

SHINMOORIM PAPER

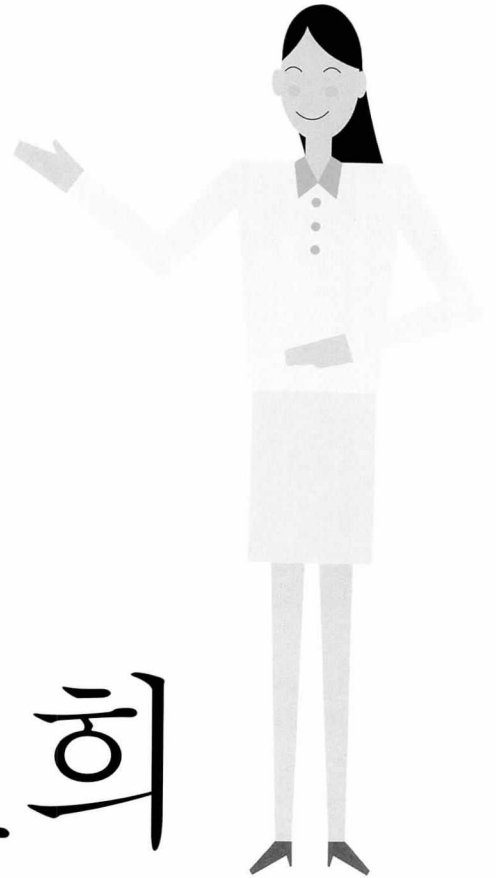
차차
각각 인쇄되는
내오아트 55 <에스>



이. 사. 람.

전통 굴뚝산업인 제지업계에도 여성의 섬세함과 부드러움이 스며들고 있다. 제지업계에 여성과
위를 한껏 발휘하고 있는 주인공은 2002년도 말에 신무림제지(주)에 입사, 올해 4년차에 접어든
마케팅팀 YES센터의 이진희(26세)씨. 이 씨는 여성으로는 보기 드물게 종이 반품·클레임 관련
BS/AS를 담당하고 있다.

섬세함으로 고객감동 ‘듬뿍’



이진희

신무림제지 여성 BS/AS 담당

남성 독무대서 당당한 여성으로

이 씨가 인쇄사를 처음 방문했을 때만 해도 ‘여자가 인쇄에 대해서 알면 얼마만큼 알겠는가?’ 하는 식의 냉담한 반응과 따가운 눈총을 피할 수 없었다. 그도 그럴 것이 반품·클레임 처리와 관련된 BS/AS 업무는 종이에 대한 해박한 지식과 인쇄기술 및 인쇄 설비에 대한 전반적인 이해가 폭넓게 필요한 것으로 이전까지는 남성들의 일로 받아들여졌기 때문이다.

4개월 동안 집중 제품 연수 받아

이 씨가 이러한 전문적인 업무를 담당하게 된 데는 국내 유일의 강원대학교 제지

공학과를 졸업했다는 것이 큰 배경이 됐다. 또한 이 씨는 현장에 투입되기 전 약 4개월 동안 공장견학을 포함해 보다 특화된 제품 연수를 받았으며 지금도 2달에 1번은 품질 담당자들과 함께 정기모임을 갖고 제품과 관련한 지식과 정보를 지속 보강하고 있다. 아울러 이 씨는 “AS는 이미 발생한 문제를 처리하는 것이지만 BS는 현장 방문을 통해 미리 점검하고 조언함으로써 종기와 관련해 발생할 수 있는 클레임을 사전에 차단하는 효과가 있습니다. 그런 이유에서 회사 방침도 AS보다 BS를 더욱 강조하고 있으며 개인적으로도 더욱 보람을 느낍니다”며 업무에 대한 만

족도가 크다고 밝혔다.

고정관념 때문에 눈시울 적시기도...

남성의 일로 받아들여졌던 업무이기에 이 씨는 여자라는 이유로 어려운 점도 많이 겪었다. 특히 외근에 앞서 전화연락을 할 때면 의외라는 반응을 자주 접했다.

“오시는 분한테 직접 전화하라고 하세요”

“제가 갈 건데요”

“.....”

방문을 했을 때도

“혼자 오셨어요?”

“저 혼자 왔어요”

“.....”

이씨는 “말로만 하는 서비스는 지양합니다. 서비스산업 못지않은 고객감동서비스를 펼쳐 나가기 위해 사무실에 앉아 있기보다 언제나 현장에서 고객의 소리를 듣는데 최선을 다하겠습니다”라고 다짐했다.



하며 싸늘한 반응이 흐르는 경우가 제법 많았다. 어떤 경우에는 아예 잘 모를 것이라는 선입견으로 아주 세세하게 설명해주는 사람도 있다. “그럴 땐 일부러 인쇄관련 전문용어, 특히 현장에서 사용하는 단어를 많이 섞어서 대화를 합니다. 그러면 ‘어! 잘 아시네’ 하면서 그때부터 믿기 시작합니다”고 한다.

또한 인쇄에 문제가 생겼을 경우 아주 격한 반응을 보이는 고객들도 있다고 한다. 그럴 때는 무조건 들어주어야 한다. 화를 내는 것이 문제를 해결하겠다는 목적도 있지만 스트레스를 풀겠다는 심리가 동반된 것이기 때문이다. 만약 화를 내고 있는 중간에 말을 끊거나 다른 문제를 제기할 경우에는 대화도 안 될 뿐더러 오히려 문제가 더욱 복잡해 질 수 있다고 한다. 그렇지만 감정이 다소 정리된 이후에는 여성의 섬세하고 부드러운 대응에 훨씬 더 쉽게 사후처리가 되기도 한다.

이 씨는 위와 같은 험(?)한 경우를 당해

많이 울기도 했다. 다만 근무시간에는 최대한 감정을 절제하고 퇴근 후 집에 가서야 눈물을 떨구었다고 한다.

알면 알수록 책임감 가중

신무림제지 입사 후 이 씨는 새로운 일을 배우는 것, 여자라고 무시했지만 차츰 마음을 열고 인정해주는 고객들을 만나게 됨으로써 행복한 경험을 하고 있다고 한다. 그런데 시간이 흐르면서 더욱, ‘내가 하고 있는 일이 엄청 중요하구나, 그리고 배워야 할 것들이 생각했던 것보다 훨씬 더 많구나’ 하고 느끼게 된다고 밝혔다.

그러면서 이 씨는 “현장에서 일한 지 어느덧 3년 정도 되다보니 제법 아는 업체들과 고객들이 많이 생겼습니다. 그러나 많이 알고 있다는 것이 무조건 좋은 것은 아닙니다. 서로 믿고 대화하고 문제를 해결할 수 있는 장점이 있지만 그에 따른 책임감도 뒤따르기 때문이지요. 처음에 만났을 때는 보다 강하게 자기주장을 내세울

수 있는데 친해진 다음에는 자기주장을 내세우기 곤란할 때도 있습니다. 또한 친한 만큼 더 잘 해줘야 한다는 부담감이 더하는데, 이는 사람들을 점차 많이 알게 되던 2년차에 주로 고민하던 부분입니다”라고 했다.

얼굴 자주 보지 맙시다!

영업사원은 통상적으로 고객과 자주 만나서 인간관계를 쌓는 것이 관례이며 실제로 이를 통해 많은 도움을 받는다. 그러나 이 씨가 하는 일은 업무의 특성상, 자주 만난다고 무조건 좋은 것만은 아니다. 물론 고객서비스 차원의 BS 개념으로 만날 수도 있지만 그래도 만남의 목적이 인쇄트러블에 집중되는 만큼, 자주 만나지 않는 게 좋다는 반응이다.

이에 이 씨가 “다음에 또 뵙겠습니다”하고 인사말을 건넬 때도 “다시 보면 안되죠. 우리는 자주 만나지 않는 게 좋은 관계 아닌가요?” 하며 농담으로 답하는 경우가 종종 있다. 그럴 경우에 이 씨는 “아주 사소한 일이라도 문제가 생기면 연락 주세요. 최선을 다해 도움을 드리겠습니다”라고 말하며 문을 나선다.

하루 10군데 방문한 적도

외근이 곧 업무인 이 씨는 하루에 평균 5군데를 들르는데 가장 많게는 10개 업체를 방문한 적도 있다고 한다. 또한 출장과 같은 지방 외근을 갈 경우에도 거의 혼자 다니는데 이렇게 활동 폭이 넓다보니 간혹, “제지영업을 해보지 그래? 영업도 잘할 것 같은데”라는 권유를 받기도 한다. 그러나 이 씨는 “남성들의 독무대에서 여자라는 선입견을 떨쳐 버리게 하며 남과여 동등한 제지업체 직원으로 일하는 것에 크게 만족하고 있습니다”며 “말로만 하는 서비스는 지양합니다. 서비스산업 못지않은 고객감동서비스를 펼쳐 나가기 위해 사무실에 앉아 있기보다는 언제나 현장에서 고객의 소리를 듣는데 최선을 다하겠습니다”라고 다짐했다.

(조갑준 차장)