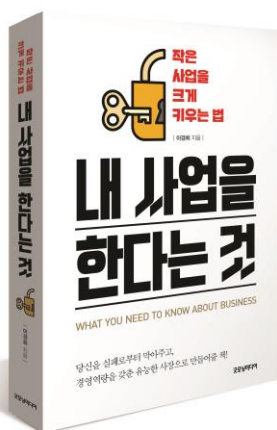


내 사업을 한다는 것

: 작은 사업을 크게 키우는 법



이경희 지음

출간예정일 : 2019. 9. 25

발행일 : 2019. 9. 30

발행처 : 굿모닝미디어

452쪽, 신국판(152*225*21) 18,000원, 무선제본

ISBN : 978-89-89874-38-6 13320

분류 : 실용>경제경영

▶ 책 소개.....

한 번의 성공이 아닌 연속적 성장의 파도에 올라타라. 그래야 부자 사장이다. 당신을 실패로부터 막아주고 경영역량을 갖춘 똑똑한 사장으로 만들어줄 책!

내 사업을 고민하고 준비 중인 예비사장부터 청년사업가, 소상공인, 중소기업 사장까지 대한민국 사장을 위한 책이다. 다양한 업종과 서로 다른 규모의 사업체 700여 건의 경영사례를 발굴하여 제시하고 분석, 사업성공의 조건과 비결을 추출해냈다.

학벌도 직장 커리어도 변변치 않지만 명문대나 대기업 출신들이 엄두도 못 내는 성공을 거둔 사업가들의 이면에는 무엇이 있을까? 사업에서 원하는 목표를 이루려면 어떤 준비가 필요할까? 사장의 자질은 무엇인가? 어떤 사장과 조직이 지속성장하는가? 기업 구성원의 행복과 재무적 성공을 모두 성취하려면 어떻게 해야 하는가? 실패 후 다시 일어서는 힘은 무엇인가? 그 질문에 대한 답으로, 당신의 사업체가 성장하기를 바라는 마음과 함께 사업성공 지침을 담았다. 이 책은 창업 후 3년 내 폐업률이 85%를 넘는 대한민국 현실에서 실패는 막아주고, 사업 성공률은 높일 의도로 기획되었다.

매일매일 전쟁을 겪으면서 힘든 하루하루를 보내는 소상공인과 중소기업 사장들이 적지 않다. 전략적 아이템 선정과 신규사업 진출 영역에 대한 고민, 가보지 않은 길을 가는 것에 대한 두려움, 직원들로 인한 고충, 자금조달이나 영업에 대한 불안감, 마케팅 및 홍보와 관련한 답답함, 성격적 결함에 의한 피해의식과 자기연민, 미래에 대한 불확실성, 일이 넘치는데 혼자 뛰고 있는 것 같은 고독감 등 사업 현장에서 누구나 마주하는 각종 문제의 원인들을 분석해 지혜와 교훈을 얻게 하고, 솔루션을 제시하고, 힘이 되어 주고, 사업 성공률을 높여주기 위해 탄생한 책이다.

▶ 저자 소개

이경희

한국 창업컨설팅 업계의 산역사이자 대모로 불린다. 신사업 개발, 창업 및 마케팅, 경영전략, 프랜차이즈 컨설턴트. 칼럼니스트. 창업 및 CEO교육 강사. 현재 (주)리더스비전 대표이사 및 한국창업전략연구소 소장, 데일리 창업뉴스 '부자비즈(www.BUZA.biz)' 운영중.

고려대학교에서 사회학을 공부하고 컨설팅을 하면서 경영학 박사를 마쳤다. 80년대 말부터 MBC <손에 잡히는 경제>, KBS <경제가 보인다> 등 많은 방송과 언론에서 사업 아이템과 성공 노하우를 전달해온 이경희 소장은 한국의 소상공인, 중소기업 창업경영에 가장 정통한 전문가 중 한 사람이다. 그동안 그가 만난 창업자와 기업가는 10만여 명이 넘는다. 예비창업자부터 소점포, 중소 중견기업, 신규사업에 진출하는 대기업까지.

MBC, KBS, SBS, JTBC 등의 방송과 <매일경제>, <한국경제>, <중앙일보>, <조선일보>, <경향신문>, <동아일보>, <시사저널>, <이코노믹리뷰> 등 다양한 언론에서 패널과 칼럼니스트로 활동했다. 삼성, 현대, CJ, 연세대, 한양대, 동국대, 세종대, 경희대, 한국방송통신대학, 한국능률협회, 중소기업청 등 기업과 경영대학원, 공공기관 등에서 강의를 해왔고, 일자리 창출과 창업컨설팅 부문 공로를 인정받아 정보통신부장관상, 여성부장관상, 대통령직속 중소기업특별위원장상을 수상했다.

▶ 책속으로

최초의 창업에 가장 큰 영향을 미치는 요소가 바로 창업자의 인생성적표다. 인생성적표란 전 인생을 통해 쌓아온 성격, 지식, 인맥, 습관, 가치관 등이다. 그것은 학창 시절의 성적이나 직장에서 쌓은 경력을 넘어서는 것이다. --- p.20

업종은 창업이라는 드라마의 무대 세트다. 창업자의 가장 중요한 역량은 어디서 싸울 것인지를 정하는 업종선정 능력에서 발휘된다. --- p.24

사장과 직장인은 다르다. 직장인은 맡은 일을 잘해야 하는데 사장은 경영을 잘해야 한다. 즉 사장이 라면을 못 끓여도 라면을 잘 끓이는 직원을 채용하여 그 직원을 잘 관리할 수 있다면 라면가게 사장이 될 수 있다. (...) 대다수의 사장들은 특정한 일을 잘하는 능력이 있어서가 아니라 경영역량으로 사업을 키운다. 그래서 진짜 사장이 되려면 경영을 잘해야 한다. --- p.34

자신을 멋있게 생각하는 것과 자신의 실제 모습에는 차이가 있을 수 있다. 창업 성공률이 낮다는 것은 성공하기에는 턱없이 형편없는 마인드와 자질을 가진 창업자가 많다는 것을 의미한다. 성공에 대한 욕심을 잠시 내려놓고 자신의 실체를 직시해야 한다. --- p.49~50

사업계획서에는 『시크릿』이나 『꿈꾸는 다락방』 같은 책에서 당신이 미처 체크하지 못해 빠트리고 넘어갔을 수도 있는 비법이 담긴다. 성공이라는 목표로 가기 위한 시뮬레이션, 가상체험인 것이다. (...) 마치 소설을 쓰듯이 사업계획서를 작성하라. 이루고 싶은 꿈을 모두 담고, 그 속에 당신이 헤쳐나갈 모험담도 수록해야 한다. --- p.92

사업 초기부터 고객관리를 잘하려면 고객을 대하는 철학이 중요하다. 이때의 철학은 거창한 게 아니다. 고객을 향한 경영자의 마음이다. 그 마음은 사업 초기에 경영자가 고객을 대하는 방식에서 드러난다. 경영자가 첫 고객의 감동을 어떻게 느끼는가, 그 가치를 얼마나 오래 기억하는가, 첫 고객을 어떻게 대하는가는 향후 사업의 성패를 좌우하는 중요한 요소이다. --- p.214

사장이 가진 가장 큰 특권은 물을 수 있는 권한이다. 질문을 던지는 소크라테스식 경영은 직원들을 생각하게 만들고 능동적으로 만든다. --- p.251

사업은 어느 날 하루아침에 망하는 것이 아니다. 피부탄력이 떨어지고 잔주름과 검버섯이 하나둘씩 늘면서 사람이 서서히 늙는 것처럼 기업도 나쁜 징조를 보이면서 서서히 무너진다. 젊음을 유지하기 위해서는 노화의 신호를 초기에 잡아야 한다. 기업도 작은 신호들이 나타날 때 빨리 체질을 개선하고 문제를 해결해야 한다. --- p.323

얼굴 표정은 가장 중요한 패션이다. 창업을 하든 취업을 하든 표정에 어두운 그림자가 드리워져 있다면 누더기를 얼굴에 걸친 것이나 마찬가지다. --- p.332

▶ 책속으로

CEO 개인의 성격적 장점과 단점은 그대로 조직문화에 투영되므로 기업의 성과에 결정적인 영향을 미친다. 이것은 '경영자의 닷'이라고 할 수 있다. --- p.334

기업문화를 만드는 일은 CEO의 경영이념과 철학을 직원들의 좋은 습관으로 만들어 DNA처럼 본능이 되게 하는 과정이다. --- p.356

소비자 피로증을 몰아내는 길이야말로 지속성장의 비결이다. 소비자 피로증을 몰아내는 방법으로 다음 5가지를 들 수 있다.
첫째, 필수소비품이 되는 것이다. (...) 둘째, 락인(Lock-In) 전략이다. (...) 셋째, 의도적 진부화이다. (...) 넷째, 처음부터 축적형 비즈니스에 도전한다. (...) 다섯째, 사랑받는 브랜드가 된다. --- p.396~399

거친 바다가 유능한 뱃사공을 만들기 때문에 또는 실패는 성공의 어머니이기 때문에 실패를 경험하라고는 말하고 싶지 않다. 오히려 성공 가능성을 믿고 준비를 잘해서 실패를 겪지 말라고 권하고 싶다. 도중에 실패하더라도 작은 실패로 만들고 그것을 지렛대로 활용하는 법을 배우기를 바란다. --- p.450

▶ 출판사 리뷰

서비스, 외식, 도. 소매, 제조, 농업법인 등 전 업종을 망라해 창업경영 및 성장경영 분야 거의 모든 주제에 대해서 풍부한 솔루션을 제시하고 있다. 여기에는 성공사례만 있는 게 아니라 실패사례들도 포함돼 있다. 사업 여정에서 만나는 작은 실패는 더 큰 성공을 위한 지렛대로 삼으라는 게 저자의 의도다. 성공한 사람들의 표면만 훑어보는 흔한 부류의 성공담이 아니라 유능한 사장을 탄생시키는 역할을 할 것이다.

실패는 막아주고, 사업 성공률은 높일 의도로 기획된 책

호칭만 사장이지 직원보다 못한 생활을 하다가 어렵게 도전했던 사업을 접는 일이 비일비재하다. 벌기는커녕 투자비를 모두 날리는 경우도 적지 않다. 창업 후 1년 내 폐업률은 35%, 2년차에 55%, 3년 내에 폐업하는 사업자는 85%가 넘는다. 충분한 준비 없이 도전한 사업이 실패를 낳는 것이다. 사장 역할을 잘 수행해내려면 거기에 필요한 전문적인 지식과 능력이 필요한데 준비도 없이 일반 상식으로만 뛰어드는 사람들이 많다 보니 사업성공률이 낮은 것이다. 그래서 저자는 실패를 최대한 줄이고, 설령 한두 번 실패하더라도 반드시 재기에 성공하는 비결을 알려주겠다는 사명감으로 이 책을 썼다.

다양한 업종과 서로 다른 규모의 사업체 700여 건의 경영사례를 분석해서 사업 성공의 조건과 비결을 추출해냈다.

경영 실무에 필요한 핵심지식, 유능한 사장이 되기 위한 리더십 노하우 등이 경영사례와 맞물려 전개된다.

성공경영 사례들 중에는 노점에서 출발해 연매출 천억 원대로 성장한 기업, 노숙자에서 수백억 원대 기업으로 재기한 사업가, 기발한 전략으로 성장의 정체를 극복한 중소기업, 5평짜리 음식점을 창업한 후 알짜배기 식품제조 회사로 성장시킨 샐러리맨, 비가 오나 눈이 오나 노점상을 운영하다 액세서리 분야 글로벌 기업으로 성장한 엘리트사업가, 저임금으로 밤낮없이 일해야 하는 고된 현실을 벗어나기 위해 사업에 도전한 후 연매출 70~80억 원대의 중소기업 경영자로 성공한 비정규직 청년 등 400여 건의 성공사례를 분석하고 있다.

한편, 어설픈 준비로 나락에 떨어진 창업자, 마인드 자산을 갖추지 못해 초기에 실패하는 사업가, 귀를 닫은 사장, 왜 사업을 하는지 소명의식이 부족한 창업자, 잘 해낼 자신도 없으면서 유망업종만 찾아다니는 불나방 창업자, 혁신을 두려워하다가 성장이 정체되는 기업, 투자금액 설계를 잘못해 퇴직금을 모두 날린 시니어, 사장에 의한 각종 리스크 등 300여 건의 경영실패 사례들도 분석해 답을 제시하고 있다.

어떻게 해야 사업을 안정궤도에 올리고, 직원들 모두가 행복한 회사를 만들 수 있을까?

상품 기획 및 개발, 사업계획 짜기, 제품 생산, 홍보 및 마케팅, 브랜드 관리, 영업, 인사 및 조직관리, 구매관리, 고객관리, 거래처 관리, 서비스, 운영관리, 재무, 신규투자, 사업확장 및 성장전략 등 경영의 전 부문에 걸쳐 기초적인 핵심요소를 모두 배울 수 있다.

‘1부’는 돈이 벌리는 시스템을 배우는 ‘사업준비’에 해당한다.

사업전략의 출발점인 ‘어디서 싸울 것인가’를 정하는 일부터 시작해 업종선정 기준, 성공확률을 높이기 위한 사업 타당성 및 경쟁자 분석, 미리 예측해 보는 운영상의 문제, 투자금액 설계 방법, 사업계획서 작성과 리스크 방지책, 수익모델 만들기, 상품 콘셉트 및 초기 마케팅 전략, 상호와 브랜드 네이밍, 인맥관리 등 사업초기에 갖춰야 할 모든 요소들이 망라돼 있다.

‘2부’는 작은 사업체를 크게 키워 성장의 파도에 올라타는 경영기술 습득 과정이다.

상품 생산에서 고객 만족까지의 운영 시스템, 초기시장의 반응, 매출 추이 등 사업초기에 꼭 점검해야 할 것들로 출발한다. 핵심 마케팅 툴과 킬러 콘텐츠 확보, 돈 안 들이는 상품력 강화 방법, 초기고객 발굴과 유지 및 관리의 비결, 브랜드력을 키우기 위한 마케팅 활동, 사장의 미션과 철학을 조직문화에 뿌리 내리기, 사장을 복제한 2인자를 키워 회사를 안정화시키는 일, 사장의 특권을 활용한 일시키기 기술, 사장의 영업력과 경쟁관, 고급인재 채용, 재무회계를 강화하는 ‘숫자경영’ 등을 배운다.

‘3부’는 어떻게 하면 성공의 흐름을 연속적으로 탈 수 있는지를 배우는 ‘지속성장’ 파트.

성장기의 사업체가 한번쯤 ‘경영의 늪’에 빠지게 되는 원인과 사장에 의한 각종 리스크, 그리고 이를 극복하는 방법을 제시한다. 성장기에 접어든 사장의 역할과 책무, 사장이 빠지기 쉬운 함정, 지속성장을 위한 조직관리와 기업문화 정착, 이익금 분배의 철학, 성숙기 기업의 사장이 일을 내려놓고 시스템에 맡기는 법, 나태한 조직을 일깨워 혁신하는 기술, 강한 기업을 만드는 조건, 브랜드 파워를 키우는 전략, 이익금 비축, 사업확장 전략, 기업수명을 30년, 50년으로 연장하는 기술 등을 다루고 있다.

▶ 차례

I. 사업 준비의 모든 것

- 01. 최초 사업에 가장 영향을 미치는 요소 _인생성적표
- 02. 나의 강점으로 어디서 싸울 것인가 _사업 시점 / 업종 선정
- 03. 다른 사람이 가보지 않은 길을 갈 때 _시장 분석 / 기회 발굴
- 04. 손실은 예방하고 성공확률 높이기 _사업성 및 성장성 검토
- 05. 내 사업을 위협하는 자들에 대비하라 _경쟁 우위 / 경쟁자 분석
- 06. 수익만 보지 말고 점검해야 할 것들 _운영상의 문제
- 07. 숫자 분석을 소홀히 하지 말라 _투자금액과 기대소득 설계
- 08. 사업 후 춤을 춰도 좋을 시점 _손익분기점
- 09. 실제 일처럼 생생한 모험담도 수록하라 _사업계획서 / 시뮬레이션
- 10. 나처럼 일해줄 직원을 확보하라 _인적자원 설계와 관리
- 11. 어떻게 경쟁시장에 침투할 것인가 _마케팅 전략 / 상품 매력도
- 12. 어떻게 제품을 포지셔닝할 것인가? _컨셉트 전략
- 13. 고객을 열광하게 만들고 기억하게 하라 _브랜드 전략 / 브랜드 네이밍

II. 작은 사업을 크게 키우는 법

- 01. 당신은 어떤 사장입니까? _사장의 자격
- 02. 돈이 벌리는 구조를 정착시켜라 _마케팅 툴 / 킬러 콘텐츠 / 상품력
- 03. 사업초기 매출보다 중요한 것은? _초기 고객 발굴 / 평판 관리
- 04. 고객을 향한 사랑 고백 _마케팅 지향적 기업
- 05. 비전과 사업방향을 공유하라 _사장의 미션과 철학
- 06. 나를 복제한 2인자를 키워라 _친위부대장
- 07. 직원을 노예로 만들지 말라 _조직 및 목표 관리 / 일 시키기 기술
- 08. 사장이 하는 가장 비싼 쇼핑은? _인재 채용
- 09. 사업초기엔 영업의 최전선에서 뛰어라 _영업 마인드
- 10. 진짜 승부는 무엇에서 갈리는가 _사장의 경쟁관
- 11. 숫자경영을 중시하라 _재무와 코스트 관리

III. 지속성장의 길

01. 경영의 늪에 빠질 때 _변화 적응력 / 핵심역량 부족 / 브랜드 파워 실종 / 경영자 리스크
02. 성장이 멈춘 회사는 늙은 사자와 같다 _루게릭 기업 탈피
03. 경영의 늪 극복하기 _나쁜 신호 감지 / 머릿속 쓰레기 치우기 / 긍정자산
04. 사장이 빠지기 쉬운 함정 _소통 부재 / 전문가적 리더십 / 질문 능력 부족
05. 성장기 회사가 대비해야 할 것들 _조직역량 / 핵심인재 / 기업문화
06. 사장 홀로 바쁘면 조직은 놀게 된다 _권한위임
07. 작지만 강한 회사를 만드는 조건 _전략기능 강화
08. 급성장 후 우는 사자가 안 되려면? _정보수집 시스템 / 외부자원 활용
09. 과거의 성공공식을 버려라 _동태적 역량 강화
10. 성장기 때 자산 어떻게 쓸 것인가 _이익금 배분과 비축
11. 소비자 피로증을 몰아내라 _지속성장의 비결
12. 고객과 헤어질 수 없는 관계 _사랑받는 브랜드
13. 잘나가는 사장이 깊이 고민해야 할 이슈 _사업 포트폴리오 전략
14. 2세에겐 기업가정신과 철학을 물려줘라 _가업승계
15. 100년 기업의 비밀 _지속경영전략 / 기업수명 연장 기술
16. CEO가 포기하지 않는 한 실패란 없다 _작은 실패, 큰 성공

에필로그 / 당신의 사업 여정에 든든한 동반자가 되기를...