



창조적 판매기술

접근법

접근의 심리

강 화 수

(세일즈맨 훈련가)



6. 접근의 심리

(1) 접근시의 고객의 심리

접근은 가망객을 만나서 상품설명의 요담(要談)에 들어가기 까지의 단계를 말하며, 세일즈의 출발점이 되므로 이 단계를 성공적으로 돌파하느냐 못하느냐에 따라 세일즈 성공에 결정적인 영향을 미치는 것입니다.

다지고 보면 세일즈는 크로징(closing)에 이르기 까지 세일즈맨이 보다 더 가깝게 가망객에 접근하는 행동의 연속이므로 판매의 전 과정은 Approach의 연속이라 하여도 과언은 아닐것이다. 그러므로 Approach에 필요한 태도(mental attitude)나 기술은 세일즈의 전 단계에 통용되는 것이라고 보아야 하겠습니다.

그렇다면 접근시의 고객의 심리를 파악하여야 합니다.

물론 접근시의 고객의 심리는 사람에 따라 다소 다를것이나 인간 공통의 심리를 우선 이해하고 개인적인 차(差)가 있다는것을 염두에 두어야 하겠습니다.

그러면 접근시 공통적인 고객의 심리는 어떠한가요?

① 고객은 경계 한다.

세일즈맨이 방문하고 면회하면 대부분의 고객은 경계상태에 돌입합니다.

특히 초대면(初對面)의 세일즈맨에게 경계를 하는것은 당연하다고 봐야합니다.

A. 세일즈맨의 인상때문에 고객이 혐오감(嫌惡感)을 가졌을때

B. 세일즈맨과 말을 하다가는 결국 사게 되니 어떻게하면 좋도록 그냥 보낼까 하는 경우.

C. 지금 바쁘데 찾아와서 귀찮게 굴려고 한다고 느꼈을 때

D. 안 써본 상품은 사서는 손해 본다는

과거의 쓴 경험에서 온 도피의 심리상태일 때에는 고객은 경계라는 마음의 무장을 하고, 마음의 문을 콕 닫고 있는 법입니다.

그러므로 이런 경우 세일즈맨은 무엇보다도 먼저 고객의 경계심을 풀어야 하고 마음의 문을 열어야 하지요

② 고객은 평가한다.

고객은 면접 초기부터 세일즈맨을 평가합니다. 값을 매기고 점수를 매기지요. 그것도 표면적인것을 평가하고 무의식적으로 값을 매깁니다.

세일즈맨은 여기서 점수를 따야지요.

일차 시험에 합격하여야 이차시험을 볼수가 있으니깐요.

세일즈맨의 복장 태도 표정등의 첫 인상이 좋아야 된다는 이유가 여기에 있습니다.

필자가 일본 동경에서 판매교육을 받고 있을 때 서독 사람으로서 제이차 대전시 독일 공군 대위로 있다가 전쟁후 금전 등록기 판매 세일즈맨이 되었다가 서독서 톱(top)의 자리를 차지하고 그 덕으로 회사 부담 세계 일주 여행도중 동경에 들른 사람의 「세일즈맨 씩」의 강연회에 참석한 행운을 갖게되었습니다.

제목이 「심리적 어우로치」였었는데 그중 중요한 내용은 사람이 접하였을때 갖는 반응은 10분의 9가 무의식적 반응이므로 10분의 9에 해당하는 이 무의식적 반응에 합격하려면 제일 먼저 인상이 좋아야 하고,인상을 좋게 하려면 복장 태도 표정이 좋아야 한다는 것이었습니다.

그리고 그 사람은 중요한 가망객과 만나기로한 날에는 평상일 보다 일찍 일어나서 체조도 하고, 아침 목욕도 하고, 정성껏 화장을 하고, 자기가 가진 양복이나 넥타이중 가장 좋은 것을 차려입고 구두도 깔끔하게 닦아 신고, 거울 앞에서 미소짓는 연습을 몇번 한 후에 가망객을 찾아 간다고 한 이야기

가 상기됩니다.

학창시절에 데이트 할때에도 그리 하였고 가망객을 항상 애인으로 생각하고 애인 만날 준비와 마음가짐으로 가망객에 접근하였더니 성공했다는 이야기 입니다.

③ 고객에게는 영리심(營利心)이 있다.

고객은 세일즈맨을 경계하고 평가하나 그 고객 역시 이해(利害)관계의 지배를 받는 인간입니다. 그것은 인간은 저마다 자기의 이해관계에 따라 행동하는 존재이기 때문입니다.

내게 이로우면 움직이고 해로우면 움직이지 않는 이해관계의 지배를 받는 존재입니다

그러므로 면접초기의 고객도 자기의 이익을 생각하고 있는 사람이라고 생각해야 되지요. 이익이 되는 말과, 자기에게 정말 플러스가 되는 일과, 실질로 득(得)되는 일에는 관심과 흥미를 갖습니다.





그래서 세일즈맨은 이익되는 존재라고 느끼게끔 자기판매의 방향을 잡아야 한다고 했지요.

④ 고객에게는 자존심이 있다.

고객인 그는 자기의 체면(体面)을 존중하고 다른 사람들로 부터 존경받고 싶은 사람이라는 것을 잊어서는 아니됩니다.

원래 인간은 혼자서 사는 인생이 아닙니다. 여럿이 모여사는 세상입니다.

그래서 누구를 막론하고 주위사람들에게 칭찬을 받고, 인정을 받고 싶고 존경을 받고 싶은 것입니다.

어린이는 부모한테 인정을 받고 싶고, 학생은 선생에게, 아래 사람은 웃사람에게, 고객은 세일즈맨에게 인정을 받고 싶고 존경을 받고 싶어 하는 것입니다.

남의 존재와 능력과 업적을 정당하게 인정을 하고 상대방의 체면을 존중해 주는것은 세일즈에 있어서 필요하기 보다 저세의 ABC 입니다.

그러므로 세일즈맨은 여기에 대응하여 고객의 자존심을 만족해 주도록 언행(言行)을 해야합니다.

⑤ 고객은 호기심을 갖고 있다.

고객은 진기(珍奇)한 것, 미지의 것, 새로운 것에 대해서는 호기심을 갖습니다.

이런것을 인간의 “새로운 경험의 욕구”(Need of new experience)라고 하지요.

새로운 것을 알고 싶고, 새로운 것을 보고 싶고 새로운 곳에 여행을 하고 싶은 “새로운 경험의 욕구”가 인간에게는 있는것입니다.

이 욕구가 있기 때문에 인간의 생활에 향상(向上)이 있고 발전이 있고 진보가 있지요 지식욕(知識欲), 호기심, 탐구욕(探究欲)향학열(向學熱)모험정신등으로 나타납니다.

이러한 욕구에서 진리탐구와 기업활동과 예술창조의 꽃이 필니다.

젊은 사람일 수록 이 욕구가 강합니다.

세일즈맨은 접근때 빨리 아는것, 또는 천편 일률적(千編一律的)인 방법으론 관심을 끌기가 어렵습니다.

좋은 연출가로서 신선한 어프로치를 연구 하여야 합니다.

약 십년전 일입니다. 당시 W호텔에서 A. P. O (亞細亞生產性機構) 주체의 마케팅 세미나가 있었습니다. 필자도 참석하였읍니다만 참석자인 일본 어느 인쇄회사의 임원과 명함을 나누기 되었습니다.

상대방의 명함의 성명 윗부분에 자그마한 적(赤)록(綠)황(黃)색의 이쁜 네모꼴이 인쇄되어 있었습니다.

그때까지 그러한 명함을 받아본 일이 없는 필자는

“이 적, 록, 황색의 사각형은 무엇을 뜻하는 것입니까?”물었습니다. 그 일본 회사 임원(전무라고 기억합니다만)이 빙그레 웃으면서

“우리 회사의 모토인 삼신조(三信朝)를 말하고 있는 것입니다. 즉 성실 봉사 신용의 뜻입니다.”하지않겠습니까?

“참 좋은 착상(着想)입니다”하였더니

“사실은 우리 회사의 세일즈맨을 위해서 고안한 것입니다”

“세일즈맨을 위해서라고요?”

“네 세일즈맨들이 어쭙로치 할때...”

“아—알겠습니다. 어쭙로치 할 때 상대방의 질문을 유도하기 위한 방법이군요”

“그렇습니다. 어찌 그리 잘 아십니까?”

“부끄럽습니다. 사실은 일본 어느 책에서 본 것 같습니다.”

“아—그렇습니까?”

참고로 설명을 하겠읍니다

“안녕하십니까? K상무님, 저는 P상사의 ○○○입니다. 바쁘신데 죄송합니다”하고 세일즈맨이 낸 명함을 보니 명함 상부(上部)적, 즉, 황, 세 색깔의 사각형이 인쇄되어 있으니 K상무 무심코



“이 적, 록, 황 세 색깔의 네모꼴은 무엇을 뜻하는 것입니까?”하고 아니 물을 수 없게 됩니다. 즉 K 상무가 그러한 질문을 하도록 유도하는 것입니다.

그 질문에 대답하므로써 자동적으로 자기 회사의 경영방침을 상대방에 P. R 하는 동시 대화가 시작되는 법이지요

⑥ 고객에게는 애정이 있다.

고객은 세일즈맨을 경계하고 평가하고 이익이 되는것, 무언가 새로운 것에도 흥미와 관심을 갖고 자기 체면이나 존중하고, 다른 사람들로 부터 존경이나 받으려고 하는 이기적이고 냉정한 인간으로만 보서는 큰 오산입니다.

그에게도 따뜻한 피가 통하고 있는 인간입니다. 돌부처가 아닙니다. 사랑을 주고 싶고, 사랑을 받고 싶은 인간입니다.

본래 인간에게는 “사랑의 욕구”(Need of love)가 있습니다.

이 욕구는 두가지 형태로 나타납니다.

하나는 누구를 사랑하고 싶은 욕구요 또 하나는 누구한테 사랑을 받고 싶은 욕구입니다.

애정의 주체가 되고 싶은 욕구와 애정의 객체가 되고 싶은 욕구가 있습니다. 어린애는 사랑을 받고 싶은 욕구가 강하나, 사랑을 주고 싶은 욕구는 적습니다. 청년이 되고, 어른이 되면 누구를 사랑하고 싶은 욕구가 점차 강해집니다.

세일즈맨이 접근하는 대상자인 고객 역시 사랑을 하고 사랑을 받고있는 인간입니다.

현재 그분은 무언가 사랑하고 있습니다. 그것은 사람일 수도 있고, 사물(事物)일 수도 있습니다. 그것을 알고 그것에 대해서 대화를 나눌수 있다면 어쭙로치는 반드시 성공할 것입니다.

첨가 하고 싶은 것은 희랍어에는 사랑이라는 단어가 세개가 있다고 합니다.

「아가페」(Agape) 「에로스」(Eros) 「필리아」

(Philia)이라고 합니다.

철학과 사색의 천재였던 희랍인들은 인간의 사랑에는 세가지 종류가 있다고 생각하였던 것입니다. 무엇을 사랑하느냐 하는 즉 사랑의 대상에 따라 사랑의 성격과 내용과 특색이 각각 다르다고 생각하였던 것입니다.

참으로 옳은 통찰(洞察)이요 깊은 파악이라 아니할 수 없습니다.

신(神)과 인간 사이의 종교적인 사랑을 「아가페」라고 했고 젊은 남녀간의 뜨거운 사랑을 「에로스」라고 하였고 인간적 우정을 「필리아」라고 하였습니다.

필자가 고객에게는 애정이 있다고 한이 애정, 사랑은 「필리아」적인 사랑을 많이 의미하는것입니다만 그렇다고 「에로스」적인 사람을 부정하는것도 아님을 유념(留念) 하시기 바랍니다.

(2) 접근 시의 세일즈맨의 마음가짐.

어푸로치에 성공하느냐 못하느냐는 기법(technique)의 문제보다 세일즈맨의 정신상태, 쉽게 말하면 기분에 좌우되는 경우가 많다고 유능한 세일즈맨 들은 말하고 있습니다.

그러면 어떠한 정신상태로 어떠한 마음 가짐 어떠한 기분으로 접근하여야 하느냐 입니다.

① 자기의 일(業務-sales)에 반할것.

자기의 일에 반한다는 것은 내가 팔고 있는 상품은 틀림없이 좋은 상품이다. 나는 고객의 이익을 위하여 일을하고 있다는 자기의 일에 자신과 긍지를 갖는 다는 것입니다. 심하게 표현하면 자기자신의 일에 미치라는 것입니다.

반하면 미치는 것이니까요.

자신과 긍지를 갖고 고객을 방문하면 이쪽의 마음이 상대방에게 전해진다는 것을 명념하여야 합니다. 사념통달(思念通達)이라는 초심리학적인 이론을 인용치 아니하여도 인간 심리의 상호반응(相互反應)의 원리만으로

도 수궁이 같것입니다.

접근에 성공하려면 먼저 자기의 일에 반하여야 한다는 이 심리적인 가업에 성공해야 합니다.

② 고객에게 반할것

초대면(初對面)에서 상대(相對)에게 갖는 감정은 경계심을 가지면 상대방도 그와 같은 감정이 됩니다.

가령 표면상으로는 호의적인 미소를 띠고 있어도 마음속으로 불안이나 경계심을 갖고 있으면 이상하게도 상대방도 그것을 감지(感知)해 버립니다.

그러므로 세일즈맨이 고객을 만나면 상대방에게 반해야 합니다.

쉽게 반할 수 있느냐고요?

어떠한 사람이라도 좋은 점, 즉 장점이 있는 법입니다. 냉정한 사람에게는 이지적(理智的)인 점이 있기때문에 존경할 수 있다고 생각하고, 험령한 사람이라고 느끼게 되는 고객에게는, 사귀기 쉬운 사람이라고 생각하고, 모가 나는 말을 함부로 하는 사람에게는 솔직한 분이라고 생각하고, 좀 모자라는 사람은 너무 좋은 사람이라고 생각하면 되지요



물론 여기서 말한 반한다' '애정을 갖는다' 하는 것은 전술(傳述)의 「필리아」이지 「로고스」가 아님은 말 할것도 없습니다.

다만 자기자신의 마음을 상대방에 대한 호의(好意) 넘치는 것으로 만들어야 된다는것을 말 할 따름입니다.

③ 자기에 반할것 .

자기에게 반한다는 것은 자기의 장점, 즉 좋은 점을 인정하고, 자신을 가져야 한다는 것을 말 합니다.

자기가 자기자신에 반하지 않는데 누가 자기에게 반해주겠으며, 자기가 자기자신의 좋은 점을 인정 아니하는데 누가 자기의 좋은 점을 인정해 주겠습니까?

세일즈맨의 자신있는 태도가 상대방을 매혹시키는 법입니다.

필자가 젊었을때 부산 어느 직장에 근무하고 있었을때의 일입니다. 친구중 H라는 자가 술집에가면 가면 술집 여인들의 인기를 독차지 하곤 하였습니다.

인품이나 지식면이나 돈 쓰는 면에서도 그



와 나와는 별 차이가 있는것도 아닌데 같이 만난 여자들은 항상 그 H라는 자에 쫓리고 그러므로 해서 염문 도 자자한 편이 있었습니다. 한번은 필자가 “여자가 자네에게 걸리면 백발백중 같은데 함락시키는 비결이라도 있는것 아닌가?”하고 점잖지않는 질문을 한일이 있었습니다. 여자가 걸릴만한 좋은 놈은 아닌데 하는 속 뜻으로 말 했지요. 그랬더니

“백발 백중 함락시키는 기술이 있지” 하지 않겠습니까?

“말해 줄수없나?”하고 물었습니다.

“술 한잔 사면 가르쳐 주지”

그후 몇일 뒷날 우연히 필자가 그 친구에 술을 살 기회가 있었습니다.

“자네 엇그제 백발 백중 여자 함락 시키는 비결이 있다 했지?”

“그래 있다 했지”

“술 사면 가르쳐 준다고 약속하잖았나?”

“그런 소리 했지. 야—본전 되게 쟁기네”

“약속은 약속아니야?”

“야—더럽다 더러워, 오냐 가르쳐주지” 술을 쪽 한잔 들이켜더니

“나는 말이야, 내가 점 찍은 여자가 내게 미치도록 하는 방법을 쓰는것 뿐이야”

“그래 그것을 가르쳐 달라는것 아닌가?”

했더니

“그래 간단 하다 간단해. 잘 들어라. 상대방 여자가 내게 미치도록 하는 최선의 방법은……내가 먼저 미쳐보는것. 이것이다. 어때?”

그 당시에는 그소리를 미친소리로 들었고 뺨이라도 한번 때려주고 싶은 충동을 느꼈읍니다.

지금은 어떠냐고요?

지극히 옳은 말로 알고 있습니다.

己所不欲勿施於人

DO as done by 를 알고 있기 때문입니다.