

## [DT 시론] 기업 경쟁력 `시스템` 에서 나온다.

안규문 밀레코리아 대표

2009.12.18

12월 연말이 되면 기업들은 올 한 해의 실적마감 및 내년도 사업계획 준비에 여념이 없다. 보통 사업계획은 1~2년, 더 나아가 5년까지 중장기적인 목표를 갖고 계획을 세운다. 올해와 같이 경기가 좋지 않은 시기에는 대기업이든 중소기업이든 계획을 한다는 것이 쉽지 않을 것이다.

옛 고사성어에 `교자채신(敎子採薪)'이라는 말이 있다. 이 말은 자식에게 땀나무 캐오는 법을 가르치라는 뜻으로, 무슨 일이든 바로 앞일을 걱정하기보다 장기적인 안목을 갖고 근본적인 처방에 힘을 쏟을 이르는 말이다.

미래의 사업 계획이라는 부담스러운 숙제를 안고 있는 기업들에게 도움이 될만한 적절한 말이 아닌가 싶다. 기업의 1년 미래를 생각하기보다 10년 이상의 먼 장래를 생각하고 계획한다면 당장 어려움이 닥치더라도 이겨나가는 데 큰 도움이 될 것이다.

110년의 역사를 가진 독일 명품가전 밀레는 체계적인 글로벌 사업계획 시스템을 갖추고 있다. 연말이 되면 각 국의 밀레 지사장 및 본부장급 임원들이 본사 경영진을 상대로 사업계획과 주요업무 진행 현황을 발표하고 토론하는 자리를 1년에 한번씩 나라별로 돌아가며 진행하고 있다.

지난해를 돌아보고 새해 사업계획을 발표하는 자리는 그리스, 크로아티아, 프랑스, 영국, 스위스 등 총 5개국에서 주최하고 각각 1주일정도 진행한다. 밀레코리아도 12월 초 영국에서 발표를 했으며, 금년도 사업실적과 내년도 전망이 밝아 경영진들로부터 흡족한 평가를 받은 바 있다. 이러한 밀레 사업계획 발표회에는 국내 기업들이 참고할 만한 사항이 제법 있어 간단하게 서술해 보고자 한다.

세계 각 국의 밀레 법인들은 1~2년의 단기적인 계획이 아닌 10년 이상의 중장기적인 사업계획을 매년 준비한다. 밀레 각 지사에서는 발표 순서에 따라 9~10월말까지 독일 본사에 2010년 예산을 제출하고, 11~12월 사이에 대륙별로 7~8개국의 크고 작은 법인들이 한곳에 모여 올해 주요 사업계획과 내용을 90분 가량 본사의 경영진을 비롯해 전 세계에서 모인 법인 대표 앞에서 올 한해 성과와 향후 사업계획을 프레젠테이션 형식으로 진행한다.

이후 1시간 가량 2010년 예산안을 별도로 본사 경영진에게 심사 받게 된다. 이를 통해 참가 법인들은 서로의 사업계획 공유는 물론 각 국의 문화와 독특한 영업기법을 서로 상의해 자국에서의 적용여부도 검토하게 된다.

지난해 발표했거나 제출한 올해의 예산안에 대해서도 심사대상에 들어가기 때문에, 법인들의 비현실적이면서 실현가능성이 낮은 사업발표는 찾아 볼 수도 없으니 발표장 분위기는 긴장감이 나돌기도 한다. 독일 본사의 주요 인사들과 각 나라별 법인들이 한자리에 모이는 자리이니 만큼 회사의 정책 방향들에 대한 활발한 논의가 회의시간에 심도 있게 진행된다.



밀레 사업계획 발표회장은 단순히 회의만 하는 자리는 아니다. 발표회가 진행되는 나라의 법인은 전 세계 주요 인사가 한자리에 모이는 만큼 그 나라의 자랑거리를 보여 주어야 하고 어느 VVIP 행사 못지 않게 의전에 최선을 다한다. 이 때문에 역량이 없는 법인들은 사업발표를 진행하는 주최국이 되기 매우 힘들 정도다.

밀레코리아는 지난해 라인하르트 진칸 밀레 공동회장을 비롯해, 영업 및 마케팅 담당 바찌 사장, 그리스, 러시아 등 총 8개국의 지사장 등 총 50여명이 한국을 방문한 가운데 사업계획발표를 성공적으로 진행한 바 있다. 올해로 5번째 사업계획발표 회의를 참석하면서 체계적인 사업계획 발표회의 시스템은 하나의 이벤트임과 동시에 많은 기업들이 배워야 할 교육이라는 생각이 든다.

이처럼 오늘, 내일이 아닌 먼 미래를 내다보고 적극적인 계획과 투자를 하는 체계적인 시스템이 밀레를 진정한 명품가전의 글로벌 리더로 자리매김 할 수 있게 만들었던 원동력 중 하나라는 생각을 조심스럽게 해본다.

[디지털 타임스]