

04

사업서비스

네모파트너즈차이나

중국은 경영컨설팅도 기회의 땅



한국에서는 내로라하는 경영컨설팅 전문기업인 네모파트너즈였지만, 초기 중국에서의 사업은 쉽지 않았다. 고객발굴과 확보라는 첫 단계부터 막혔다. 중국이 지역적으로 넓기 때문에 신뢰도 높은 데이터를 확보하기가 어려웠던 것이다. 결국 고객발굴은 한국 본사와의 협업 및 다양한 대외 활동으로 해결했는데, '서울IR그룹'과 같은 컨설팅회사들과의 적극적인 제휴로 현지 네트워크를 꾸준히 넓히고, 글로벌 데이터베이스와 로컬 데이터베이스를 활용해서 필요 시 내부적으로 분석하여 고객데이터를 확보했다.



- 회사명 : 네모파트너즈차이나
 - 대표 : 안 효 윤
 - 분야 : 사업서비스/컨설팅
 - 홈페이지 : www.nemopartners.com
-

중국은 여전히 기회의 땅이다. 개혁개방 직후에도 그랬고 지금도 그렇다. 많은 한국기업들이 중국으로 몰려가고 있다. 특히 한-중 자유무역협정(FTA)이 조만간 발효되면 또 새로운 기회들이 생겨나고 다양한 방식으로 기업들의 진출이 이어질 것이다.

그러나 중국은 기회의 땅이면서 동시에 ‘위험한 땅’이기도 하다. 중국에 진출한 다수의 한국 기업들이 어려움을 겪고 있는 것은 그 때문이다. 공장을 설립하고 운영하는 과정에서 절차상의 문제나 법률의 제한 등으로 당혹스런 상황에 처하거나 중국 시장에 대한 이해도가 낮아 진입 후 시장 공략에 실패하기도 한다. 심지어 사기 피해를 당하기도 한다.

국내 최대 경영전략 컨설팅회사인 네모파트너즈(대표 류재욱)는 이러한 문제를 말끔히 해결해줄 수 있는 현지 비즈니스를 출범시켰다. 네모파트너즈의

중국법인 네모파트너즈차이나(대표 안효운)를 통해서다.

📍 중국에 진출한 한국기업을 컨설팅하라

본사인 네모파트너즈는 2000년 설립된 경영전략 컨설팅회사로서 현재 250여명의 컨설턴트를 보유하고 있다. 중국(베이징), 아랍에미리트(아부다비), 리비아(트리폴리) 등 7개국에 지사를 운영하고 있는 국내 지식산업 해외 진출의 선도 사업자다. 주요 서비스 영역은 경영전략, M&A, 인사조직, 교육, 혁신 등 경영의 전 부문 및 고객사의 모든 조직 레벨을 대상으로 한 컨설팅이다. 네모파트너즈는 지금까지 국내에서 대기업 및 중견기업, 공공기관, 지자체 및 정부, 다국적 기업, 외국계 투자기관 등 다양한 기업고객을 대상으로 1000여개의 프로젝트를 성공적으로 수행해왔다.

이 회사의 중국법인인 네모파트너즈차이나는 국내에서의 경험과 핵심 역량을 기반으로 2010년 베이징에서 경영컨설팅 서비스를 시작했다. 주요 고객사는 중국에 진출하려는, 혹은 이미 진출한 우리 기업들이다. 대부분 중소 상장사인 중국진출 기업들이 현지에서 주로 어려움을 겪고 있는 마케팅에서의 성공 전략 수립을 비롯해 다양한



네모파트너즈의 글로벌 네트워크.

컨설팅 서비스를 제공하고 있다. 중국에 진출한 한국 기업이 중국에서 안정되게 정착을 할 수 있도록 지원하는 것이 사업의 핵심이다.

현지기업과 제3국 기업으로 영역 확대 계획

이와 같은 서비스 특화는 중국 내 사업전략 부문에서 최고의 전문가로 꼽히는 안효운 대표가 있었기 때문에 가능했다. 안 대표는 중국 비즈니스에 대한 이해와 현지 심층(Insight) 정보를 기반으로 한국 기업 관점에 적합한 컨설팅 서비스를 제공하기 위해 애쓰고 있다. 앞으로 현지 기업과 제3국 기업 영역으로도 사업을 확대한다는 계획이다. 따라서 중국에 대한 종합적이고 깊은 비즈니스 서비스 역량이 더욱 필요하게 되었다.

중국 내에는 글로벌 메이저 컨설팅 회사들이 타깃으로 삼는 상위 고객층(High-tier) 시장과 중국 현지 컨설팅 회사 중심의 하위 고객층(Low-tier) 시장이 함께 존재한다. 상위 고객층 시장은 서비스 가격이 지나치게 높고 하위 고객층 시장은 서비스 퀄리티가 낮다는 특징이 있다. 네모파트너즈차이나는 적정가격에 기초하여 서비스 퀄리티를 높인 중간 고객층(Mid-tier)을 타깃으로 삼았다.

한국에서는 내로라하는 경영컨설팅 전문기업인 네모파트너즈였지만, 초기



중국에서의 사업은 쉽지 않았다. 고객발굴과 확보라는 첫 단계부터 막혔다. 중국이 지역적으로 넓기 때문에 신뢰도 높은 데이터를 확보하기가 어려웠던 것이다. 결국 고객발굴은 한국 본사와의 협업 및 다양한 대외 활동으로 해결했는데, ‘서울IR그룹’과 같은 컨설팅회사들과의 적극적인 제휴로 현지 네트워크를 꾸준히 넓히고, 글로벌 데이터베이스와 로컬 데이터베이스를 활용해서 필요 시 내부적으로 분석하여 고객데이터를 확보했다.

고객사를 ‘추종자’가 아닌 ‘리더’로 만들어라

네모파트너즈차이나가 성공할 수 있었던 결정적 요인은 해외 성공사례 벤치마킹을 통한 ‘추종자(Fast follower) 전략’에 많이 의존하던 한국의 1세대 컨설팅 방식이 적절치 않다는 사실을 밝혀낸 데 있다. 네모파트너즈차이나는 한국기업 고유의 조직문화 및 혁신 마인드 DNA를 이해하고 고객사가 해당 산업 내 리더(Leader) 혹은 창조자(Creator)로 성장할 수 있도록 구체적인 방안을 제시하는 2세대 전략 컨설팅을 창안했다.

또 기업과 정부 등 전략컨설팅 수요자의 니즈 세분화 및 다변화에 따라 컨설팅 서비스 제공범위와 기간을 맞춤형으로 바꿨다. 그리고 산업 유형별 전문성과 다양성을 동시에 제공할 수 있는 능력을 확보했다.

이러한 능력을 바탕으로 네모파트너즈차이나는 중국 내에서 SK 그룹과 ICT Industry Research 프로젝트 등 10건, 삼성 그룹과 Samsung Group China CSR Strategy 프로젝트 등 4건, LG/LS 그룹과 LS Mtron New Product STP Strategy 프로젝트 등 5건, 그밖에 KOTRA(대한무역투자진흥공사)와 KIET(산업연구원) 등 여러 기업들의 프로젝트를 성공시켰다.

앞으로도 중국은 성장성이 매우 높은 매력적인 시장이 될 것이다. 최근 글

로벌 경제위기와 맞물려 불확실성이 커진 것이 컨설팅 서비스의 수요를 증가시키고 있는데 이는 중국에서도 마찬가지이다. 또한 경영컨설팅과 같은 지식 부문은 경제가 성장하면서 지속적으로 수요가 늘어나는 시장이기도 하다. 이미 많은 기업이 컨설팅 업체의 서비스 지원에 힘입어 성장을 이어가면서 경영 컨설팅 서비스의 중요성을 깨닫고 있다는 점이 이를 방증한다.

“중국에서의 비즈니스를 지역 커버리지(Local Coverage) 사업과 비-지역 커버리지(Non Local-Coverage) 사업으로 구분한다면 지역 커버리지 서비스 사업에 집중하는 것이 성공의 지름길입니다. 중국이 워낙 넓은 나라여서 1개의 성을 1개의 나라로 보고 접근하는 게 맞기 때문입니다. 또 한국 서비스기업은 중상층(High-Mid Tier) 시장을 공략해야 합니다. 하층(Low-tier) 시장은 가격경쟁력에서 어렵기 때문이지요.” 컨설팅 서비스 부문에서 중국 진출을 준비하는 기업에게 안효윤 대표가 전해주는 말이다.



■ Success Points

- 제휴 통해 부족한 현지 네트워크 구축
- 2세대 전략컨설팅 창안
- ‘적정가격 고품질’의 중간고객층 공략
- 산업 유형별 전문성과 다양성을 동시에 제공