

북미 자동차 산업 판매 가이드

인트로

프랭크 시나트라(Frank Sinatra)가 노래한 뉴욕뉴욕 노래 가사에는 이런 내용이 있습니다.

“만약 내가 그곳에서 해낼 수 있다면, 난 해낼거야 어디서든, 그건 온전히 너에게 달렸어 뉴욕, 뉴욕” 북미 자동차 산업에서는 “만약 내가 그곳에서 해낼 수 있다면, 난 해낼거야 어디서든, 그건 온전히 너에게 달렸어 디트로이트, 디트로이트”라고 부릅니다.

포드 자동차 회사, 제너럴 모터스 및 스텔란티스(크라이슬러)는 자동차 산업에서 공급업체로서 성공을 위한 기준을 세웠다. 옛날 마티니 바에서 점심을 먹던 세일즈의 시대는 끝났습니다. 그땐 모든 엔지니어들과 바이어들이 만나서 점심을 먹고 마티니를 마시며 사업에 대해 의논하고 세일즈맨이 계산을 하던 때였습니다. 오늘날 업계 공급업체로서 귀사는 비즈니스 성공을 위해 기준을 충족하고 경쟁력을 갖추어야 합니다. 점심은 먹을 수 있지만, 자동차 업계는 룰이 매우 엄격하기 때문에 규칙을 따라야 합니다.

전념

성공을 원한다면 잠재 공급업체로서 시장에 진출하기 위해 최소 3년 이상 노력을 기울여야 합니다. 자동차 업계는 이미 많은 공급업체가 있습니다. 왜 귀사를 필요로 하겠습니까? 더 나은 새로운 기술이 있나요? 귀사는 세상에서 가장 합리적인 가격을 가지고 있나요? 귀사는 세계에서 가장 적절한 타이밍에 배송이 가능합니까? 귀사는 세계 최고의 서비스를 가지고 있습니까? 다른 공급업체들 보다 시장에 진입하기에 적절한 시기와 적합한 위치에 있습니까? 귀사를 새로운 공급업체로 포지셔닝할 수 있는 지식과 경험을 갖춘, 업계를 이해하고 있는 영업 및 마케팅 파트너가 있습니까? 새로운 약기를 배우려면 연주의 기본기 첫 단계를 통과하기 위해 최소 3년의 노력을 기울여야 합니다. 여러분은 약기를 마스터하기 위해 남은 인생과 경력을 쏟으며 해를 거듭할 뿐 결코 마스터하지는 못할 것입니다.

저는 디트로이트 교외에서 태어나 자랐습니다. 피자는 제가 좋아하는 음식 중 하나입니다. 옛날에는 7자리의 숫자만 누르면 전화를 걸 수 있었습니다. 그리고 20분 후에 우리 가족에게 따뜻한 피자를 배달해 주었습니다. 많은 사람들이 대기업에 대한 대규모 사업 수주 개척의 중요성을 이해하지 못하고 있습니다. 어떤 사람들

은 7자리의 번호로 전화를 걸기만 하면 하룻밤 사이에 피자를 주문하듯이 수백만 달러의 기회가 생길 것 이라고 믿고 있습니다. 그들은 시간을 들이지 않고 이루어 지길 원하지만 불행하게도 그런 일들은 이루어지지 않습니다.

계약을 하지 않으면 장기적인 공급업체가 될 수 없습니다. 에드거 프린스는 프린스 코퍼레이션을 설립한 미국인 엔지니어이자 사업가였습니다. 존슨 컨트롤사에 판매된 이 회사는 현재 세계에서 가장 큰 시트 및 인테리어 공급업체 중 하나입니다. 에드거 프린스는 1970년대에 자신의 사업을 시작하기 위해 다이캐스트 기계 제조 회사에서 일을 그만 두었습니다. 그는 2칸 짜리의 작은 임대 주유소에서 요즘 만들어지는 거의 모든 차량에 장착된 불이 들어오는 선바이저 미러를 최초로 개발했습니다. 그 후 그는 OEM 제조를 위한 자동차 인테리어 시스템으로 사업을 다각화 하였고, 이후 프린스 코퍼레이션은 1996년 존슨 컨트롤사에 13억 5천만 달러에 매각되었습니다.

저는 소규모 회사에서 거대한 자동차 공급업체가 되었다는 이야기와 에드거 프린스처럼 누구든 해낼 수 있다는 내용의 이야기들을 많이 알고 있습니다. 그들은 모두 시장에 진출하기 위해 굉장히 전념 하였습니다.

어디서부터 시작해야 할까요

현재 승인되지 않았지만, 계약을 체결하고 싶은 자동차 공급업체, 혹은 승인 되었지만 주문이 거의 또는 전혀 없는 공급업체인 경우.

1. 어떤 회사들은 어느 정도 성공적인 기회를 위해 무역 박람회에 전시하지만, 모든 것은 부스를 방문하는 구매 권한을 가진 결정권자에게 달려 있습니다. 무역 박람회에 전시하는 것은 다소 비용이 많이 들 수 있지만, 고객에 대한 이해와 다양한 기회로 접근하는 방법을 알고 있어야 합니다.

2. 어떤 회사는 사업을 발전시키기 위해 직접 직원을 고용합니다. 그러나 첫 번째 오더가 들어오기 전에 급여, 의료 혜택 및 출장 비용 등의 더 많은 비용이 들 수 있습니다.

3. 영업 컨설턴트를 고용하거나 영업 담당 파트너를 고용합니다. 그들은 그 분야에서 경험이 있고, 이미 시장에서 좋은 관계를 형성하고 있을 것입니다. 또한 판매

및 개발 비용을 많이 공제할 수 있는 독립적인 사업체로 일하고 있습니다. 그들의 월 급여는 일반적으로 계약한 사업에 따라 적은 수수료와 함께 유지, 개발비를 절감한 비용의 1/3정도 입니다.

새로운 시장을 개척하는 최선의 방법을 결정했으면 이제 시작해야 할 때입니다.

시작하기

먼저 핵심 역량을 파악한 다음 핵심 역량과 일치하는 잠재 고객 목록을 작성합니다. 고객 목록이 완료되면 주요 연락처 및 정보를 추가하고 영업 개발 프로세스를 시작합니다.

고객 목록을 기반으로 전화를 걸어 회의를 잡고 승인된 공급업체 목록에 추가할 수 있도록 서비스를 제시합니다. 많은 의사 결정자들이 현재 공급업체에 문제가 없는 한 새로운 공급업체를 개발하는 데 시간을 들이고 싶어 하지 않기 때문에 이메일과 음성 메시지에 대한 응답을 잘 하지 않아 생각보다 오래 걸릴 수 있습니다. 이 부분은 주요 담당자들과 이미 좋은 관계를 형성하고 있는 영업 컨설턴트에게 매우 유용한 영역입니다.

미팅을 잡은 뒤에는 시간을 내어 서비스 프레젠테이션을 발표 합니다. 구체적인 질문을 할 시간이 있도록 프레젠테이션을 10분으로 줄이십시오. 일부 납품업체들이 30분 넘게 발표하려고 하는데 질문할 시간이 없어서 발표가 흐지부지 될 때가 있습니다.

다음과 같은 질문을 하세요: 새로운 공급업체를 추가 하겠습니까? 오늘 특이사항이 있습니까? RFQ 금액을 확인해 주시겠습니까? 견적을 낼 수 있는 새 프로그램이 있습니까? 오늘 여기에 참여하지 않은 다른 담당자가 있습니까?

시간을 내주신 분들에게 감사드리고, 한 달에 한 번 연락처에 전화를 걸어 점심 식사나 추가 회의를 가질 수 있도록 노력해 보세요. 경쟁업체로부터 귀사의 제품 유형을 구입한다는 사실을 알 수 있을 때 까지 계속 연락해야 합니다. 처음 연락을 취하는 과정에서 다른 엔지니어와 결정권자를 알아야합니다. 그다음 여러분이 만나는 모든 사람들과 그 과정을 깊고 넓게 반복하세요.

첫 번째 RFQ

첫 번째 RFQ를 받아 금 처럼 취급하는 많은 기업들은 메이저 자동차 회사에서 어떻게 RFQ를 받는지 알지 못합니다. 정확하게 견적을 낼 수 있는 데이터가 있는지 확인하고, 고객에게 즉시 알려줄 수 없는 경우 제품을 견적과 동일하게 만들 수 있는지 확인하십시오.

RFQ가 언제 도착하는지 타이밍을 맞추어야 합니다. 견적 부서는 귀사의 성공에 매우 중요하므로 모든 견적을 굉장히 신중하게 검토해야 합니다.

많은 공급자들은 구매자들과 카드 게임을 하길 원지만 거의 효과가 없습니다. 대부분의 자동차 구매자들은 책에서 견적 트릭을 본 적이 있으며, 그러한 유형의 회사는 재빨리 꼬리표를 붙입니다.

바이어가 귀사를 존중하고 관심을 기울일 수 있도록 견적을 매우 정직하게 작성하는 것이 좋습니다.

견적서를 제때 작성했으면 후속 조치를 취하기 최소 일주일 전에 구매자에게 연락하십시오. 구매자들은 엔지니어링, 생산 공장, 고객, 그리고 다른 공급자들을 지원하는 매우 바쁜 사람들입니다. 너무 재촉하지 마세요. 그러면 구매자에게 불쾌감을 줄 수 있고 당신과 당신 회사가 안 좋게 보일 수 있습니다.

저는 007의 제임스 본드 처럼 접근합니다. 굉장히 정중하게 “좋은 아침입니다 구매자님, 잘 지내고 계십니까” 라고 이메일이나 음성 메시지를 보냅니다.

■ 최근 견적서에 대한 추가 정보가 필요하십니까?

■ 공장 경영진에 알려드릴 수 있도록 언제쯤 피드백이 가능하니까?

부담 갖지 마시고 시간이 되실 때 회신 부탁드립니다.

좋은 하루 되세요!

감사합니다.

공급사 올림.

무지개 끝에 보상이 있으니 인내심을 가지세요. 많은 구매자가 예산 목표 금액을 맞추기 위해 동일한 제품을 3번까지 견적하도록 요구할 것입니다. 그렇다고 견적

을 한 번 보고 비용을 절감해야 한다는 의미는 아니니, 가능하다면 비용을 낮추려고 노력해 보시기 바랍니다.

최종 견적이 나오면, 구매자가 견적을 수락했는지 아닌지를 말해줄 것입니다. 만약 여러분이 낙찰되지 않더라도, 항상 감사하는 태도를 가지세요. 그래야 다음 프로젝트에서 구매자가 당신을 다시 찾을 겁니다. 아직 수주하지 않았더라도 프로젝트 견적을 낼 기회를 절대 놓치지 마십시오. 예를 들어, 나는 잠재고객들에게 첫 번째 프로그램을 따낼 때까지 20번 이상 제시를 했고, 바이어 들은 항상 저에게 돌아왔습니다. 왜냐면 그/그녀는 제가 제 시간에 답할 것을 알고 있었고, 그것은 고객들과의 관계를 강화하는데 도움이 되었기 때문입니다. 당신은 어디에도 가지 않고 위로 올라갈 수 있는 산업에 전념했다는 것을 기억하십시오. 또한 여러차례 도전했음에도 사업을 따내지 못했지만 결국 성공해낸 에드거 프린스 씨를 기억하십시오.

일단 사업 수주를 받게 되면, 고객을 황금처럼 대하고 급여, 새 장비, 연금, 퇴직금, 별장, 또는 프린스씨 처럼 전용기 구입비를 지불하는 사람은 고객이라는 것을 기억하십시오. 이는 고객을 위한 것이며 P.O.(구매 주문서)와 함께 기회를 줄 수 있는 사람을 항상 존중해야 합니다.

이제 사업을 따냈군요

첫 번째 주문이 있으니 새로운 고객을 지원하는 데 최선을 다하세요. 이기는 것도 당신의 고객이고 지는 것도 당신의 고객입니다.

경쟁자들이 당신의 점심을 먹지 않도록 고객 서비스와 실력을 쌓으세요. 고객을 위해 최선을 다하면 여러분의 미래는 끝도 없습니다.

감사합니다.

존 맥도널드

글로벌 자동차 부품 판매(Global-ACS Inc.)