

경영포인트

입점선택형 점포에서 손님을 끄는 종사자의 행동

종래의 이론적인 판매전략에서
 종사자의 판매활동은 적극적이어야 한다고 했다.
 그러나 매출을 올리기 위해서는 그 점포가 갖는
 특성이나 조건에 따라 종사자의 판매활동도 달라져야 한다.
 이번호에는 입점선택형 점포에서 손님을 유도할 수 있는
 종사자의 판매활동을 알아본다.

1. 입점선택형 점포란

점두에는 상품을 진열하지 않고 점내에 들어가야 비로소 상품을 볼 수 있는 형태의 점포를 입점선택형 점포라 한다. 말하자면 손님을 점포내로 끌어들이어 판매를 하는 점포를 말한다.

입점선택형 점포는 그 구조에서 보면 자세히 살펴본 후 선택하는 종류의 상품, 예를 들면 선물용이나 고액상품 판매에 적합하다. 입점선택형 점포는 종사자의 판매공간 크기에 따라 점포 성격이 변한다.

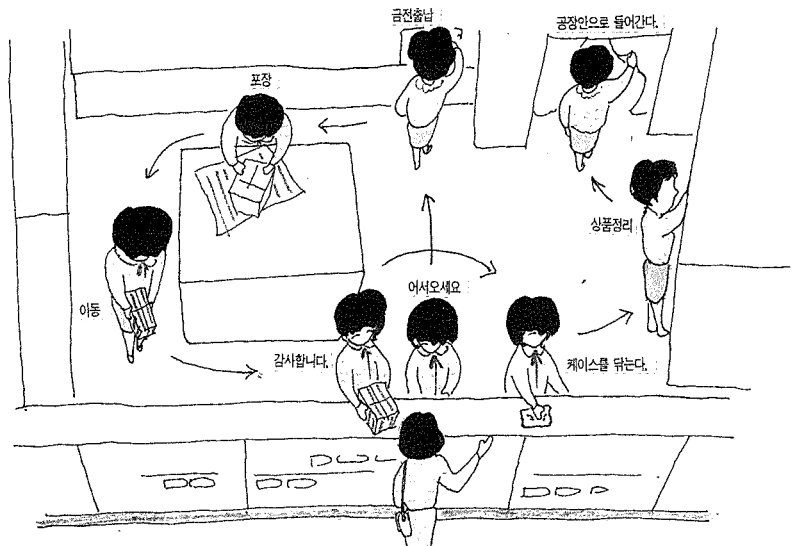
2. 판매공간이 좁은 경우 종사자의 행동

① 손님을 기다리는 것만으로는 손님이 오지 않는다.

이런 형태의 점포는 종사자의 판매공간은 보통 점포 안쪽에 위치한다. 그래서 종사자는 손님쪽에서 자신의 모습이 전혀 보이지 않고 점내에 들어와야 보이는 것으로 생각하기 쉽다.

그러나 손님은 점포에 가까이 오면서부터 종사자의 동정에 주의를 하고 있다. 손님은 점포 앞을 지나면서 그 점포의 상품이 흥미가 있는지 없는지, 또한 그 점포가 들어가기 쉬운지를 직관적으로 체크하고 있는 것이다.

그래서 입점선택형 점포의 경우에도 종사자의 행동이 중요한 것이다. 특히 판매공간



종사자의 판매활동 프로그램

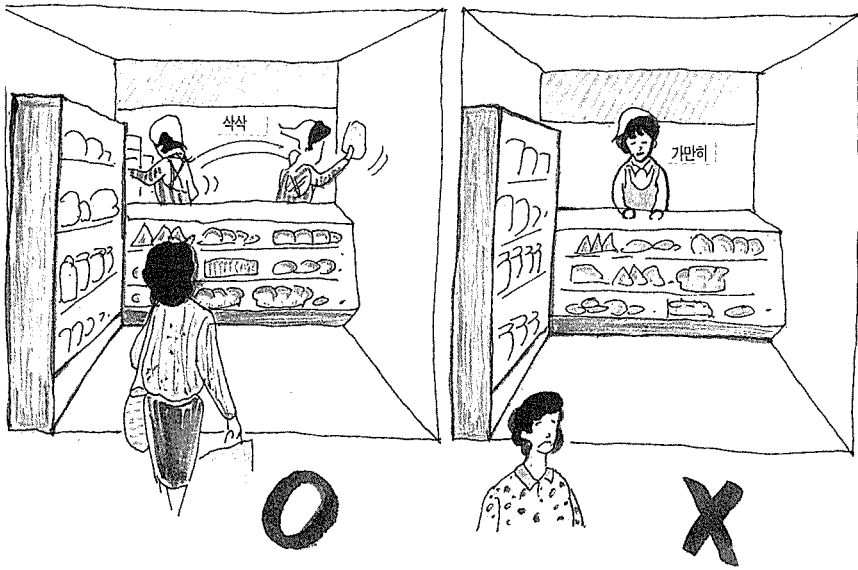
이 좁은 점포는 점포 전체가 작기 때문에 종사자의 모습은 밖에서 그대로 보이게 된다. 그런데도 점포 입구를 물끄러미 쳐다보고 가만히 서있거나 지루한 듯 진열대에 기대어 서 있는 경우가 많다.

비록 점내에 손님이 없다 하더라도(없을 때야 말로)작업중이라는 행동을 보여야 하는 것이다. 진열대를 닦거나 상품을 진열하거나 쇼윈도우를 닦는 등 작업은 비교적 찾아내기 쉬우므로 그것을 연결하여 종사자 행동에 대한 프로그램을 만드는 것도 좋을 것이다.

이 경우 삼가해야 할 것은 매장에 서서 손님을 기다리는 것이다. 이런 행동은 손님이 점내에 들어올 틈을 주지 않는다. 또 매장에 있을 때는 어떠한 작업이라도 하는 것이 중요하다.

② 지나치게 빠른 접객태도는 실패의 원인 「점내에 손님이 들어오는 순간 인사를 했는데도 손님은 들어오지 않았다. 인사가 부족했던 것은 아닌가. 좀더 적극적으로 대처했으면 판매를 할 수 있었을텐데」

의욕이 있음에도 불구하고 생각대로 매출



종사자가 진열대앞에서 손님오기만을 기다리는 것보다 진열대를 뒤거나 상품을 진열하는 자연스런 행동이 손님을 유도한다.

을 올리지 못하는 종사자의 대부분이 이런 경험을 갖고 있을 것이다.

종사자가 실패를 거듭하는 큰 이유에, 손님 행동을 오해하고 있는 경우를 들 수 있다.

입점선택형 점포의 경우 손님이 점내에 들어오면 구매를 할 것으로 생각하는데, 손님쪽에서는 누구에게나 구매받지 않고 상품을 보고 싶어한다. 그래서 마음에 들지 않으면 그대로 나갈 수도 있는 것이다.

손님이 점내에 들어와도 종사자는 자연스럽게 행동을 계속하는 것이 좋다.

손님이 한참 점내를 둘러보고 구매하지 않고 나간다고 해도 그것은 종사자의 탓은 아니다. 마음에 들지 않는 상품을 무리하게 파는 접객기술은 존재하지 않기 때문이다.

3. 판매공간이 넓은 경우 종사자의 행동

① 행동 연출은 손님을 부른다.

점포 형태중에 종사자의 행동이 가장 극적인 감동을 주는 것이 종사자의 판매공간이 넓은 입점선택형 점포이다.

이런 형태의 판매공간에는 종사자가 많이 들어갈 수 있다. 한사람의 종사자가 움직이는 것보다 5명의 종사자가 움직이는 것이 훨씬 큰 힘을 발휘한다. 종사자 전원의 활기찬 행동과 “안녕하세요” “감사합니다” 등

의 인사는 가까이 온 손님을 끌어들이는 강한 힘을 발산하기 때문이다.

이러한 상태의 점포에는 계속해서 손님이 들어온다. 그래서 손님이 충분히 기다릴 수 있는 여유가 있기 때문에 점내에는 장시간에 걸쳐 많은 손님이 머무르게 된다. 이것은 점포의 손님에게 있어서는 그 점포가 쾌적하고 인기있는 것으로 받아들여 지게 된다.

그래서 그 모습에 이끌려 손님이 점내에 들어오게 된다. 이렇게해서 점내에서는 손님이 손님을 부르는 연속적인 현상이 일어나게 된다.

이렇게 구조가 우수한 점포에서도 종사자가 진열대 앞에 늘어서 서 있다가 손님이 들어오자마자 “어서오세요” 하면 손님수는 줄어들게 된다. 종사자 전원이 일체가 되어 생동감 있게 움직이는 것이 중요하다.

② 넓은 판매공간은 무대

넓은 판매공간을 충분히 살린 판매활동을 전개하려면 어느 정도의 연출이 필요하다. 많은 종사자가 일제히 움직이기 때문에 일정한 틀이 없으면 판매활동이 어려워진다.

실제 손님으로부터 주문을 받으면 접객과 포장작업이 시작되기 때문에 문제가 발생하지 않지만 접객이 끝난 뒤 다음 손님으로부

터 주문을 받을때까지의 행동이 정지되는 경향이 있다. 이것을 조정하기 위해서는 종사자 한사람 한사람이 미리 정해진接客 프로그램을 갖고 그 사이에 손님 주문을 받도록 해야 한다.

요컨대接客이 끝나면 계속해서 프로그램을 진행하는 것이다. 이렇게 하면 손님쪽을 향해 그냥 서 있는 행동을 막을 수 있다.

예를 들면 기본 프로그램을 「케이스를 닫는다」→「상품을 정리한다」→「공장 안으로 들어간다」→「공장 안에서 나온다」→「점내를 이동한다」→「케이스를 닫는다(처음으로 되돌아간다)」로 정해둔다. 그리고, 손님으로부터 주문을 받으면 이 기본 프로그램을 중지하고接客 프로그램으로 들어간다.

接客이 끝나 손님이 돌아가면 가만히 서 있지 않고 처음 프로그램으로 돌아간다.

그림은接客을 처음부터 기본 프로그램으로 되돌아가는 것을 나타냈다.

이 행동을 10명에 가까운 종사자가 각각 실행한다면 그 점포는 항상 활기있는 상황을 연출할 수 있는 것이다.

③ 넓은 판매공간을 살리는 종사자 스타일

입점선택형 점포의 넓은 판매공간은 많은 손님을 끌어들이 수 있는 무대이다. 그래서 그 무대에 오르는 종사자는 역시 걸맞는 무대의상을 입어야 한다.

이런 형태의 점포에서 중요한 것은 전원이 일정한 프로그램에 따라 움직이므로 손님에게 자신의 개성을 판매할 필요는 없는 것이다.

중요한 것은 종사자 전원이 비슷한 느낌이 좋으며 자기만의 고정객을 만드는 것은 전체 조화를 깨뜨리게 된다.

많은 수의 종사자가 입는 유니폼은 점포 이미지에 큰 역할을 한다. 그래서 점포 개성에 맞는 여러가지 스타일을 생각할 수 있는데, 이런 형태의 점포에서는 점원수가 많고 움직임도 많기 때문에 눈에 띄는 색은 피하는 것이 좋다.

점포를 열 때 가장 생각해야 할 점은 손님의 주의를 될 수 있는한 상품에 끌리게 하는 것이다.

종사자의 유니폼이 너무 화려하면 그 움직임이 눈에 거슬려 손님의 주의를 끌 수 없게 된다. 