

# 성공을 포장하는 사람

## 대건팩키지 정상열 차장

중소기업체인 대건팩키지에서 정상열 씨가 관여하고 있는 업무 분야는 결코 적은 게 아니다. 하지만 영업뿐 아니라 개발업무에 함께 참여할 수 있는 현재의 근무 여건이 그는 퍽이나 만족스럽다. 자신이 기억하는 성공의 모습이 그곳에 있기 때문이다. 소 꼬리 보다는 닭의 벵슬이 되고 싶다는 사람, 식품 포장용기 하나에 내일의 성공을 담아가는 정상열 씨에게 인생을 아름답게 '포장하는' 비결을 들어보았다.

퇴근 무렵, 집 앞 슈퍼마켓에 들른 정상열(35) 씨는 아이들에게 사다줄 과자를 집어 들고 나서도 쉽게 가게를 나오지 못한다. 수북히 쌓인 과자봉지 사이에 보물찾기의 은밀한 즐거움이 기다리고 있기 때문이다. 때로는 이것도 직업병(?)인가 보다고 멧적은 웃음을 짓지만, 그의 손은 꽃발을 찾은 꿀벌처럼 잠시도 쉴 틈 없이 진열대 사이를 날아다닌다.

그가 찾고 있는 것은 새로운 포장소재나 눈에 번쩍 띄는 디자인이다. 말하자면 시중에 유통되는 양산제과 포장의 벤치 마킹인 셈. 만 5년째 식품 포장용기와 함께 생활해 온 그는 이제 무엇이건 포장과 관련해 생각하는 버릇이 생겼다. 경험에 의하면 때로는 이렇게 우연찮은 곳에서 의외의 소득을 얻는 경우가 많다. 신선한 감각은 역시 논리보다는 발로 뛰어야 얻을 수 있는 전리품이다.

### 소비자가 원하는 제품 만들기

“포장용기는 이제 단순히 상품의 외형을 보호해주는 기능보다 부가가치를 높이는 제 2차 상품으로 인식되고 있습니다. 자연스럽게 포장용기의 사용도 꾸준히 보편화되고 있지요 덕분에 새로 개발한 신상품을 소개하고 거래처를 관리하는 제 주업무도 부쩍 분주해졌습니다.”

포장의 용도를 단순히 걸치레쯤으로 치부하는 것은 이제 촌스런 상식이다. 사실 포장용기는 생각하는 것보다 그 쓰임새가 무궁무진하다. 상품이 몸이라면 포장용기는 옷차림. 아무리 고급스런 상품일지라도 포장이 받쳐주지 않으면 평가절하되기 마련이다. 요즘은 제과점이나 백화점은 물론 일반 유통업체에서도 포장용기 사용이 일반화되고 있으며 포장 상태에 따라 상품의 구매력 또한 많은 영향을 받는다. 물론 포장과 조화를 이루는 우수한 상품이라면 금상첨화겠지만 말이다.

대건팩키지에 입사하기 전까지는 정상열 씨 역시 상품을 감싸고 있는 포장용기에 대해 생각해 본일이 없었다. 사람들이란 누구



나 알맹이에 관심이 있는 법이니까. 하지만 관심이란 참으로 많은 것에 새로운 눈을 뜨게 한다. 언제부터인가 그는 좀더 예쁘고 실용적인 포장이라면 귀가 솔깃해질 만큼 관심 분야가 변했다.

포장용기도 의외로 유행을 많이 탄다. 상품의 판매와 직접적인 연관이 있기 때문일 것이다. 그러다보니 소비자의 시선을 끌드는 독특한 디자인이나 아직 시도되지 않은 신소재 개발에도 게을리할 수가 없다.

“가장 중요한 것은 역시 소비자의 요구를 귀담아 듣는 것이겠죠 거래처에 가면 점주들을 붙잡고 일일이 의견을 경청하게 됩니다. 영업을 담당하는 제가 간혹 상품개발에 대한 기획을 하는 것도 소비자와 개발실을 잇는 가교 역할을 자처하기 때문입니다.”

### 업무 철칙, 약속은 생명이다

정상열 씨의 출근 시간은 아침 7시. 언제나 사무실 문을 가장 먼저 열고 들어오는 것은 그다. 그게 뭐 그리 대단한 것이냐고 반문할지도 모르겠지만 일년 열두 달을 빠짐없이 사무실에 일착으로 도착하기란 쉽지 않은 일이다. 직원들은 미처 문을 열지 않고도 지금 사무실 안에서 창문을 울리고 어지러워진 탁자를 정리하는 인기척이 누구의 것인지 금방 알아차린다. 습관이란 참으로 무서운 것이다. 남을 의식해서도 아닌데 시간이 되면 어느새 그는 정해진 일상에 푹니바퀴처럼 맞물려 돌아가는 자신을 발견하게 된다.

92년 전주대 졸업후 ‘소 꼬리 보다는 닭의 비술이 되겠다’며 중소기업을 택해 시작한 직장생활 5년. 스스로는 아직 멀었다고 말하지만 이제 그는 대건팩키지의 영업 전반을 책임지고 있을 만큼 두터운 신임을 받고 있다.

현재 그는 영업부 팀장으로 근무한다. 구체적으로는 신규 거래처를 개발하는 개척영업과 기존 거래처의 문제점을 해


결하는 관리영업이 그의 주 업무다. 약속 회의를 마치고 아침 9시쯤 새로운 거래처를 찾아나서면 보통 오후 6시가 지나서야 회사로 돌아온다. 회사의 영업 방침이 소비자와의 직거래를 원칙으로 하고 있기 때문에 사무실 안에서 쉽게 해결할 수 있는 일이란 없다. 운이 좋을 때면 현장에서 곧바로 계약을 체결할 수도 있지만, 보통 서너번 이상은 다리품을 팔아야 하고 길게는 2년 이상 긴긴 줄다리기를 끝에 고객 리스트에 이름을 올릴 수 있다.

“영업이란 결국 약속을 지키는 직업입니다. 방문하기로 한 시간이나 제품 공급 기일을 어기면서 거래를 지속하기란 불가능한 일이지요. 그러다보니 약속 시간을 지키기 위해 잠시도 한눈 팔 시간이 없습니다. 물론 보람도 있죠 부지런히 움직이는 만큼 반드시 그 대가를 얻을 수 있으니까요.”

### 현실 안주가 아닌 현실 다지기

대학 입시에 세 번이나 쓴맛을 본 뒤 스물 다섯 늦은 나이에 대학 진학의 꿈을 이뤘던 그는 요즘에야 겨우 그 외롭고 힘들었던 시간을 보상받았다는 생각을 가진다. 법관이 되려던 20대의 꿈만큼은 아니어도 나름대로 한점 갈등없이 자기 개발에 매진할 수 있는 환경에 만족하기 때문이다.

“이젠 제과점에서 빵 하나를 살 때도 포장용기의 디자인이나 재질 등을 몇번 씩이나 꼼꼼히 살펴봅니다. 그만큼 직업 의식이 생겼다는 것이겠죠. 지금 현재로서는 다른 어떤 약속을 할 수 있을까요 회사를 더욱 발전시킬 수 있도록 열정적으로 일에 매달리는 것만이 당면한 목표입니다.”

인생의 성공을 포장해가는 그의 하루하루가 더없이 믿음직해 보이는 것은 누구도 흉내낼 수 없는 노력이 깃들어 있기 때문일 것이다. 

<글/이종원>

운이 좋을 때면 현장에서 곧바로 계약을 체결할 수도 있지만, 보통 서너번 이상은 다리품을 팔아야 하고 길게는 2년 이상 긴긴 줄다리기를 끝에 고객 리스트에 이름을 올릴 수 있다.

1. 그는 오후 6시가 넘어서야 회사에 들어오는게 일반적이다. 하지만 업무 결과가 좋으면 하루의 피로도 눈 녹듯 사라진다.
2. 영업 팀장인 그는 제품개발에도 함께 참여한다. 영업만 특유의 현장감각으로 소비자의 요구를 충실히 반영할 수 있기 때문이다.

