



북미시장의 효율적 진출을 위한 마케팅 제시

제9차 벤처CEO포럼



협회와 전자신문이 공동주최하는 '제9차 벤처CEO포럼'이 지난 8일 코엑스인터컨티넨탈호텔에서 '북미진출, 효과적인 마케팅 전략과 전술'이라는 주제로 열렸다. 기업컨설팅 전문기업인 론치패드 레드사의 미카 리 대표가 '춘향이 마돈나 만들기'라는 주제로, 미국 팩터링 기업인 하나파이낸셜의 앤드류 조 상무는 '미국 수출금융 활용법'이라는 주제로 발표했다. 또 주한 미국상공회의소 사모펀드·벤처캐피탈 상임위원회 이정호 위원장은 '투자유치를 위한 기업가치 백배 올리기'로 주제로 발표했다.

주 제 북미진출, 효과적인 마케팅 전략과 전술

주제발표

글로벌 마케팅 - 춘향이 마돈나 만들기 ■ 기업컨설팅 전문기업 론치패드 레드사(LPR, LaunchPad Red inc.) 미카 리(Mikah Lee, 한국명 이보경) 대표

미국 수출금융 활용법 ■ 미국 팩터링 기업 하나파이낸셜(Hana Financial) 앤드류 조(Andrew Cho, 한국명 조경형) 상무

투자유치를 위한 기업가치 백배 올리기 ■ 주한 미국상공회의소 사모펀드·벤처캐피탈 상임위원회(Private Equity and Venture Capital Committee) 이정호 위원장


북

미시장은 명실공히 세계 최대 마켓이다. 하지만 많은 벤처 기업들이 북미진출에 고전을 면치 못하고 있는 것이 사실이다. 벤처기업들의 북미시장 진출을 위해서는 현지에 맞는 마케팅전략이 요구된다. 컨설팅 전문기업을 비롯한 국내 벤처기업과 협력을 원하는 북미 기업관계자들이 대거 참석한 이번 포럼에서는 현지에서 활동하고 있는 전문가들의 생생한 의견을 통해 효율적인 북미시장 진출을 모색했다.

기업컨설팅 전문기업인 론치패드 레드사의 미카 리 대표는 현지에서의 풍부한 경험을 바탕으로 북미 구매자들에게 어필할 수 있는 웹사이트, 이메일, 제안서 작성법 등에 관한 강의를 진행했다. '춘향이 마돈나 만들기'라는 주제로 발표한 리 대표는 기업이 홍보에 있어 기술적인 부분을 강조하기보다는 고객에게 가져다주는 이익과 가치에 초점을 맞춰야 한다고 강조했다. 또 국내 벤처기업들이 프리젠테이션에서 오점을 남겨 좋은 수출기회를 놓치는 사례가 있다고 지적하며 딱딱한 진행보다는 부드러운 분위기로 유도할 것을 당부했다.

한편 미국 팩터링 기업인 하나파이낸셜의 앤드류 조 상무는 북미 시장 진출시 유의점과 수출 신용장 발행에 어려움을 겪고 있는 기업에게 또다른 대안으로 떠오르고 있는 '수출금융'의 활용대안에 대해 강의했다. 그는 발표에서 "미국의 바이어들이 신용장(L/C) 발급을 기피하고 있어 해지수단이 필요하다"며 "기업의 매출채권을 사서 채권의 관리와 대금 회수를 집행하는 팩토링업체를 통해 위험을 회피할 수 있을 것"이라고 말했다.


마지막으로 주한 미국상공회의소 사모펀드·벤처캐피탈 상임위원회 이정호 위원장은 '투자유치를 위한 기업가치 백배 올리기' 주제발표에서 "기업 가치를 높이기 위해서는 기업 내용의 바른 이해와 전달을 통해 신뢰를 회복하고 기업실적 이상의 가치를 전달하는 것이 중요하다"고 강조했다. 또 "투자자와 전략적인 신뢰를 구축하기 위해서는 현재 기업의 모습에 대한 정확한 인지가 선행되어야 하고 무슨 일이든 항상 투자자들의 입장에서 생각하고 이해시켜야 한다"고 말했다.



“북미시장의 비즈니스문화를 이해해야 한다”
론치패드 레드사 미카 리 대표


글로벌 마케팅에서는 지역의 특성을 이해하는 것이 중요하다. 북미시장에 진출하기 위해서 그 곳의 비즈니스 문화를 이해해야 하고 그에 따라 마케팅의 내용과 형식이 바뀌어야 한다. 웹사이트는 세계로 향하는 회사의 얼굴이다. 기술적인 부분을 피력하기보다는 고객이 느낄 수 있는 가치와 이익에 초점을 맞춰야 한다. 해외 컨퍼런스에도 많이 참석하길 바란다. 그 곳은 회사를 알릴 수 있는 장이다. 가치있는 데이터를 수집할 수도 있다. 참가하기에 앞서 참가목적이나 참가기업의 조사 등 사전

준비를 철저히 해야 한다. 이메일은 비즈니스에서 중요한 수단이다. 이메일을 보낼 때에는 읽는 이가 궁금해할 부분부터 쓰고 내용도 명료해야 한다. 하지만 이메일에 너무 의존하는 것은 바람직하지 못하다. 중요한 일은 직접 만나서 해결하는 것이 가장 좋다. 마지막으로 프리젠테이션이다. 한국 기업은 내용에만 치중해서 지루한 느낌이 강하다. 듣는 이의 반응을 고려해 강약을 조절하는 융통성을 발휘해야 한다.



“대미수출시 팩토링을 적극적으로 활용하자”
하나파이낸셜 앤드류 조 상무

팩토링은 무신용장방식으로 팩토링회사가 신용조사 및 신용위험 인수, 금융제공, 대금회수, 기타 업무대행 등의 서비스를 제공하는 무역거래 방식을 가리킨다. 팩토링을 이용할 경우 수출시에는 외상수출로 인한 대금회수 불안을 없애면서, 대금회수 전에 수출대전을 자금화할 수 있으며, 수입 시에는 신용장없이 팩토링회사의 지급보증으로 연지급수입을 할 수 있다는 이점이 있다. 미국과 유럽 여러 나라들에서 팩토링 방식이 활성화되어 있다. 한국에서는 예전에 비해 팩토링 방식이 급성장을 하고 있으나, 아직은 걸음마 단계다. 자금이 부족한 기업, 매출이 계절에 따라 유동적인 기업들에게 특히 팩토링회사와의 파트너십이 필요하다. 최근 국제무역거래에서는 전통적 결제수단인 신용장 방식이 줄면서 외상거래 방식이 증대되는 추세이다. 그에 따라 팩토링을 통한 국제무역거래 방식은 더욱 유용한 방식이 될 것이다. 대미수출을 추진하는 한국기업들에게는 외상거래에 따른 위험노출 때문에 팩토링회사에 대한 보다 넓은 이해와 협력이 필요한 시점이라 하겠다.



“투자자의 입장에서 생각하고 신뢰를 쌓아라”
주한 미국상공회의소 사모펀드·벤처캐피탈 상임위원회 이정호 위원장

한국기업들의 가치가 저평가되어 있는 것이 사실이다. 기업가치가 절하되고 있는 이유는 IR활동이 부족하기 때문이다. 항상 기업 내용을 적극적으로 이해시키고 전달해야 한다. 투자자는 기업의 미래를 보고 투자한다. 미래가치를 사는 것이다. 그러기 위해서는 기업에 대한 올바른 이해와 커뮤니케이션을 통해 전략적 신뢰를 구축해야 한다. 기업의 현재상황을 정확하게 알리지 않으면 투자자는 불신할 수밖에 없다. 정직하게 알려라. 문제가 발생하더라도 숨기지 말아야 한다. 신속하게 시인하되 해결방안을 제시해 신뢰를 잃지 말아야 한다. 항상 지향하는 목표와 실행능력을 구체적으로 피력하고 기업목표를 일관성 있게 진행하는 것도 잊지 않길 바란다.