



# “당신에게 사겠습니다”

판매에도 제왕이 있는 법. 사소한 차이가 성공을 좌우한다.  
 농장의 사양관리, 건강원을 찾는 고객에 대한 고객관리,  
 농장의 이미지 제고를 위한 홍보 등 이들의 노력은 전쟁터의 전사(戰士)를 연상케 한다.  
 다양한 노하우로 녹용시장을 석권하고 있는 8명의 농장주가 그들만의 판매 전략을 공개한다.

## “출장 여행은 성공의 밑거름이 된다”

사슴 경영 30년, 건강원 10년째 이 성철 (이호사슴농장 대표)

판매와 홍보를 시작하면서 녹용에 대해 아는 분들이 적다는 것을 알고 직접 고객들을 찾아 다녔다. 때로는 농장으로 고객들을 모셔와 녹용 무료시식회도 열었다.

가만히 앉아서 고객을 기다리는 것은 녹용판매에 아무런 도움이 안 된다.

직접 발로 뛰는 홍보를 해야 한다. 고객이 나를 찾아와 주기 보다는 고객을

찾아가는 방법으로 판로를 만들었고, 지금도 고객들이 찾기 전에 먼저 찾아가 녹용

에 대한 홍보를 하고 있다. 이것이 녹용을 판매하고 고객을 관리하는 방법이다. 제품에 효과를 보면 고객은 다시 찾게 되어있다.



## “전투에서 이기고 전쟁에서 지는 우를 범하지 마라”

사슴경영 30년째 김 성환 (영일 사슴농장 대표)

녹용의 질이 좋아도 약재의 질이 떨어지면 무용지물이다. 이것은 전투에서 이기고 전쟁에서는 지는 꼴이다.

농장을 홍보하는 것은 무엇보다 좋은 녹용을 고객들에게 제공하는 것이다.

좋은 녹용을 고객들에게 제공하기 위해서는 농장주의 정직함은 필수라 하겠다. 질 좋은 녹용으로 약을 달여 내더라도 함께 들어가는 약재들의 질이 떨어지면 녹용을 먹더라도 별 효과를 보지 못한다.

농장주의 정직함으로 좋은 녹용과 좋은 약재로 정성스럽게 만든다면 그것이 바로 농장을 알리고 더 나아가 양록을 살리는 길이 될 것이다.

당장의 이익보다는 앞일을 생각해서 정직하게 녹용을 만드는 것이 우리 농장을 찾는 그리고 앞으로 찾아올 고객들에게 보답하는 길이다.



## “고객의 신뢰 ! 농장의 위생 ! 제품에 대한 믿음 !”

사슴경영 20년째 오 재덕 (조암 사슴농장 대표)

사슴사육과 녹용판매, 건강원 등 사슴과 관련된 일과 고객에게 도움이 되는 일이라면 관심을 갖고 추진하다보니 최우수 사슴을 많이 생산하는 농장이 되었다.

나는 녹용을 찾는 고객들에게 친절과 성실함으로 대한다. 방심하거나 녹용 판매가 잘되다 보면 자칫 흐트러지기 쉬운 것이 사람 맘이기에 항상 긴장하고 초심을 잃지 않고자 하는 것이다.

제품이 좋아야 하는 것은 두 말할 것도 없지만, 고객이 농장을 찾았을 때 농장주의 친절함과 믿음이 있다면 고객들은 다시 오기 마련이다.

고객들이 농장을 믿고 찾는데 가장 큰 부분은 농장의 위생이다.

농장이 깨끗하면 녹용 역시 깨끗하게 만들어지고 고객들도 눈으로 보고 믿고 구입을 하는 것이다.

항상 고객들의 앞에서 약재를 선택하고 확인시킨 후 녹용을 다리는 투명함도 필요하겠다.



### “고객 서비스를 넘어 고객 만족으로...”

사슴경영 20년째 최 규갑 (백련사슴농장 대표)

우리 농장은 고객의 체질에 맞는 맞춤 녹용으로 고객들을 관리하고 있다. 녹용을 주문하는 고객들은 우선 한의사에게 진료를 받게 한다. 진료를 받은 후 처방받은 약재들과 같이 녹용을 다리게 된다. 고객들에게 판매가 되면 몸의 상태와 체질에 맞게 되어 두 배의 효과를 부여하게 된다. 나를 찾아와 주는 고객들의 건강을 위해 시작한 일이 나에게서는 경제적 안정을 가져다주었다. 주위의 입소문 또한 소중하게 여기고 잘 관리해 나간다면, 녹용은 대중식품이 될 것이다. 지금은 농장주들이 직접 나설 때이다.



### “자신의 업종에 대한 지식을 쌓아라!”

사슴경영 15년째 채 수홍 (평강 사슴농장 대표)

마라톤은 처음부터 속도를 내지 않는다. 항상 같은 속력으로 꾸준히 뛰어야 결국 승리를 맛볼 수 있는 것이다. 내가 종사하는 업종의 역사와 상품과 서비스의 발전사 등을 알아보는 것은 앞으로 업종 방향을 내다보는데 구심점이 된다. 내 분야에 대해 얼마나 아느냐가 관건인 듯하다. 본 농장에서는 직접 준비한 건강식품을 고객들에게 무료로 먹어본 후 농장을 찾도록 하고 있다. 무분별한 무료시식은 오히려 고객들에게 좋지 않은 인상을 주게 되어 일정 양만을 제공한다.

### “가격과 품질은 우리 농장의 경쟁력이다”

사슴경영 8년째 박 인식 (거산종합사슴농장 대표)

농장을 찾아오는 고객들 중심으로 판매가 되고 있다. 우리 농장은 찾아오는 고객들을 위해 무료 녹혈을 제공하고 저렴한 가격과 소매 형태로 녹용을 판매하고 있다. 좋은 녹용과 약재 사용을 기본으로 하고 가격을 낮춘 것은 우리 농장의 큰 경쟁력이 되고 있다. 비싸더라도 품질이 좋으면 사람들이 찾는 않지만 '싸고 제품이 좋으면 더 많은 사람들이 찾는다' 는 고객의 욕구를 반영한 것이다. 앞으로도 최소의 가격과 최고의 품질로 자부하는 농장이 될 것이다.



때로는 모험도 필요하다. 당신의 상품이 진정으로 고객의 편익에 부합하는 것이라고 당신이 확신한다면 당신은 어느 정도의 위험을 감수하고서라도 고객이 자신의 이익에 맞는 행동을 취하도록 설득할 것이다.

그것도 정중하고 쾌활하며 전문가답게 말이다. 고객이 행동을 취하게 하고 싶을 때 당신은 고객이 누리게 되는 편익과 그것의 필요성을 가지고 말을 이끌어 가게 될 것이다.

-지그지글라-

## “적극적인 홍보! 믿을 수 있는 제품으로 승부한다”

사슴경영 8년째 이 상현 (일구사슴농장 대표)

우리 농장은 섬에 위치해 있다. 누구나 처음은 입소문이나 친인척의 도움으로 판로를 만들지만, 나는 좀더 폭넓은 고객층을 확보하기 위해 사업초기 협회지에 광고를 내는 것으로 홍보를 시작했다.

협회지에 광고를 내면 타 지역 고객들에게 우리 농장에 대한 이미지를 알릴 수 있기 때문이다.

절각철 농장을 찾아오시는 고객들에게는 사슴고기나 전골을 제공하고 있다. 이는 사슴고기에 대한 홍보는 물론 고객관리차원이다.

먼 길도 마다하지 않고 찾아주는 고객들을 위해 항상 좋은 녹용을 제공하는 것으로 보답하고, 그것이 다시 농장을 찾게 한다.

고객을 관리하는 것은 친절함이나 농장의 위생도 있겠지만 무엇보다 제품의 우수성으로 고객들에게 인정받는 것이 최고의 고객관리라 본다.



## “머리와 가슴을 연결시켜라”

사슴경영 7년째 황 정부 (용두사슴농장 대표)

사슴농장과 사슴고기 유통을 병행하고 있다.

유통은 질서가 필요하고, 질서는 양심적인 사슴도축과 유통에서 비롯된다.

사슴 도축은 것은 식용과 약재 두 가지 이유에서 하게 된다. 식용은 생후 2년 미만의 사슴을 사용하고, 약재는 다 자란 사슴으로 사용을 해야 각각의 분야에서 효과를 볼 수 있다. 그러나 이러한 부분들을 무시한 채 사슴고기를 도축하면 제품의 질이 나빠져 사슴고기와 녹용을 찾는 고객들이 줄어들게 된다. 누구나 알고 있지만 실천하기 힘든 사슴고기의 도축과 유통의 투명성!

이것이 우리 농장의 핵심 전략이다.

