



규모는 작더라도 경쟁은 크게

규모있는 회사처럼 브랜드를 홍보하고 수출하며
고객 서비스를 제공하는 방법



목차

온라인에서의 입지

규모 있어 보이기	6
브랜드 구축하기	7
꾸준해야합니다	8
브랜드 구축하는 동안	9
중요한 온라인 브랜딩	10
검색순위 올리기	11

해외 판매

수출 시작하기	13
유용한 참고 사이트	14
주요 체크포인트	15

고객 서비스

작은 회사도 고객 서비스는 크게	17
기술에 투자	18
사람에 투자	19
고객의 목소리에 귀 기울이기	20
결론	21



저자 소개

Gene Marks는 칼럼니스트이자 작가이며 작은 회사도 운영하고 있습니다. 그는 Entrepreneur.com, 폭스 비즈니스, 필라델피아 매거진에도 매주 기고하고 있습니다.

*이 글은 PayPal이 저자에게 의뢰하여 작성되었습니다.

본 문서의 정보는 정보 제공 및 마케팅 목적으로 PayPal에서 준비했습니다.
이 문서의 내용은 어떠한 종류의 법률, 금융, 비즈니스 또는 투자 관련 조언에 해당하지 않으며, 자격을 갖춘 전문가의 의견을 대신할 수 없습니다.

제 회사는 규모가 작습니다. 정말 소규모죠. 직원도 5명에 불과합니다. 수익은 연간 200만 달러를 넘지 않습니다. 그럼 사무실은요? 필라델피아 외곽의 MBE(Mail Boxes Etc.) 우편 사서함이 저희 사무실입니다.

수신자 부담 전화로 전화를 걸면 자동전화시스템 (VirtualPbx) 이 담당자를 연결해 줍니다. 회사 웹사이트는 항상 최신으로 유지되고 모바일에 최적화되어 있으며 회사에 대한 중요한 정보가 업데이트되어 있습니다. 직원들은 최신 협업 도구 (ZohoCRM, Office 365, Basecamp) 를 사용하여 프로젝트와 클라이언트 서비스에 대해 서로 연락을 주고받습니다. 웹 기반 도구 (Skype, GoToWebinar, FreeConferenceCall) 를 사용하여 서로 연락하고 고객에게 필요한 정보를 신속히 제공합니다.

**저는 회사가 작다는 사실을 숨기지 않습니다.
오히려 클라이언트와 잠재 고객에게 바로 그 점을 강조합니다.**

작은 회사는 어떤 고객에게는 매우 매력적일 수 있습니다. 고객들은 저와 거래할 때 사장과 직접 대화할 수 있다는 사실을 좋아합니다. 고객은 민첩하게 반응하고 의사결정 절차가 단순하며 정성을 다해 업무를 처리한다는 점에서 저희를 높이 평가합니다.

하지만 오늘날의 비즈니스 세계에서는 기대치가 변하고 있습니다. 아무리 작은 회사라도 고객들은 대기업과 동일한 수준의 업무처리와 서비스를 제공해 주길 기대합니다. 경쟁력을 유지하려면 작은 회사도 규모가 큰 경쟁업체처럼 응대해야 합니다.

바로 이 보고서가 다루고자 하는 주제입니다.

규모가 있는 기업과의 경쟁. 쉬운 일은 아니지만 생각만큼 어렵지도 않습니다. 대기업의 방식을 따라가려면 최신 도구와 업무방식에 시간과 자원을 투자해야 합니다. 온라인 판매를 한다면 적어도 전자 상거래 플랫폼만큼은 대형 쇼핑몰처럼 잘 꾸며야 합니다. 해외에도 제품을 판매한다면 배송부터 결제까지 모든 문제를 처리할 준비가 되어 있어야 합니다. 그리고 무엇보다 중요한 것은 오늘날 고객이 기대하는 신속하고 즉각적인 서비스를 제공해야 한다는 것입니다.

대기업들은 그렇게 하고 있으며 여러분도 해야 합니다. 그럼, 온라인으로 가볼까요?



온라인에서의 입지



규모 있어 보이기

Zeke freeman이 운영하는 Bee Raw Honey사는 생꿀과 유기농 꿀, 꿀을 함유한 커피와 차, 기타 선물용 상품 등을 판매하는 회사입니다. 이 회사는 지난 10년 동안 상당한 성장세를 보였지만 여전히 규모가 작은 업체입니다. 실제로 이 회사의 제품은 12개국 이상에 수천 명의 고객에게 배송되지만, Zeke는 소수의 직원만으로 회사를 운영하고 있습니다. 작은 업체이지만 큰 회사처럼 보이고 싶어합니다. 그렇다고 너무 큰 것을 원하지는 않습니다.

Zeke와 같은 소규모 사업자는 온라인상에서 멋지게 보이기 위해 브랜드 홍보와 일관성 유지에 많은 노력을 기울입니다. 특히,

- ❖ 속도, 디자인, 모바일 최적화를 포함하는 현대적이고 전문적인 웹사이트와 전자 상거래 플랫폼을 갖추고 있습니다.
- ❖ 최상의 검색 엔진 최적화 도구를 사용합니다.
- ❖ 콘텐츠는 어디서든, 특히 소셜 미디어에서 일관성이 유지되도록 합니다.
- ❖ 최상의 결제 처리 시스템을 통합 설치하여 신속한 결제 옵션을 제공합니다.

무엇보다도 가장 중요한 것은 브랜드 홍보일 것입니다.



작은 회사가 아니라 적당한 규모의 회사입니다.

Bee Raw의 Zeke Freeman의 이야기입니다.

“일반 고객에게 너무 ‘큰’ 기업으로 보이고 싶지는 않습니다. 친근하고 접근하기 쉬우며, 신뢰가 가면서도 세련되게 보이고 싶어요. 회사 웹사이트는 비교적 세련되고, 소셜 및 콘텐츠 채널과 이메일 캠페인은 일관성을 유지합니다. 그리고 웹사이트에서 도매업도 운영하지요.”

Zeke는 전문적이고 사용자 친화적인 웹사이트 디자인과 최첨단 전자 상거래 시스템을 통해 이 모든 것을 해냅니다.



브랜드 구축하기.

대기업을 살펴보면 한 가지 분명한 사실이 있습니다. 온라인이든 오프라인이든 자사의 특성이 웹사이트나 소셜 미디어 콘텐츠에서 문구류, 명함에 이르기까지 그 모습과 느낌이 항상 일관되게 유지한다는 점입니다. 대기업을 하는 대로 따라 해 봅시다.



로고를 다시 살펴보세요.

99Designs 및 DesignCrowd와 같은 서비스는 비교적 저렴한 비용으로 로고 디자인을 해줍니다. UpWork 또는 Freelancer와 같은 사이트에서 프리랜서 그래픽 디자이너를 고용하는 것도 좋습니다. 새로운 판촉 자료를 만드세요. VistaPrint 또는 PrintPlace와 같은 회사는 로고 디자인부터 명함, 간판, 사무실과 매장의 기타 자료까지 모든 서비스를 제공합니다.



평판을 높이세요.

고객의 경험담과 사례 연구를 통해 회사가 어떤 일을 하는지, 고객들이 얼마나 만족해 하는지 널리 알리세요. 업계에서 수여하는 증서나 상장, 기타 공로상 등을 신청하세요. 그리고 수상을 하게 되면 회사 사이트에 눈에 잘 띄게 게시하세요. Better Business Bureau와 상공 회의소에도 가입하세요. 해당 업계의 단체에 적극적으로 참여하고 그러한 단체 로고가 자사 웹사이트에 눈에 잘 띄게 표시하세요. 전문 자격증을 취득하고 ISO 인증을 받으세요. 업계 전문가로 기반을 다지고 홍보 활동을 확대하세요.



널리 알리세요.

언론은 브랜드 프로필을 늘릴 수 있는 매우 좋은 방법입니다. 업계 전문가로 활동하면서 평판을 쌓으세요. 주요 뉴스 사이트에 언급되거나 현지 TV 쇼에 출연하면 회사에 대한 신뢰를 높이는 데 도움이 됩니다. 회사에 관한 흥미로운 이야기를 가지고 현지 기자와 온라인 작가에게 연락하세요. 공유할 뉴스가 있을 때마다 보도 자료를 내고 소셜 미디어 채널을 통해 퍼뜨립니다. 가능한 모든 인터뷰에 응하세요. 기사거리를 찾고 있는 기사를 만날 수 있는 가장 좋은 곳은 HARO (Help A Reporter Out)입니다. 회사가 언론에 언급될 때마다 고객과 커뮤니티에 이를 홍보하세요.

꾸준해야합니다.

강력한 브랜드를 만들기 위해서는 어떻게 하는 것이 가장 중요할까요? 말한 것을 실천하세요. 성과를 내세요. 그리고 꾸준해야 합니다. 고객의 선호도를 명확히 파악해서 최고의 제품과 서비스를 고객에게 제공하세요. 제품과 서비스를 고객에게 제공하세요. 이장의 뒷부분에서 제 고객인 뒷부분에서 제 고객인 Alex Phinn을 소개할 때 좀 더 자세히 설명하겠습니다.



브랜드 구축하는 동안...

온라인에서의 입지에도 초점을 맞추세요.

대기업은 웹사이트가 외부 세계에 자사의 비즈니스를 알리는 중요한 도구라는 것을 잘 알고 있습니다. 대부분의 경우 웹사이트는 방문자가 회사와 제품에 대해 알기 위해 가장 먼저 찾는 곳입니다. 좋은 웹사이트를 만들려면 투자와 관심이 필요합니다. 세상이 변하고 있으며 웹사이트도 시대에 맞게 변해야 합니다.

웹사이트에서 제품을 판매하는 경우 올바른 전자 상거래 플랫폼을 선택하는 것이 중요합니다. Freeman은 “웹사이트를 구축하세요. 하지만 언제든지 수정할 준비가 되어 있어야 합니다.”라고 하며 “비교적 구축하기 쉽고 언제든지 기능을 추가할 수 있는 플랫폼을 선택하세요. 하나로 딱 맞는 플랫폼은 없습니다.”라고 조언합니다. 다행히도 템플릿 기반의 웹사이트 구축 사업은 지난 몇 년간 크게 발전했습니다. **BigCommerce** 및 **WooCommerce**와 같은 뛰어난 전자 상거래 플랫폼을 통해 통합 결제와 배송이 가능한 훌륭한 온라인 매장을 만들 수 있습니다.

사이트를 구축할 때, 고객의 구매 환경에 주목하세요. 유의해야 할 몇 가지 팁을 알려드립니다.

- ❖ 모바일 쇼핑객을 염두에 두고 사이트를 만드세요.
- ❖ 좋은 카테고리 페이지, 확실한 설명서, 제품 비디오, 블로그 콘텐츠를 제작하여 방문객에게 정보를 제공하세요.
- ❖ 제품과 결제 페이지에 찾기 쉬운 구매 유도 버튼을 배치하세요.
- ❖ 고객이 사용 후기와 의견을 달 수 있게 하고, 고객 의견을 모니터링하세요.
- ❖ 고객 프로필을 관리하세요. 고객의 구매 기록과 함께 이 프로필을 사내 계정관리 및 고객관리 시스템에 추가하세요.
- ❖ 결제 과정을 간소화하여 고객이 쉽고 빠르게 결제할 수 있게 하세요. 너무 많은 단계는 결제를 포기하게 합니다.
- ❖ 고객이 원하는 결제 옵션을 제공하세요. 신용카드와 직불카드 외에도 **PayPal**과 같은 옵션을 고려하는 것도 좋습니다.



중요한 온라인 브랜딩

웹사이트에 신경을 써야 하는 이유가 단지 온라인 판매 때문만은 아닙니다.

온라인으로 제품을 판매하지 않더라도 웹사이트와 소셜 미디어 플랫폼은 가능한 한 전문가의 느낌이 나야 하고 최신의 감각을 유지해야 합니다. 대기업에는 사이트를 지속적으로 업데이트하는 팀들이 있습니다. 리소스가 부족하더라도 웹사이트, 소셜 미디어 채널 및 기타 온라인 자산들을 가능한 한 최신 감각으로 유지하기 위해서 젊은 마케팅 전공자나 전문 웹마스터 등의 인력 채용을 고려해 보세요.

다가올 행사 관련 세부일정, 최근 보도 자료, 새로운 소셜 미디어 게시물 등 항상 새로운 콘텐츠를 게시하세요. 이때 이미 지난 행사 같은 오래된 데이터를 삭제하고, 오타나 문법 오류가 있는지도 확인하세요. 방문객은 업데이트된 내용이 없으면 곧 떠나 버립니다.

이런 사이트를 구축하려면 도움이 필요합니다. 웹 디자이너와 직접 일하고 싶다면 [UpWork](#) 또는 [Guru](#)에서 찾아보세요. 회사에서 사이트를 디자인하기 위한 템플릿, 보조 도구, 마케팅 지원 등의 서비스 도움을 받으려면 [Wix](#) 또는 [GoDaddy](#)를 고려해 보세요.



테스트는 중요합니다.

명품 핸드백의 온라인 리셀러 업체인 [Fashionphile](#)의 Sarah Davis의 이야기입니다.

“다른 사람들은 어떻게 구매하는지를 보기 위해 노트북, 데스크톱, 아이패드, 휴대폰을 사용하여 제품을 구매해 봅니다. 쇼핑객들에게 무엇이 좋고 무엇이 실망스러운지를 알아내기 위해 구매자들이 보는 화면을 그대로 보려고 합니다. 저는 온라인 쇼핑 매니아입니다. 식료품부터 의류까지 모든 것을 온라인에서 구입하지요. 유명 사이트의 쇼핑 환경을 우리 사이트와 자주 비교합니다. 쇼핑을 수월하게 만드는 부분은 모방하고 싶고 짜증나거나 느려터진 부분들은 피하고 싶지요.”



검색순위 올리기

대기업은 온라인에서 자사 웹사이트가 쉽게 검색이 되도록 막대한 투자를 합니다. 우수한 중소기업도 마찬가지입니다.

Freeman은 온라인 사용자를 위해 SEM(검색 엔진 마케팅)과 Google AdWords에 예산을 배정하는 것이 반드시 필요하다고 생각합니다. Freeman은 “Google에 투자하지 않으면 사이트 방문객을 유치하는 데 큰 타격을 입습니다.”라며 “소규모로 집중해서 시작하세요. 그리고 가장 클릭률을 관찰하세요. 지출을 천천히 늘리면서 전환비용(지출액 대비 확보할 수 있는 가망 고객 수)을 항상 확인하세요.”라고 말합니다. 온라인에서 광고와 검색 엔진 최적화는 과학 이상의 예술입니다. 광고에 가장 적합한 키워드를 찾아야 합니다. 모든 클릭을 추적하세요. 상표 등록된 용어는 사용하지 마세요. Google 지도와 Google 로컬 페이지 상에도 표시되도록 하는 것이 좋습니다. 랜딩 페이지를 설정하고 사이트의 키워드와 메타태그를 모두 최신으로 유지하세요. 다른 사이트와 블로그에도 링크하세요.

어디서 판매하든 이 모든 사항은 중요합니다. 그렇다면 해외 판매는 어떨까요? 이를 위해서는 몇 가지 추가 조치가 필요합니다.



GOOGLE 검색 상위를 유지하세요.

Fashionphile의 Davis의 이야기입니다. “Google Analytics를 사용하여 자사의 온라인 입지를 지속적으로 평가하고 있습니다. 거의 집착에 가깝지만 온라인 판매를 한다면 정말 중요하지요. Davis는 중요한 키워드 목록을 유지하고 있으며 이를 끊임없이 확인합니다.”

“도대체 방금 무슨 일이 있었지? 두세 단계나 떨어졌네. 순위가 떨어지면 검색 순위를 회복하기 위해 무엇을 해야 할지 찾아냅니다. 필요한 내용을 약간 수정한 다음 Google의 검색 반응을 확인해 보는 것은 정말 재미있지요.”



해외 판매



수출 시작하기

해외에 판매하기 위해 반드시 회사 규모가 커야 할 필요는 없습니다.

월스트리트 저널의 한 보고서에 따르면 미국 수출업체 대부분이 소규모 기업입니다.

Independent Reign는 그러한 소규모 기업 중 한 곳입니다. Janine Mastrorilli는 직원이 5명에 뉴욕에 본사를 둔 회사를 운영하고 있습니다. 이 회사에서는 전 세계 고객에게 아름다운 디자인의 핸드백과 액세서리를 판매합니다. Mastrorilli는 디자이너가 되기 위해 뒤돌아보지 않고 월스트리트에서의 직업을 포기했습니다.

Mastrorilli는 작은 회사지만 대형 온라인 쇼핑몰처럼 좋은 웹사이트를 만들려고 노력합니다. 현지 통화로 가격정보를 제공하고 배송 및 반품 정보를 추가하는 등 글로벌 고객이 원하는 모든 세부정보를 제공합니다. “사전에 고객의 질문을 예측하고 제품 설명서나 사이트의 링크에 답변을 제공하려고 합니다.”

Mastrorilli는 몇 년 전 처음 사업을 시작할 때부터 성공을 하려면 온라인으로 전 세계에 제품을 판매해야 한다는 사실을 알고 있었습니다. 다른 사람들과 마찬가지로 그녀에게도 해외에 제품을 파는 것은 새로운 일이었습니다. 하지만 배우고 익혔습니다. 또한 정보를 얻고 지원을 받을 수 있는 곳도 많이 있습니다.

미국 수출의 3분의 1은 소규모 업체에서 이루어집니다.

“미국통계국에서 발표한 데이터에 따르면 500명 미만의 직원을 둔 기업이 2012년 미국 수출업체 301,238곳 중 294,589곳을 차지했는데, 이는 약 97%에 해당합니다. 절반 이상이 소규모 제조업체와 도매업체였으며, 모두 합쳐서 대외 무역에서 4,600억 달러의 매출을 올려 전년 대비 100억 달러가 증가했습니다. 이는 전체 미국 수출의 약 34%입니다.” 월스트리트 저널.



유용한 참고 사이트

수출을 시작하는 데 도움이 되는 7가지 방법

1

FTC

미국 연방거래위원회 (FTC)는 해외 판매에 관한 훌륭한 전자 안내서를 보유하고 있으며 여기에는 세금, 관세, 통관법 등에 관한 답변이 포함되어 있습니다.

2

비즈니스 USA

연방 정부가 지원하는 비즈니스 USA 포털에는 수출 업무를 시작하고 성장시키는 방법과 미국 수출 센터 및 미국 전역에서 진행되는 무역 행사 목록에 대한 최신 정보가 가득합니다.

3

SBA

중소기업청(SBA)에는 유용한 수출 비즈니스 플래너가 있습니다.

4

TDA

미국 무역진흥청 (TDA)은 국가에 관계없이 무역 업무를 진행하는 데 도움을 주는 인력과 회사에 대한 훌륭한 컨설턴트 데이터베이스를 보유하고 있습니다.

5

배송업체

FedEx 및 UPS 같은 배송업체는 제품을 해외로 보낼 때 유용한 안내를 제공합니다.

6

온라인

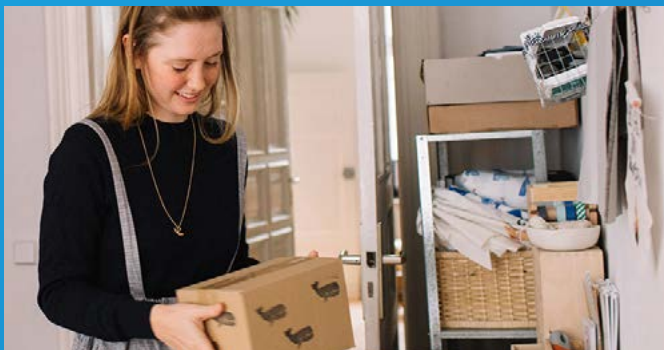
eBay 및 Etsy와 같은 온라인 판매사이트는 해외에서 비즈니스를 하는 데 훌륭한 자원을 제공합니다.

7

PayPal

PayPal PassPort 사이트에는 해외 시장에서 판매를 시작하는 데 도움이 되는 다양한 팁과 도구가 마련되어 있습니다.

주요 체크포인트



배송

대부분은 미국에서 제품을 배송하며 외국에 물리적 거점을 세우는 것에 대해서 걱정하고 싶지 않을 것입니다. 미국 이외에 사업장이 필요하다고 생각되면 처음부터 회사를 설립하는 대신 기존의 회사와 파트너 관계를 유지하는 것이 가장 좋습니다. Mastrorilli가 그랬듯이 eBay, Etsy 또는 다른 제3자 서비스와 같은 해외 판매사이트를 활용하여 해외로 제품을 판매하고 배송할 수 있습니다.



결제

PayPal과 같은 결제 서비스를 사용하면 다양한 통화로 해외 결제를 받을 수 있습니다. 이러한 결제 서비스는 또한 국내와 해외 거래 모두에 대해 판매자 보호가 적용되므로 문제가 발생할 경우에도 지원을 받을 수 있습니다.



목표 시장

어디로 수출할까요? 이에 대한 간단한 답은 없습니다. Mastrorilli는 홍콩에 살면서 아이디어를 얻었지만 제품을 판매할 때가 되자 어느 한 나라만 목표로 하지는 않았습니다. 대신 모든 곳에 제품을 판매할 준비가 되어 있었습니다.

자사 제품이 특정 고객이나 문화에 더 적합할 수 있다고 판단되면 현지 구매 동향, 문화적 관습, 금기사항 등을 파악하기 위한 조사를 해야 합니다. PayPal PassPort 사이트가 이 조사에 유용한 도구가 될 수 있습니다. 이 사이트에서는 해당 시장에 대해 소비자 구매 동향, 전통 및 금기사항, 배송료 계산기 등에 관한 정보를 제공해 줄 수 있습니다.

고객을 확보하는 것은 어렵습니다. 더군다나 세계적인 기업과 경쟁하기 위해서는 세계적인 수준의 고객 서비스를 제공해야 합니다. 다음 장에서 이 주제에 대해 좀 더 자세히 살펴보겠습니다.



고객 서비스



작은 회사도 고객 서비스는 크게

고객 서비스를 잘 하는 소규모 업체로 펜실베이니아의 **Griff Paper and Film**이 있습니다. 가족이 운영하는 이 회사는 특수 코팅지와 필름 제품을 제조하여 기업 고객에게 판매합니다. Griff는 약 100명의 직원을 두고 있으며 전 세계 수십 개국의 고객에게 제품을 판매하고 있습니다. 하지만 이 회사에 가장 중요한 것은 바로 고객 서비스입니다.

이 회사의 사장인 Alex Phinn은 대기업과 경쟁하려면 고객 서비스가 최고 수준이어야 한다고 배웠습니다. 그래서 그는 고객 서비스에 많은 투자를 합니다.

고객의 문제에 대비하세요.

Griff Paper and Film의 Alex Phinn 의 이야기입니다.

“매주 수천 명의 고객과 거래하고 수백 건의 주문을 받고 있습니다. 문제는 항상 발생하기 때문에 고객의 문제에 대한 답변을 미리 준비해 두어야 합니다. Griff의 경우 대부분의 문제는 견적, 예기치 못한 품질 문제, 배송 착오, 잘못 이해한 안내사항 등과 관련이 있습니다. 하지만 이러한 문제는 Griff만의 문제가 아니라 대다수 기업에 공통된 것입니다.”



기술에 투자

CRM은 Griff Paper and Film과 같은 작은 기업을 위해 서비스를 제공합니다.

CRM은 GoldMine이라는 효과적인 현장 고객관리 시스템을 사용합니다. 이 시스템으로 모든 주문뿐 아니라 메모부터 이메일, 고객과의 통화까지 해당 주문에 관한 모든 활동을 추적할 수 있습니다. 따라서 Griff의 고객 서비스 부서는 언제든지 모든 주문 상태를 확인하고 고객에게 알려줄 수 있습니다.

기업에서 사용을 검토해 볼만한 다른 훌륭한 고객 서비스 도구도 있습니다. Freshdesk, AutoTask, Desk, ServiceWise, Team Support와 같은 제품과 서비스는 문제 발생 시 통보하도록 구성할 수 있는 전문 작업절차와 함께 회사와 고객이 문제를 신고하고 추적할 수 있는 고급 기능도 제공합니다.

이러한 제품은 Twitter나 Facebook과 같은 웹사이트와 소셜 미디어 플랫폼에 통합되어 메시징, 셀프 서비스 티켓팅, 온라인 채팅, 문제 추적 등의 기능도 사용할 수 있습니다. 또한 모바일 기능을 통해 고객 서비스 담당 직원은 위치나 사용 중인 기기에 상관없이 해당 문제를 항상 파악할 수 있습니다.



사람에 투자

Griff의 소유주인 Alex Phinn은 직원들이 교육에 참여하고 보상을 받도록 노력하고 있습니다.

Alex는 또한 열정적인 고객 서비스 전문 인력을 유치하고 유지할 수 있는 근무 환경을 만들었습니다. 직원들의 참여를 유지하기 위해 직원들을 정기적으로 교육하고 강사를 초청하며 점심 시간에 고객 서비스 주제에 대해 내부 직원끼리 토론을 할 수 있도록 합니다. 그리고 중요한 것은 고객 서비스 담당 직원들이 기대 이상의 서비스를 제공하면 보상을 한다는 것입니다.

이 모든 것을 다 할 수는 없더라도 어떻게 주요 관리자와의 관계를 구축하고 그들에게 직원을 참여시키고 동기 부여를 할 수 있는 리소스를 제공할 수 있을지에 초점을 맞춰 보세요.



ALEX PHINN이 직원을 아끼면,
그 마음이 고객에게 전달됩니다.

“우리는 항상 고객에게 서비스를 제공할 수 있는 최고의 인재를 찾고 있습니다. 직원들이 일을 잘 수행하는 데 필요한 리소스에 투자하면 직원들은 성장하면서 회사에 큰 수익을 가져오지요.”



고객의 목소리에 귀 기울이기

Phinn은 문제가 생겼을 때 고객들이 자신에게 연락할 수 있도록 합니다.

전 세계에 제품을 판매하기 때문에 고객지원센터는 온라인과 전화로 연중 언제든지 이용할 수 있습니다. 그는 문제를 무시하지 않으며 고객에게서 피드백을 받기 위해 [SurveyMonkey](#)와 같은 도구를 자주 활용합니다. 신속하게 대응하고 내부 CRM 도구를 사용하여 고객에게 지속적인 업데이트를 제공합니다. 고객 담당자가 전문가답게 행동하고, 도움이 되는 질문을 사용하며, 고객을 진심으로 대하는지 확인합니다. 그리고 서비스나 제품이 고객의 기대에 미치지 못하는 경우 신속하게 환불해 줍니다.

Griff Paper and Film은 작은 회사이지만 대기업과 같은 서비스를 제공하는 회사입니다. 대기업은 고객이 항상 옳고 오늘날의 웹 기반 및 소셜 미디어 세상에서 고객 대응이 미흡하면 전 세계적으로 파급효과가 있다는 것을 알게 되었습니다. Alex도 전 세계에 고객 기반을 가지고 있기 때문에 이를 잘 알고 있었습니다. 지난 5년 동안 회사 규모를 두 배로 늘릴 수 있었던 것은 바로 이 때문입니다.



GRIFF는 고객 요구에 신속하고 성실하게 대응합니다.

“저는 문제를 똑바로 인정하는 것을 좋아합니다. 저희는 신속하게 사과합니다. 그리고 친절일률적인 대응을 싫어합니다. 저희 회사는 공감을 표시하고 문제를 빨리 해결하기 위해 최선을 다합니다. 저희가 잘못된 경우, 문제를 인정하고 만약 즉시 해결할 수 없다면 변상해 드립니다. 생각만큼 문제가 많이 발생하지는 않습니다. 하지만 일어난다고 해도 준비가 되어 있습니다.”



결론

사람들은 특히 이렇게 정치적, 경제적으로 어려운 시기에 소규모 기업에게 “좋은 소식”이 있는지 종종 물어봅니다. 네, 좋은 소식이 있습니다. 역사상 지금처럼 소규모 비즈니스를 시작하기 쉬운 때는 없었습니다. 하지만 더 중요한 것은 아주 작은 신생 기업이라도 대기업처럼 보고 운영할 수 있다는 사실입니다.

저희 회사는 사서함으로 운영되고 있지만 600곳 이상의 고객에게 서비스를 제공하고 있고 대기업과 견주어도 손색이 없습니다. Zeke Freeman과 Sarah Davis는 최고의 기술, 플랫폼, 전자 상거래 도구를 사용하여 자신보다 몇 배나 더 큰 회사처럼 제품을 판매하고 있습니다. Janine Mastroilli는 5명이 일하는 디자인 매장이 아니라 다국적 기업처럼 전 세계를 무대로 활동합니다. 그리고 제 생각으로는 Alex Phinn의 고객 중심 사고가 100배 더 큰 기업보다 문제에 더 잘 대처할 수 있게 만든다고 생각합니다.

여러분의 비즈니스가 작은 게 사실입니다. 하지만 크게 볼 수 있습니다. 경쟁 환경이 공정해지면 이제 더 유리한 위치에서 경쟁하고 이길 수 있습니다.

PayPal 여러분의 사업을 지원하는 데
어떤 도움을 줄 수 있는지 알아보세요.
PayPal 웹사이트의 “도움말 및 문의하기”를 클릭하거나
[paypal.com/kr/business](https://www.paypal.com/kr/business)를 방문하세요.

주의 사항 :

본 문서의 정보는 PayPal에서 준비했으며
정보 전달 및 마케팅용입니다. 이 문서의
내용은 어떠한 종류의 법률, 금융, 비즈니스
또는 투자 관련 조언에 해당하지 않으며,
자격을 갖춘 전문가의 의견을 대신할 수
없습니다.

해당 전문가의 자문을 구하지 않고 이 문서에
포함된 내용을 기반으로 조치를 취하거나 조치를
중단하지 마세요. 이 문서의 내용에는 일반적인
정보가 포함되어 있으며 최신 사항을 반영하거나
해당사항이 없을 수 있습니다. PayPal은 이
문서의 내용에 따라 취한 행동이나 문제 발생에
대해 어떠한 책임도 지지 않습니다.

이 문서의 정보는 신뢰할 수 있는 출처로부터
수집되었지만 정확성은 보장되지 않습니다.
링크 및 기타 도구는 정보 제공을 위해
제공되며 PayPal은 그 내용에 대한 책임이
없습니다. 이 문서에서는 어떠한 종류의 제
3자 제품 또는 제3자 서비스도 보증하거나
추천하지 않습니다.