

# 창조경영의 씨, 색감 그리고 숲

무자년의 태양이 떠올랐다. 저마다 희망찬 계획과 목표를 가지고 2008년을 맞이했으리라 생각된다. 올해 경영의 화두로는 단연 창조경영이 꼽힌다. 경청, 공감, 전이의 순서로 이루어지는 창조경영을 통해 성공적인 인생에 도전해 보자.



창조경영의 서막을 알리는 위대한 도서 중 하나는 다니엘 핑크의 「A Whole New Mind(새로운 미래가 온다)」이다. 이 책은 논리를 넘어 공감, 기능을 넘어 디자인, 주장을 넘어 스토리 등의 6가지로 창조경영의 시대를 열 것을 권고하고 있다. 나는 이 책을 읽으며 예전에 읽었던 세 권의 책이 생각났다.

첫 번째 책은 다니엘 골만의 「SQ(사회지능)」이다. 이 책에서 골만은 성공과 행복은 IQ보다 SQ의 기여도가 더 크다고 주장하고 있다. 두 번째 책은 우리나라 최고의 중등전문가인 서정민 씨의 「두바이(무한 상상력과 창조적 리더십)」다. 이 책은 세계 최고층이자 세계 유일의 별 일곱 개짜리 호텔인 부르즈 알 아랍, 세계 최대의 인공섬 팜 아일랜드 등 무한 상상력을 발휘하고 있는 셰이크 모하메드 국왕에 대한 이야기다. 세 번째 책은 우리나라 최고의 1인 기업가인 공병호 씨의 「창조경영」이다. 그는 이 책에서 창조경영의 핵심은 개인이라고 주장한다. 위의 네 가지 책을 요약하자면 '창조경영의 핵심은 개인의 감성과 상상력의 사회적 상호작용이다'라고 정리할 수 있다. 이를 나의 언어로 재해석하자면, 창조경영은 경청, 공감 그리고 전이의 순서로 이루어진다고 할 수 있다. 하나씩 살펴보자.

## 창조경영의 씨, 당신의 핵심감정을 경청하라



창조경영의 씨는 당신 안에 있다. 당신 안의 작고도 세미한 소리에 귀를 기울이는 것이 창조경영의 시작이다. 나는 직장인 상담전문가로서 500여 회 이상의 직장인상담을 실시하고 있다. 상담을 진행하면서 내 안의 세미한 소리에 귀를 기울이게 되었는데, 그 작은 소리는 "한 개인의 핵심감정(자신을 이루고 있는 감정의 색깔)에 따라 그의 관심영역, 그의 삶의 방향 그리고 발

휘하는 능력의 색깔도 달라진다"는 것이다.

나의 가설을 좀 더 구체적으로 정리하자면, 화나고 기쁜 감정을 핵심감정으로 가진 사람은 목표를 성취하는 방향으로, 슬프고 즐거운 감정을 핵심감정으로 가진 사람은 관계를 성숙시키는 방향으로, 두렵고 편안한 감정을 핵심감정으로 가진 사람은 자유에 도전하는 방향으로, 창피하고 자신 있는 감정을 핵심감정으로 가진 사람은 균형을 나누는 방향으로 생을 살아간다는 것이다.

이제, 적용을 위한 질문이다. 당신의 감정 색깔은 무엇인가? 그리고 당신은 다른 사람과 어떤 차이점이 있는가? 당신 안의 세미한 소리에 귀를 기울이는 것이 바로 창조경영의 시작이다.

## 창조경영의 씨, 고객의 핵심감정을 공감하라

창조경영은 현장에서 싹튼다. 고객에 대한 공감이 내 안의 씨를 싹으로 변화시키는 촉매제가 된다. 예를 들어보자.

20세기 최고의 경영자라 칭송받는 잭 웰치는 이런 말을 했다. "「Newsweek」는 '중성자탄 책'이란 별명을 붙였지만, 나는 조직 내의 인력낭비를 참을 수 없었다." 그는 인력낭비라고 생각되는 하위 10%에 대하여 화가 났고, 그들을 해고하여 보다 나은 목표를 성취하고자 했다. '민들레영토'라는 대한민국 최고 문화공간의 지승룡 사장은 이혼한 목사다. 그가 어느 주말에 서울 시내의 한 카페에서 책을 보고 있었는데, 그 카페의 사장이 "주말에 장시간 앉아 있으면 영업에 방해가 되니 좀 나가달라"고 부탁을 했다. 그는 아무런 말도 못하고 자신의 내면에 숨어 있던 외로움을 달래며, 외로운 도시인들에게 즐거움을 선사하는 카페 주인이 되기로 결심했다.



월드비전 긴급구호 팀장인 '바람의 딸' 한비아 씨는 이렇게 말했다. "안전하고 먹이도 거저 주는 새장 속의 삶, 경계선이 분명한 지도 안에서만 살 수는 없다. 이런 삶은 생각만 해도 무섭다." 그녀는 새장 속의 삶이 두려워 지도 밖으로 나가 진정한 자유에 도전하는 삶을 살고 있다. 그라민은행의 총재 무하마드 유누스는 길바닥에서 죽어가고 있는 방글라데시 국민들을 보면서 부끄러움을 느꼈고, 소액대출을 실시하여 가난한 사람들을 위한 은행가가 되었다.

잭 웰치의 창조적 GE 경영, 지승룡의 창조적 카페 경영, 한비아의 창조적 NGO 경영, 무하마드 유누스의 창조적 은행 경영은 모두 고객에 대한 진정한 공감이 짝이 된 사건이다.

**창조경영의 숲,  
열광하는 고객에게 핵심 감정을 전이시켜라**

창조경영의 숲은 고객의 입소문으로 가꾸어진다. 경쟁자와 공감자의 열정에 전염된 고객들이 열광적인 반응을 보일 때, 누

구도 상상하지 못한 전이현상이 일어난다. 이 전이현상이 창조 경영의 완성이다.

잭 웰치는 세계에서 가장 존경받는 경영자 1위 자리를 수년간 지키고 있다. 그가 '화난' 전 세계 경영자들에게 끼친 영향력은 말로 다 할 수 없을 정도다. 민들레영토의 '외로움·즐거움' 전이는 대한민국을 넘어 해외로까지 입소문을 타고 있고, 지승룡은 (주)이름과 손잡고 이슬차라는 일반 음료수 시장에도 뛰어 들었다. 한비아가 쓰는 책은 그 자체가 하나의 브랜드이자 분류다. 그녀가 강의하는 곳은 언제나 '두렵지만 도전' 하고자 하는 젊은이들로 북적인다. 무하마드 유누스의 '부끄러움·자신감' 전이는 폭발적이다. 그는 노벨평화상을 수상하였고, 세계의 은행들은 극빈자 대출이라는 새로운 창조경영을 시도하고 있다. 정리해 보자. 창조경영의 숲은 화난 잭 웰치, 외로운 지승룡, 두려운 한비아 그리고 부끄러운 무하마드 유누스의 열매들이다. 이 열매들이 다른 고객들을 열광시킬 때 새로운 과실을 맺게 되고, 이런 선순환이 창조경영의 숲을 이루게 된다. 

