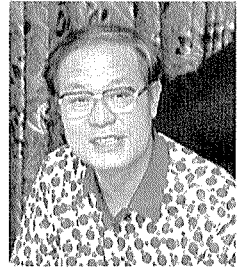


고객의 입장에서 생각하라



최해병 / 한국월드마케팅연구원장
한국생산성본부 자문위원

미 8군부대에 가보면 출입구에 'Authorized Only' 라고 써져 있다. 우리 말로 풀이하자면 '출입금지' 라는 뜻이다. 그러나 여기에는 '허가 받은 사람만 들어오시오' 라는 정중한 표현이 담겨있다. 또한 'Keep Out' 이라는 팻말은 '들어오지 마시오' 라는 뜻이다.

우리는 부정하는 말로써 금지의 뜻을 나타내는 반면 미국인은 긍정의 표현으로 금지를 나타낸다. 내 입장에서 경고의 표현이 아니라, 상대방의 입장을 배려한 뜻이 숨겨져 있음을 알 수 있다.

고객의 한마디가 곧 점포경영의 마이다스

고객이 "어제 이런 일이 있어서..." 라고 나올 때 곧바로 "아, 그 문제 말입니까? 이미 들어서 잘 알고 있습니다." 등으로 말을 끊는 것은 예의가 없는 사람이다.

한 번 들었던 같은 이야기라도 사람에 따라 다르게 해석할 수도 있다. 이쪽에서 경청하다 보면 새로운 이야기를 더 많이 들을 수 있고 고객과의 새로운 교감을 이룰 수 있는 좋은 기회가 된다. 또한 이것이 모여 고객만족 경영을 위한 훌륭한 데이터 베이스가 돼 준다.

호기심은 감동인간의 원천이다. 무감각한 사람은 대개 호기심이 없기 때문이다. 호기심은 보고 듣는 것에 순수하게 흥미를 가질 때 생긴다. 특히, 상대방의 말을 호기심을 가지고 잘 들어주는 것은 중요한 공부가 된다.

이러한 적극성이 없으면 일이나 취미에서도 큰 감동을 받지 못한다. 단순히 지시에 따라 움직이는 것이 아니라 자신의 머리로 생각하고 몸으로 행동함으로써 리드미컬하고 신바람나게 일할 수 있다. 무슨 일에서나 "귀찮아, 시시해" 등의 토를 다는 사람은 불평 불만으로 가득차 있는 사람이다. 시시한 것이라도 즐겁게 할 수 있는 긍정적인 사고방식을 가져야 인

생의 묘미를 제대로 맛볼 수 있다.

어차피 한번 밖에 없는 인생, 즐겁게 사는 것이 좋지 않은가. 간혹 충분히 즐거울 수 있는 싹을 우리 스스로 잘라 버리는지도 모른다.

자기 마음 속에 있는 보이지 않는 적 - '태만'

회사나 직장에서 우리는 많은 사람과 관계를 맺곤하다. 이려다보면 자연스럽게 라이벌이 생기게 되고 때론 그것이 소위 '적' 이 되기도 한다. 그러나 진정한 적은 바로 자기 마음 속에 있다는 것을 명심하자. 바로 타성이다.

이는 '되는대로 살아도 좋다' 는 마음가짐이며 일종의 적당주의적 자세이다. 그러나 타성이 없는 사람은 무슨 일이든 자신이 맡은 것에 열중한다. 그야말로 가장 중요한 순간에 한곳에 힘을 집중시킬 수 있는 프로의 자세이다.

왜 열중하게 되는 것일까. 마음속에 적이 없기 때문이다. 사명감에 가득찬 나머지 적이 들어갈 여지가 없다. 그러면 사명감은 누구에 대해 존재하는 것일까. 고객? 친구? 이웃? 가족? 그러나 그 원천은 자신을 위해서이다. 자신에게 주어진 것에 최선을 다해 열중함으로써 고객의 즐거움이 자신의 즐거움이 되고, 친구가 기쁜 얼굴을 하는 것이 곧 자신의 기쁨이 되며, 가족의 밝고 명랑한 표정이 그대로 자신의 명랑함으로 연결되는 것이다. 살아간다는 것은 결국 자신과 대립하고, 자신과 싸우고, 자신과 사이 좋게 지내는 것이다. 적도 아군도 모두 자신의 마음 속에 있는 것이다. 단지 그것을 스스로 깨닫지 못하는 것이다. 고객, 친구, 가족이라는 나와 다른 타인을 거울삼아 자신을 보는 것이 필요하다.

이건 내가 해야 할 일이다. 이왕에 내가 할 일이라면 신명나게 해보는 것이 어떨까. 자! 지금부터 고객에게 사랑받는 사람이 되도록 하자. **☞**

“

우리나라 지하철, 철도, 고속도로 어디를 가든지 '나가는 곳', '표파는 곳' 이라는 표시를 볼 수 있다. 그때마다 필자는 이것을 좀더 고객의 입장에서 '나가시는 곳', '표사시는 곳' 이라고 정중하게 표시하면 어떨까 하는 생각이 들곤한다.

”