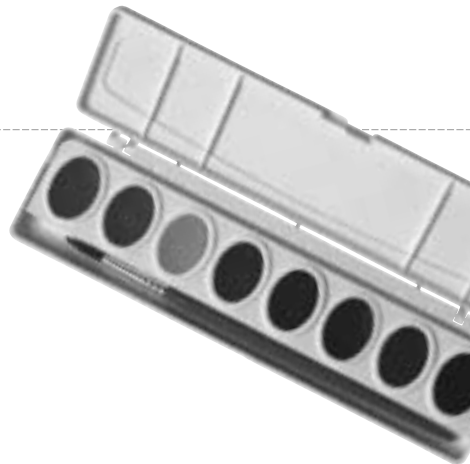


저 흐드러진 단풍처럼 마인드에도 색을 입혀라!



오 매 단풍 들것네 라는 김영랑의 시 한 구절이 저절로 떠오르는 계절, 가을이다. 매일 무심히 바라보던 앞산, 뒷산을 어느 곁에 울긋불긋 물들인 단풍. 그 흐드러진 빛에 잠시 취해보는 것도 일상의 고단함을 잠시나마 잊을 수 있는 요즘만의 매력이라. 붉은 계열로 알록달록한 단풍을 바라보노라니 올해 상반기에 화제를 모은 색깔있는 경영전략이 문득 연상된다. 블루와 레드, 올해 상반기 가장 인구에 회자된 단어가 바로 블루오션과 레드오션이 아닐까. 잘 아시다시피 레드오션이 핏물로 가득찬 기존 시장이라면, 블루오션은 망망대해처럼 아직 개척되지 않은 시장 혹은 산업을 가리키는 말이다. 이 블루오션 경영전략에서 제시하는 화두는 '레드오션을 사수하면서 블루오션을 개척하라'는 것이었다.

블루와 핑크로 대비되는 대인관계 스타일

이렇게 경영전략에 있어 블루와 레드, 대비되는 컬러로 비전을 제시한 것처럼, 대인관계에 있어서도 블루와 핑크로 대비되는 지침이 있다. 그러나 제시하는 방향은 반대로 '블루 비즈니스 스타일에 핑크 비즈니스 스타일을 섭렵하라'는 것이다. 이 대인관계의 지침은 각자는 속한 컬러 스타일이 있다는 것에서 출발한다.

'블루 비즈니스 스타일'은 남성 중심의 '경쟁 우선 주의'의 대인관계를 일컫는다. 전통적으로 남성들이 일해온 방식이 바로 그것이다. 블루 스타일은 개별적으로는 대단히 강력한 파워를 가지고 있다. 인재 양성에 사활을 건다. 또한 문제의식을 가지고 끊임없이 새로운 것을 탐구하고 격변하는 환경을 이해하고 미래를 제시하는 통찰력을 가지고 있다. 입장이 정확하고 강조적이며 자신의 조직을 학습 조직으로 만든다.

그러나 블루 스타일은 대인관계 혹은 파트너십에 있어서는 약간의 약점이 있다. 그것은 블루 스타일은 '경쟁 우선'의 비즈니스 스타일

이기 때문이다. 블루 스타일은 개인적인 문제보다는 일을 중시한다. 그래서 일면 관계를 희생하고, 일만 강조할 위험이 있다.

블루와 핑크를 함께 삶 속에 반영하라

반대로 '핑크 비즈니스 스타일'은 감성과 친밀감을 강조하는 여성적인 '관계맺기'를 가리킨다. 어떤 비즈니스도 대인관계를 지혜롭게 푸는 데서 시작한다는 입장을 취하는 것이 핑크 스타일이다. 여기서 대인관계는 인간적인 관심과 배려를 중요시하는 것을 뜻한다. 이를 가장 잘 구현하는 것이 대체적으로 여성들이다. 뉴욕타임스에 의해 '밀레니엄 리더 1위'로 꼽힌 영국 엘리자베스 1세와 '토크쇼의 여왕'으로 불리는 사회자 오프라 윈프리를 떠올린다면 핑크 비즈니스 스타일이 어떤 것인지 쉽게 감이 잡힐 것이다. 특히 래리 킹이나 데이비드 레터맨과 비교되는 오프라 윈프리의 진행 방식, 군림하지 않으면서 따뜻한 교감 속에서 고백을 자연스럽게 끌어내는 탁월한 커뮤니케이터로서의 능력은 전형적인 핑크 스타일이다.

오늘날 대인관계와 비즈니스에서 성공하기 위해서는 '경쟁 우선'의 블루 스타일, '관계 우선'의 핑크 스타일 그 차이를 분명히 인식하는 것이 절실하다.

반드시 남자라고 해서 블루이고, 여자라고 해서 핑크 스타일은 아니다. 얼마든지 스타일에 따라 남자도 핑크일 수 있고, 여성도 블루일 수 있다. 성공한 사람들을 분명하게 느낄 수 있는 점은, 그것은 가장 남성다운 남성들은 자신의 블루 스타일에 일부 핑크를 섞어 넣었으며, 가장 핑크다운 여성들은 일부 블루를 채택해 왔다는 사실이다.

지금까지는 경쟁 우선의 블루 스타일이 강조되었다면, 오늘날은 감성을 중시하고 친밀감을 강조하는 관계맺기 스타일인 핑크를 잘 섞어야 한다. 앞으로 모든 대인관계는 핑크와 블루를 적절히 섞어서 풀어나가는 사람이 성공할 것이기 때문이다. 벤치인들이어, 블루오션의 바다에 핑크빛 부표를 띄우자!