왔습니다. 그래서 그사색의 속에서 단 하나의 교훈이 생겨났습니다. 그것은 결코 색다른 교훈은 아닙니다. 인간의 역사와 같이 오래된 교훈입니다. 3천년 전에 페르시아에서 조로아스타(zoroasta)는 이 교훈을 배화교도(拜火教徒)에게 전하였습니다. 2천4백년 전의 중국에서는 공자가 그것을 설명했습니다. 도교(道敎)의 개조(開祖) 노자(老子)도 그것을 제자들에게 가르쳤습니다. 예수 그리스도보다 5백년 전에 석가모니는 성(聖) 간지스 강변에서 이것을 설교했습니다. 그것보다 천년 전에 힌두교의 성전(聖典)에 설교 되었습니다. 예수 그리스도는 천구백년 전에 암산(岩山)에서 설교하였는데 같은 내용을(무엇이든지 남에게 대접을 받고자 하는대로 너희도 남을 대접하라) (Do as done by)는 표현을 썼습니다. 성현(聖賢)들의 교훈은 “세상에서



가장 중요한 인간관계에 대한 법칙이다”  
라고 이 항목을 설명하였습니다.

문화의 역수출(文化的 逆輸出)이란 말을 흔히 듣습니다마는 인간관계에 대한 법칙들을 동양의 경서(經書)에서 찾아 그것을 현대감각에 맞추어서 재편성하고 우리에게 다시 전파(傳播)하고있는것이 아닌가 하는 생각이 들곤 합니다.

사실 사람은 누구를 막론하고 주위의 사람들로 부터 인정을 받을 것을 원하고 있습니다. 자기의 진가(眞價)를 인정받고 싶어합니다. 적어나마 자기의 세계에서는 자기 자신이 중요한 존재라고 느끼고 있습니다. 그러므로 입술에 발린 뻘찬 칭찬(사실은 칭찬이 아님)은 듣고 싶지 않지마는 진심(眞心)의 칭찬에는 굶주리고 있습니다. 실질적으로 인정받고 아낌 없는 찬사(讚辭)를 받을 것을 갈망하고 있습니다.

또 사람은 누구라도 자기에게는 무언가 가치가 있다고 생각합니다. 어떠한 사람이라도 자기 자신을 살아서 존재할 가치가 있다고 생각합니다. 그러나 그 존재가치를 자기 자신만이 인정하는 것만으로서 부족하고 주위 사람들이 자기가 인정하는 것 처럼 평가해 주지 않으면 만족하지 않는 법입니다.

필자가 「여비서교실」이란 강좌(講座)에 강의를 마치고 나오니 수강자의 한 아가씨가 복도에서 기다리고 있었습니다.

바쁘지 않으면 커피라도 한잔 하자라는 것이었고 나에게도 참고가 될 이야기가 있다는 것이였습니다. 자기 언니가 이혼 직전의 별거상태에 있다는 이야기를 수척스럽게 시작했습니다. 중매결혼을 한 후 일년이 못됐다는 것입니다. 이혼 하고자 하는 이유가 실감나지 않아서 부모들은 물론이요 자기도 만류를 하고 있는데 필자의 강의를 듣고 보니 언니의 심정이 이해간다는 겁니다. 언니되는 분은 미인이랍니다. 그 아가씨의 얼굴을 보니 분명



미인일 것이 짐작됩니다.

미장원에 머리를 하고난 언니를 미용사들이

“주인되시는 분이 깜짝 놀라실겁니다. 전화라도 걸어서 퇴근하면 곧 오시라고 하세요.”

하고 이쁜 언니를 칭찬했다는 것입니다. 그 말을 들으니 언니도 머리를 하고 화장한 자기 얼굴을 빨리 남편에게 보이고 싶은 충동을 느꼈다는 겁니다.

전화를 받고 집에 돌아온 남편은

“왜 전화를 걸었는데”하고 퇴근 즉시 집으로 오라는 아내의 전화이유를 물었습니다. 언니는 아무 말도 아니하고 남편을 응시했습니다. 이쁘다는 찬사를 기대하면서, 남편은 답답한듯이 “왜그래요?”하고 재차 물었습니다.

“내 머리 어때요?”

내 얼굴 이쁘지요? 하는 말은 못하고 대신 헤어스타일이 어떠냐고 물었던 것입니다.

“또 미장원에 갔었소? ... 이 달에 벌써 세번째군요.”

이렇게 멋없고 재미없는 남편이 있나하는 생각이 들었고 그때부터 자기 남편과 다른 남자를 비교해지게 되었고 그것이 애정의 냉각 시초가 되었다는 겁니다.

거울을 보고 이쁘다는 자기 평가만으로는 욕구가 충족되지 않는 법입니다. 주위의 사람들로 부터 자기가 평가한 것만큼 평가를 받아야 비로소 욕구가 충족되지요.

“사사위지기자”(士死爲知己者)라는 말이 있습니다. “선비(士)는 자기를 알아주는 자를 위하여 목숨을 바친다”라는 뜻이겠습니다. 자기의 진가(眞價)를 인정해주는 사람이라면 목숨이라도 아깝지 않다는 말이기도 합니다.



보통 사람같으면 잘 모를 자기의 진가를 어떤 사람만이 알고 인정해주면 목숨은 모르나 그 사람을 위해서 무엇 이든지 해 드리고 싶을 겁니다.

필자는 모 생명보험회사의 임원으로 있었을 때 어느 커다란 단체의 전직원의 퇴직보험을 일괄 가입시키기 위해 관계책임자 몇 사람에게 술대접을 한 일이 있었음

니다. 서울에서도 일류 요정인 ○○암에서였는데 미스 리라고 기억되는 아가씨가 화장실에 나간 사이에 그애 옆에 앉았던 손님중 한 분이 마담을 보고

“미스 리 저 아이 다른 아이와 바꿀 수 없어?”

“왜요?”

“꼬라지가 왜 그래?”

“이쁘데 왜요? 그리고 지금은 늦어서 바꿀 수 없습니다.”

사실 필자가 보아도 못난 얼굴은 아닌데 표정이 좀 무감각하고 상냥치가 않습니다. 그 손님도 상냥치않은 표정을 나무라는 뜻이었겠지요. 화장실에서 돌아오다 복도에서 이 말을 들은 것 같았습니다. 상냥치 못한 그 얼굴에 불쾌한 불만의 표정까지 곁들여 손님을 대합니다. 이 아가씨 때문에 그 손님의 기분을 상하게 되면 술대접이 헛일이 되고 일의 진행에 차질이 오므로 필자 옆에 있는 아이와 자리를 바꿨습니다.

내 옆에 와서도 마찬가지입니다. 손님에 대한 친절 호의 등의 서비스가 일류 요정 아가씨치고는 좋지 못합니다. 기분을 통내지 않습니다. 술 자석 분위기를 고조시키기 위해서라도 손을 써서 기분 전환을 시켜야만 될 것 같았습니다.

가치를 인정해주면 그 가치는 새로운 가치를 낳는다는 것이 생각났습니다. 미스 리에 대한 칭찬 자료를 찾아보았으나 그렇게 장점될 만한 특징없는 얼굴이었습니다. 그런데 어쩌다 머리를 휘 흔들었을때 귀가 크고 귓밥이 희고 축 처져 내린 것이 매우 이쁘지 않겠습니까? 아이구 살았다 싶었습니다. 칭찬자료가 발견되었기 때문입니다.

“미스 리, 헤어스타일 바꿔야 하겠어.”

“?”

약간 생각하더니 못난 얼굴에 헤어스타일까지 마음에 안든다는 말이나? 하는 생각인지,

“못난 신부가 허름한 병풍앞에 앉았던

말이지요.”

하고 원망스럽게 쏘아뺏습니다.

“그런 뜻이 아니야. 잘은 모르지만 코는 경제와 관계가 있고, 귀는 출신과 관계가 있다고 들었는데 미스 리 귀는 보통 귀가 아니야. 그런 좋은 귀가 노출되도록 헤어스타일을 해야지. 아마 좋은 가정에서 큰 모양이지.”

하였습니다.

그 말을 들은 미스 리는 약간 놀란듯하더니 얼굴에 홍조(紅潮)를 띄고 필자를 보고,

“감사합니다. 선생님.”

하고 머리까지 숙이며 인사를 합니다.

“?”

이제는 필자가 놀랄판입니다.

“이런데 나올 가문(家門)이 아닙니다.

다음에 오시면 가르쳐 드리지요.”

하고 나도 좋은 점이 있다. 그 좋은 점은

아는 사람은 아는구나 하는 생각인지 조금 전하고는 달리 기분을 내고 유쾌하게 손님 접대를 하지 않겠습니까?

사실은 귀가 출신과 가문을 말하는 것인지 아닌지 필자는 잘 모릅니다만 귀인(貴人)들 상(相)이 대개 귀가 컸기때문에 귀를 들먹였는데 우연히 맞았던것 같습니다.

술좌석이었고 각 손님 옆에는 아가씨들이 한사람씩 붙어있었기 때문에 다른 사람들은 우리들의 대화를 못 들었을 겁니다만 필자는 미스 리로부터 정성어린 환대를 받았습니다. 그 요정이 너무 비싼요정이라 필자의 부담으로는 출입하기가 어려운 장소였기에 그 뒤 가보지 못했으므로 알려준다는 그 가문은 영영 모르게 되었습니다만

그당시 그 미스 리의 표정은 “사사위지기자”의 표정이었다는 것이 새삼스럽게 생각납니다. “여용위지기자”(女容爲知己者)겠지요. (계속)

## 계사용 파이프 하우스

### \* 계사특징 \*

#### 1. 반영구적

연희철강(주)에서 생산공급하는 특수연속 아연도금파이프(Painted-pipe)를 사용 깨끗하고 녹슬지 않으며 수명이 반영구적

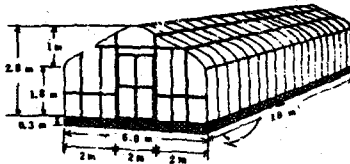
#### 2. 조립, 해체가 간편

독창적 조립부속품의 사용으로 일체 용접 없이 조립, 해체가 극히 간단하며 조립상태가 단정 견고.

#### 3. 가격이 저렴

종래의 양계사 건축비용에 비하여 월등 저렴.

☆ 규격 설계·시공등 상담드립니다.



지붕덮개 (보온덮개)를 적시에 공급하고 있습니다.

다목적 파이프 하우스 제조 전문 메이커

## 풍념산업주식회사

서울 도봉구 수유동 223-41  
TEL. 989-4933.