

MAKING IT PERSONAL



From New York

JP

To Hong Kong

픽업더폰! (Pick up the phone!)

2000년대 중반, 뉴욕에서 아시아 주식시장을 커버하는 기관 영업으로 커리어를 새롭게 시작했을 때, 아시아 시장은 활황이었지만 정작 그 열기를 체감할 여유는 없었다. 중국과 동남아시아의 주요 기업들이 연이어 상장하던 시기였고, 일주일에 IPO 클로징만 네 건을 진행했던 기억도 난다. 당시 증권사 주니어 영업직이 시니어 펀드매니저와 깊은 대화를 나눌 기회는 거의 없었지만, 중국 IPO 덕분에 그런 기회를 꽤 많이 가질 수 있었다. 다양하고 깊이 있는 시각을 배우는 데 큰 도움이 되었고, 지금 돌이켜보면 정말 운이 좋았던 시기였다. 만약 그 시절 중국 IPO들이 없었다면, 주요 고객들과의 관계를 구축하는 데 훨씬 더 많은 시간이 걸렸을 것이다. 그때는 미국 시장에만 투자하던 펀드들도, 펀드 규약이 허용하는 범위 안에서 아시아 시장에 투자해보려 먼저 연락을 해오기도 했다. 시장이 얼마나 과열되었는지는 중국 석탄 기업들이 높은 밸류에이션으로 상장되고, '석탄은 검은 진주다'라는 제목의 리포트까지 나왔던 일화만 봐도 충분히 알 수 있다. 지금의 ESG 시대에는 상상도 하기 어려운 일이다.

하지만 곧 베어스텐스와 리만브라더스가 무너지며 글로벌 금융위기가 시장을 덮쳤다. 자산운용사들은 환매 위기가 닥쳤고, 증권사 주가는 곤두박질쳤으며, 매주 해고가 이어졌다. 1년 전 상장한 주식들의 주가도 급락했고, 고객과의 전화로 시끄럽던 세일즈 플로어는 순식간에 조용해졌다.

그때, 오랜 경력을 가진 한 시니어 세일즈가 우리에게 이렇게 말했다.

“얘들아, 지금 같은 시기에는 그냥 전화기를 들고 고객한테 연락해. 시장이 좋을 땐 모두가 펀드매니저에게 전화를 걸고, 너희는 눈에 띄기 어려워. 하지만 지금처럼 모두가 피하는 시기에는 오히려 네 전화가 기억에 남아. 고객들은 지금 주식 아이디어를 바라는 게 아니야. 환매 때문에 아무것도 할 수 없어. 그냥 누군가와 이야기하고 싶을 뿐이야. 많은 걸 말할 필요도 없어. 그냥 '커피 한잔 하실래요?'라고 물어봐”

“Guys, pick up the phone and call your clients. When the market is good, everyone is calling them - it's hard to stand out. But when things are bad like this, no one is reaching out. Right now, they are not looking for your best stock idea - they're dealing with redemptions and don't have much flexibility. Don't worry, they're not

going to blame you. They just want to hear from someone. You don't need to say much – just ask 'would you like to grab a cup of coffee?'

용기를 내어 평소 전화로 연락하기 어려웠던 (당시 대부분의 소통은 보이스메일이나 이메일이었음) 시니어 펀드매니저들에게 전화를 걸었고, 놀랍게도 대부분의 고객들은 커피, 점심식사, 퇴근 후 와인 한 잔 등의 제안에 흔쾌히 응해주었다. 그들은 전반적인 시장 상황에 대해 듣고 싶어 했다. 불마켓에서는 같은 제안을 해도 고객의 관심을 끌기 어려웠지만, 베테마켓에서는 아무도 '픽업더폰'을 하지 않기 때문에 오히려 고객의 긴 시간을 가질 수 있었다.

그 시니어 세일즈는 아시아에 살아본 적도 없는 미국인이었지만, 아시아에 투자하는 펀드매니저들과의 관계를 'own'하고 있었다. 그 이유가 바로 이런 태도에 있다는 걸 그때 깨달았다. 먼저 다가가는 태도, 고객 입장에서 생각하는 마음이 결국 신뢰를 만드는 것이었다. 이 경험은 지금도 내 안에 깊이 남아 있고, 시장이 하락하거나 변동성이 클 때 케이프리티덤인사이드를 더 자주 발행하는 이유이기도 하다.

또 하나 기억에 남는 소통의 경험은 보이스메일이다. 당시 (스마트폰이 나오기 이전의 시절) 많은 고객들이 보이스메일을 듣고 필요 시 콜백하는 방식으로 소통했는데, 보스턴에 있는 한 대형 자산운용사의 인도 출신 펀드매니저와의 일화가 기억에 남는다. 나의 인도 관련 지식은 거의 전무했고, 인도 리서치 팀의 리포트를 전달하는 것이 내가 할 수 있는 전부였다. 당연히 그 고객 앞에서 내가 부가가치를 더할 수 있는 여지는 없었고, 남긴 보이스메일에 콜백을 받은 적도 없었다. 많은 증권사 세일즈들이 한두 달 시도하다가 포기했지만, 나는 보이스메일에 1-2 분 투자하는 것은 크게 손해볼 게 없다는 생각으로 1년 가까이 매주 한두 번씩 보이스메일과 이메일을 꾸준히 남겼다. 그리고 1년 뒤, 그는 증권사 보팅에서 나에게 높은 점수를 주었고 그때의 성취감은 지금까지도 생생하게 기억이 난다. 그 보팅을 받고 기뻐하던 나에게 내 보스가 이런 말을 해주었다.

"이 고객이 준 점수는 네가 열심히 노력해서 '얻어낸(Earn)'한 결과이다. 따라서, 너 스스로에게 자랑스러워 해도 된다. 하지만 이런 순간일수록, 네가 아직 아무것도 보여주지 않았을 때부터 응원해 준 다른 고객들에게 더 감사하는 마음을 가져야 하고 그들과의 소통을 게을리해서는 안된다."

그 말 역시 오래도록 마음에 남아 있다.

픽업더폰(Pick up the phone)은 단순히 전화를 걸라는 의미가 아니다. 고객과의 지속적인 소통을 게을리 하지 말라는 태도에 대한 메세지이다. 케이프리덤인사이드는 바로 이러한 마인드셋을 기반으로 한 케이프리덤의 소통 채널 중 하나이다. 비지니스가 성장할수록 한 명의 케이프리덤 팀원이 한 고객에게 할애할 수 있는 시간은 줄어들 수 밖에 없다. 하지만, '한국인의 경제적 자유 달성을 돕는다'라는 미션을 가진 자산운용사로서, 금융 지식의 보편화(Democratizing Access to Financial Literacy)를 지향하는 만큼, 케이프리덤인사이드는 '픽업더폰'과 같은 무게감을 가진 우리의 핵심적인 소통 수단이라 생각한다.

****이 글에 언급된 기업들은 주제와 관련한 예시이며, 케이프리덤자산운용의 투자 의견을 반영하지 않습니다.**

케이프리덤자산운용 준법감시인 사전확인필 제 25-0061 호 (2025.06.16~2028.06.15)