

최고의 서비스정신 무장을

인쇄물 수출업무에 종사한 15년 동안 선배들의 가르침과 회사의 지원을 바탕으로 인쇄물 수출 실적이 척박한 환경에서 매년 1,000 만달러 이상을 수출해 온 경험으로 수출 시장 진입에 대한 제안을 해보고자 한다.

가격 · 품질 · 납기는 기본

인쇄물 수출 사업의 기본은 무역이므로 해당 외국어 (여기서는 영어)와 무역 지식을 어느 정도 갖추어야 하며, 상담을 위한 인쇄 지식도 요구한다. Seller의 기본 자격은 그러한데, Buyer(고객)는 어떠한가? 좋은 가격, 적절한(그들은 항상 최고라고는 하지만) 품질과 납기 준수라는 기본적인 요소를 요구하며, 이 기본 세가지 요소 외에 고객 만족에 도움이 되는 모든 것을 포함한, 총괄적 의미의 서비스 제공을 바라고 있다. 요즘은 정말로 서비스 천국이다.

그렇다. 고객은 서비스를 원한다. 고객 만족을 더 많이, 그리고 잘 주는 사람이 승자가 된다. 물론 Win-Win이 될 수 있도록 Seller는 약점을 최소화하고, 강점을 부각시켜 고객 만족을 높이면서 부가가치 창출도 게을리 하지 말아야 한다. 대표적 경쟁국인 홍콩의 경우를 살펴보면 중국 생산분까지 포함, 연간 10 억달러 이상 수출하는 핵심 산업으로 자리 잡았고, 인쇄 용지 등 관련 산업까지 포함시킨다면, 명실상부하게 한나라의 비중 있는 수출 산업이 될 수 있음을 보여준다. 그들을 이기는 방법은 단순히 저가 공세에만 있는 것이 아니라 서비스업의 핵심 요소를 찾아 고객에게 돌려주는 것이 Win-Win의 방안이 될 것이다. 시장 진입이라 하면 신규 거래선 개발과 기존 거래선 유지, 확대라는 사업 계획서의 단골 메뉴가 떠오르는데, 성공 핵심 요소를 찾아 역량을 최대한화하는 방법에 대해 얘기하겠다.

신규 거래선 개발

두산인쇄 역시 늘 겪는 비중 있는 과제라, 이론적으로나 실무적으로도 감히 제안하니, 개인의 의욕이 아니라 인쇄업체가 공통적으로 갖추어야 할 소양으로 받아주기 바란다.

1. 서비스 전략을 세워라

서비스 중 하나만큼은 확실히 잘해야 한다. 나만이 갖는 특징점이 있도록 자기 관리를 하고, 고객에게 보여줘야 한다. 그 서비스가 통하면 반복적으로 사용하고 안 통하면 다른 서비스를 제공해서 고객별 선호도를 확보해야 한다.

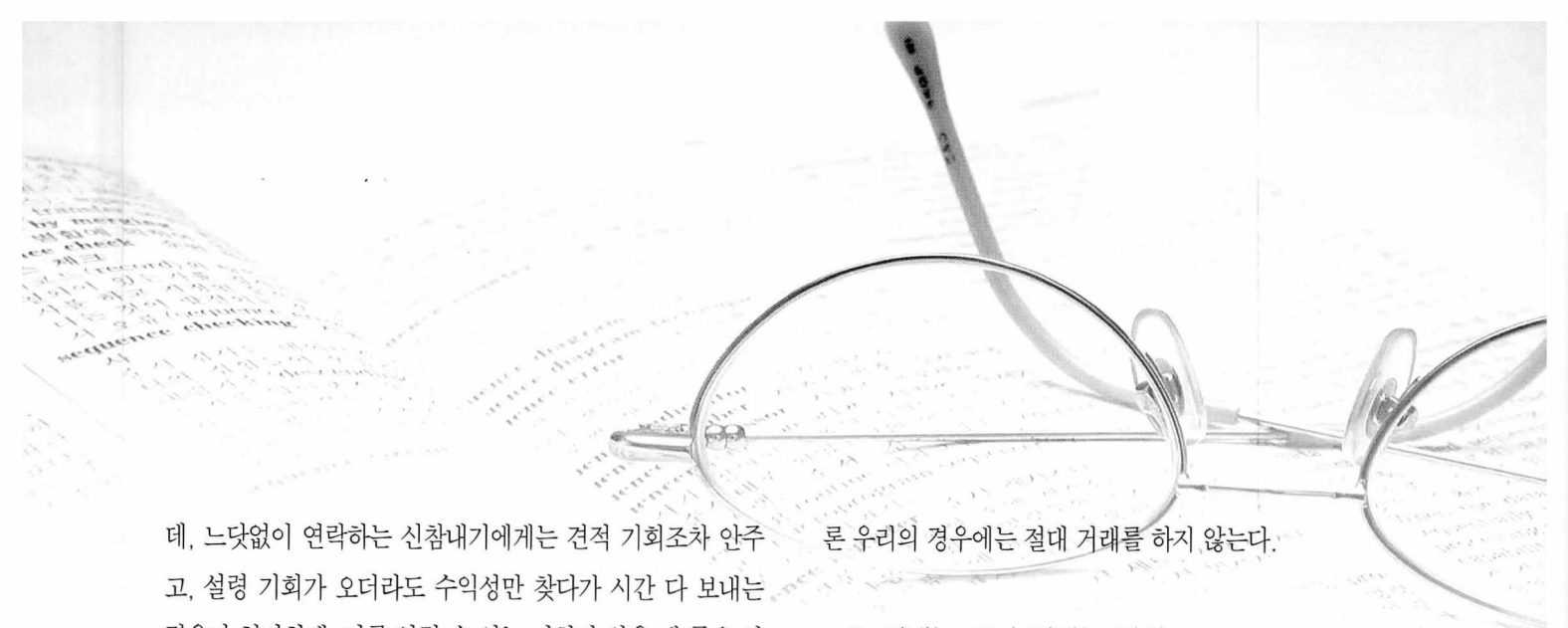
미국인들은 기본적으로 상당히 합리적인 개념으로 사업에 임하므로(물론 한국이나 동양과 오래 일해본 사람들은 닳아 빠졌지만), 서비스와 성실함에 대한 인정을 받게 되면, 인간 관계가 형성된다. 이상하지 않은가? 하지만 서양인들도 인간 관계 형성을 중시한다. 물론 우리네처럼 끈끈한 정의 개념이 아니라 사업적이기는 하지만. 혹시 미국에서나 한국에서나 만나게 되면, 로마법에 따라 행동하되, 식사 후 트림한다든가 하는 기본 예의에만 어긋나지 않으면 된다.

2. 수주되도록 하라

접촉하고 견적 많이 제출하는 것은 능사가 아니다. 플러스 성과가 가장 바람직하지만, 사업이란 마이너스 성과도 있는 법이다. 대금 회수에 대한 안전책만 있다면 무조건 수주가 되도록 해야한다. 그 다음에 전략적 서비스로 그가 다소 높은 가격에도 나를 선호하도록 해준다.

3. 광고하라

괜찮은 거래선에는 이미 수많은 인쇄체가 줄을 대고 있는



데, 느닷없이 연락하는 신참내기에게는 전적 기회조차 안주고, 설령 기회가 오더라도 수익성만 찾다가 시간 다 보내는 경우가 허다한데, 나를 알릴 수 있는 기회가 왔을 때 좋은 인상을 심어주고, 확정적인 기회가 올 때까지 꾸준히 연락해야 한다. 요즘은 이메일로 연락하니 특별히 돈도 안 들어간다. 장기적으로 보면, 각종 도서전시회 참관 및 전시도 좋지만 비용을 감안할 때 초기에는 홈페이지 등 인터넷 마케팅도 훌륭한 방안이 된다.

4. 거래선 정보를 확보하라

출판과 인쇄에 관련된 각종 디렉토리를 확보하고, 목표를 정해 연락한다. 반드시 직거래선 만이 좋은 것은 아니고, 브로커(Broker)를 활용하는 것도 좋은 방안이다.

5. 클레임을 활용하라

인쇄물 수출에서는 클레임도 당연히 발생할 것이고, 특히 가까스로 개발한 신규 거래선은 서로 정보와 의사소통이 부족하고 문화 및 시각 차이로 이의제기가 나올 수 있으며, 이는 단순히 고객을 설득하는 것이 성공한 것이 아니라, 고객이 원하는 바를 수행하여 신뢰감을 쌓는 계기로 만드는 것이 더 중요하다. 물론 장래성이 있고, 황당한 클레임이 아닌 경우에 국한되지만.

6. 대금 지급조건을 챙겨라

클레임보다 더 잘 챙겨야 하는 것이 대금지급 조건이다. 한국과 경험이 조금이라도 있는 고객 중에서는 의외로 악질이 있을 수 있지만, 대체적으로 그네들은 믿을만하다. 하지만, 안전책으로 반드시 선수금이나 L/C 혹은 보험공사로부터 신용등급을 받아, D/A나 COD로 처리해야 한다.

신용등급 없이 100% 외상 거래를 강력하게 주장하고 다른 대안에 대해서 절대 반대한다면, 일단 의심해야 한다. 물

론 우리의 경우에는 절대 거래를 하지 않는다.

7. 인내는 쓰나 결과는 달다

개인적으로 가장 중요한 항목이라고 생각된다. 나는 전문적인 인쇄영업 교육을 받지 못해 인쇄 영업을 누구 앞에서 논할 자격이 없다고 본다.

하지만 경험상 인내가 가져온 과실을 맛보고 훌륭한 수확으로 연결된 경우를 많이 보아와서, 실력만이 아니라 의지의 한국인을 오히려 더 인정하고 싶다. 보는 시각에 따라 신규 거래선 개발에 따르는 항목이 많이 있겠지만, 여러 사람이 작은 의견을 조금씩 나누면 좋은 보완책이 되리라 믿는다.

기존 거래선 유지 확대

기존 고객은 어느 형태로든 신규의 과정을 거쳐 지금은 중요한 부분인 만큼 오히려 신규 거래선 개발보다도 갖고 있는 기존 고객에게 열과 성을 다해야 한다.

항상 누군가의 신규 거래선 개발의 목표이기 때문이다. 일반적인 고객 관리 개념으로 이해하면 되겠지만, 그 따뜻한 고객을 노리는 보이지 않는 자국 및 각국의 경쟁업체들의 노림으로부터 지켜 내려면, 고객보다 앞서 생각하고 행동하여야 하지 않을까 싶다. 의지와 인내를 가지고 현업에 정진하면 해외시장 개척이라는 전제는 필히 달성할 수 있으며, 환경 개선과 부응책으로 원부자재의 수준 향상, 업계 품질 상향 표준화 노력 및 유능한 인재 확보라는 숙제를 안고, 중소기업 업종에 대한 정부의 현실적인 지원으로 두산 인쇄를 포함한 인쇄업계의 대기업들이 주축이 되어, 기술 지도 및 영업력 향상에 박차를 가하면 반드시 인쇄물 수출 대국으로 거듭날 수 있을 것으로 자신한다.

〈구재훈 · 두산인쇄 수출팀장〉