

# 창조적 판매기술

## 접근법 (Approach)

—방문없이 판매없다—

강 화 수

(세일즈맨 훈련가)

세일즈는 자기가 취급하는 상품의 성질에 따라 판매과정(Sales process)을 몇개의 단계(stef)로 나누어서 그 단계에 알맞은 방법을 써서 각 단계를 효과적으로 진행해 나가야 한다고 하였습니다. 그리고 그 단계는 일반적인 상품의 판매 같으면 ① 탐객 ② 접근 ③ 설명 ④ 체결의 네가지 단계로 구분하는 것이 무난 할 것이라고 말 한바도 있습니다.

탐객단계에 대해서 욕심같으면 더 언급하고 싶습니다만 그 정도로 하고 지금부터는 접근단계를 돌파하는 접근법에 대해서 말씀드리겠습니다.

속담에 하늘을 봐야 별을 만다라는 말이있지요.

탐객법은 하늘을 보고 별을 찾는 단계이며 여타(余他) 단계는 별을 따는 방법입니다. 그리고 접근법은 별을 따기위하여 별에 접근하는 방법이지요.

접근하는 방법은 간단히 말하면 ① 방문하고 ② 면회를 하고 ③ 친숙공장(親熟工作—Warming up)을 해서 상대방 가망객이 호의

를 갖고 나의 상품설명을 들도록하는 사전공작입니다.

그러므로 접근은 접근단계에서만 아니고 상품 설명을 하기위해서나 상담(商談)을 체결하기위해서 방문하였을 때에도 사용되는 방법입니다.

접근은 점두판매의 경우와 같이 오는 손님을 맞이하는 접근(소극적접근)도 있습니다만 방문판매에 있어서는 적극적인 접근 즉 방문을 해서 접근하여야 합니다. 다시말하면 찾아가야 합니다. 필자가 일본에 세일즈 연수를 할때 강사가 다음 세가지 “좌우간 법칙”을 세일즈맨은 지켜야 한다고 역설하는것을 들은 적이 있습니다. ① “좌우간 가봐라” ② “좌우간 만나봐라” ③ “좌우간 말해봐라” 입니다.

세일즈를 하려면 가봐야 합니다.

특수한 상품이 아닌 이상 찾아가야 팔수 있습니다. “방문없이 판매없다”는 세일즈 격언(格言)이 있습니다. 대개의 상품은 점두판매나 D. M (Direct mail) 만으로서는 판매성

적을 올릴수가 없습니다.

좋은 값싼 방문을 하여야 많이 팔수 있습니다.

### 1. 방문판매의 특성

훈련된 세일즈맨을 두고 오로지 세일즈맨의 활동에 의하여 상품이 팔려지는 상품은 대개의 경우 다음에 해당하는 상품들 이라고 할수 있습니다.

(1) 그 상품에 대한 수요는 잠재적 (潛在的)이므로 수요를 환기(喚起)시켜야 한다. 잠재적인 수요일때 고객이 자발적으로 찾아오는 경우는 전무하다.

생명보험에 가입하기 위하여 찾아오는 고객이 없는 이유가 바로 이것이다.

(2) 가격이 크기때문에 구매의 결단(決斷)에는 세일즈맨의 도움이 필요하다.

구매의 결단없이 점포를 찾아오는 손님은 드물다.



고가(高價)의 가전제품(家電製品)이 세일즈맨의 방문 활발판매에서 많이 소화되는 예가 바로 이것이다.

(3) 필요한것이기는 하나 지금 당장 필요 한것은 아니다. 다시 말하면 미래의 욕망을 충족하는 상품의 판매를 위해서는 방문판매를 해야한다.

보험 묘지등의 판매가 예다.

(4) 기술적이고 상세한 설명을 들은 후라야 필요성을 알게된다. 그런 설명을 듣기 전에는 필요성을 못 느끼기때문에 점포로 찾아오는 일이없다.

(5) 상대방의 특수한 상황에 합치하여야 팔리는 상품이다. 세일즈는 문제를 해결해주는 행위이다. 상대방이 갖고 있는 문제는 사람마다 다르다.

(6) 잘 알려지지 않은 상품같은면 자발적으로 사러 올 손님이 없는것이 당연하다.

(7) 일반적인 상품같은면 제공자가 많고 경쟁이 강하므로 Buyer's market 다.

Buyer's Market 에는 세일즈맨이 방문을 해야 팔수있다.

### 2. 방문없이 기술없다.

세일즈맨은 세일즈의 명인(名人)이 되어야 한다고 합니다. 뛰어난 재(才)와 기(技)와능(能)을 갖춘 사람을 명인이라 할수 있지요. 타의 추종(追從)을 불허하는 제일인자라야 명인이라 할 수 있습니다.

세일즈의 명인은 세일즈의 기능보유지요. 명수(名手)요. 달인(達人)이요. 도통(道通)한 사람입니다. 그런 기술의 선생은 누구이겠습니까? 진짜의 선생은 강사가 아니고 세일즈맨이 매일 접촉하는 「고객」입니다. 강습시의 선생은 기술을 향상시키는 방법을 가르쳐줄것입니다만 말만 듣고는 기술은 향상하지 않습니다.

세일즈의 기술도 체능이나 무술처럼 강한 훈련과 수련으로 체득되는 성질의 기술입니다. Traing on the job에서 이룩되는 기술입니다.

고객을 방문하고 면접하고, 때로는 냉대도 받고, 때로는 모욕도 당하고, 물론 거절도 당하고 해서 얻어지는 기술이라야 진짜 기술입니다.

몇시간의 강의를 듣고 이룩되는 값싼 기술로서는 사람을 움직일 수 없습니다.

학문이건 예술이건 능이건 직업이건 그 방면의 명인이 되고 제 일인자가 되고 최고의 경지에 도달하려면 작고면려(刻苦勉勵)의 고절십년(苦節十年)이 필요하다고 합니다. 일조일석에 선수가 되고 기술자가 되고 명인이 되는것은 결코 아닙니다. 백련천마(百練千磨)의 분투노력이 필요하다는 것입니다. 절차탁마의 수업이 수반해야 한다고 합니다. 고심참담의 훈련이 필요 하답니다. 피리도 십년을 불어야 제 소리가 난답니다. 무슨 일이나 일가(一家)를 이루려면 십년적공이 필요한 법입니다. 방문없이 기술없다고 한것은 이를 두고 한것입니다.

### 3. 세일즈 정비례의 원칙

세일즈에는 세가지 정비례의 원칙이 있습니다. 이것을 외야(外野) 정비례의 원칙이라고도 합니다. ① 소득은 판매량(件當平均販賣量×成立件數)에 정비례하고 ② 판매량은 면접(面接) 회수(回數)에 정비례하고 ③ 면접회수는 방문회수에 정비례한다는 원칙입니다.

그래서 소득을 얻으려면 방문을 해야하고 소득을 향상시키려면 방문회수를 증가하여야 한다는 결론이 나옵니다.

「판매는 거절할때에 시작한다」(Sales begins when customer says no)라는 책의 저자 미국 판매계의 제일인자인 “후랭크 페트가”



는 원래 직업 야구선수였었습니다. 팔을 빼어 야구를 그만두게 되어 생명보험의 세일즈맨이 되었습니다.

기대했던 소득을 못 얻고 실의에 빠져 성적불량의 원인을 곰곰히 생각해본 끝에 방문회수가 적었다는것을 알았습니다. 소득의 향상에는 방문회수의 증가가 무엇보다도 효과적이란것을 안 「페트가」는 방문회수 증가에 전력을 기울였었습니다. 만 일년만에 기록을 살펴보니 1,849회의 방문을 했고 828명의 고객을 만나 65건의 보험계약을 성립시켜 4,251불의 소득을 얻은것을 알았습니다.

다시 말하면 일회의 방문에 2불30센트를 벌은것을 알았습니다.

“일년 전에만 해도 나는 실망한 나머지 보험 세일즈를 그만 둘까 하였습니다. 지금은 나는 고객과 면회가 되었거나 없었거나 결론으로서는 한번 방문하므로써 2불30센트가

나의 주머니 속으로 들어오게 되어있습니다.

냉대를 당하여도 거절을 당하여도 설사 못 만났다 하더라도 한번만 방문하면 결과적으로는 2불30센트를 벌게 되니 고객 방문만치 기꺼운것이 없습니다. 이 기록이 나에게 용기와 신념을 주었습니다. “페트가”의 말입니다.

그후 그는 “방문회수는 년 2,000회 정도로 하고 일회당방문에 19불을 벌고 있습니다”라고 하였습니다.

#### 4. 접근조사(Pre-Approach)

가망객(prospect)을 만나기전에 그분의 외면적속성(外面的屬性) 내면적속성 등을 가급적 상세히 파악하는것은 세일즈성공의 비결의 하나입니다.

상대방의 실태를 가능한 한 잘 알면 상대방의 특수상황에 알맞는 제안을 할수있을 뿐만 아니라 인간은 타인이 자기에게 관심을 갖고 이해를 해 줄것을 원하고 있기때문에 첫 대면 때 상대방이 자기의 경력이나 회사의 사정이나 직업이나 가족등을 잘 알고 있다는 것을 알면 호감이 가는 것입니다.

그러므로 세일즈맨은 사정이 허용하는 범위에서 가급적 상세히 사전조사를 하는것이 좋습니다. “그것만 알았더라도 실패는 안했을건데……” 하는 경우가 얼마라도 있습니다.

필자가 어느 보험회사의 교육담당 임원으로 있을때 들은 중견 여자 세일즈맨의 실패담입니다.

유력한 분의 소개를 받아서 어느 중류기업가의 사장부인을 보험에 가입시키려고 하였습니다. 3,4차의 방문면회끝에 계약고 500만원의 계약에 가입하겠다는 확답을 얻었습니다.

“좋습니다. 하나 들지요” 하는 사장의 사모님의 말에

“감사 합니다. 사모님. 덕분에 이달에는 우리 영업소에서 제가 일등상을 타게되었습니다. 감사합니다”고 했더니

“그렇게 기뻐요?”

“기쁘고 말고요. 사모님. 입사한지 일년이 넘었는데 아직껏 영업소 일등상은 못 타봤습니다.”

“일등하기가 그렇게 어려운가요?”

“네, 어렵습니다. 사모님같은 분이 좋은 분을 소개 해주시면 영업소 일등은 말 할 것도 없고 전국 일등도 할수있을 겁니다.”

계약도 얻고 소개도 받을 수 있는 화법을 구사한것은 잘한것입니다.

“생각해 보지요”

“감사합니다. 나중에 또 부탁드리겠습니다. 하고 계약을 마무리 짓기위하여 청약서(請約書)란 용지를 가방에서 내고 기입(記入)을 시작했다는 것입니다. 빈 판에 해당 상황을 기입해가면서





“사모님 여기 주소가 명륜동 1가 57번이고 … 사모님 성함은 무슨자 무슨자로 씁니까?”

하고 물었습니다.

“성은 윤가고요. 이름은 구슬경자 구슬옥자 지요.

구슬옥자는 알겠는데 구슬경자가 머리에 떠오르지 않더랍니다. 구슬경자를 몰랐다면 윤경옥 이래도 좋고尹경玉 이라고 써도 계약서 성립에는 아무런 지장이 없게 돼 있습니다.

“ 좋습니다. 하나 들지요 ” 하고 확답을 받았기 때문에 방심을 했고 소개까지 해주겠다는 말에 들떠서 무심코 청약서 용지를 상대방 사모님 쪽으로 돌리고 불펜을 그 사모님에게 주면서

“ 구슬경자가 생각나지 않는군요. 사모님이 직접 써 주십시오 ” 하였답니다.

그랬더니 사모님이 난처한 안색을 하자 공교롭게도 안방에서 전화벨이 울리고 사모님은 전화 받으러 그 장소인 응접실에서 안방으로 가버렸답니다. 한참 기다리니 식모 아주머니가 나타나더니

“ 사모님이 바쁜일이 생겼다고 내일 오전에 오시랍니다 ” 고 하길래 이상한 생각이 들었지만 그 이상 무리한 요구를 할 수가 없고 불안으로 밤을 지새운 후 출근하자 마자 그 맥을 방문했더니

“ 좀 더 생각해보야겠네요. 다음 달 중에 찾아와 보십시오 ” 라는 대답.

할수없이 소개해준 분을 만나 사실을 이야기 하고 협조를 부탁하였더니

“ 큰 실수를 하셨네요. 그분은 구슬경자는 커녕 한글 경자도 못쓰는 분입니다 ” 라고 하더랍니다.

그후 일부러 그 맥을 찾아가서

“ 이 근처에 수금왔다가 사모님의 안부인사나 드릴까 하고 찾아뵈었습니다. 안녕하십니까? ”

라는 식의 인사 문안을 두번쯤 하고 다음 달 와보라는 그달 초순에

“ 사모님, 외람합니다만 다 써 가지고 왔습니다. 구슬경자가 어려운 글자입니다. 도장만 찍어주십시오 ” 했더니 못이긴듯이 찍어 주더라고 하였읍니다.

실사 그 사모님이 무식이란것을 몰랐다 하더라도 그 사모님의 이름이 경옥이라는 것만 알았더라면 무난히 계약체결이 되었을것을 간단한 그것을 사전에 몰랐기 때문에 근 한달 동안 잠도 제대로 못자고 흰머리카락이 더났었다는 말은 그녀의 과장(誇張)이 아니었을 겁니다.



(1) 조사사항

무엇을 조사하느냐 하는 조사의 중점은 업종에 따라 다를것입니다만 가능하면 방문전에 다음 사항은 조사하여 알아 두는것이 좋겠습니다.

- ① 성명 ② 주소 ③ 연령 ④ 직업 회사의 소재, 업종, 역사 ⑤ 지위 및 권한 ⑥ 거래관계 ⑦ 수입 자산 ⑧ 경력 ⑨ 성격 ⑩ 취미 ⑪ 가족구성 가족의 이름 및 연령, 직업 ⑫ 최근의 뉴스

(2) 조사방법

상세한 조사를 하기위해서는 많은 시간과 노력이 필요합니다. 현실적으로는 위 항목중 곧 알수있는것은 면회전에 조사하여 알아두고 여타항목은 후일에 조사할수 밖에 없읍니다.

여하튼 어떤 경우일지라도 반드시 무엇인가 조사는 하여야 하고 또 그것은 가능합니다. 관심을 갖고 약간의 노력만 하면 알수있는것입니다. 필자가 교육한 보험 세일즈맨 P가 교육직후에 보험모집(실은 모집 훈련)차 어느 집을 방문하여

“사모님 안녕하십니까. D보험에 근무하는 P라고 합니다.

“보험? 그런것 우리는 필요없어요”

“보험모집하러 온 것이 아닙니다. 이달은 11월 저축의 달이기때문에 보험에 대한 여론조사차 나왔읍니다” 배운대로 앙케이트법의 접근을 시도한것입니다.

앙케이트 용지(사실은 접근자료)를 내고 기입을 하려고 하면서

“사모님 주인 되신분의 성함은?……”

하고 물었더니 이 사모님 보통이 넘습니다.

“우리집 아빠 성함 말입니까?”

“네”

“나가다가 문패를 보십시오”라고 하더랍니다.

문패는 커녕 주눅이 들어 그냥 돌아왔다는

것입니다. 알아 보겠다는 마음가지미 없으면 이런 꼴을 당합니다.

면회전의 조사에는 이런 방법이 있지요.

- ① 소개자로 부터 탐지
- ② 인근주민으로 부터 탐지
- ③ 동업 거래자로 부터 탐지
- ④ 명부등으로 부터 탐지
- ⑤ 업무를 떠난 회합등에서 탐지

(3) 면회중의 조사

사전조사를 위하여 예비방문이란 조사를 위한 방문을 하는 수도 있으나 어떠한 면회중에 조사 사항을 조사할 수도 있습니다. 세일즈는 세일즈맨이

- ① 상대방에 관한 정보를 가능한 많이 수집하고
- ② 그 정보를 근거하여 상대방의 실태를 파악하고
- ③ 그 실태에 알맞는 말을 하고
- ④ 상대방이 반응의 언행을 하고
- ⑤ 그 반응의 언행에 의하여 세일즈맨이 그 의미를 판단하고
- ⑥ 그 판단에 의하여 또 언행을 하고
- ⑦ 그 언행에 의한 반응을 상대방이 하고 하는 연속입니다. 이런 연속적인 주고받는 대화속에 전에는 몰랐던 사실을 알게 되는 것입니다.

면회전까지는 잘 몰랐던 것도 면회를 통하여 알수있는것이므로

- ① 주거 사무실을 관찰 한다.
- ② 복장 용모 말 동작등을 관찰한다.
- ③ 질문을 해서 답하는 것을 보고 관찰한다.
- ④ 거절하는 내용이나 방법을 보고 관찰한다. 해서 상대방의 실태를 파악하는 것입니다. 상대를 알고 나를 알면 승리한다는 이 원리는 세일전(戰)에서도 통하는 병법입니다.

(계속)