신도리코 PP사업팀 Production Printing

디지털인쇄기 판매 · AS
최고 향해 뛴다

사무용 OA기기의 강자로 굳건하게 자리를 지켜 온 신도리코(대표 우석형, www.sindo.com)가 드디어 글로벌 기업인 이스트만코닥(Eastman Kodak Company)과 손을 잡고 상업용 디지털 인쇄기 시장에 진출했다. 관련업계의 이목이 집중되고 있는 가운데 새로운 사업의 최첨병 역할을 담당하고 있는 부서는 PP사업팀(Production Printing)이다. 현재 팀원이 영업 부문과 기술 부문을 동수로 구성해 균형을 맞추고 있는 PP사업팀은 신설 사업부서로서의 활기와 기대감이 넘치고 있다.

명실상부한 정예 인원으로 구성

신도리코 솔루션사업부에 소속되어 있는 PP사업팀은 그야말로 최정예라는 말이 어울릴 정도로 막강한 맨파워를 자랑한다. 팀원 가운데 최고 신참도 6년의 경력을 가지고 있을 뿐 아니라 그 동안에도 대형 거래처의 개척 및 관리 등에서 좋은 성과를 거둔 실력파이기 때문이다. 다른 팀원들의 경력도 10여년에서 20년 이상에 이르며 한결같이 PP팀에 오기 이전까지 각기 뛰어난 실적과 실력을 검증받은 재원들이라는 것이 팀장인 김설섭 부장의 설명이다. 이에 따라 당연한 귀결이지만 팀원들은 새롭게 진출하는 상업용 디지털인쇄기 사업에 대해 높은 수준의 지식과 시장 분석 능력을 갖고 있을 뿐 아니라 신규시장에 대한 막연한 두려움 같은 것은 찾아 볼래야 찾아 볼 수 없을 정도로 자신감이 넘치고 있다.

서두르지 않고 확실히 다져나가는 전략

PP사업팀은 지난해 11월 14일 서울 성수동 본사의 데모센터를 공개, 넥스프레스를 시연함으로써 업계 내외 관계자들에게 넥스프레스의 특장점을 적극적으로 홍보한 바 있다. 코닥과 국내 최초로 공급 제휴를 맺은 것은 물론 영업 · 서비스 제휴를 필두로 향후 생산 및 개발에 이르는 광범위한 범위에서 전폭적인 협력관계를 유지, 발전시켜 나갈 계획이라고 밝혔다. 그래서 업계 내외에서는 매우 공격적인 마케팅을 펼칠 것이라고 전망하는 이들이 적지 않다. 그러나 PP사업팀은 예상과는 달리 내년 시장점유율 15%정도로 예상하고 있다. 생각보다 높게 잡히지 않은 이유에 대해 PP사업팀의 김설섭 부장은 "단기간에 매출을 늘리는 것이 능사가 아니라고 봅니다. 실제로 넥스프레스와 디지마스터의 가격대와 잠재 고객층을 볼 때, 시장점유율을 천천히 높여가는 것은 결코 늦은 것이 아니며 당연한 것이라 생각 합니다"는 입장을 밝혔다. 사용 고객의 만족감을 높이는 것과 구전 마케팅으로 착실하게 넓혀가겠다는 것으로 정리된다.

A/S 필요 없도록 하는 시스템 구축

PP사업팀은 바닥을 굳게 다지며 나가는 전략과 함께 실질적으로 A/S 서비스가 필요 없도록 하는 또 하나의 기적에 도전하고 있다. 신도리코가 준비하고 있는 다양한 제품군의 선발대격인 넥스프레스(NexPress)와 디지마스터(Digimaster)가 빠른 인쇄 속도로 높은 생산성을 자랑하고 뛰어난 내구성을 갖추고 있는 것은 주지의 사실이다. 그러나 어떤 기계와 설비라도 고장의 발생은 피할 수 없는 일이며 기존 인쇄기의 경우 A/S기사가 오기 전까지의 며칠 간의 가동은 공백이 불가피했다. 그러나 PP사업팀은 오퍼레이터에 대한 집중적이고 실효성 높은 교육을 통해 상황이 발생할 경우, 자체적인 처리가 용이하도록 하는 것을 목표로 하고 있다.

이는 이미 넥스프레스가 갖고 있는 안정성과 성능이 이미 세계 시장에서 검증된 것이기에 국내에서도 이를 적용시키는 것은 너무나 자연스럽고 당연한 것이라는 이유에서다.

고객 감동을 넘어선 고객 성공의 마인드로 무장

PP사업팀은 지난해 11월의 첫 출시 이후, 1호기를 도입한 고객에게 지나친 것이 아니냐는 말이 나올 정도로 많은 지원을 한 바 있다. 인쇄기가 갖고 있는 성능을 최대로 끌어내어 수억 원을 호가하는 제품을 구입한 고객이 그에 걸맞은 수익을 낼 수 있도록 지원하는 것은 너무나 당연하다는 생각에서 출발한다. 이런 지원을 받고 기대를 넘어서는 수익을 거둔 고객은 누구보다도 열렬한 자사 제품의 대변자가 된다는 마케팅의 기본을 잊지 않고 있는 것이다. PP사업팀은 중장기적으로 자사 제품 구매회사간에 네트워크 경영이 이뤄지기를 기대하고 있다. 이 역시 고객에게 제품을 파는 것에서 끝나는 '장사꾼' 마인드가 아니라 '마케팅의 프로'로서의 자세임에 틀림 없다. 이런 이유로 PP사업팀의 앞길은 탄탄할 것이란 믿음이 자연스레 생겨나는 지도 모른다.

김상호 부장 kshulk@print.or.kr