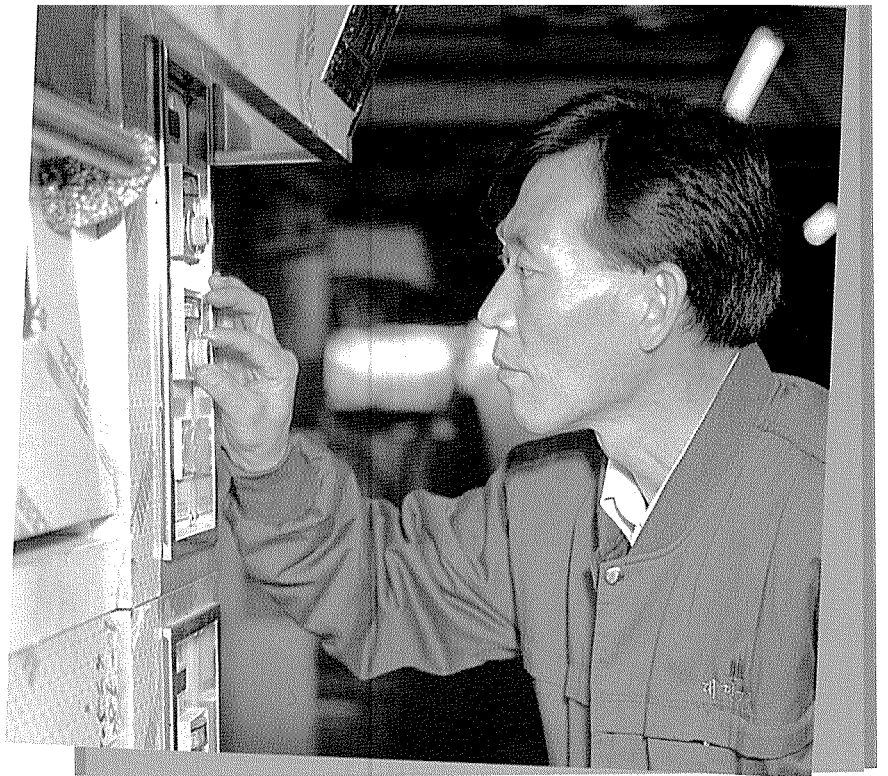


인생에는 여러 갈래의 길이 있지만  
우리는 그 중의 한 길만을 선택해야 한다.  
그래서 사람들은 자신이 가보지 않은 길에 끊임없이  
동경의 눈길을 보내는 것인지도 모른다.  
하지만 모든 길의 끝은 한 곳으로 귀착되어 있다.  
25시를 뛰는 사람들이 묵묵히 걸어가는 길,  
그 길은 바로 성공을 향해 열려 있다.



## 대명기업 장승재 부장

# “영업에도 비교우위가 있습니다”

금세기 최고의 산악인으로 추앙받는 라인홀트 메쓰너는 산에 오르기 전에 곧잘 어린이처럼 울음을 터뜨린다고 한다. 8,000m급 고봉(高峰)을 모두 무산소 등정한 것은 물론 그때마다 새로운 루트를 개발하여 인간 한계의 영역을 확장시켜온 이 철인이 눈물을 흘리는 이유는 단 하나, 산에서 맞닥뜨릴 위험에 대한 본능적인 공포심 때문이다.

보다못한 친구들이 산행을 만류하면 그는 이렇게 대답한다고 한다.

“그래도 거기엔 내가 가야 할 길이 있다.”

### 나의 역할은 전문 영업맨

제빵기계·기구 전문 제조업체인 대명기업 장승재 부장. 전남 강진이 고향인 그는 올해로 마흔 세 살난 중년의 신사다. ‘전문 영업맨’이라는 한마디로 집약되는 인생역정은 그의 말마따나 ‘주름살 늘어가는 것도 모

르고’ 살아온 숨가쁜 도전의 연속이었다. 젊은 시절에는 사람 만나는 재미에, 좀 연륜이 쌓인 뒤에는 자신을 필요로 하는 사람들의 요청을 피할 수 없어 여지껏 그는 성채처럼 굳건히 영업 전문인으로서의 자기 역할을 고수하고 있는 것이다.

그가 첫 직장인 금강제화에 입사한 것은 스물 다섯 살 때인 1978년의 일로, 당시 그는 제대를 일주일 앞둔 현역 군인의 신분이었다. 제대 후의 진로를 고심하고 있던 그에게 평소 가깝게 지내던 상관 하나가 구두 제조업체인 금강제화의 사원모집 공고를 일러준 것이 영업을 천직으로 알고 살게된 계기가 됐다.

“군복차림 그대로 시험장에 들어서자 모두들 눈이 휘둥그레지더군요. 저도 모르게 몸에 밴 습관대로 거수경례를 했더니 순식간에 웃음바다가 되고말았죠. 결과적으론 패기있는 태도가 좋은 인상을 준 모양인지 제대 후 바로 입사가 결정되었습니다.”

그가 처음 배치받은 부서는 금강제화의 한 매장이었다. 영업에 대한 개념이 전무하던 때라 그도 처음엔 단순히 물건을 파는 일이 자신의 역할이라고만 생각했다. 비교적 유행의 흐름에 민감한 상품인 구두는, 고객들의 주문사항도 까다롭기 마련. 그렇지만 그는 늘 웃는 얼굴로 손님을 대했다. 한번 그에게 좋은 인상을 갖게 된 고객들은 일부러 그의 매장을 다시 찾아주었다. 이런 소중한 경험이 자신의 재능에 눈을 뜨게해 주었다고 그는 말한다.

1986년부터 그는 「슈발리에」라는 신규 브랜드를 맡아 충남·호남 지역본부장을 지내기도 했다. 본부장으로 부임한 초기, 그가 고전을 면치 못하던 이들 지역에 여러개의 지점을 개설하겠다고 나서자 주위의 우려가 적지 않았었다고 한다. 하지만 그는 몇 달간을 상주하다시피 지역을 누비고 다닌 끝에 기대치를

훨씬 능가하는 매출실적을 올려 탁월한 영업감각을 과시하기도 했다.

### 마흔을 넘겨 이직, 새로운 도전의 날들

부장이란 직함이 어색하게도 그는 96년 3월에야 대명기업에 입사한 신입사원(?)이다. 입사경력 9개월체인 그가 대명기업의 영업전반을 담당하게 되는데는 남다른 사연이 있다. 현재 대명기업의 대표인 장기재(39) 씨는 다름아닌 그의 친동생. 그전까지는 기술인 출신인 동생 기재 씨가 영업, 납품, 계약, A/S를 모두 도맡았다.

하지만 터널 오븐과 자동 튀김기 등의 개발에 성공해 한창 사업을 확장할 무렵이어서 무엇보다 전문 경영인의 영입이 절실히 필요한 시점이었다. 때마침 무역상을 통해 카타르, 브라질, 파라과이, 중국 등지에 시험수출한 터널 오븐의 평판이 좋아 주문이 쇄도했다.

“동생이 함께 일하기를 요청해 왔을 때 저 역시 전남 본부장으로 발령을 받아는 상태였습니다. 너무 갑작스런 일이라 망설임도 있었지만 동생의 부탁을 뿌리칠 수가 없었어요 아내도 아이들의 교육문제 때문에 다시 광주에 내려가는 것을 은근히 반대했구요 결국 때가 맞았던 거죠 결심을 하고 나니 오히려 편해지더군요”

그는 대명기업에 입사한 뒤로도 자신만의 노하우를 살려 의욕적인 영업 전략을 추진했다. 불특정 다수 보다는 한정된 제과업체만을 상대로 한 신용 판매의 중요성을 간파한 그는 우선 장기 할부를 통해 고객의 반복구매를 유도해 상당한 호응을 얻었다. 또 그는 종래의 주먹구구식 영업을 지양하고 모든 제품의 판매동향을 데이터화하여 A/S에 적극 활용하고 있다.

현재 부산, 제주, 광주, 진주, 울산 등에 판매업자를 선정해 전국적인 판매망을 구축하고 있는 대명기업은 수도권 일원에 판매된 제품에 한해서는 본사에서 사후관리를 담당하고 있다. 그래서 그는 한달에 절반 이상의 시간을 직접 거래처를 돌아보는 일에 할애한다. 물론 그에게도 고충이 없는 것은 아니다.

“외람된 말이지만 우선 소비자의 인식을 바꿔야 한다고 생각합니다. 물론 자동화된 설비에서 생산되는 외국 기계에 비해 국산 기계가 디자인에서 떨어지는 것은 사실입니다. 그건 규모가 영세한 우리 생산업체의 아킬레스건이지요 그렇지만 실제로 내수용 기계의 성능은 외국산보다 훨씬 우수합니다. 또 가격 경쟁력도 갖추고 있구요 그런데도 어떤 사람들은 아직까지도 외국 것이면 무조건 좋다는 편견을 가지고 있더군요”

### 나의 길이 무언고 하니

주문생산을 원칙으로 하는 대명기업의 현재 직원수는 20여명. 직원 대부분이 기술인 출신이라 실제로 모든 제품의 계약과정에서부터 납품, 사후 관리까지가 그의 소관이다. 그는 지금껏 그래왔듯이 단지 제품을 판매하는 것만으로 영업의 역할을 한정하지 않는다.

“새롭게 시작한 이 일에 매력을 느낍니다. 어떤 면에서 모든 영업은 한 길로 통하는 것 같습니다. 무에서 유를 창조하는 매력이 있다고 할까요. 낯선 고객을 만나 계약을 성사시키기까지는 숱한 어려움이 있지만 한 번 거래한 그 고객이 다시 나를 찾아올 때는 뿌듯한 성취감을 느낍니다.”



▲ 생산과 영업은 한 몸이다. 틈틈이 기계설비에 대한 지식을 쌓는 일에도 무관심할 수 없다.



▲ 내수기계에 대한 소비자의 편견을 바로 잡는 것도 그에게는 시급한 과제다. 외국산과 비교해 국산 기계는 조금도 뒤떨어지지 않는다.



▲ 그는 철저한 A/S를 지향한다. 한달이면 절반 이상의 거래업체를 돌아보는 일에 할애한다.

그는 지금도 영입이 서로간의 신뢰를 쌓는 일이라고 믿는다. 그것은 20여년을 한결같이 지켜온 그의 생활신조이기도 하다. 가식없는 삶, 그것이 바로 9개월이란 짧은 기간 동안 원만히 입지를 다진 그만의 소중한 재산인지도 모른다.

그는 자신의 인생을 결코 성공했다고 말하지는 않는다. 왜냐하면 그것은 앞으로 그가 겪어나갈 성공 드라마의 전반부 일 뿐이기 때문이다. 나이 마흔을 넘겨 직장을 옮긴다고 했을 때 모든 사람들은 그의 결심을 선뜻 받아들이지 못했다. 하지만 그는 알고 있었다. 그곳에 또 다른 자신의 길이 있다는 사실을. **김이종원**