

## 경영 포인트

# 손님을 끄는 점포외장

### 눈에 띄는 '점포외장'으로 차별화를

손님을 어떻게 점대로 끌어들이는지는 여러 가지 요소를 생각할 수 있다. 제과점의 경우 점포외장을 보고 점포에 들어가느냐 마느냐가 결정되어지는 경우가 굉장히 많다.

그래서 당신의 점포가 다른 점포와 비교하여 차별화를 이루는 "집객화"를 꾀하는 것이 고객입점에 대한 결정적인 방법이 된다.

점포외장을 「파사드(facade)」라고 부른다. 파사드를 구성하는 요소에는,

① 건물의 정면(외부 상하면, 기둥, 바닥 등)

② 점두의 간판류.

③ 어닝(awning) (텐트)

④ 입구 주변과 샘플케이스

⑤ 현수막걸이 또는 POP

등을 들 수 있다. 그리고 그 역할로써,

① 통행객에게 점포의 존재를 알린다.

② 통행객이나 목적객을 점두까지 끌어들이

점포외장은 손님과

처음 만나는 곳이며

커뮤니케이션 외 동기를 부여하는 곳이며,

그것이 판매촉진으로 연결되는 곳이다.

개성있는 점포의 표정은 그 자체가

최대의 손님을 부르는

광고매체라 할 수 있다.



다.

③ 구매결정을 도와준다. (7초동안)

④ 그 손님을 점대로 유도한다.

등을 들 수 있다. 결국, 점포의 눈에 띄는 외장과 간판의 조건은, 「소구성(訴求性)」과 점두까지 끌어들이는 「유도성(誘導性)」의 2가지 기능을 갖추어야 한다.

\* 소구성(訴求性) : 광고나 판매에서 상품을 선전하고, 상대방에게 사고 싶은 마음이 일어 나도록 하는 일.

### 좋은 점포외장의 조건

파사드(점포외장)는 손님과 처음 만나는 곳이며, 커뮤니케이션의 동기를 부여하는 곳이며, 그것이 판매촉진으로 연결되는 곳이라 할 수 있다. 개성 있는 파사드(점포의 표정)는 그 자체가 최대의 손님을 부르는 광고매체(수단)라고 할 수 있다.

파사드는 눈에 띈다고 하는 요소가 중요하지만, 그 요소가 단순히 기발하다거나 엉뚱해 서만은 안된다. 거리의 환경을 해쳐서는 곤란하다.

파사드의 좋은 조건으로써

① 손님의 계층과 상품의 내용에 맞을 것.

② 주위환경과의 조화.

③ 어느 정도의 대담성과 의외성을 갖을 것.

④ 때로는 유머적 요소가 포함되어 있을 것.

⑤ 친숙함과 들어가고 싶은 마음이 생기게 할 것.

⑥ 고풍과 전통을 느낄 수 있을 것. (이것은 오래된 점포의 경우)

등을 들 수 있다.

이 중에 가장 기본이 되는 것은, 무엇을 중점상품으로 제공하고 어떤 계층의 손님을 대상으로 하는가를 생각하며, 또한 경영자 자신의 경영이념이나 방침 등을 명확히 한 후에 표현을 하는 것이 중요하다고 할 수 있다.

### 아이 캐처(Eye Catcher)로 개성을 살린다.

아이 캐처란, 아이 스톱이라고도 말하며 사람의 눈길을 끄는 것을 주목적으로 한다.

점포외장에는, 지금까지 든 것과 같이 건물 자체의 구조에 개성을 내는 방법과, 건물은 일반적이지만 그 주변에 아이 캐처를 연출하여 개성을 내는 방법이 있다. 입구 주변에 점포자체의 성격을 인상짓는 특수한 기물이나 인물, 동물 등을 어떠한 가공이나 연출을 하여 눈에 띄게 하는 방법이다. 