



지도사들의 생존법

박 주 관 | 경영지도사(주.박주관창업컨설팅대표)



1. 들어가며

인생다모작(多毛作) 시대가 열렸다. 평균수명 연장과 더불어 조기퇴직 이라고 하는 상반된 사회현상으로 퇴직이후 인생을 고민하는 층이 점차 늘어나고 있다. 재직시절 자신이 어떤 직장에서 어떤 직책으로 근무 했느냐가 중요한 것이 아니고, 오히려 퇴직이후 평생직업을 어떤 것으로 선택하느냐가 최종적으로 인생성패의 잣대가 되어가고 있는 것이다. 평생직장 개념이 사라진 요즘에 모두가 고민해야 할 핵심과제임에 틀림없다.

이런 측면에서 지도사는 더할 나위 없이 좋은 평생직업 중 하나임에 틀림없다. 어느정도 품위유지도 가능하고, 지식산업의 대표적인 업종이며, 선진국의 예를 보면 고수의 전문직 중의 하나이기 때문이다. 그러나, 문제는 선진국의 컨설팅 환경과 우리나라의 컨설팅 환경이 다르고, 많은 컨설팅 예비 고객들이 지식 서비스에 대한 정당한 대가를 지불하는데 인색하다는 점이다. 이 한계를 어떻게 극복하느냐가 바로 지도사가 살아갈 수 있는 길이요, 방법인 셈이다.

2. 컨설턴트 생존 5계명

(1) 프로정신으로 재무장 하라

프로와 아마추어는 전적으로 다르다. 아마추어가 샐러리맨 이라면 프로는 CEO요, 전문 직업인이다. 권투에서 아마추어와 프로를 비교해 보자. 아마추어는 3라운드를 뛰고, 프로는 12라운드를 뒀



다. 산술적으로 4배의 차이 이지만, 체력이 느끼는 3라운드와 12라운드의 차이는 10배, 40배가 될 수도 있다. 전문 직업인으로서 컨설턴트가 되겠다고 하는 것은 그 만큼 많은 공부와 노력이 필요하다는 점이다. 세상에 대충해서 되는 일은 하나도 없다. 컨설턴트로 성공하려면 프로정신부터 갖는 게 중요하다. 컨설턴트 스스로 리딩 컨설팅사의 컨설팅 노하우를 공짜로 얻길 기대하거나, 적당한 대가에 인색하면서 어떻게 컨설팅 용역비에 인색한 고객들의 금고를 열 수 있겠는가?

(2) 고정수입을 먼저 만들어라.

컨설팅업의 가장 큰 어려움은 고정수입을 만드는 일이 쉽지 않다는 점이다. 컨설팅 회사를 차리면 일이 생기겠지 하는 막연한 기대만으로는 1-2년을 견뎌낼 수 없다. 컨설팅을 단순히 인맥 가지고만 할 수는 없고, 어느정도 인지도와 실력도 인정받아야만 용역이 늘어나기 시작한다.

따라서 개업 전에 프리랜서를 활동한다든지, 현직에 있을 때 Two jobs 형태로 직접 컨설팅을 수행하면서 어느정도 확실한 고정수입을 만들어 놓지 않고 컨설팅 개업을 하면 심중팔구는 실패한다. 이미 개업을 한 경우에도 마찬가지다. 어느때는 일이 있고, 몇 개월씩 일이 뚝 끊기는 것이 바로 컨설팅업이다. 그래서 컨설팅 전문직의 뿌리를 내리는데 고정수입을 만드는 일처럼 중요한 일이 없다. 고정수입을 만드는 방법중에 고문회사를 개발하여 효율적으로 관리하는 방법을

나름대로 개발 해 보는 방법이나 고문컨설팅 (경영 주치의제)을 전문으로 수행하는 회사와 연계하여 수행하는 방법을 찾아보는 것도 좋은 방법 중의 하나다.

(3) 1단계 컨설팅을 2단계 컨설팅으로 이어갈 수 있는 실력과 무기를 갖추어라.

컨설팅이 단타로 끝나 버리면 그만큼 컨설팅 회사는 어렵다.

매번 신규고객을 개척해야 하기 때문이다. 최소한 30% 이상 한번 맺은 컨설팅 인연을 2단계 컨설팅 까지는 끌어내야 한다. 1단계 컨설팅에 대해 일단은 고객을 만족 시켜야만 한다. 그러기 위해서는 누구에게도 지지않을 실력이 있어야 하고, 2단계 ~ 3단계 컨설팅을 수행할 수 있는 전문컨설팅 테마 무기를 갖고 있어야 한다. 전문 컨설팅 회사로서 다른 컨설턴트 모방만 할 것이 아니라 자사만의 컨설팅 상품을 가지고 있어야 하고, 개발된 컨설팅 상품을 브랜드화 해 나가야 한다. 그리고 컨설팅 신상품 개발에도 게을러서는 안 된다.

(4) 컨설팅 수행단가를 점차 높혀 나가라

저가 컨설팅만으로는 피곤한 직업이 컨설턴트다. 대부분의 고객들은 컨설팅 용역비는 싸게 하면서 그 결과물은 큰 것을 원한다. 서비스의 특징이 보이는 부분이 아니기 때문에 이런 수준의 상품을 최종적으로 주겠다는 확정 모델이 없다. 그렇다보니 컨설팅 결과물에 대해서는 컨설턴트와 고객간에 상당한 차이가 존재한다. 항상 고객의 컨설팅 결과물에 대한 기대치는 컨설턴트가

생각하는 것 보다 2-3배 높다고 생각해야만 만족할 만한 컨설팅 결과물을 산출해 낼 수 있다. 따라서 어느 정도의 컨설팅 용역비는 받아야만 고품질의 컨설팅이 가능하다. 영업자체가 어려우니까 싸게 수주하고 싼 값에 수주 하다보니 제대로 컨설팅을 수행할 수 없고, 제대로 컨설팅을 수행하지 않으니 고객은 만족할 수 없는 당연한 결과가 생길 수밖에 없다.

따라서 향후 우리나라 컨설팅 업계의 발전을 위해서도 컨설턴트 개개인의 역량과 실력 발휘로 점차 고단가의 컨설팅 용역을 수주하는 노력을 게을리해서는 안 될 것이다. 수천만원 하던 ISO 인증 컨설팅이 1-2백만 원까지 다운 되었던 사례가 다시는 컨설팅 업계에 일어나지 않도록 서로가 노력해야 함을 명심하자.

(5) 앞서가는 컨설팅사와 win-win 방법을 적극 강구하라

척박한 컨설팅 시장에서 10년 이상 생존하고 있는 컨설팅사 (사무실을 두고, 직원을 두고 경영하는 경우)는 컨설턴트 숫자, 외형을 갖기 따질 필요도 없이 정말 대단한 회사들이다. 10년 이상 견뎌낸 그 자체가 노하우일수도 있다. 그만큼 어려운 여건 하에서 컨설팅 회사를 운영해 온 증표이기 때문이다. 따라서 이제 컨설팅업에 입문하려고 하는 지도사나 개업을 계획하는 컨설턴트, 그리고 개업 초기 지도사들은 앞서가는 컨설팅사, 특히 개업 10년이 넘는 컨설팅사의 노하우를 정당한 방법과 대가를 지불하고 얻는 노력이 필요하다. 이런 방법을 채택할 때 노하우 습

득 기간도 단축되고 실패 위험도 훨씬 감소하게 된다. 정당한 대가를 지불했을 때 요청사항도 정당하게 주장할 수 있는 것이다.

3. 맺는 말

불경기가 지속되면서 중소기업은 말할 것도 없고 음식점, 그리고 대기업들도 고전하고 있다. 도산기업도 늘어나고 있다. 이런 불경기 때 기업에서 줄이는 비용이 바로 고객의 입장에서 보면 받아도 그만 안 받아도 그만 식의 컨설팅이다.

경기가 안 좋으면 컨설팅 수요는 필연적으로 줄어들 수밖에 없다는 점이다. 그런데 역설적으로 보면 이렇게 어려울 때 불경기를 이겨내는 전략개발, 경영혁신, 경영효율화, 회사 경영 시스템 갖추기, 원가절감, 조직 및 인력관리혁신, 신규사업개발 등이 필요할 수 있다. 이런 사안들은 회사 자체적으로 하기보단 외부 전문 컨설팅 회사에 의뢰할 때 효율이 높다. 호경기 때 보다 불경기 때 컨설팅의 필요성은 더 높다는 점이다. 바로 여기에 컨설턴트의 영업능력이 필요하다. 컨설팅업도 하나의 사업이기 때문에 영업을 꼭 필요하다. 자사 중점컨설팅 테마와 연관시켜 꾸준하고, 체계적인 컨설팅 영업 전략개발이 필요하다. 그러나, 여러 영업 중에서 서비스 영업이 가장 어렵다. 보이지 않는 무형의 상품을 판매하기 때문이다. 그래서 반드시 전제가 되어야 할 점이 최소한의 업력, 컨설팅 회사의 브랜드력과 인지도, 그리고 충분한 컨설턴트 네트워크가 갖춰져 있어야 한다. ㉞