

## 좋은 비즈니스 파트너 구하기

### -일본 기업 선택 포인트-

#### 1. 파트너를 구하기 전의 준비 작업: 「정리」

(1) 어떤 비즈니스를 어떻게 전개하고자 하는가.

파트너에게 명확히 구체적으로 설명함으로써 파트너의 이해도가 높아진다면 성공이다.

(2) 우리 회사의 강점은 무엇인가.

파트너의 필요성을 다시 재검토한다.

(3) 사업을 전개할 때 어떤 비즈니스 모델을 가지고 있는가.

모델의 기능별로 우리 회사에서 맡을 수 있는 기능(능력)과 부족한 기능(능력)을 명확히 한다.

(4) 부족한 기능과 능력을 보완해주는 파트너 기업 요건은 무엇인가.

요건을 명확히 한 후 그것에 맞는 후보 기업을 찾는다.

## 2. 비즈니스 파트너를 선택하는 기준: 「Win・Win 관계」

- \* 혼자 독점하지 않고 서로 기쁨을 나눌 수 있다
- \* 앞으로 오랫동안 일을 하면서 성장하겠다는 공감대를 형성할 수 있다
- \* (경우에 따라) 금액, 위험성, 역할 모든 측면에서 동등하게 분담할 수 있다

## 3. 비즈니스 파트너로 선호되는 조건: 「신뢰성」

### (1) 결정된 사항은 끝까지 변경하지 말자.

한국인은 뛰면서 생각하느라 빨리 뛰어가지만 도중에 방침이 변하는 경우가 많다. 반면 일본인은 생각만 하느라 쉽게 움직이지 않지만 일단 움직이기 시작하면 그 움직임에 오차가 없다. 이러한 사고방식의 차이는 한국과 일본이 파트너가 되어 공동작업을 할 때 충분한 장애가 된다. 따라서 중요한 결정 사항은 신중히 판단한다는 태도를 보여줘야 한다.

### (2) 우리 회사를 소개하는 자료나 샘플을 준비해 두자.

우리 회사의 기술력과 강점을 명확하게 설명할 수 있으면 상호이

해가 가능해 진다. 경우에 따라 번역이 잘 못된 일본어보다 영어가 효과적일 수 있다. 오타가 없도록 주의해야 한다.

### (3) 상대방이 중요시하는 기준에 맞추자.

‘가격, 운송비용’, ‘경영자의 신뢰성’, ‘품질의 우수성과, 서비스’, ‘상호이해’, ‘생산체제, 검품체제’, ‘거래실적’, ‘납기’ 등의 기준

특히 일본에서는 경영자의 신뢰성은 매우 중요한 요소이다.

### (4) CEO가 매력적인 사람이 되자.

성공한 사람들은 남에게 호감을 이끌어내고 인정을 받는 데 타고난 능력을 갖고 있다. 이런 사람들이 교섭하면 파트너 체결 가능성이 높다.

### (5) 대화할 때는 눈을 맞추자.

사회학 연구에 따르면 대화하는 동안 상대방의 눈 주위를 바라보는 것은 전체 시간의 80~90% 정도가 적당하다. 상대방의 호감을 이끌어내고 그와 공감하고자 하면 80% 정도가 좋다.

#### 4. 비즈니스 파트너와 충돌하지 않기 위한 조건: 「확인」과 「책임」

##### (1) 일본 특유의 언어 습관을 이해하자.

일본에서는 확실한 의사표현이 간혹 실례가 되기 때문에 애매모호한 표현을 사용할 경우도 있다. 중요한 사항은 반드시 확인하자.

\* 일본인이 말하는 “검토 하겠다”는 70%이상 가능성이 없다는 의미

##### (2) 일본이 요구하는 품질수준, 출하검품의 관리방법, 수출자의 책임범위를 명확히 하자.

일본은 특히 외부적 흠에 대해 신경을 많이 쓴다. 어느 정도 흠까지 수용이 가능한지 확인하도록 하자. 또한 수출할 때 포장을 잘하는 것도 중요한 일이다. 포장상태를 보고 제품이 불량이라고 판단하거나 성의가 없다고 생각하는 경우도 있기 때문이다.

##### (3) 출하 후 품질문제가 발생하면 신속히 해결하자.

문제 발생시 변명을 하지 않고 바로 사과하는 것이 우선이며 바로 문제해결의 태도를 보여야 한다.

##### (4) 확실한 생산체제를 구축하자.

불량품을 생산하는 확률이 낮고 확실한 생산체제를 구축하고 있다는 것을 상대방에게 보여주자.

## 5. 비즈니스 파트너를 찾는 방법: 「전시회 / 상담회」

### (1) 전시회 참가 비용과 효과를 사전에 조사하자.

정말로 우리 회사의 목적에 맞는 전시회인지를 미리 파악해야 한다. 참가 예정인 전시회를 시찰하는 것도 좋다. 회사의 사업계획에 효과적이라고 판단되면 다음부터 참가하면 된다.

### (2) 참가가 결정되면 현지 업계의 전문잡지에 우리 회사를 홍보하자.

우리 회사 제품 관람자를 늘리기 위해 현지의 유명한 업계전문잡지를 통해 홍보하자. 업계전문 작가를 소개받아 의뢰를 하는 것도 좋다. 또한 현지 업계의 리스트를 구할 수 있다면 직전에 자기소개와 출전 안내문을 잡지 기사와 함께 우편으로 해당 기업에 송부하는 방법도 있다.

### (3) 우리 회사와 맞는 전시회, 상담회가 있을 때만 참가하자.

위의 준비과정을 거쳐서 참가했을 때 실속있는 비즈니스 파트너 후보와 접촉할 수 있는 가능성이 높아진다.