

## '81 EDS電子展에 다녀와서

李 熙 駿

極逸디지털工業(株) 代表理事

본인을 비롯한 韓國의 16개 업체 대표는 商工部(電子部品課)와 電子工業振興會의 지원으로 1981년 5월 5일부터 7일까지 3일간 Atlanta의 힐튼 호텔에서 열린 '81년 EDS Show에 참석하였다. 주지하다시피 뉴욕이나 시카고, 로스앤젤레스 등 美國의 大都市에서는 연중 각 商品別로 展示會가 번갈아 가며 계속적으로 열리고 있다.

원래 이 展示會는 美國 Electronic Industry Show Corporaton에서 매년 1회씩 定期的으로 개최하여 좋은 成果를 거두는 비교적 큰 행사였으나 올해는 Atlanta라는 地理的 여건 탓으로 出品業體 별로 성과가 고르지 못한 점이 있었다. 즉 Atlanta는 美國의 東南部에 위치하고 있어 고객들도 대개 그 부근의 사람들이 대부분이었고 여기에 멕시코 등 中南美의 일부 商事가 參觀하여 美國 전역 내지는 世界的인 행사로서는 위축된 감이 있었다. 따라서 「누가 개최하는 Show인가?」에 못지 않게 「어디서 개최되느냐?」도 展示會의 成果를 가늠하는 중요한 요소라고 하겠다.

모든 展示會가 다 그렇지만 이번의 展示會도 각 業體別로 적당히 분배되어진 위치에서 자기 商品을 진열해 놓고 지나가는 고객들에게 권유하기도 하고 혹은 찾아온 고객들을 맞아 商談을 하면서 3일을 보냈다. 최근에는 韓國 輸出業體들의 海外 營業활동도 조직적 이고 영속적으로 운영되고 있지만 처음 해외로 나가려는 사

람들은 다음과 같은 점을 유의해야 할 것이다.

첫째, 展示會에서는 분명히 많은 商去來가 이루어지고 있다. 그러나 실제로 이루어지는 거래의 대부분은 展示會가 있기 훨씬 이전부터 접촉이 있어 왔다는 사실을 명심하지 않으면 안된다. 누가 어떤 展示會에서 무엇을 얼마나 계약하였다고 하는 말만 듣고서는 사전에 아무런 준비도 없이 막연한 상태로 Show에 참석을 하다보면 商談은 많았는데 실제 계약고는 거의 없고, 따라서 展望이 좋다고 자위하던가 괜히 시간과 돈만 낭비하였다고 후회하게 될 것이다. 참석하게 되면 우선 同種業界의 현황을 알수 있어 앞으로의 전망을 점칠 수 있고 찾아오는 고객들을 맞이하게 되어 적은 노력으로 쉽게 고객을 파악할 수 있다는 利点이 있다.

그런 의미에서 展示會에는 가급적 세일즈맨 이외에 엔지니어가 함께 동반하는 것이 營業활동을 위하여 필요하다고 생각된다. 한편 고객은 고객대로 비록 이전에 충분한 檢討가 있었지만 展示會를 통하여 자기가 선택한 제품이 과연 성능 디자인 및 가격등의 면에서 良品인가의 여부를 확인하게 되므로 展示會는 필요한 것이다. 그러므로 展示會에는 가급적 필히 참석을 하되 적어도 3~4개월 전부터 고객들에게 맹렬하게 販賣活動을 벌이고 계약을 하며 새로운 고객을 확보하고 파악하여 去來先을 확보하고 同種業界의 종합적인 展望을 파악한다면 참가 효과는 100%가 될 것으로 생각된다.

둘째, 展示場에 있으면 각양각색의 사람들이 다 찾아와서 문의를 한다. 우리는 흔히 Big Buyer 나 Peanut buyer 나 하는 이야기를 하는데 이는 Business 규모를 놓고 하는 것이며 또 다른 측면에서 볼 때는 Importer, Distributor 또는 Wholesaler 그리고 Retailer로 구분할 수도 있다.

Importer는 그 物動量이 큰 경우가 많고 去方式도 L/C Base에 준하며, Distributor 나 Wholesaler는 韓國式으로 볼 때 중간 도매상쯤에 해당하는데 주로 Importer 들로부터 외상(Credit)으로 商品을 공급받아 retailer에게 보급하는 역할을 맡고 있다. 즉 美國에 Stock를 갖고 있느냐라고 묻는 사람들은 대개Distritor에 속하는데 이들에게 價格情報등을 주는 것은 정작 Importer를 자극하는 逆效果를 내는 경우가 있으므로 주의해야 한다. 나아가서 美國에 Stock을 갖고 이들에게 Credit를 주며 적극적인 판매를 추진하는 것은 대단히 능동적인 반면 위험한 점도 있다.

우리들은 찾아오는 고객들을 상대하느라고 진땀을 빼며 열심히 판매 활동을 했다. 한가지 웃으웠던 점은 점심식사 시간이 되어도 자리를 비울 수 없었고 화장실조차 마음 놓고 갈 수가 없었는데 그것은 혹시 자리를 뜨는 동안에 소위 Big Buyer가 오면 어쩌나 하는 우려 때문이었다.

하루의 展示를 마치고 저녁이 되면 現地 KO-TRA 職員들과 領事館 직원들이 마련해 주는 푸짐한 韓國料理들을 들며 참가 업체와 電子工業振興會 그리고 商工部 電子部品課와의 유대를 강화시킬 수 있었던 것도 커다란 수확 중의 하나였다.

나는 展示를 위하여 남대문 도매시장에서 韓國 고유의 태극부채를 한 개에 500원씩 주고 50여개를 사서 회사이름과 내 이름을 넣어 가지고 갔었는데 이 부채는 現地에서 놀랄만한 인기를 얻었다. 韓國과 우리 會社를 동시에 宣傳

할 수 있었던 좋은 선물이었다고 생각 한다.

나는 展示 기간 중에 電子工業振興會 측에서 주최한 리셉션의 덕을 톡톡히 본 사람들 중의 하나다. 왜냐하면 展示場에서 처음으로 만난 바이어를 이 리셉션에 초대하여 전시장과는 또 다른 분위기에서 밀담을 주고 받을 수 있었고 결국 이 바이어로 부터 계약한 오더가 공교롭게도 내가 이 글을 쓰는 지금 내방 구석에 위치한 Telex를 통하여 L/C Open이 되었다고 하는 연락을 받았기 때문이다.

그 다음, 전시회에 참석했다는 것만으로는 역시 오더를 얻어 내기가 힘들다. 나는 그날 그날의 상담 결과를 국제전화 등의 방법으로 本社에 연락하여 최단 시간 내에 本社로 부터 내가 商談한 그 바이어에게 정식 公文으로 우송되도록 하므로써 회사의 유기적인 시스템을 파시하도록 했는데 이 효과를 많이 보았다.

나아가서 나는 전시를 끝내고 美國 전역을 돌며 가능한 전시장에서 만났던 바이어들에게 나의 열성적인(?) 면을 보이고 오더를 받으려고 적극 공세를 폈는데 역시 절대적인 효과를 거두었다고 생각 된다. 이번에 오더를 받지 못하면 다음번에는 틀림없다고 믿기 때문이다.

나는 신데렐라의 꿈을 믿지 않는 사람들 중의 하나다.

남이 만들지 못하는 것을 혼자 만들어서 시장을 독점하겠다는 생각은 需要를 창출해 내야 한다는 절대적인 모험을 해야 한다. 그것보다는 평범한 것을 만들어서 이렇게 전시회에도 참석하면서 열심히 노력하는 편이 절대 안전할 것 같다. 다만 남들보다는 어떤 점에서 내가 고객에게 好感을 줄 수 있는가만 고려한다면.

결론적으로 이번에 Atlanta Show에 참석하여 많은 것을 얻었다.

이렇게 글을 써서, 展示會 無用論이나 회의론을 주장하는 사람들 또는 어떻게 해야 할지 몰라서 망설이는 사람들에게 다시 한번 생각을 하게 할 수 있는 것만도 다행이므로.