

성공을 위한 세 가지 Core:

본질을 지키는 힘

코어(Core)는 영어로 중심, 핵심이란 뜻으로 '몸의 중심'이라는 의미다. 내가 몸담은 의료기기 사업은 인류의 건강에 직접 연결되어 있으므로 그 책임이 막중하고 그만큼 모든 업무의 매 과정들이 신중하다. 오늘 이 의료기기 사업에서 내가 생각하는 중요한 3가지 Core를 독자분들과 함께 나누고자 한다.

첫째는, 우리(제조사) 자체의 Core다.

의료기기는 사용목적과 사용시 인체에 미치는 잠재적 위해성 정도에 따라 등급이 연방식약청(FDA) 기준으로 3단계로 나뉘는데 등급이 낮을수록 진입장벽이 낮다. 다시 말해, 쉬운 제품일수록 경쟁이 심하다는 의미이며 최근 저가이지만 품질이 괜찮은 경쟁제품들이 우후죽순처럼 생겨나서 위협하고 있다. 이를 위해 기술개발뿐 아니라 완전히 격차를 벌려놓는 개발력이 필요하다. 더불어 고객이 얼마나 우리와의 거래를 쉽게 즐길 수 있을지도 중요하다. B2B 고객들도 B2C 고객들처럼 digital transformation을 통한 거래의 명확성, 투명성과 주문진행 트래킹까지 업데이트 받기를 원한다. 이를 위해 제조사-고객 포털 시스템을 구축하면, 경쟁사와의 격차를 더욱 벌릴 기회가 된다.

둘째는, 우리(제조사)와 고객(딜러 혹은 의사들)과의 Core다.

제조활동은 시장과 고객의 니즈를 반영하여 고객에게 최종의 가치를 전달하는 매우 중요한 프로세스다. 우리는 고객을 위해 존재하며 우리가 하는 서비스와 제조하는 제품의 출발점이 '고객'이다. 가장 중요한 것은, 고객의 의견을 넓고 깊게 듣고 수렴하는 것이다. 고객중심사고는 모든 사업계획, 기술과 개발 그리고 혁신의 출발점이고 경영진부터 모든 직원이 항상 지녀야 할 기본이다. 고객들의 요구가 개발, 제품과 서비스에 녹아져 있어야 한다. 그들의 의견을 우리 것으로 소화하고 그것을 바탕으로 제품을 개발한 후에 여러 번에 걸쳐 소비자들의 의견을 듣고 수정하는 반복적인 사이클을 거쳐 최종 완성품이 만



윤은석

메타바이오메드 미국 법인장

들어질 때 의료현장 위험을 최소화할 수 있을 것이다.

마지막으로, 제조사와 고객 그리고 최종 고객(환자)간의 연결된 Core다.

메타바이오메드의 경영이념 중 미션은 '인간의 질병을 예방하고 치료하며 인류의 장수와 건강, 행복한 삶을 위해 존재한다.'이다. 나는 이 미션을 매일 업무 순간에 되새김질한다. 고객의 문의 연락, 이메일 하나도 감사함으로 받는다. 특히, 고객이 우리의 서비스와 제품에 대해 칭찬해 주실 때 말할 수 없는 보람과 감사 그리고 기쁨을 느낀다. 그리고 그 칭찬을 직원들과 나누고 격려할 때 시너지는 자동으로 충전된다. 매출과 목표달성 압박이 있을 때도 있지만, 고객을 우선시하고 좋은 것을 제공하면 고객은 우리를 좋아하고 입소문으로 퍼지며, 신뢰로 보답받는다라는 것을 믿고 현장에서 수없이 경험했다.

필자는 해외 법인에 대하여, 한국의 회사들이 해외 해당지역까지 튼튼한 공급관을 설립하는 이미지를 떠올리곤 한다. 그 공급관을 통해 차별화된 서비스와 제품 등이 흘러들어오고 해외 매출의 성과가 그 공급관을 통해 다시 흘러 들어간다. 즉, 공급관은 튼튼히 설치되어 있되, 그 공급관을 통해 흘러오고 흘러가는 유속과 유량은 각 사의 역량이요 Core의 차이이다. 동시에, 그러한 공급관(해외 법인)을 갖춘 회사들은 상당한 우위에 있되, 승부는 무엇을 얼마만큼 흘러보내고 다시 받을 것인가에 있다.

글을 마무리하며, 많은 사람들이 '초심이 중요하다'·'Back to basic'이라는 표현을 하는데, 각자의 업계에서 각 업체들이 가진 Core가 튼튼한지 돌아보는 시간이 되길 바란다.