

# 글로벌 경쟁력 강화 전문가 강주현 대표의 창업 코칭

까르띠에 여성 창업 어워드 최초로 한국인 심사위원으로 선정된 안젤라 강주현 대표, '글로벌 경쟁력 강화 포럼' 설립자이자 상임 대표인 그녀가 전수하는 글로벌 시대 소규모 창업의 모든 것.



## 글로벌 시대, 글로벌 경쟁력 법칙 3

### 1 Mind 세계를 내 친처럼 생각해라

말 그대로 코스모폴리탄적인 마인드가 필요하다. 인터넷, 이메일, SNS 등의 발달로 세계는 한층 더 좁아졌다. 비록 초기에는 국내에서만 사업을 하더라도 항상 글로벌한 시각에서 중·장기적인 사업 발전을 목표로 하는 국제적 사업가 정신이 필요하다. 목표는 높게 설정할수록 최소한 근사치에 해당하는 결과물을 얻을 수 있는 법이다.

### 2 Item 세계적으로 통용되는 제품과 서비스를 만들어라

'한류'처럼 가장 한국적인 아이템을 가지고 세계에서 승부하는 것도 좋지만, 모든 세계인이 공감할 수 있는 제품과 서비스, 즉 언제 어디서나 통할 수 있는 전천후적인 글로벌 경쟁력을 가진 아이템이 가치를 발휘하는 경우도 많다. 이를 위해서는 다문화, 다인종, 다종교에 대한 이해가 필수다.

### 3 Service 봉어빵을 만들더라도 세계 최고를 지향하라

기존에 있는 제품과 서비스를 가지고 사업을 한다면 항상 세계 최고의 품질을 지향해야 경쟁에서 살아남을 수 있다. 그저 그런 제품과 서비스로는 하물며 국내 시장에서도 살아남을 수 없는 법. 세계 시장을 목표로 한다면 '세계 최고를 만든다'고 스스로 자부할 수 있을 정도가 되어야 한다.

## 좋은 사업 아이템의 법칙 ABC

### A Advance(진보)

새로 내놓는 제품이나 서비스는 사실 기존에 있는 것일 확률이 높다. 따라서 기존 경쟁 제품과 비교했을 때 어떻게 진보했는지가 관건. 소비자에게 기존의 것과 차별화된 가치를 줄 수 있다면 충분히 성공할 수 있다.

### B Balance(균형)

빈부 객차, 분배의 불균형, 강자와 약자의 불평등 등이 전 세계적인 사회 문제로 대두되고 있다. 만약 이런 시스템의 문제를 해결하는 데 기반을 둔 아이템이라면 좀 더 차별화될 수 있고, 아직까지는 독보적인 위치를 선점할 수 있다.

### C Competence(능력)

소비자는 특정 제품이나 서비스를 구매했을 때 자신의 역량을 강화할 수 있게 되길 희망한다. 일반 소비자 계층이나 사회적 약자 계층 모두 특정 제품을 구매하고 사용함으로써 '자신이 바라는 어떤 존재'로 여겨지길 희망하는 것이다. 사람들이 모두 탐내는 브랜드를 구매하고자 하는 심리도 여기에서 기인한다. 특히 이걸 사용했을 때 앞서가는 사람처럼 보일 수 있는 '능력'을 부여하는 아이템이라면 소비자들에게 좀 더 어필하기 쉬워진다.

## 여성 사업가들이 빠지기 쉬운 함정 3

### 1 “아, 이대로 실패하는 걸까?” 사업에는 수많은 위기와 고비가 있다. 이에 감정적으로 대처해서는 안 된다. 감정을 뒤로하고

얼음처럼 냉정하고 불처럼 뜨거워질 때를 구별해야 한다. 남자들은 사업을 게임처럼 즐기는 경향이 있다. 여러 라운드로 이루어진 게임 말이다. 만약 한 게임에서 지더라도 휴식을 취하면서 승리하는 전략을 고민하며 다음 게임을 즐겁게 준비하는 식이다. 창업을 통해 인생의 진정한 주인이 되었다면 난관을 ‘배움의 기회, 도약의 발판’으로 여길 줄 알아야 한다.

### 2 “숫자는 어려워!” 자신은 사업만 하고 회계나 숫자는 전문가에게 맡긴 채 신경 안 써도 된다고 생각하는 사람이 실제로 많다.

하지만 아웃소싱을 하더라도 숫자에서 자신의 사업의 강점, 약점과 스토리를 알아낼 수 있어야 사업 계획을 짜는 데에도 훨씬 유리하다. 회계와 숫자와 친해져라.

### 3 “난 여자라서 불리해!” 결혼, 출산, 가정 등의 조건이 남자에 비해 불리하다고 생각하는 순간 이미 경쟁에서 진 것이다.

남자들도 똑같이 자신들이 불리하다고 생각하는 분야가 있고 나름의 스트레스를 받는다. 스스로 자신이 불리하고 불평등하다고 생각하면 이미 그 게임은 승산이 없다. 특히 영업 측면에서 남자보다 불리하다고 여기는 경우가 많은데, 오히려 전방위적으로 나서야 한다. 단, 남자들과 똑같이 겨루겠다고 술로 승부하지 말 것. 상품 개발 단계와 마찬가지로 서비스도 차별화된 가치가 필요하다. 연구는 각자의 뿐이다!

## 1인 창업의 주의점 3

### 1 모든 것을 멋지게 갖춰놓고 시작해야 한다는 생각을 버려라

처음 시작할 때 모든 업무 환경을 구비하는 데 초기 자본을 많이 투자하는 경우가 있다. 결론부터 말하자면 그런 품세보다는 실질적인 아이템의 품질을 높이는 데 투자해야 한다. 나의 경우에도 마찬가지였다. 5년 전 소호 비즈니스 센터의 월 10만원짜리 우편 서비스의 1인 지식 기업으로 시작해 점진적으로 규모를 늘려나갔다. 지금은 대기업 회장님 부럽지 않은 자부심을 갖고 있다. 애초에 자본금이 많아 모든 걸 갖추고 시작할 수 있는 상황이라면 모를까, 한정된 자본금을 가지고 투자해야 한다면 품보다는 실속을 자리고 투자하는 것이 훨씬 더 성장의 원동력이 된다.

### 2 규모는 적어도 태산과 같은 자부심을 가져라

대기업 명함을 들고 다니는 동년배 친구들에게 기죽지 말 것. 남들 앞에서 ‘1인 (자신) 기업’이라고 당당하게 말할 수 있어야 한다. 자부심을 드러낼수록 상대방은 호기심을 갖게 되고 더불어 자신의 브랜드도 높아지는 것이다.

### 3 에너지의 70%만 써라

1인 창업을 하면 1인 다역을 해야 하는 만큼 건강 관리가 필수다. 길게, 오래 버티기 위해서는 내가 가진 힘의 70%만 써라. 그렇지 않으면 2, 3년 후 병원 신세를 지며 사업 자체를 접어야 하는 경우도 생긴다. 길게, 오래기야 한다는 생각으로 에너지를 아끼고, 절대로 120%까지 일해서는 안 된다.

## 근미래에 가장 승산 있는 사업 분야는 무엇?

### 1 저출산·소가족화·고령화 트렌드에 집중한 아이템

인구 피라미드 동향 및 문제점을 잘 분석해서 품새시장을 공략하는 아이템이 승산 있다. 예를 들어 DINK족, 한 자녀 가족의 여가를 위한 사업이나 경제력 있는 실버 계층을 공략한 사업 등에 주목하도록.

### 2 환경친화적 트렌드에 주목한 아이템

기후 변화에 따른 환경 보호 이슈가 증가하면서 전 세계적으로 환경친화적 환경 보호적인 아이템이 트렌드를 이루고 있다. 밀인족은 환경을 전혀 고려하지 않는다면 앞으로는 뒤처지게 될 가능성이 있다는 얘기다. 팀을 하나 더 더하자면 최근에는 ‘에코 팀’ 계층이 강력한 소비층으로 떠오르고 있다는 사실을 기억하도록.

### 3 정보 소외 계층을 아우르는 아이템

스마트폰이 대중화되면서 오히려 이를 따르지 않는 사람들이 소외되는 ‘정보 격차’가 발생하고 있다. 이런 사람들까지 쉽게 접근할 수 있는 기술과 환경을 제공한다면 전 세대를 아우르는 시장을 형성할 수 있다.