

GIOINFRA

OJT for New Colleague

Prepared by B J CHO / Strategic Business Div. / Div. Manager

고객

✓ 월급을 주는 사람은 누구인가?

“ 우리에게 월급을 주는 사람은 고객이다.

사장이 월급을 주는 것이 아니다.

고객이 우리의 제품과 서비스를 구매하고, 지불한 비용을... 월급날 사장이 지급 할 지는 모르지만, 그 월급의 원천은 고객에서 나온다. ” - 허태학 삼성석유화학 사장 -

▪ 고객(顧客): 顧 돌아볼 고, 客 손 객

A. 상점 따위에 물건을 사러 오는 손님 -국어사전-

B. 顧: 되돌아보다. 평가 하다는 의미를 지닌 한자

▪ Customer: someone who buys goods or service ...

▪ Client: a client of a professional person or organization is or company that receives a service from them in return for payment

▪ '고객'은 다양한 대안을 신중히 비교하여 특정 제품을 선택, 재 구매 하는 대상

▪ 여러분은 옷 혹은 신발을 구매 할 때 어떻게 하는가?

▪ 구매의 기준은 무엇인가?

▪ 여러분은 과연 1만원 짜리 옷 혹은 신발을 10만원에 구매 할 수 있는가?

✓ 우리의 고객도 지오인프라의 제품 혹은 서비스를 구매 할 때 여러분과 같은 기준으로 구매한다. 절대 다르지 않다.

고객은 누구인가?

■ 지오인프라의 고객 정의

“ 지오인프라에서 이야기 하는 ‘ 고객 ’은
우리가 제공하는 제품/서비스를 제공받아 사용하고
‘ 효용 ’을 발견하는 ‘ 최종 소비자 ’를 의미함 ”

* 효용: 보람 있게 쓰거나 쓰임 또는 그런 보람이나 쓸모

✓ 우리가 우리의 고객에게 ‘ 효용 ’을 제공 해 왔는지 ? 제공 하고 있는지 ? 제공 할 수 있는지 ?

고객가치의 종류

Functional Value
(기능적 가치)

품질,기능,서비스 등과 관련된 실용적/물리적 성능에 따라 고객이 지각하는 효용(Quality, Design, Convenience)

Economic Value
(경제적 가치)

지출한 비용에 비하여 높은 이득/편익에 따라 고객이 지각하는 효용(Price, Cost Saving)

Emotional Value
(정서적 가치)

특별한 느낌이나 감정 상태를 유발할 수 있는 능력에 대해 고객이 지각하고 있는 효용(Fun, Joy, Beauty, Love)

Ecological Value
(생태적 가치)

제품/서비스 구매를 통해 환경 보호에 기여함으로써 고객이 지각하는 효용(Energy Saving, Health, Safety, Recycling)

Social Value
(사회적 가치)

제품/서비스 구매하는 특정 사회계층이나 집단과 관련된 가치, 소속감과 귀속감(Status, Ethic, Esteem)

✓ 지오인프라는 고객에게 어떠한 가치를 제공하고 있을까?

고객의 마음을 읽지 못한 ...



- 미국 미시간주에 위치한 실패 박물관 -

“매년
신제품을 인데
모았을 뿐인데
그 중 90%가
실패했다.

소비자의
마음을 제대로
읽지 못한
제품들이
있었다.”

* 로버트 맥베스 - 실패 박물관 설립자 -

차별화된 고객가치란?

“ 실패한 차별화 ”

- 경쟁 제품/서비스를 과도하게 의식만 ...
- 고객의 고충, 즐거움 등 고객이 무엇을 원하는지 고민하는 대신, 경쟁 제품/서비스와 다르게 하는 것에만 집중 ...

“ 성공한 차별화 ”

- 차별성이 고객의 니즈(Needs)에 부합하는가?
- 즉, 차별화하면서 대다수 고객들이 필요성, 효용성을 공감할 수 있는 것인가를 늘 고민해봐야 ...

고객의 니즈(Needs)에 부합하는 차별화가 핵심 !

고객이 답이다!

- 고객의 요구는 한 차원 높아지고, 경쟁사들도 새로운 방법으로 고객의 요구를 충족하기 위한 극대화를 추구하는 가운데, 현재, 우리 수준에 만족하고, 역량강화를 등한시 한다면 경쟁력은 한 순간에 잃을 것이다.
- 가격은 낮아져야 하고, 품질은 올라가야 한다. 그것도 지속적으로 ...
- 오늘도 우리는 끊임없이 더 좋은 기능과 더 나은 서비스를 통해 가치(Value)를 제공하고자 노력해야 한다.
- 중요한 것은, 그 가치(Value)를 고객들이 의미 있는 차이, 즉, 차별화 포인트로 인식(Perception) 하는 것이다.
- 고객의 관점에서 의미 있는 가치(Value)를 어떻게 느낄 수 있게 할 것인가?
- 고객에게 선택 받는 제품/서비스를 만들기 위해 고객의 입장에서 그들의 불편함을 찾아 해결하고 그들의 잠재된 욕구를 파악해 제품/서비스에 반영하고 그들의 기대를 뛰어넘는 새로운 차별화된 고객가치를 제공할 때 비로소 고객의 선택을 받을 수 있다.

“ 현재 그리고 미래는 고객만족(Customer Satisfaction)을 넘어 고객감동(Customer Surprise)을 실현해야 살아 남을 수 있다. ”
- B J CHO -

How to ...

■ 구성요소와 행동원칙 ■

창의. 자율

- 고정관념에서 탈피하여 새로운 생각과 시도를 추구한다.
- 자기 책임과 권한에 따라 주인의식을 가지고 일한다.

인간중시

- 개개인의 인격과 다양성을 존중한다.
- 내부고객, 외부고객 모두에 대한 기준이다.(고객가치 창출의 원천)

능력개발 및 발휘 극대화

- 스스로 최고가 되겠다는 신념으로 일하고 능력개발.역량강화 한다.
- 개개인의 잠재력이 최대한 발휘될 수 있도록 기회를 제공한다.

성과주의

- 도전적인 목표를 세우고 지속적인 성과 창출에 노력한다.
- 능력과 장단기 성과에 따라 공정하게 평가하고 보상한다.(역량 >>>스펙)

창의(O/X Quiz)

- Quiz 1. 창의성 발현에 있어 가장 중요한 Factor는 지적 능력이다?

No! 개인 간 창의성 발현의 차이는 타고난 지능의 차이에 의한 것이 아니라, 노력하는 힘의 차이에 있다!

- Quiz 2. 충분한 시간, 자유로운 환경/분위기에서 창의성이 가장 잘 발현된다?

No! 창의성은 긴장감을 유발할 수 있는 제약이 있는 환경/분위기 속에서 고도의 몰입을 통해 나오는 경향이 상대적으로 훨씬 높습니다!

- Quiz 3. 나이가 어릴수록 창의성이 높은 편이다?

No! 창의성은 연령과 큰 상관 없이, 특정 분야에 대한 지식과 경험을 충분히 갖추고 있는 경우에 더 잘 발현되는 경향이 있다!

- Quiz 4. 창의적인 아이디어는 처음 몇 번의 시도에서 대부분 결정 된다?

No! 처음에는 숙성 되지 않은 아이디어로 시작하여, 끊임 없는 실험과 시행착오를 통해 학습하면서 구체화해 나아가는 방향으로 특별한 재능에 의한 것이 아니라, 혁신을 창조하기 위한 목표지향적 과정이라고 할 수 있다!

창의.자율

- 창의란? 단지 세상에 존재하지 않는 것만을 의미하지는 않음. 이미 여러 번 경험한 일상적인 일도 고정관념에서 벗어나 새로운 시각으로 바라봄으로써 마치 처음 보는 것처럼 느끼고, 이를 바탕으로 새로운 생각과 시도를 추구하는 것이 창의의 시작이다.
- 자율이란? 전적으로 자기 책임 하에 스스로의 판단과 결정에 따라 맡겨진 일을 수행하는 것임. 그 결과 또한 자신이 책임지는 것이며, 이는 '나의 일'이라는 주인의식을 가질 때 실현되는 것임. 자신이 주도적으로 의미 있는 일을 한다는 주인의식을 가질 때 자발적인 몰입이 가능한 것임.

“ 자율 경영 ” 이란, 어떤 일에 대한 권한을 갖고 있는 사람은
자기 위의 그 누구에게도 기대지 말고 자기책임 하에 최종 결정을 내리라는 뜻입니다.

...

자율경영은 스스로의 판단과 결정에 따라 맡겨진 일을 수행하며, 그 결과도 책임지는 것이며,
‘ 나의 일 ’ 이라는 주인의식을 가져야 만 합니다 ”

- 구자경 LG그룹 명예회장 著 ' 오직 이 길밖에 없다 ' 중에서 -

창의.자율 왜?

- ✓ “ 생존이라는 절박한 현실에서 필요한 것이 구성원들의 창의.자율임.”
 - 지속적으로 남다른 고객가치를 창출하지 않고는 생존 할 수 없다는 절박한 현실 인식에서 시작됨.
 - 따라서, 구성원 한 사람 한 사람이 조직 내부 논리보다는 고객의 요구와 시장 변화에 민첩하게 대응하며, 회사는 이에 필요한 환경을 제공하는 것이 필요함.
 - 그렇다고, '내가 하고 싶은 대로 한다.'는 의미는 절대로 아니다.
회사의 비전과 꿈을 공유하고, 회사의 규칙을 준수하고, 회사의 이익을 추구하고,
또한, 내부 고객들과 Teamwork을 이루면서, 개개인의 잠재력을 100% 발휘하는 신바람 나는 환경을 만들자는 취지이다. 모든 일은 분위기 싸움일 수도 있다.
 - 고정관념에서 탈피하여 새로운 생각과 시도를 추구한다.
 - 자기 책임과 권한에 따라 주인의식을 가지고 일한다.
 - 주인의식이 있는 사람과 그렇지 못한 사람 ... 지금 당장은 몰라도 ... 5년 뒤 10년 뒤 그 결과는 극명하게 달라진다.
 - 내가 사장인가? 이 회사가 내 것인가? 나 하나 짬이야 ... 내가 안 해도 다른 사람이 하겠지 ... Absolutely No !!!

주인의식의 마력

- 링겔만 효과(Ringelmann Effect) – 사회적 태만(Social Loafing)
: 집단에 참여하는 사람의 수가 늘어날수록 1인당 공헌도가 오히려 떨어지는 현상.

“ 양편에서 각각 두 사람이 줄다리를 하면 이들은 한 사람씩 줄다리를 하는 것에 비해 93%의 힘을 쏟습니다.

세 사람이 되면 두 사람 때와 비교해 85%, 그리고 Team 당 8명이 되면 그 수치는 64%로 떨어집니다.

결국, Team Member가 8명만 되어도 각자가 쏟을 수 있는 총력의 64%만 쏟게 되는 것입니다.”

- 조직 생활에 있어 Teamwork은 절대적인 필요 요건입니다. 거기에 한 명,한 명, 구성원 모두가 “ 내가 주인이다 ” 라는 주인의식을 더한다면 그 결과는 어떨까요 ...
- 내가 일하는 환경은 다른 누구도 아닌 자신이 만들어가는 것입니다.
- All that is only up to you.

* Maximilen Ringelmann(1861-1931). 독일 심리학자



다양성 필요하다!

Scott Page(University of Michigan) 교수의 연구 중에서...



A group

일정 수준의 능력을 갖춘 다양한 인력으로 구성

B group

가장 뛰어난 능력을 갖춘 동일 성향 인력으로 구성

“ 문제 해결 능력을 갖춘 다양한 인력으로 구성된 그룹은 가장 똑똑한 사람들로 구성된 그룹보다 꾸준히 나은 성과를 올렸습니다.(단 모든 조직 구성원들이 어느 정도 기본 능력은 有) 한 그룹은 무작위로(즉, 다양한 사람들로), 다른 한 그룹은 가장 뛰어난 사람들로 구성하면 언제나 첫 번째 그룹이 두 번째 그룹보다 나았습니다. 혁신은 집합적인 능력만큼 집합의 다양성에 의해 좌우됩니다.”



Scott E page Ph D.

다양성 존중에 대한 오해

개인의 인격과 다양성을 존중한다.



무조건 잘 해준다.

- 구성원은 고객 가치 창출의 원천이자 주역으로서 존중해야 함.
- 오늘날과 같은 기업환경에서 모든 구성원들이 획일적인 모습을 갖고 있지 않음. 나날이 다양해지는 고객 Needs 충족을 위해 조직 내 다양한 인재를 포용하는 것이 필요함.
- 다만, 인간중시(인간존중) 속 다양성 존중이라는 것이 구성원의 의견을 무조건 적으로 수용하고, 막연하게 친절을 베푸는 것으로 오해해서는 안됨.
(업무에 개인의 감정이 들어가서는 안 되고, 우리 조직의 이익, 즉 회사가 추구하는 공통의 목적에 위배되어서는 안됨. 업무를 중심으로, 정해진 규범 내에서 책임과 권한 내에서 ...)
- 그러므로, 다양한 인재 포용과 함께 모든 구성원을 일률적으로 대하지 않고, 각자의 특성과 장점을 최대한 발휘 할 수 있도록 역량을 고려하여 적재적소 배치해야 함.
- 구성원은 조직 안에서 자기 존재감을 느낄 수가 있어야 한다. 조직&개인의 관점에서 ...
- 구성원들에 대한 배려한 무조건 잘해주는 것이 아니다. 배려란, 본질적으로 구성원들의 자기 발전이 밑바탕이 되어야 ...

To be Professional ...

- 1만 시간의 법칙

- A. 무엇을 하든지 그 분야에서 전문가가 되려면 1만 시간을 투자해야 한다.
- B. 1만 시간 정도 담당 업무를 성실히 수행하면, 해당 분야에 대한 전문성을 갖게 된다.

- 끊임 없는 학습과 적용

- A. 자신이 몸 담고 있는 분야, 또는 유관 분야에 대한 학습을 끊임 없이 하지 않으면 도태가 될 수 밖에 없다.
- B. 업무 수행 중 부족한 Skill, 지식 등을 틈틈이 지속적으로 학습하고, 적용해 보는 습관이 중요하다.

- 맡겨진 눈 앞의 일에 충실하고 끊임 없이 학습하고, 적용하고, 리뷰(Review)해서 성과로까지 연결하는 것이야말로 개인과 조직이 건강하게 성장하는 비결 ...

- 가장 중요한 건 내 자신 ... All that is only up to you ☺

- 내 분야에서 최고가 되겠다는 신념으로 일하고 역량개발을 하고, 조직은 구성원들의 잠재력이 최대한 발휘될 수 있도록 공정한 기회를 제공한다.

도전적인 목표 !!!

“ 도전적인 목표를 세우고 지속적인 성과 창출에 최선을 다 한다 ”

적당한 목표

“ 현재의 ‘ 나 ’ 또는 ‘ Team ’ 의
능력과 역량으로
충분히 달성할 수 있는 목표 ”



도전적인 목표

“ 달성은 매우 어렵지만 일정기간
능력개발하고, 역량을 강화한다면
달성할 수 있는 목표 ”
☞ 조직&개인의 성장

- 도전적인 목표는 조직의 성과를 창출해 나가는 과정.
- 동시에 개인의 꿈과 목표를 이루어 나가는 과정.
- 목표는 무조건 높게 잡아야 ... 100%에 근접 할 수 있다. 경험으로 ...

성공한 직장인 ...

- 내 일과 직업에 대한 자기 주도적인 마인드
- 목표를 반드시 달성하겠다는 열정과 끈기
- 자신의 삶은 자신의 의사결정에 의한 것이기 때문에 스스로 선택하고 스스로 책임을 짐
- 주변환경/여건에 대한 핑계를 대지 않음
- 미래 지향적 / 가치 지향적
- 적극적이고 주도적인 직장생활(작은 것 부터 실천)
- 내 인생의 주인공은 바로 나 자신

- 성공하는 사람의 7가지 습관(스티븐 코비) 중 에서 -

자기주도적 신입사원

“ 우리팀 000 씨는 윗사람이 시키지 않아도 스스로 자신의 업무목표를 설정하고 추진해 나가는 모습을 쉽게 볼 수 있어 ”

“ 우리팀 000 씨는 입사 한지도 얼마 되지 않았는데 말이야 ... 발생 할 수도 있는 문제점들을 사전에 예상하고, 이를 극복 할 수 있는 대안들을 나름대로 준비해 놓는 모습을 보니 ... 놀라워 ~ ”

“ 이번에 입사한 000 씨는 본인에게 주어진 업무도 아닌데도 팀 프로젝트의 성공적인 완수를 위해서 참신한 아이디어를 적극적으로 제안하고 적극적으로 프로젝트에 참여하는 모습이 말아야 ... 대단해 ...

모죽의 5년 모죽(毛竹)



- ✓ 모죽은 씨를 뿌린 후 5년 동안 작은 순이 나오는 것 말고는 아무 변화도 보이지 않음.
- ✓ 다섯 번째 해가 끝나갈 무렵에 하루에 70cm 이상 무섭게 자라나, 25m에 이르도록 성장.

“ 당장 눈에 띄지 않더라도 꾸준히 나의 분야에 매진하다 보면 어느 날 뒤돌아 보았을 때
누구도 따라올 수 없는 전문성을 바탕으로
큰 성과를 이루어낸 자신을 발견할 수 있을 것 ... ”

Because of U



모든 것은 당신에게 달려있다. !!!



Thank you so much for joining GIOINFRA 😊

Continue in Part3 ... Coming soon ...