



성공은 정보를 타고온다!

나의 자원과 무기는 무엇일까?



얼무리
180호

당신의 입지가 위태로워져도 아무도 얘기해주지 않는다

나의 자원과 무기

부끄러운 말이지만 제대로 된 자기경영을 해보겠다는 마인드로 삶을 꾸리기 시작했으면서도 얼마 전까지 나는 내가 사용할 수 있는 자원이 무엇인지, 무엇을 생산해야 하며 어떤 가치를 고객에게 남겨야 하는지 전혀 알지 못했다.

그냥 이렇게 하면 될 것 같다는 감으로 살았다.

하지만 자신이 사용할 수 있는 자원과 무기가 무엇인지 모른다는 것은 **방패와 칼도 없이 전쟁터에 나가는 것처럼 위험한 것이었다.**

최근에야 나는 경험과 지식이라는 자원과 컴퓨터라는 생산수단을 이용해 새로운 개념들을 만들어내야 한다는 사실을 알게 되었다.

그리고는 지식과 경험을 축적하고 컴퓨터를 배우는 데 시간을 아끼지 않았다.
비로소 내가 무엇을 갖추어야 하는지 알게 된 것이다.

예전에는 산업을 분류할 때 농업, 상업, 서비스업이라는 식으로 분류했다. 하지만 지금은 그런 식의 구분은 더 이상 의미가 없다. 모든 일에 서비스가 포함되기 때문이다.



지식 노동자의 시대

지식노동자들과라고 해서 상황이 좋은 것만은 아니다.

지식노동자들의 세계는 점점 넓어지고 있고 그 시장에 뛰어드는 사람들의 능력은 매년 업그레이드되고 있다.

경쟁이 치열해질 수밖에 없다.

때문에 끊임없는 자기계발과 실적 스트레스에
시달려야 하고 언제든지 회사를 떠날 준비를
해야 한다는 강박관념에 사로잡힌다.

사회는 너무 빨리 변해가고 결혼하고
아이 한둘 키우다보면 청춘이 다 간다.

변해가는 사회에 적응하기 위해 몸부림치다보니 어느새 명예퇴직이 기다리고
있더라는 말은 과장이 아니다.

새로운 지식을 축적하고 자신만의 가치를 만들기에는 시간이 절대적으로 너무
나 부족하다. 이런 경향은 갈수록 심해질 것이다.

생산노동자들의 현실은 매우 심각하다. 비슷한 직장을 전진하게 되면
학습이 이루어지지 않으며 비전이 부족하여 불안한 상태가 반복된다.

생산노동자들은 지식인이 될 만큼의 준비가 없고 자신감도 충분하지 못하다.



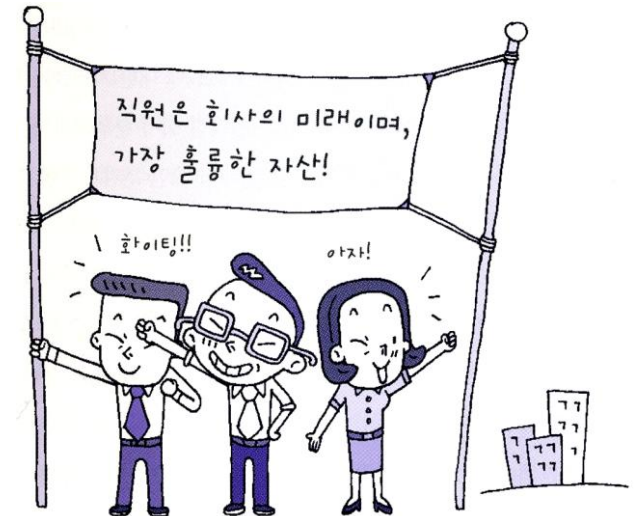
자신의 위치를 확인하라

지금은 모두가 힘든 시대다. 하지만 대안은 분명히 있다. 그것은 자신이 어디에
서 있는지를 확인하는 것에서부터 시작되어야 한다. 자신이 지식노동자인지
서비스노동자인지 생산노동자인지 확인하는 것이 급선무이다.

자신이 지식노동자이면서도 그 사실을 알지 못하는 사람들이 너무도 많다.

아니 자신이 어디에 속해 있는지도
생각해본 적이 없다는 표현이 더 정확할 것이다.

자신이 지식노동자임을 알지 못하는 사람은
자신이 어떤 자원을 사용해서 어떤 생산수단을
이용할 수 있는지에 대해 생각하기 어렵다.
그 결과 주어진 일들을 과거 선배들이 해온 방식이나
자신에게 익숙한 방식으로 반복하게 된다.



이것은 스스로 자기 발전의 틀을 제약하고 가로막는 행위와 같다.

자신이 서비스노동자라고 확신하는 사람은 감정의 힘을 이용할 수 있어야 한다
하지만 대부분의 서비스노동자들은 감정의 힘을 사용하기는 커녕
감정에 짓눌려 스스로를 희생자로 만들고 있다.

자신은 어디에 속하는가? **자신이 사용할 수 있는 자원은 무엇이며
생산수단은 무엇인가?** 스스로에게 물어볼 차례다.



현장 중심의 세계

자신이 서 있는 위치를 확인한 다음에는 자신이 어느 현장에 있는지를 확인해야 한다. 그리고 그 현장에서의 경험을 가치로 축적할 수 있어야 한다.

큰 그림 속에서 자신의 위치를 찾아내고

그 현장에서 무엇을 추출할 것인가를 생각하고 고민해야 한다.

만약 당신이 생산노동자, 혹은 서비스노동자라면

학습계획을 세우고 밀고 나가면서 필요한 지식을 보충하는 것이 중요하다.



반면 지식노동자는 학습과 함께 현장과 시장의 상황을 주시하고 가능하다면 경험할 수 있는 기회를 찾아보는 것이 좋다.

현장과 학습이 병행되지 않는 성장은 가능성이 없다.

새로운 시대의 생존의 문제는 자신을 잘 정의하고 자신이 사용할 수 있는 자원과 무기를 어떻게 이용하느냐와 깊이 연관되어 있다.

☎ 자신의 위치를 확인해야 하는 이유

1. 자신의 자원이 무엇인지를 파악할 수 있다.
2. **자신의 생산수단이 무엇인지를 알고 이용할 수 있다.**
3. 미래에 만들어낼 가치가 무엇인지 예측할 수 있다.
4. **어떻게 하면 그 가치를 만들지 알 수 있다.**



아는 것이 방해가 된다

우리는 자주 자신이 아는 것과 행동하는 것을 혼동한다.
때문에 아는 것을 행동하는 것이라고 생각한다.

단지 머릿속으로 알고 있을 뿐이데도 자신이 마치
그 모든 것을 행동하고 있는 양 착각하는 것이다.
이럴 경우 아는 것이 오히려 필요한 행동의 방해 요인이 된다.



직장인들에게도 이는 똑같이 적용된다.
자신이 알고 있는 지식을 생활에 적용하고 있다고 믿는 경향이 있다.
그래서 교육을 들어도 뻔히 아는 이야기 같고 책을 읽어도 그 이야기가
그 이야기 같다. 결국 해야 할 것도 할 만한 것도 없어진다.
결국 해야 할 것도 할 만한 것도 없어진다.

행동을 아무리 빠르고 많은 경험이 있다 해도 그 경험에서 교훈과 지혜를 얻어
내지 못한다면 성취할 수 있는 것은 없다. 인간관계 능력이 아무리 좋아도 제대
로 알고 있는 지식과 정보가 없다면 빛 좋은 개살구일 뿐이다.

사이드브레이크를 당겨놓고 액셀리레이터를 밟는 것과 같다. 앞으로 나아가기
위해서는 브레이크를 풀어놓는 것과 액셀리레이터를 밟는 것 모두 필요하다.

지식을 적용하지 못하는 이유

대부분은 이미 이용하고 있는 것보다 몇 배나 더 많이 알고 있다.

산출량을 증가시키지 못하는 가장 큰 이유는

우리가 갖고 있는 여러 지식을 활용하지 않기 때문이다.

사용하지 않는 공구상자의 한 부분처럼 지식을 모두 이용하지 않고 있다.

머릿속의 지식이 힘이 될 수 있는 것은 목표를 달성하기 위한 구체적인 행동 속에서 사용될 때이다.

지식에 관해서 우리의 핵심 문제는 바로 이것이다.

가지고 있으면서도 그 힘을 이용하지 못하는 것,
때문에 지식의 용도를 확신하지 못하고
지식을 획득하고 사용하는 일에 소홀하게 된다.

직장인들이 지식을 자신의 일에 적용하지 못하는 이유엔 세가지가 있다.



첫 번째, 지식 습득에 실패한 경우다.

자신에게 필요한 지식이 무엇인지, 어떻게 얻어야 하는지를 모르는 경우가 이에 해당한다.

지식을 얻지 못했으니 사용할 수 없는 것도 당연하다.



지식을 적용하지 못하는 이유

다른 사람들이 도대체 어디서 그런 지식과 정보들을 얻어내는지 궁금하기는 한데 정작 찾아보면 어디서 구했는지 알 수 없는 경우가 있다.

아직 지식을 보는 눈이 생기지 않았거나,
지식을 얻을 수 있는 매체를 발견하지 못한 탓이다.

필요한 지식은 주변에 널려 있지만 그것을 보는 눈이 없다면 스쳐가는 바람처럼 잡을 수 없다.

책, 신문, 잡지, 멘토, TV, 인터넷, 영화, 논문 등 지식을 얻을 수 있는 자기만의 매체들도 개발해야 하는데 그것에도 실패를 거듭하곤 한다.

책이나 신문을 아무리 많이 읽어도 그것이 다 지식이 되지는 않는다.
자신에게 필요한 것을 찾아내는 현실 감각이 있어야 가능한 일이다.



두번째, 지식 사용에 실패하는 경우다.

지식을 습득하기는 했지만 그것을 사용하지 않는다면 무용지물이다.
사실 요즘 직장인들의 문제는 자료가 부족한 것이 아니라
그 자료의 사용에 실패하는 경우가 더 많다는 것이다.

지식을 적용하지 못하는 이유

지식을 가졌지만 그것을 어디에 사용해야 할지 모르는 것이다.

그래서 지식이 많은 것보다는

자신의 일에 그것을 사용할 수 있느냐가 훨씬 중요하다.

책을 읽고 잘 적용하고 있는가? 적용하면서
생기는 문제점들에 적절히 대처하고 있는가?

괜찮은 내용을 읽었다면

그것을 생활에 적용시키려는 실천활동이 필수적이다

그렇지 않으면 읽어야 할 이유도 없다. 이것이 지식의 사용이다.



상대방을 '배려'하는 것이 리더십을 발휘하는 효과적인 방법이라는 사실을
안다면 '배려'라는 구체적인 행동으로 검증해봐야 한다.

그것도 장기간에 걸쳐 배려의 힘을 사용하고 자신의 품성이 될 수 있도록
노력해야 한다. 실천이 곧 지식의 사용이다.

그런 면에서 우리의 문제는 지식 부족이라기보다는 지식 사용의 실패라고
봐야 한다. 대부분의 사람들이 겪고 있는 문제의 본질도 사용의 실패다.

실패를 방지하고 효과적인 지식을 사용하는 방법은 가르칠 기회를 갖는다.

지식을 적용하지 못하는 이유

세 번째, 지식 폐기에 실패하는 경우다.

지식을 폐기하는 것은 지식 습득 못지 않게 중요하다.
더 이상 필요하지도 유용하지도 않은 지식은 폐기해야
한다. **그래야 새로운 지식이 들어올 수 있기 때문이다.**



'배려'가 가장 효과적인 리더십 수단이라는 인식을
버려야 배려 외의 다른 활동의 중요성도 인지 할 수 있다.
지구가 평평하다는 생각을 버려야 둥글다는 생각이 들어올 수 있다.
상대방에 대한 부정적인 인식을 버려야 긍정적인 면이 눈에 들어온다.

요즘은 지식의 사용주기가 짧아지면서

어제 사용했던 것이 오늘 유용하지 않을 경우가 많다.

해피콜 서비스가 고객에게 좋은 반응을 얻었던 것이 얼마되지 않았는데
이제 고객들은 해피콜을 귀찮게 여기고 오히려 불편하다고 말한다.
처음에는 신기하고 재미있던 것도 시간이 지나면 귀찮아지기 마련이다.
그러면 해피콜 서비스 대신 새로운 서비스 방법들을 찾아내야 한다.
새로운 지식이 필요한 것이다. 그러자면 기존의 해피콜 서비스가 유용하다는
생각을 버려야 한다. **그래야 새로운 대안들을 모색할 기회가 생긴다.**

지식의 사용과 재생산

지금 고민해야 하는 것은 '이것을 어떻게 적용할 수 있을까?'여야 한다.
하나를 알았으면 그것을 자신의 일에 적용시키는 연습을 해나가야 한다.

이곳저곳에 적용시키는 연습을 하고 생각을 키워가다보면
자연스럽게 지식을 보는 눈도 확장된다.

어디에서 얻을 수 있으며 어떤 것이 필요한지를 알게 된다.

도둑질도 해본 놈이 잘한다. 안 해보니 알 수가 없다. 이것이 우리의 문제다.

지식을 사용하고 폐기하고 다시 습득하는 능력은 갈수록 중요해지고 있다.

많은 사람들이 이것에 실패해서 자신의 일에서 재미와 성장을 얻지 못하고
만다. 현대 직장인들에게는 지식을 사용하고 재생산할 수 있는
생산수단의 활용이 필수적이다.

☎ 자신의 일에 지식을 적용하지 못하는 이유

1. 지식 습득에 실패해서
2. 지식 사용에 실패해서
3. 지식 폐기에 실패해서
4. 자신이 아는 것을 실천하고 있다고 믿기 때문에



독립적인 브랜드 키우기

어떻게 브랜드를 만들 수 있을까? 중요한 문제는 이것이다.

먼저 가장 쉬운 것부터 시작하자.

자신이 가장 자랑할 수 있고 내세울 수 있는 분야를 찾는 것이 급선무다.
그리고 그것에 집중해서 완전한 전문가가 되기 위해 다른 사람들로 부터
미쳤다는 말을 들을 수 있을 정도로 하나에 빠져들어야 한다.

대충해서 되는 일은 없다. 완전히 미쳐야 한다. 그래서
사람들로부터 '광'이라는 말을 들을 수 있어야 한다.

자신이 좋아하고 아끼는 분야라면 뭐든 가능하다.
그 분야에서 미칠 수만 있으면 아무 상관도 없다.

미치지 못하면 사람을 감동시킬 수 없다.

감동이 없는 것은 매력이 없다.

결국 다른 제품들과 전혀 다를 것이 없는 것은 밋밋한 상태가 된다.

열두 가지 재주를 가졌지만 모두 어중간한 수준이라면 문제가 된다.

열두 가지 재주는 필요 없다. 단 하나의 재주로 충분하다.

대신 그것을 아주 특별히 잘해야 한다.

사람들이 당신의 재주를 보고 물려들 수 있어야 하는 것이다.



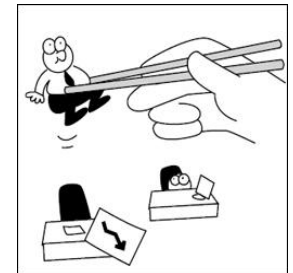
독립적인 브랜드 키우기

자신의 분야를 정하고 미쳤으면 이번에는 그것을 알려야 한다.
자신의 실력을 어떻게 보여줄 수 있을지를 고민하다보면
다양한 방법들이 속속 떠오를 것이다.

사람들에게 재미와 감동을 줄 수 있는 실력
그리고 인지도, 두 가지가 브랜드의 핵심이다.



다른 사람으로부터 평소에 미쳤다는 이야기를 듣는 분야는 무엇인가?
없다면 지금부터 찾아보자. 늦은 시간이란 없다.
먼저 출발했다고 먼저 도착하지 않는다.



☎ 자신의 브랜드 만들기

1. 다른 사람들에게 미쳤다는 이야기를 들을 수 있는 분야를 찾는다.
2. **자신을 가장 잘 설명할 수 있는 개성 있는 수식어를 만든다.**
3. 제공하는 서비스의 품질을 최고로 유지한다.
4. 고객인지를 높여나간다.
5. 감동의 경험을 남긴다. 열명의 고객에게 평균적인 서비스를 제공하는 것보다 한 명의 고객에게 감동적인 서비스를 제공하는 것이 열 배는 낫다.

기업에서 경력을 향상시키는 6가지 법칙

가장 느린 것이 그 사람의 발전 속도나 성취 정도를 결정한다.

아무리 훌륭한 생각을 하고 좋은 아이디어를 가졌다하더라도 그것을 실행하는데 필요한 행동은 반드시 해야 한다.

우리들 대부분은 가장 느린 행동의 속도에 의해서 발전 속도가 좌우된다.

공급과잉시대로 들어서면서도 샐러리맨들이나

구직들에게는 남다른 각오가 필요한 시기다.

출세하기를 원한다면 다음의 가장 주요한 원칙인 새로운 경력게임 다지기 법칙을 이해해야 한다.

직책이나 좋은 자리를 위해 싸우지 말고 인정을 받고 기여할 수 있는 것을 계발하고 이용해야 한다.



당신이 알고 있는 것이 무엇이고, 그것을 어떻게 회사의 비즈니스에 적용하고 그리고 그 대가로 얼마의 보수를 받아야 하는가 라는 게임의 법칙을 잘 활용하는 사람들만이 살아 남을 수 있다.

만약 인생에서 최고의 자리로 승진하기를 원한다면 다음의 기본적인 6가지의 법칙(Six Essential Things)에 신경을 써야 한다.

기업에서 경력을 향상시키는 6가지 법칙

Part 1. 하고 있는 일을 사랑하라, 그러면 내가 누구인지를 알 수 있다.

(Love what you do, which entails first figuring out who you are)

하고 있는 일을 사랑하지 않으면 남들과 경쟁할 수가 없다.

일에 열정적인 사람만이 1마일이라도 더 갈 수 있고, 작심삼일(作心三日)을 뛰어넘는 지혜 하나라도 더 다른 일을 할 수 있으며.

항상 새로운 아이디어를 창출할 수가 있기 때문이다.

오늘이라도 당장 출근해서 남들보다 앞장서려면,
'오늘 해야 할 중요한 일이 뭐지?

What are the hot jobs now?'를 물으면 안되고
'오늘 열정적이고 신나게 할 수 있는 일이 뭐지?

What can I get passionate about?'가 돼야 한다.



많이 행동할 수록 많이 경험할 수 있다. 많이 경험할수록 많이 배울 수 있다. 많이 배울수록 더 좋은 방법들을 알 수 있다.

더 좋은 방법들을 알면 보다 현명하게 행동할 수 있다. 더 현명하게 행동하면 당연히 목표에 보다 빨리 접근할 수 있게 된다.

기업에서 경력을 향상시키는 6가지 법칙

Part 2. 새로운 기술이나 관리기법을 꾸준히 배워라

(Never stop learning about new technologies and new management skills)

현재 알고 있는 일이 자신이 원하는 것이고
또 열심히 노력하는 데도 불구하고
특별한 성과를 올리지 못하는 경우가 있다면
그것은 당신의 자신문제가 아니고
당신이 무엇을 알고 있는가의 문제이다.

빠른 과학기술과 기업문화의 변화와 함께
직장인들이 갖추어야 할 지식도 변하고 있다.

80년대 말의 경우 직장에서 성공하기 위해서는 회계지식이 필수로 여겨졌으나 지금은 마케팅이나 해외업무 경험, 재정학 분야에 대한 지식이 오히려 더 중요하게 여겨지고 있다. 급변하게 변하는 기업환경에서는 프로그래머가 영업사원으로 뛰어어야만 한다.



자기 분야에 최고가 되겠다는 사람은 남들과 다른 무엇인가가 있어야 한다.
그 남들과 다른 무엇이란 자신이 그 일을 아는 이유를 명확히 밝히는 것이다.

기업에서 경력을 향상시키는 6가지 법칙

Part 3. 해외업무 경험을 쌓아라

(Try to international experience even if it means only a short stint overseas)

요즘 같은 국제화시대에서 해외업무 경험은 필수적이다.

미국의 한 컨설팅 회사(Calvin Reynolds at Organization Resources in New York City)가 조사한 결과에서 미국 20대기업 경영자들 중 90%가 풍부한 해외경험을 갖고 있는 것으로 나타났다.

인텔사의 Paul Otellini 국제마케팅 담당 부사장은 '해외에 나가 직접 뛰는 것이 세계경제를 이해하는 데 가장 좋은 방법'이라고 말했다.

그는 이어 '하나의 벼룩시장이 있다. 그러면 우선 거기로 가서 무엇을 해야 하는지를 알아 보라'는 인텔의 시장접근방법을 자랑한다.

Part 4. 새로운 사업의 기회를 구상에 내라

(Create new business opportunities that could lead to a promotion)

사업구상은 최고경영자만의 몫은 아니다.

새로운 사업의 라인이나 서비스를 구상하는 일이란 회사의 중역으로 승진한 후에나 가능한 것으로 생각하는 것은 바보 같은 짓이다.



기업에서 경력을 향상시키는 6가지 법칙

현재의 직장, 현재의 위치에서 수익성이 있는 사업을 제안해라.
자신의 구상이 채택되지 않더라도 그의 적극성과 창의성이 경영진에
호의적으로 받아들여질 것이다. 채택될 경우에는 자신의 능력을 한껏
발휘해 볼 수 있는 절호의 기회가 될 것이며 그에 대한 보상도 따를 것이다

현재 미국에서는 이 같은 아이디어에 보상하는(Pay-for-knowledge
or idea) 제도가 전반적으로 유행하고 있다.

Part 5. 승진이 목표가 아니라 보다 많은 보수를 기대하고 일을 하라

(Expect more raises but fewer titles and fewer people reporting to you)

대부분의 샐러리맨들은 승진을 중시한다.
그러나 「승진」이란 말은
점차 기업문화에서 무의미해져 가고 있다.



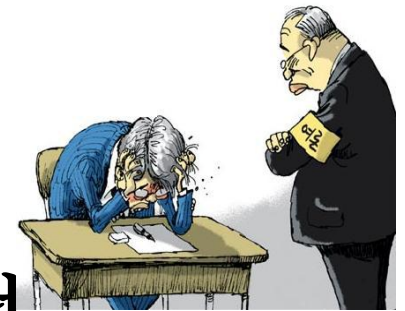
「경쟁력 향상」이라는 미사여구와 함께 취해지고 있는 「조직 슬림화」
속에서 새로운 기업환경에서는 과거의 승진의 사다리 역할은 이제 보다
넓어지고 융통성있는 "Broadbanding"화 하기 때문에 많은 전문분야에서
계속적으로 배우고 그리고 보다 많은 보수를 받도록 노력해야 한다.

기업에서 경력을 향상시키는 6가지 법칙

Part 6. 말은 분야에서 항상 최고가 되도록 노력하라

(Be really outstandingly terrific at what you are doing now, this week, this month)

많은 사람들이 직장에서 하나의 마술(magic)을 기대한다.
그러나 그러한 마술은 절대로 오지 않는다.
말은 분야에서, 책상에서, 그리고 컴퓨터 앞에서
매분이 지나갈 때마다 항상 최고가 되도록 노력하라.



George Fisher 코닥(Eastman kodak) 회장을 모토롤라로부터
스카우트 해오는 일을 맡았던 고급인력 중계회사인 Heidrick &
Striggles사의 Gerry Roche 씨는 '모토롤라에서는 최고였기 때문에
그를 데려온 것' 이라고 말한다.

그는 또 '현재 마이크로소프트사의 각 부문에서 매일 매일 최고의 능력을
발휘하는 사람을 분석 중이다. 아마도 그 사람은 어디에서든지 거액의
연봉제의를 받게 될 것이다' 라고 전했다.

어느 사무실 벽에서도 볼 수 있는 'Tomorrow will take care of itself if
you do a brilliant job today' 모토대로 한다면 문제가 없을 것이다.

또한 '당신이 하는 일이 남과 다를 바가 없다면 그것은 은퇴할 시기가
되었다는 표시이다' 라고 말한 '존 카포치'의 말을 항상 새겨야 한다.

주먹구구형에서 타깃형 자기계발로

직장인들의 문제점은 자신에게 무엇이 필요한지 정확히 모른다는 점과 모든 것을 다 잘하려고 한다는 것이다.

컴퓨터부터 인간관계,
기억까지 모든 것을 다 잘해야 하고 잘하고 싶어한다.
남들보다 앞서가야 한다는 위기감의 산물이기도 하고
우리가 자라오면서 배웠던 학습 방식이
그대로 외사생활에 이어진 까닭이기도 하다.
한국식 교육의 특징은 모든 것을 잘하도록 만드는 데 있다.



모든 것을 잘하려는 욕심은 버려야 한다. 대신 명확한 자기 분야에 대해
서는 잘하려는 욕심을 가져야 한다. 어느 쪽이 내가 집중해야 할 분야인
지를 알고 그것에 집중하는 것이 타깃형 자기 계발의 핵심이다.

☞ 타깃형 자기계발의 조건

1. 배우는 목적을 명확히 한다.
2. 모든 것을 다 잘하려고 하지 않는다.
3. 일상에서 가장 많이 쓰이고 활용되는 부분을 계발한다.

