

사업을 하다 보면 고객과 갈등도 생기고 문제가 발생하기도 하지. 이제 웬만한 기업은 반품이나 환불과 같은 기계적, 시스템적 문제에는 잘 대처해. 하지만 이해와 공감에 결여된 문제 해결은 고객과 장기적인 연결고리를 만드는 데 도움이 되지 않아.

브랜딩의 완성은 고객접점에서 이루어진다는 점을 잊지 마. 그리고 고객접점에서 가장 중요한 능력은 공감이라는 것도. 아무리 열심히 멋진 광고로 홍보해도 콜센터 직원의 영혼 없는 공감은 고객을 허탈하게 만들어.

백종원 씨가 진행하는 <골목식당> 프로그램을 보면, 요식업의 성공요소로 뛰어난 요리를 개발하는 것 못지않게 손님을 대하는 태도와 인성이 중요하다는 걸 일관되게 강조하더군.

그러니 구성원들의 공감 교육과 훈련에 각별히 신경쓰렴. 관련 책들도 함께 읽으며 토론하고, 고객불만 처리과정에서 공감을 제대로 했는지 점검하고, MBTI 교육과정에도 보내며 공감이 체화되도록 끊임없이 연마해야 해.

공감을 잘하는 것이야말로 조직의 보이지 않는 최고 경쟁력 이야.