

Date : 2008-02-22

HUNET Business Knowledge

고객을 감동시키는 비법

“번개가 머리를 스치는 기분이었다.
학원을 위한 조언이 아닌 학생을 위한 조언,
물건을 위한 상담이 아닌 사람을 위한 상담이 무엇인지
나는 그날 저녁 알 수 있었다. 제품을 팔기 위한
고객응대가 아니라 진정한 마음으로 고객을 위하는 태도,
그것이 결국 내 고객을 만드는 서비스 정신이란 것을
말이 아닌 몸으로 직접 느낀 것이다.”
-‘우재오’ 팀장의 이야기 중에서

휴넷 경영지식생산본부
e-mail : kp@hunet.co.kr

사업에서의 성공을 위해서 가장 중요한 것은 다름 아닌 ‘고객과의 관계’입니다. 즉 고객을 만족시켜서 고객과의 돈독한 관계를 유지하는 것이 중요합니다. 특히 고객을 ‘감동’까지 시킬 수 있다면 더할 나위 없이 좋겠지요. 모두들 그것이 어렵다고 생각하지만, 사실상 ‘고객 감동’은 그리 거창한 것이 아닌 경우가 많습니다. 오늘은 더블유인사이트(W. insights) 김미경 대표의 피아노 학원 경영 사례와 다산 북스 우재오 커뮤니케이션 팀장의 사업 경험담을 살펴보고, 고객을 감동시킨다는 것의 진정한 의미, 그리고 ‘고객 감동’을 나의 업무에 직접 적용해 볼 수 있는 구체적 방법에 대해 잠시 생각해 보는 시간을 가져봅시다.

[사례1] ‘피아노 학원’의 고객만족 사례

먼저 소개드릴 사례는 ‘꿈이 있는 아내는 늙지 않는다.’에 소개된, 김미경 대표의 피아노 학원 경영 사례입니다. ‘고객 감동’을 통해 커다란 성공을 거둔 사례이지요. 처음으로 집에서 ‘김미경 피아노 교실’을 시작하게 되었을 때, 그녀는 단순히 피아노 레슨 선생님이로 그 일에 접근하지 않았습니다. 사업에 성공하려면 어떻게 해야 하는지 연구에 연구를 거듭했고, 선생님이자 피아노 교실 경영인으로 접근한 것이지요. 그때의 가장 큰 화두는 ‘어떻게 하면 고객을 만족시킬까?’라는 것이었습니다.

나온 답은 다름 아닌 “고객을 ‘감동’시키자!” 그 문제에 관심과 애정을 가지자 여러 가지 아이디어가 나오기 시작했습니다. 피아노 교실을 시작한 뒤 아침 식사 메뉴는 무조건 토스트로 했습니다. 집에서 국이나 찌개 냄새, 반찬 냄새가 나지 않게 하기 위한 배려였지요. 원룸이라 주방이 드러나 있었는데 예쁜 커튼으로 가렸으며, 웃도 회사에 출근하는 사람처럼 입었습니다. 그곳은 내 집일 뿐 아니라 회사라는 자세로 모든 일에 임한 것입니다.

또한 피아노 소음에 고통스러워 할 지도 모를 이웃들을 미리미리 수다와 선물로 지원자로 만들어 두었습니다. 피아노 연주곡이야 아름답지만, 레슨 중인 아이들이 내는 소리는 소음이나 마찬가지니까요. 한 건물에 사는 사람들은 모두 피아노 소음을 이해해 주었습니다. 그녀는 이렇게 말합니다.

“목표로 삼은 무엇인가를 이루어 나가려면 적극적인 자세가 필요하다. 사람들은 마음에 거리감이 있을 때는 누군가의 행동에 트집을 잡지만 거리감을 없애면 오히려 지원해준다. 이러한 노하우는 실제 생활에서 부딪히면서 얻는 수확이다.”

금방 입소문이 났습니다. 그녀조차 예측하지 못한 정도의 반응이었지요. 처음에는 피아노 한 대로 시작했지만 나중에는 넥 대를 더 들여놓아야 했습니다. 1년도 안 되어 아이들이 너무 늘어서 더는 집에서 수용할 수가 없었습니다. 드디어 사업을 본격적으로 벌일 시기가 온 것이죠. 동네 상가 건물 2층에 피아노 학원을 차렸습니다.

그녀는 자신의 노력으로 번듯한 학원을 차렸다는 것이 너무 기쁘고 좋아서 매일 새벽 6시면 학원으로 나가곤 했지요. 그리고 집에서 할 때보다 모든 면에서 더 잘하려고 노력했습니다. 강사들의 인적 사항은 다 외웠고, 수강생들의 인적 사항도 모두 기억하려고 애썼으며, 한 달에 한 번씩 학원비 봉투를 보낼 때마다 일일이 한 달 동안 있었던 일을 글로 써서 보내주었습니다. 아이가 무엇을 배우고 있고, 무엇을 잘하고 못하는지, 어떤 성향을 보이는지 등을 써서 보냈고, 틈틈이 사진을 찍어 두었다가 꼭 두 컷 정도 함께 보냈는데, 엄마들로부터 반응이 무척 좋았습니다. 인기가 그야말로 ‘짱’이었지요. 게다가 그 사진은 바로 학원 홍보로 이어졌습니다. 엄

마들이 그 사진을 냉장고에 붙여 두었고, 그것을 본 이웃 사람들과 차를 마시면서 자연스럽게 학원 이야기를 나누었던 것입니다.

모든 것이 고객 감동을 실천하는 과정이었고, 그 열매는 달디 달았습니다. 정말 거짓말처럼 아이들이 계속해서 몰려왔습니다. 1년 만에 원생 200명을 확보했고, 강사는 10명으로 늘어났습니다. 꾸준히 고객 감동을 실천한 사업은 그야말로 대성공을 거두게 된 것입니다.



[사례2] 고객을 대할 때의 ‘진정성’에 주목하라!

다음 사례는 ‘나는 삼성보다 내 인생이 더 좋다.’에 소개된 우재오 팀장의 경험담입니다. 캐나다에서 어학 학원을 차린 뒤, 고전을 면치 못하고 있던 그는 어느 날, 같은 건물에서 학원을 운영하는 다구치씨가, 자신의 학원이 성공하는 이유 중 하나가

카운슬러에게 있다고 했던 말을 떠올렸습니다. 예전에는 학원을 알아보고자 들른 방문객 열 명 중 두세명이 등록을 했는데, 그 카운슬러가 온 이후에는 열 명 중 일고여덟명이 등록을 한다는 것이었죠. 불현듯 그녀만의 핵심경쟁력이 궁금해진 그는 무작정 그녀를 찾아갔고, 다음과 같은 말을 듣게 됩니다.

“제가 하는 상담이 사장님이나 선생님들이 하던 상담과 크게 다른 점이 있다면, 아마 고객에 대한 관심일 거예요. 그들에게 진실한 마음으로 조언하려는 자세쯤 될까요? 아마도 상담만을 전문으로 하는 저 같은 사람이 없던 시절, 사장님과 선생님들은 고객에게 상품을 팔고자만 애썼을 거예요. 학생등록이 목표였던 거지요. 하지만 전 학생들에게 올바른 조언을 하는 것을 목표로 해요. 그게 아마 큰 차이일 거예요.”

그렇게 말하며 그녀는 그동안 작성해온 고객일지를 보여주었습니다. 그 고객일지는 정말 대단했지요. 고객이 질문한 내용과 그에 대한 응답, 고객 특성까지 빼곡하게 적어놓았던 것입니다.

“이곳을 찾는 이들은 영어에 대한 고민이 많은 친구들이예요. 그리고 누구나 영어의 중요성은 잘 알고 있고, 필요성을 느끼고 있죠. 다만 어떻게 공부하면 되는지 방법을 잘 모르고 있고, 개인의 특성에 맞는 공부법을 알고 싶어 해요. 그래서 우선 이들이 자신들의 이야기를 할 수 있게 질문하고 저는 들어요. 충분히 이들의 이야기를 들었다 싶을 때 그제야 제가 이야기를 하지요. 그 때도 학원 이야기는 될 수 있는 대로 하지 않고, 공부 방법으로 이런 방법이 좋겠다는 이야기를 해줘요. 그게 전부예요. 가장 큰 차이는 이들의 이야기를 ‘듣는다’는 거예요. 그리고 성심성의껏 고민을 해결해 주기 위해 노력하는 자세를 보인다는 것, 아마 그것이 이들의

마음을 사로잡는 방법이 아니었나 싶네요. 사실 저도 잘 모르겠어요.”

대화가 끝난 후, 그는 크게 한방 먹은 느낌이었습니다. 그리고 그동안 놓치고 있었던 중요한 점 하나를 깨달았지요. 그녀만의 핵심 경쟁력은 다름 아닌 ‘진정성’이었던 것입니다. 누구나 아는 것 같지만 그 무엇보다 실행하기 힘든 그것!

그녀와 이야기를 나누고 난 바로 그날, 바로 그것을 그가 직접 체험하는 일이 일어났습니다. 그날 저녁 한국인 학생 한 명이 상담을 위해 찾아왔는데, 그는 그동안 손님들을 대했던 것과는 완전히 다른 태도로 손님을 맞이하게 됩니다. 즉 처음 학원을 만들었을 때의 마음, 그 진정한 마음으로 돌아가 학생을 대하고 상담해 주었던 것이지요.

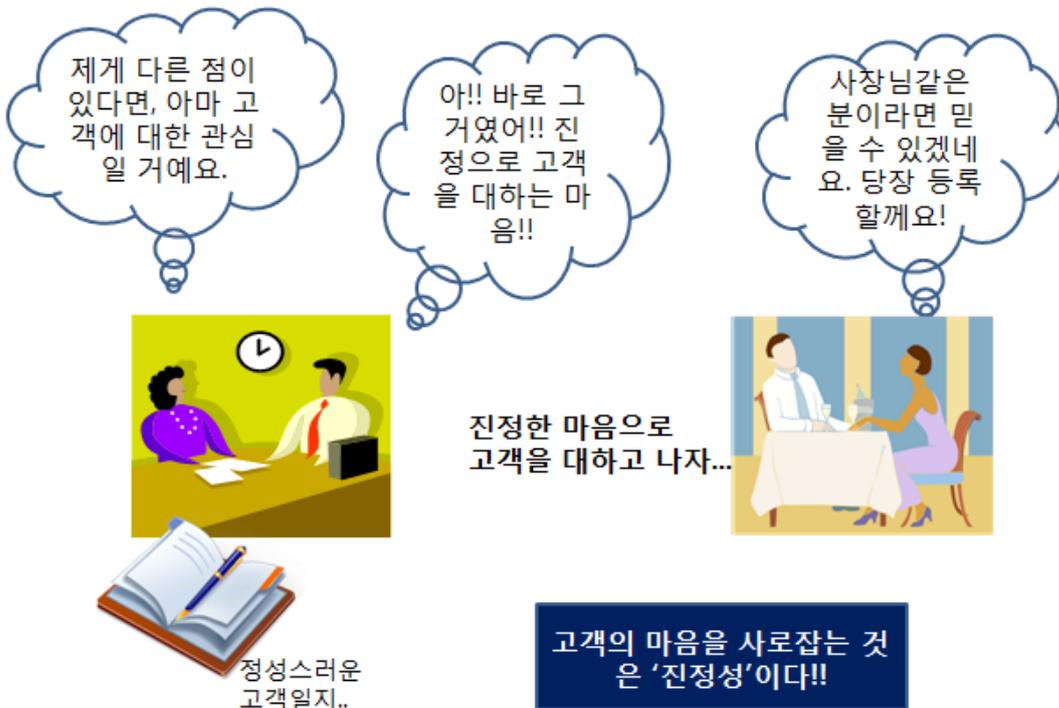
“어학연수요? 학원은 되도록 짧게 다니세요. 그 외에는 외부에서 활동할 수 있는 일들을 찾으세요. 대학교 청강도 좋고, 인턴십도 좋아요. 봉사활동도 좋고요. 밖으로 나가서 젊고 깨어 있는 캐나다 지성인들 많이 만나시고 많은 것을 보세요. 밴쿠버 오신 지 일주일 정도 되셨으니 조급한 마음 갖지 마시고, 한 보름 동안은 도시 구경한다고 생각하면서 이곳 저곳 다니며 학원도 돌아보세요. 직접 눈으로 확인하고 공짜 수업도 들어가면서 본인에게 가장 잘 맞는 수업을 찾으세요. 학원에서 그 수업 듣는 한국인들에게 정보도 얻으시고요. 그리고 학원은 절대 3개월 이상 등록하지 마세요. 한두 달 등록은 괜찮아요. 등록도 학원에서 직접 하지 마시고, 유학원에 가서 하세요. 유학원도 한 곳만 가지 마시고, 최소 세 곳 이상은 둘러보세요. 기존 가격에서 5~10% 정도 할인 받으실 수 있을 거예요.”

학원 사장으로서 미친 카운슬링이었지요. 자신의 학원을 선전해도 모자랄 판에, 3

개월 이상 학원에 다니지도 말고, 등록도 유학원에서 하라고 했으니 말입니다. 하지만 그 학생의 반응은 뜻밖이었습니다. 당장 이 학원에 등록을 하겠다는 것이었죠. “사실은 저도 비록 일주일이지만 학원도 둘러보고 유학원도 가보고 했는데 많이 실망스럽더라고요. 근데 사장님처럼 말씀하시는 분은 처음 봐요. 사장님 같은 분이라면 학원을 믿을 수 있겠네요. 등록할게요.”

그는 학생으로부터 그런 말을 듣게 된 그 순간을 이렇게 표현합니다.

“번개가 머리를 스치는 기분이었다. 내가 이제껏 가장 중요한 것을 놓치고 있었다는 생각이 그제야 들었다. 학원을 위한 조언이 아닌 그 학생을 위한 조언, 물건을 위한 상담이 아닌 사람을 위한 상담이 무엇인지 나는 그날 저녁 알 수 있었다. 제품을 팔기 위한 고객응대가 아니라 진정한 마음으로 고객을 위하는 태도, 그것이 결국 내 고객을 만드는 서비스 정신이란 것을 말이 아닌 몸으로 직접 느낀 것이다.”





오늘의 실천 방안 연구

1. ‘나의 업무’와 관련하여 부담 갖지 않고 쉽게 고객을 감동시킬 수 있는 방법

에는 어떤 것이 있을까? (의외로 쉬운 곳에 답이 있습니다. 가령 김미경 대표가 한 달에 한 번씩 학원비 봉투를 보낼 때 그동안 있었던 일, 아이의 성향, 무엇을 배우고 있고, 무엇을 잘하고 못하는지 등을 써서 톡톡이 찍어둔 사진과 함께 보내주었던 일을 참고해 봅시다.)

(i) _____

(ii) _____

(iii) _____

(iv) _____

(v) _____

2. 고객을 대할 때 힘들다고 느껴지거나 가장 맘에 걸리는 부분은 무엇인가? 그

이유는 무엇인가? 그 이유에서 탈피하기 위해 내가 할 수 있는 일은 무엇일까?

(i) _____

(ii) _____

(iii) _____

(iv) _____

(v) _____

3. 주변에서 벤치마킹할 만한 사례가 있다면, 그 사례를 통해 나의 일에 응용할

수 있는 부분을 적어보자.

(i) _____

(ii) _____

(iii) _____

(iv) _____

(v) _____

‘고객을 감동’시키는 것은 의외로 사소한 것들이 많습니다. 상대방의 말을 잘 들어 주는 것, 복장에 신경 쓰는 것, 상대방이 편한 마음을 가질 수 있도록 미소를 지어 주는 것 등의 ‘진정성’이 담긴 행동들이 모두 ‘고객 감동’을 위한 중요한 밑거름으로 작용합니다.

한편, ‘진심’으로 고객을 대하기 위해서는, 스스로의 감정을 잘 돌봐주며, 일단 나 자신의 마음을 편한 상태로 유지하도록 해주는 것도 매우 중요합니다. 내 마음이 편할 때에야 상대방 역시 ‘진정’으로 대할 수 있는 것이니까요. 자신과 상대방 모두에게 ‘감동’을 선사해주는 하루 되시길 바랍니다.

자기계발 작가 김보승 드림

*참고 자료: ‘꿈이 있는 아내는 늙지 않는다’, 김미경 지음, 명진출판

‘나는 삼성보다 내 인생이 더 좋다’, 우재오 지음, 다산북스