

가망객 (Prospect) 의 발견법

— 소개법과 돌입법 —

강 화 수

(세일즈맨 훈련가)

(2) 소개법 (紹介法—prospecting through others)

소개를 얻어서 가망객을 발견하는 탐객법입니다. 내가 제공하려는 상품을 필요로 하는 사람들중에서 지금은 내가 알지 못한 사람이지만 어떤 사람을 통한것 같으면 알수있는 사람을 가망객으로 삼는 방법입니다. 즉, 소개라는 타인의 협력을 얻어서 가망객을 발견하는 탐객법입니다.

지인(知人)이거나 친구이거나 또는 기거래처이거나 좌우간 잘 아는 사람들로 부터 가망객이 될 만한 사람을 소개 받아 그 사람을 가망객으로 선정하고 판매활동을 시작해 보는 방법입니다.

평소 대인관계가 좋고 좋은상품을 충분히 납득시켜 판매하여 고객에게 만족을 주는 세일즈맨 같으면 평소 어떠한 관계가 있는 사람들로 부터 또는 기거래처로 부터, 무한의 소개를 얻을수가 있기때문에 탐객법중에서도 가장 좋은 방법이라 할 수 있습니다.

① 무한연쇄법 (無限連鎖法)

접촉하는 모든 사람들로 부터 호감을 사고 신뢰(信賴)를 얻어서 좋은 인간관계를 형성

하고 그 사람들로 부터 가망객을 소개받는 방법입니다. 이 방법을 반복하면 소개는 소개를 낳아서 무한의 가망객을 획득할 수 있습니다. 그래서 이방법을 탐객법의 왕도(王道)라고 하고 있습니다.

② 기고객이용법 (既顧客利用法)

거래가 성립한 고객이나 계속 거래중인 단골손님은 세일즈맨에 있어서 가장 좋은 협력자 입니다. 이분들을 소중하게 생각하고 접촉을 계속하면서 서비스에 힘쓰면 소개가 생기는 법입니다.

오랫동안 세일즈를 계속하면 기고객 (既顧客)은 점점 증가하는것이므로 이 방법을 사용하여 많은 가망객을 얻을 수 있고 충분한 판매량을 올릴 수 있습니다.

무한연쇄소개법의 한 변형(變型)이지요.

③ 유력자이용법 (有力者利用法)

자기 주위(周圍)사람들에게 커다란 영향력을 갖고 있는 유력자의 협력을 얻어서 그분의 세력권내에 있는 모든 사람들을 가망객으로 만드는 방법입니다. 유력자의 협력을 얻기 위한 설득에는 물론 시간과 기술이 소모됩니다만 한번 움직이기 시작하면 성과는 큼니다.



④ 단체소개법(團體紹介法)

특정 단체의 이해와 협력을 얻어 그 단체의 소속원(所屬員)이나 그 단체의 거래처에 소개를 받아 가망객을 발견하는 방법입니다.

단체의 소개력(紹介力)은 개인의 경우보다 힘이 크고 신용도 높습니다. 매상에 따른 "리베이트"(Rebate)를 그 단체의 후생(厚生) 등의 자금으로 환원(還元)하는 제도를 만들면 효과는 더욱 크다 할 수 있습니다.

⑤ 소개법의 이점(利点)

A. 인간관계의 연결을 이용하는 것이므로 소개만 잘 받을 줄 알면 가망객은 무한입니다.

B. 면회하기가 쉽습니다.

세일즈에 있어서 곤란한것은 구매결정권자와의 면회문제 입니다. 부재(不在) 회의중, 다망(多忙) 등의 구실적이유(口實的理由)의철벽에 부딪혀 면회하기가 어렵습니다. 그래서 유능한 세일즈맨들은 "만나만주면 한전 하겠다"고 하는 사람도 있습니다. 이와같이 구매결정권자와의 어려운 면회를 소개법은 해결해 줍니다.

C. 경계(警戒)를 풀고 신뢰(信賴)를 얻기 쉽습니다.

세일즈 면담초(面談初)에는 가망객은 의례히 세일즈맨을 경계하고 세일즈맨을 믿지 않습니다. 그래서 대화가 잘 진행되지않고 판매성립이 쉽지 않습니다. 그런데 소개법을 쓰면 이 문제가 해결됩니다.

특히 소개받은 가망객이 소개자를 평소에 신용하고 존경하고 숭배(崇拜)하고 있었다면 이 문제는 더욱 쉽게 풀립니다.

D. 필요한 정보나 자료를 소개자로부터 입수할 수 있음으로 상대방 가망객에 적절한 제안을 할 수 있습니다.

E. 수준높은 가망객을 획득할 수 있고 양질의 거래를 할 수 있습니다.

⑥ 소개의 종류

A. 동반소개(同伴紹介)

B. 구두소개(口頭紹介)

C. 전화소개(電話紹介)

D. 소개장 소개(紹介狀 紹介)

편리할 때 소개장을 소지하고 방문할 수 있어서 좋습니다. 그러나 소개장을 받고 시일이 너무지나면 소개자에게 실례가되고 효과가 감축되지요.

⑦ 소개를 받는 법

A. 연상자(年上者)에서 연하자(年下者)

B. 고지위자(高地位者)에서 저지위자

C. 선배에서 후배

D. 은사에서 제자

E. 도매상에서 소매상

F. 채권자에서 채무자

G. 본점에서 지점

⑧ 소개를 의뢰하는 방법

A. 지정법(指定法)

특정인을 지정하여서 소개를 의뢰하는 방법입니다.

"XX회사 김사장님과는 동향이시고 동기 동창 이시지요. 거래차 방문하고 싶습니다만 소개를 해 주실 수 없겠습니까?" 하는 의뢰법입니다.

B. 탐지법(探知法)

지정법으로 소개를 의뢰할 수 없을때 상대방이 소개를 해 줄만한 사람이 있는가 없는

가를 탐지한 후 소개를 의뢰하는 방법입니다.

필자가 생명보험회사의 임원으로 재직시 일선의 보험 세일즈맨들이 왕왕 내방을 찾아와서

“상무님 꼭 보험에 들만한 사람을 하나 소개 해 주십시오.”

하고 의뢰를 하는 일이 있었읍니다. 필자는 어이가 없어서 그 사람을 쳐다보면서

“이 사람이 자네 신입사원 교육강의 때 즐 고만 있었구나. 그래 탐객법 강사 선생이 그렇게 하라고 가르치더냐?”

하고 면박한 일이 있었읍니다. 물론 그 사람을 위해서 었지요.

“잘 듣게. 보험에 꼭 가입할 사람이 내 주변에 있다면 자네에게 소개하기 전에 내가 먼저 가입시키고 말겠네. 그런식으로 의뢰 해서는 않되네”

하고 소개를 의뢰하는 방법을 즉석에서 특별강의 한 적이 있습니다.

한번은 고향에서 찾아온 젊은 사람이,
“어르신 제가 XX의 아들입니다. 부탁이 있어 찾아왔읍니다”

“XX의 아들이라구. 그래 아버님 잘 계신가? 그리고 부탁은 무엇인가?”

“저 밥먹을 장소하나 구해 주십시오”

이 고향 젊은 친구, 머리 도는 뽀포가 늦구나. 그래서 빈들 빈들 놀고만 있었겠지 하는 생각이 들었읍니다.

“밥 먹을 장소? 있지. 이 앞에 XX식당에 가봐라. 지금좁은 자리가 많이 있을꺼야 못 알아 들은척 하면서 이렇게 말했더니 어이가 없는 듯한 표정을 하더니.

“안녕히 계십시오”하고 힘없이 나가 버립디다. 너무했나 하는 생각도 들었지만은 본인을 위해서는 그렇게 한것도 결과적으론 좋지 하고 자위(自慰)도 했지요. 그후 자기 누나집에 있는 그청년을 불러서 어느 공장에취직시켜 주고 덧붙여 말 한마디, 행동 하나에 머리를 쓰라고 누누히 타 일렸지요.

그러면 탐지법으로 소개를 의뢰하는 방법을 말씀드리지요.

5년만기 생명보험을 팔려고 하는 보험세일즈맨 같으면

“사모님 친구분중에 중학 1학년이 있는 가정을 알려주시지 않겠습니까?”

지금 중학 1학년 있는 가정같으면 약 5년 뒤에는 그 아이가 대학에 가게되고 대학입시에 비용이 돈백만원 소요될 것이니 5년만기 100만원을 찾을수 있는 보험의 가망객이 될수 있기 때문에 이렇게 의뢰하는 법이지요.

“친구분 중에 요사이 승진한 사람이 있으면 소개해 주실 수 없겠습니까?”

“잘 아시는 분 중에 근래 낙농을 시작한 분은 없으십니까?”

“잘 아시는 분 중에 딸이 결혼하는 집이 있으신지요”

가전제품 세일즈맨의 소개 의뢰법입니다.

“잘 아시는 분중에 경기도 일원에서 양계 하시는 분이 있습니까?”

병아리나 사료를 파는 세일즈맨의 소개 의뢰법입니다.



지정법으로 소개를 의뢰할 때에도
 “××사장님 하고는 김사장님과 대학의 동
 기 동창이라고 들었습니다만”
 하고 물으면
 “대학뿐아닙니다. 중학 고등 졸업 동기 입
 니다”
 하고 대답하기 쉽습니다.
 “거래때문에 방문할까 합니다. 면회만 할
 수 있는 소개를 해주시지 않겠습니까?”
 하면 거절하기가 어렵겠지요.

(3) 돌입법(突入法—Direct prospecting)

내가 취급하는 상품이 필요한 사람들중 내
 가 잘 아는 사람중에 가망객을 발견하는 탐
 객법이 연고법이면 내가 잘 모르지마는 제삼
 자를 통하면 알 수 있는 사람중에서 소개를
 받아서 탐객하는 방법이 소개법이고 내가 잘
 모르는 사람 즉 전연 면식이 없는 사람을 제
 삼자의 소개없이 직접 만나서 판매를 시작하
 는 탐객법이 여기말한 돌입법입니다.

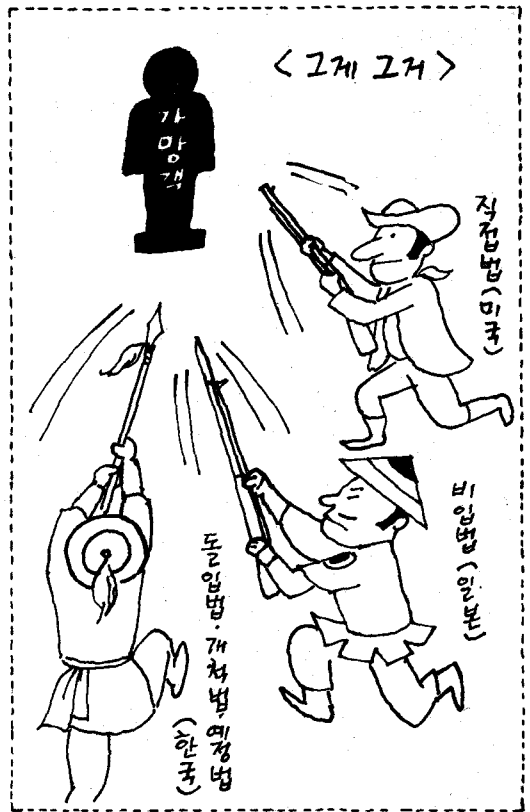
돌입법을 미국에서는 Direct prospecting
 즉 직접법이라고 부르고 있습니다. 상대방과
 나오는 전연 면식이 없지마는 제 삼자의 소
 개없이 직접 만나서 판매화법을(Sales talk)
 Opening하기때문이겠습니다.

직접법(直接法)이라 하지 않고 왜 우리나
 라에서는 돌입법이라고 하였는가 여기에 잠
 깐 언급하고 넘어 가겠습니다.

민자가 판매기술을 가르치기 시작한 것은
 1960년초 부터 입니다.

동방생명보험회사에서 보험세일즈를 가르
 쳤지요. 양의 동서를 막론하고 특히 보험계
 에서는 3대 탐객법이 있었는데 미국은 그것
 을 ①연고법 ②소개법 ③직접법 일본은 ①
 연고법 ②소개법 ③비입법(飛込法) 한국은
 ①연고법 ②소개법 ③돌입법, 개척법(開拓
 法), 예정법(豫定法)으로 호칭하고 있었습
 니다.

동방생명에서는 개척법이라 하고 대한교육
 보험에서는 돌입법이라 하고 대한생명에서
 는 예정법이라고 이름짓고 사용하였습니다. 미국



의 직접법이나 일본의 비입법이나 동방의 개
 척법이나 대한교육의 돌입법이나 대한생명의
 예정법이나 내용은 모두 꼭 같은데 왜 이름
 이 각기 달라졌을까요?

미국의 직접법에 꼭 알맞는 말이 일본의
 “도비꼬미법”(飛込法)입니다.

당시 일본 교재를 많이 참고했기 때문에
 “도비꼬미법”을 우리말로 번역하여 사용하려
 고 하니 할 수 없이 한자를 그대로 써서 飛
 込法이라고 할 수 밖에 없었다는 것입니다.
 그런데 우리나라에 쓰는 한자에는 込자가 없
 습니다. 그래서 込자에 책받침인 込을 없애
 고 飛込法이라고 하다가 “날아 들어가는 탐
 객법”이란 있을 수 없어서 돌입법이라 하고
 의역을 해서 개척법, 예정법 운운하다가 돌입
 법이라고 자연히 통일된 듯 합니다. 그 당시
 필자는 Direct prospecting을 돌입법이라고
 부르는데 못마땅 하였으나 이미 통용되
 고 있는 일이라 필자역시 돌입법이라고 부르
 기로 하였습니다.

직접법이든 돌입법이든 상관없는 일입니다만 앞으로 외국과 같이 마케팅용어 제정위원회같은 것이 생겨서 판매용어의 통일작업할 때 참고가 될까 싶어 언급하는 것이고 아무런 타의가 없다는 것을 말해둡니다.

① 돌입법은 긴급하고도 불가피한 탐객법이다

우리 주위에 사는 사람들, 내가 소속해서 사는 지역사회에는 분명히 말해서 내가 아는 사람보다는 모르는 사람이 더 많고 모르는 사람 가운데도 제 삼자를 통하여 알 수 있는 사람보다 알 수 없는 사람이 더 많은것은 불보다도 더 밝은 사실입니다.

일반 장사도 아는 사람한테만 의존하고 알 수 있는 사람만 상대로 장사를 한다고 하면 그 장사는 한계에 부딪힐 것입니다.

내가 잘 모르는 사람에게 장사를 할 잘잘 알아야 사업이 번창하는 것처럼 내가 잘 모르는 사람을 가망객으로 하는 탐객법을 쓸줄 알아야 합니다.

유능한 프로 세일즈맨이란 남의 동정밀에 남의 협력밀에 세일즈하는 사람이 아니고 자기의 힘으로 자기 단독으로 지혜와 용기와 노

력으로 세일즈하는 사람입니다. 따라서 그런 세일즈맨은 탐객법에 있어서도 돌입을 쓰는 세일즈맨 입니다.

탐객법에 있어서 연고법을 위주로 하느냐 소개법을 위주로 하느냐 돌입법을 주종(主宗) 탐객법으로 삼느냐에 따라 그 세일즈맨의 일응(一應)의 등급을 정할수 있다고 하여도 과언은 아닐것입니다.

이와같이 돌입법은 탐객법에 있어서 성능이 월등한 최선에무기입니다만 조종술이 능숙지못하면 자상(自傷)할 뿐이지요.

② 돌입법의 이점

A. 짧은 시간내에 많은 방문이 가능 합니다.

판매성적은 방문회수에 정비례한다고 합니다. 내가 잘 아는 사람만 상대로 동쪽으로 갔다가 서쪽으로 가고하는 연고법이나 소개해준 가망객이 동쪽에만 모여 있지 않기에 때로는 동쪽으로 때로는 남쪽으로 쫓아다니는 소개법에 비해 돌입법은 집약적(集約的)으로 한 지역의 많은 가망객을 방문할 수 있으므로 일정한 시간내에 많은 방문을 할 수 있습니다.

B. 가망객 문제가 해결합니다.

세일즈맨의 세일즈 생활에 가장 따분하고 환멸(幻滅)을 느끼는것은 방문 대상처가 없는 경우입니다. 물론 상품에 따라 그런 문제가 없는 세일즈는 있습니다. 루-트세일즈의 경우지요. 그런 분들은 자기의 세일즈가 그래도 편한 편에 든다는것을 다행으로 생각해야 될 것입니다.

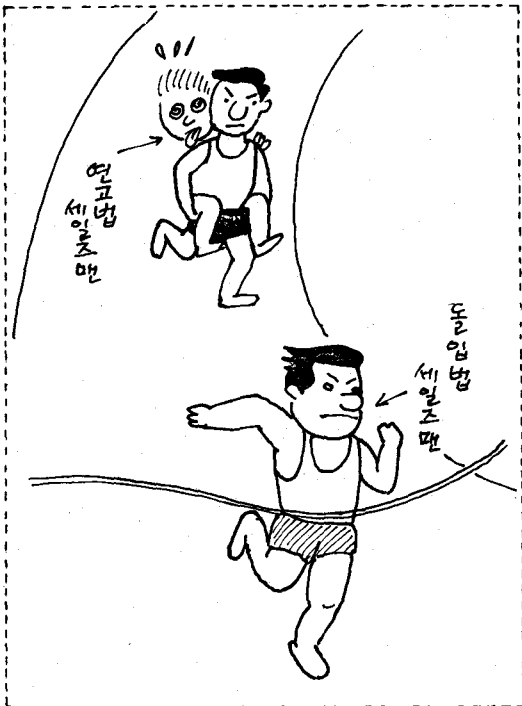
어떻든 탐객법에 있어서 돌입법을 주종으로 쓰면 방문할 곳은 얼마라도 있습니다. 특히 단발 거래의 세일즈에는 꼭 필요한 탐객법이지요

C. 계속하면 판매기술이 연마됩니다.

D. 방문한 사람들을 평가하고 가망의 후박(厚薄)에 따라 취사 선택하여 차후 방문의 필요 유무를 효과적으로 결정할 수 있습니다

E. 무연고지역의 탐객에 적합합니다.

F. 어느 가정에게나 또는 어느 사업장





에라도 필요한 상품판매의 탐객법으로서 적합합니다.

③ 돌입법의 단점

- A. 접근이 곤란합니다.
- C. 구매권자를 만나기가 어렵습니다.
- C. 만나자마자 강한 저항에 직면하기 쉽습니다.
- D. 가망객의 경계와 불신을 풀고 해소시키는 것이 어렵습니다.
- E. 세일즈맨의 말에 흥미를 잘 안 갖습니다.
- F. 상담의 진행에 시간이 걸리고 고생이 많습니다.
- G. 실패율이 높고 신념이 약하면 사기가 떨어집니다.
- H. 방문공포증(訪問恐怖症)에 걸리기 쉽습니다.

이러한 단점이 있다하여도 탐객법에 있어서 돌입법을 사용 하지 않을 수 없습니다. 그

것은 단점보다도 이점이 더 크고 방법여하에 따라서는 놀랄만한 결과를 획득할 수 있기 때문입니다.

다만 방법의 개선과 기술의 향상이 “키”(Key)일 뿐이라 할 수 있습니다.

④ 돌입법의 유형(類型)

A. 지역적 돌입법

그날 돌입할 지역을 미리 정하여두고 그 지역내에 있는 내 상품을 필요로 하는 전 수요자를 빠짐없이 돌입하는 돌입법입니다. 생명보험같은 상품은 어느집이나 다 필요로 하는 상품이므로 일정한 지역의 모든 가정을 다 돌입하여도 되기 때문에 일명 호별방문 돌입법이라고도 합니다.

B. 명부이용 돌입법

특정의 명부, 예를 들면 조합원명부 거래처명부, 동창회명부등을 이용하여 그 명부에 있는 일정 지역내의 가정이나 사업처를 돌입하는 탐객법입니다.

C. 통신돌입법

미지의 가망객에 통신(D, M)을 발송하고 그 통신이 도착된 후 적당한 시기에 방문하는 돌입법입니다.

D. 업종별돌입법

경제정세나 자금의 동향에 유의하여 경기가 좋은 업종을 대상으로 하여 돌입하는 탐객법입니다.

E. 정보돌입법

정보 특히 매일 매일의 뉴스에 유의 하여 내가 제공하는 상품에 주의와 관심을 가질수 있는 곳을 돌입하는 방법입니다.

생명보험 세일즈맨은 교통사고 현장의 근처 가정을 호별 돌입하고 손해보험 세일즈맨은 화재발생 근처의 가정이나 상점을 호별 돌입하는 것이 이것입니다.

F. 기회돌입법(機會突入法)

기회만 있으면 돌입하는 돌입법입니다. 필자의 경우를 말씀드려 죄송합니다만 회사 재직시 주말농장을 만든것이 원인이 되어 지금은 자그마한 규모로 양계를 하고 있습니다.

어느날 우연히 농장에 있었는데 사료회사의 영업부 직원의 방문을 받았습니다.

자기운전의 차로 우리 농장앞을 지나다가 닭똥 냄새가 나기에 들어 왔다는 것입니다. 닭을 뽑고 닭똥을 다른 사람에 주기위하여 운반하기 좋은 길가의 농장 공지에 둔것이 냄새를 풍긴것 같습니다.

그 영업사원은 분명히 우리 농장이 자기의 방문 대상에 들어있지 않았는데도 닭똥 냄새(?)를 맡고 우리농장을 사료 판매의 가망객으로 기회돌입한 셈이지요. 그분의 탐객법에 감탄하였습니다.

G. 회원법(會員法)

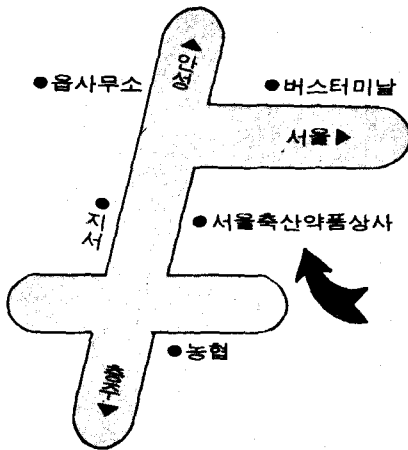
엄격히 말하면 돌입법에 해당되지 않겠습니다만 ××동호회, ××연구회, ××취미회등

의 회를 조직하고 그 회원을 가망객으로 삼는 탐객법입니다.

낚시회를 조직해서 낚시 도구를 팔고, 등산회를 조직하여 등산기구를 팔고, 사진 촬영연구회를 개최하여 필름을 팔고, 음악 감상회를 개최하여 레코드를 파는 시대입니다.

일년에 한번쯤은 젓소 사양법, 비육돈 사양법, 효과적인 양계법등의 이름으로 모임을 개최하고 참석자를 가망객으로 만드는 일은 부조리인지 수지안맞는 장사인지는 양계에 경험이 적은 필자로서는 잘 모르겠습니다만 그러한 모임에 현재까지는 초청 받아본 예가 없습니다. (계속)

信用과 誠實로 모시겠습니다.



❖ 축산약품 일절 ❖

축산기구

- 사 료 통 (급이기)
- 급 수 기
- 케 이 지 (산란용, 육계용)
- 연속주사기

* 질병상담

양계기술지도 및 판매알선

장호원 **서울축산약품상사**

주소 : 경기도 이천군 장호원읍 116

TEL : 62

대 표 : 박송근