

적극적으로 플러스 思考를 하라

이 세상에 사는 인구를 60억이라고 할 때 이 인구중 자기가 적극적인 성격이라고 생각하는 사람은 5%, 나머지 95%는 소극적이라고 생각한다는 어떤 연구가 있다.

당신은 어떤가. 자신이 적극적이라고 생각하는지 아니면 소극적이라고 생각하는지가 문제이다. 물론 세일즈의 세계에서는 적극적인 쪽이 실적이 늘어나겠지만 그렇다고 해서 소극적인 사람은 쓸모가 없다는 이야기는 아닐 것이다.

특히 세일즈맨은 적극적으로 고객개척을 위해 방문을 거듭해야 한다. 이때 마음이 소극적으로 작용하여 “글쎄 이 집은 안먹을꺼야” “지난번에 왔을 때도 거절당했는데-” 하고 대문을 두드리려다가 “나중에 오지” “다음에 오지” 하는 마음이

생기면 신규개척은 점점 어려워질 것이다.

그래서 세일즈맨들은 보다 적극적인 생각을 갖고 “그래 어제는 안 먹는다고 했지만 오늘은 사정이 달라졌을거야” 하는 생각으로 고객과의 접촉을 늘리는 것이 무엇보다 중요한 것이다. 말하자면 적극적인 성격이란 것은 세일즈의 적응력이라고 할 수 있을 것이다. 우리가 몸이 이상이 생겨서 의사를 찾아 갔다고 하자. 의사선생님은 어디가 아프냐고 물을 것이다. 증상을 소상히 듣고 나서 의사가 하는 일은 다음과 같은 내용이 될 것이다.

- ① 어떤 증상인가
- ② 이 증상의 원인은 무엇인가
- ③ 이제부터 이증상은 어떻게 발전할까
- ④ 여기에는 어떻게 대처하면

金 環 郁

〈란체스터 마케팅전략 연구소장〉

평북창성출생/중앙대 대학원(메스컴경영학)/한국일보·동아일보·중앙일보기자 사회부장·출판국장 판매국장 역임/저서 란체스터 판매전략(전7권)/란체스터 마케팅전략(전7권)/라이벌은 이렇게 꺾어라/대리점경영학/관리자의 현장학의 다수

좋아질까
⑤ 구체적으로 지금 무엇을 해야 하며 할 수 있는가를 생각하고 치료를 하는 것이다. 이것은 단순히 의사만이 아니라 기업에서의 일도 이와 같다고 할 수 있을 것이다.

대리점의 경우 전체 판매가 시원치않다든가, 또는 세일즈맨 별로 보면 어떤 세일즈맨은 아주 잘 팔아서 실적이 쪽쪽오르고 나아가서 개인의 수입도 느는데 어떤 세일즈맨은 실적이 늘지 않아서 고민하는 경우가 있을 것이다.

이처럼 잘하는 세일즈맨과 못파는 세일즈맨의 차이는 무엇인가를 규명해 보면 우선 정신자세면에서 차이가 있을 것일까 하는 것이다.

세일즈맨들은 보다 적극적인 생각을 갖고
“그래 어제는 안 먹었다고 했지만
오늘은 사정이 달라졌을거야”하는 생각으로 고객과의
접촉을 늘리는 것이 무엇보다 중요한 것이다.

성공자는 위를 보고 걷는다

요즘 프로야구가 한창이다. 국내경기에서는 대체로 타법이 비슷 비슷하지만 외국팀하고 싸울때는 완전히 차이가 나는

점이 있다. 예를 들면 미국의 코치는 자기가 가장 때리기 좋은 자세로 때리라고 가르친다. 즉 그 선수의 장점을 보다 키워주는 자세로서 지도하는 것이다.

여기에 비해서 한국 팀의 코치는 타자의결점을 보고 그 결점을 고치도록 지도하는 것이다. 때문에 한국의 타자들은 어느 팀이나 비슷한 폼으로 공을 노린다. 분명히 타자의 결점은 시정되었지만 동시에 장점이나 특기도 살려지지 못하는 것은 아닌지—

장점은 키우자—하는 것은 분명히 플러스사고(思考)이다. 적극적사고라는 것은 곧 플러스사고를 말하는 것이다.

대리점경영자가 판매원들을

쫓 살피고 있다고 상대방의 결점을 찾아내고는 그것을 고쳐 주자는 것은 이틀테면 마이너스사고(思考) 발상이라할 것이다.

이점에서보면 우리나라 전체

가 마이너스발상의 나라라고 할 수도 있을 것 같다. 따라서 비즈니스의 지도자들은 플러스思考를 보다 많이 도입하는 쪽으로 생각을 바꿔야 할 것으로 믿는다.

사람은 어떻게 살아야 하는가에 대해서 “특성을 살리기 위해서 살아간다”고 정의한 사람이 있었다.

사람에게는 이성적사고가 있고 사고능력이 있고 이해능력이 있다. 즉 좋은 일을 하고 나쁜 일은 하지 않는다는 의사가 바로 이것이다.

허지만 좋은 줄 알면서도 좋은 일을 좀처럼 하기가 어렵고 나쁜 일인줄 잘알지만 여기에서 빠져 나오지 못하는 사람이 얼마든지 있는 것이다. 이것과 마찬가지로 모처럼 태어나서 얻은 생명이지만 자기의 인생을 성공적으로 살려서 가는 사람은 적고 오히려 멍청하게 일생을 보내는 사람이 더 많은 것 아닌가.

사람의 뇌는 성공자도 범인도 세포수는 대체로 비슷하다는 연구가 있다. 인간의 뇌세포수는 약 100억개라고 한다. 때문에 좋은 것을 보고 좋은 것을 생각하면 뇌세포의 질이 높아져서 성공이 보이는 것이 아닐까.

적극적 사고의 Keyword는—

마이너스 발상형은 우선 창조성을 가지고 사물을 보려고 하지 않는다. 오히려 자기자신의 한계를 미리 정해놓고 있다. 성공의 방법을 내부에서 찾지 않고 외부에 기대하는 것이다. 힘이 없는 것이 아니라 자기의 힘을 모르거나 힘이 없다고 생각하는 것이다.

세상에서 성공한 사람이거나 실력자는 적극적으로 행동하고 역으로 플러스발상하는 것이 많다. 이 적극적으로 움직이는 것 때문에 사실은 실력 이상의 평가를 받기도 하는 것이다.

왜 판매가 늘지 않는가, 하는 것을 두고서도 적극적으로 움직이는 사람과 소극적으로 움직이는 사람 사이에는 큰 차이가 있다.

소극적인 사람은 상품에 매력이 없다. 라이벌회사의 물건이 더 잘 팔린다. 오늘은 날씨가 나쁘다. 요즘은 경기가 없다, 하는 식으로 모두를 바깥의 원인으로 돌리는 것이다.

플러스思考를 하는 적극적인 사람은 내달은 이번 달보다 매출을 20%더키우자 하는 계획이 있을때, 자 어떻게 하면 매출 20%를 달성할 것인가를 궁리하는 것이다.

이달엔 500집을 방문했다. 우선 방문에서 20%가 늘어

한다면 600집을 찾아가야 한다. 이 100집 더 방문하는 것을 어느 지역으로 할까, 새로운 상품은 어떻게 설명하면 고객이 잘 이해해 줄까, 100집을 더 가자면 시간이 모자랄 것인데 어떻게 시간을 쪼개면 효과적일까 하는등 방법을 생각하는 것이다. 이것은 모두 자기안에서 일의방법을 찾는 것이 된다.

문제는 당신이 일이 안되는 원인을 바깥으로 돌리는 것인지 자기 안에서 방법을 찾는 것인지 둘중의 하나이고 이경우 자기안에서 방법을 찾는 것이 적극적으로 일하는 첫번째 조건이 된다.

이 없어지기도 한다. 또 다른 데서 이를바 가격과괴라는 방법으로 싸게 파니 소비자가 이탈하는 것을 막을 길도 없다.

이처럼 이 세상 살아가기가 점점 어려워진다. 이럴때 일수록 즐겁게 밝은 얼굴로 힘을 내서 일하는 것이 프로이다. 프로의 가치는 세상이 어려울 때 더욱 빛을 발하는 것이다.

프로는 그날 그날의 일에 최선을 다하는 것이지, 내일의 걱정은 하지않는 것이다. 하루하루의 일에 최선을 다할때 “그래 이정도의 고생은 나를 성장시켜주는 것이지—”하고 받아 들이는 것이 밝은 이미지

세상에서 성공한 사람이거나 실력자는 적극적으로 행동하고 역으로 플러스발상하는 것이 많다. 이 적극적으로 움직이는 것 때문에 사실은 실력 이상의 평가를 받기도 하는 것이다.

플러스 이미지를 가지라

요즘처럼 새로운 상품이 속속 세상에 나오고 기업의 수도 늘고 또 시장이 개방되어 외국 기업도 자꾸자꾸 들어온다. 어제까지 잘팔리던 상품이 하루아침에 뚝—하고 매출이 떨어지더니 오늘은 아예 찾는 사람

만들기에도 보탬이 된다.

옛날 산골에 큰 고개를 사이에 두고 두개의 마을이 있었다. 장사치들이 물건을 등에 지고 고개를 넘어 다니며 장사를 하는데 고개가 너무 높아서 숨이 턱에 닿는 것이었다. 어느날 A촌에서 고개를 올라온 장사치와 B촌에서 고개를 올라온 장

사치가 고개마루에서 만났다.

A촌 장사치가 말했다. “난 이고개가 없어졌으면 좋겠어” 하고 말했다. 그러자 B촌 장사치는 “아니야 난 이 고개가 더 높아졌으면 좋겠어”라고 말했다. 그는 고개가 더 높아지면 모두 장사를 못할터이니 그때는 내가 혼자 장사를 하면 더 잘될 것이라고까지 말하는 것이었다.

오늘을 사는 판매원들은 B촌장사치처럼 사정이 좀더 어려워지는 것을 더욱 반기는 자세가 필요할 것이다. 이것이 적극적이고 플러스발상을 해야 할 이유인것이다. 이러한 시대는 장사를 하는 것이 돈을 벌기 위해 하는 것이지만 소비자에게 봉사한다는 큰 뜻을 품는 것도 필요하다. 소비자가 나를 믿고 기다린다. 오늘 비가 온다고 내가 안갈수 있나, 하는 생각을 먼저 하는 것이 image를 높이는 것이 된다.

지나간 일들을 생각해 보자. 지난날 내가 일이 잘 되었을 때와 일이 안되었을때, 나의 심리상태가 어떠했는가를 반성해 보는 것이다.

일이 잘됐을 때는 후회보다는 전망(展望)을, 비판보다는 낙관을 가졌고 생생한 활력을 가졌을 때 일것이다.

사람은 많은 경우 자기 나름대로의 image를 갖고 있는 것

이다. 그리고 무의식중에 자기가 갖고 있는 image대로의 행동을 하고 있는 것이다. 그래서 예컨대

나는 세일즈맨으로 잘 맞지 않는것 같애,

나는 센스가 없는 것같애,

나는 마음이 어려서 거기엔 도저히 못가겠어,

하는 등의 이미지를 갖고 있다면 아무래도 당신은 한계에 대해서 선을 긋고 있는 것이 된다.

반대로 “나는 세일즈맨 밖엔 할게 없지” “할바에는 썩 잘해야지” “그러구 말구 나는 꼭 성공해야지”하는 이미지를 갖는 사람이라면 어떤 어려운 일

벽에 부딪치면 즐거워 하라

우리들이 하는 세일즈의 일은 영원히 미완성이다. 한가지 방법이 좋았다고 해도 여건이 바뀌면 또 새로운 방법을 찾아야 한다. 모순덩어리, 불합리의 덩어리가 판매의 세계이다.

한때 우유는 점포에 놓고 파는 것이 좋았던 시기가 있었고 한 때는 가정배달이 효과적이던 때도 있었다. 그러나 어느 방법이건 완전한 것은 없다. 이것을 해결해 가는 것이 세일즈 즉 유통의 일이다.

오늘날 가격파괴상법의 바람이 불고있다. 메이커에서 직접

우리들이 하는 세일즈의 일은 영원히 미완성이다.
한가지 방법이 좋았다고 해도 여건이 바뀌면
또 새로운 방법을 찾아야 한다.
모순덩어리, 불합리의 덩어리가 판매의 세계이다.

이라도 소화해 낼 수가 있을 것이다.

우리말에 “생각이 팔자”라는 것이 있다. 바로 당신의 생각이 팔자이므로 생각을 고치는 것이 중요한 것이다.

소매점에 물건을 내고 최소한의 마진만 붙이면 팔리는 경우도 있다. 가정배달을 하는 세일즈맨들에게는 이것이 “하나의 적”이 될 수도 있지만 이것을 적이라기 보다는 서비스의 질을 높이는 기회로 보는 것이 타당할 것이다. 때문에 벽에 부딪치면 기뻐하는 것이 세일

즈맨의 길이다. 즉 새로운 것을 배우는 것이다. 마치 물이 흘러가다가 웅덩이를 만나면 웅덩이에 물이 고일때까지 기다려야 하고 웅덩이에 찬 물은 또 낮은 곳을 찾아 나서는 식으로 이세상 이치에 따라서 사는 지혜를 배우는 것이다.

오늘의 세일즈맨은 지식이 많지만 앞으로는 지혜가 많은 세일즈맨이 마침내 이기게 된다. 사람은 생각하고-행동하고-생각하고-행동하고 하는 사이클을 잘 돌려야 한다.

점포판매와 가정배달을 중심으로 하는 세일즈맨은 어떻게 하면 가정과 내가 더 친밀해

다. 이것이 적극적으로 자기의 세일즈를 지키는 길이 된다.

한 고객을 잃었다고 해서 “모든 고객이 떨어져 나간가”고 외치는 사람은 철없는 발상이고 소극적인 세일즈맨이다. 벽에 부딪친다는 것은 이런 경우를 말하는 것이다.

이때 새로운 것을 배워야 한다. 결코 달아나서는 안된다. 벽을 허물고 산을 넘을 때마다 분석력, 창조력, 행동력, 판단력, 결단력을 행사하는 것이 중요한 것이다. 이러한 능력들은 안에서 밖으로 꺼집어 내는 것들이다. 이러한 일을 해냄으로써 자기자신의 품격(風格)이

결정난다. 이때 아나운서들이 하는 말이 가끔 나의 가슴에 와 닿을 때가 있다. “힘을 남겨서 뒤통수입니다. 싸울때 전력 투구했어야지요”하는 경우이다.

세일즈를 하는 사람들은 세일즈하는 순간 순간을 살아가는 것이다. 진지한 사람도 있고 대충 대충하는 사람도 있다. 다른 사람들은 그 행동을 보고 그 사람은 “어떻다”고 말하는 것이다. 한순간 한순간에 평가를 받는 것이다.

긴것처럼 보이지만 사실을 짧은게 인생이다. 힘을 남기지 말고 오늘 죽어도 좋다는 생각으로 전력투구하는 것이 필요하다. 이렇게 산사람을 장엄하게 살았다고 평가하게 된다.

요즘 야구철이다. 프로야구를 보라. 투수는 투수대로 공하나 하나에 혼을 집어 넣어 던진다. 타자는 타자대로 필사의 자세로 때린다.

타율이 3할 8푼이라고 할때와 타율이 3할이라고 할때, 날아오는 공 열개중 한개 더 치느냐 못치느냐가 승패와 함께 개인에게 영광이 된다.

인생을 어떻게 승부할 것인가. 세일즈맨 인생을 멋지게 전력투구로 장식하여 성공할 것인가 아니면 뒤로 뒤로 밀리다가 패배자의 낙인이 찍힐 것인가 우리 모두 자신을 돌아볼 때이다.

오늘의 세일즈맨은 지식이 많지만 앞으로는 지혜가 많은 세일즈맨이 마침내 이기게 된다. 사람은 생각하고-행동하고-생각하고-행동하고 하는 사이클을 잘 돌려야 한다.

질수 있겠는가 하는 것을 깊이 깊이 생각하면 가격과괴의바람으로 조금쯤 싸다고 해도 내고객은 흔들리지 않을 것이다.

고객이 떠나가는 경우에는 내가 무엇을 잘못했길래 고객이 나를 떠났는가를 반성하여 한사람의 고객이 떠나간데서 교훈을 얻어 새로히 10명의 단골을 잡는 노력을 해야할 것이

커가는 것이다.

마음이 바뀌면 인생이 바뀐다

인생은 한번 뿐이다 아무리 오래 살아도 70~80세가 고작이다. 40~50대는 인생의 전성기이다. 권투경기를 보고 있으면 간혹 12회전까지 빙빙돌다가 마지막 공이 울리면 승패가