

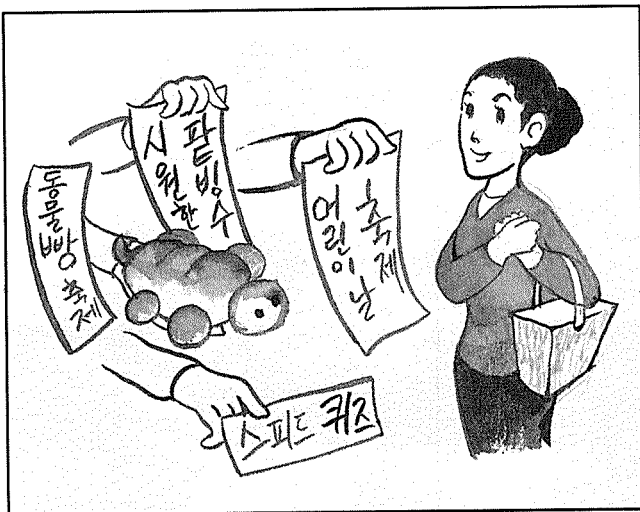
## 경영포인트

# 매출향상을 위한 판매전략②

아무리 좋은 상품력과 입지력을 갖추었다 해도 손님이  
구입하지 않으면 판매에 성공할 수 없다.  
즉 판매는 제과점의 매출과 직결되는  
가장 중요한 업무중의 하나다.  
이에 본지는 제과점의 매출을 향상시킬 수 있는  
판매전략을 소개한다.

• 판매 이벤트는 홈런보다 안타로 추진한다.

제과점의 판매방법도 앞서서 손님을 기다리는, 소극적으로 판매하는 시대는 끝났다. 점포안으로 손님을 끌어들이는 적극적이고 공격적인 판매 양상을 보이고 있는 것이다. 그러기 위해서는 점포안으로 손님을 유도하는 원인을 일으켜야 한다. 손님을 유도하는 방법으로는 특별전 시나 판매, 이벤트, 접객, 점포 인테리어 등 여러가지 방법이 있다.



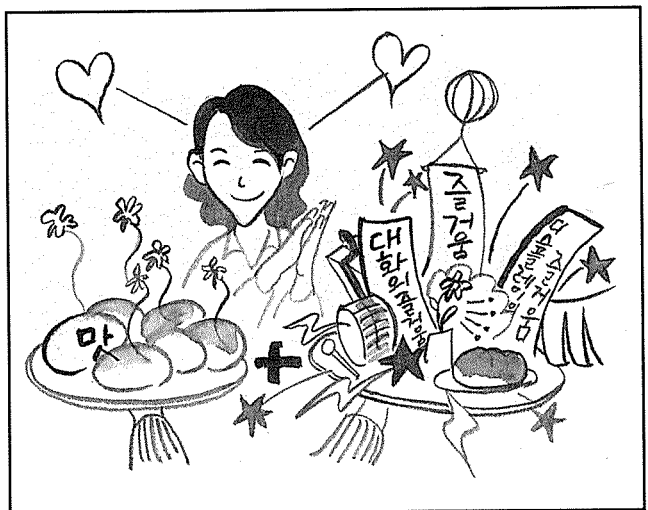
### 5. 판매 이벤트는 소규모로 자주 실시

1) 홈런보다 안타로 추진한다.

빵의 구매단가는 낮기 때문에 1회의 판매 이벤트나 특별판매로는 좀처럼 높은 매출액 성장을 기대할 수 없다. 때문에 제과점의 판촉 활동은 원칙적으로 홈런을 겨냥하기보다는 안타로 착실히 이벤트를 펼쳐, 소액의 매출을 축적해 가는 것을 기본으로 해야 한다.

2) 간단한 판매 이벤트

- ①일반적인 특별판매 (2월의 발렌타인데이, 5월의 어린이날.....)
  - ②신제품 발매
  - ③동물빵 축제
  - ④경품권 전달
- 3) 판매 이벤트를 추진하는데 주의할 점
- ①1~2개월 앞서서 기획한다.
  - ②계절감을 앞서 간다.
  - ③이벤트는 정기적으로 행한다.
  - ④기존의 판매망을 철저히 활용한다.
  - ⑤업체공동기획을 이용한다.



### 6. '맛'에 '즐거움'을 제공한다

• 디스플레이 연구나 대화·접촉 등으로 '즐거움이 있는 점포'를

만든다.

빵은 무엇보다 맛이 좋아야 한다. 그러나 요즘 이 '맛'에 더하여 '빵을 사는 즐거움'을 찾는 소비자의 움직임이 높아지고 있다.

이것은 성숙사회에서 나타나는 구매태도의 변화로, 「물건」에서 「물건+분위기」를 중시하는 시대의 흐름을 배경으로 하고 있다. 빵을 사는 목적과 함께 쇼핑의 즐거움도 추구하고 있기 때문이다.

또한 빵업계에서도 빵의 품질이 전반적으로 향상되었으며, 빵맛 이외의 것으로 차별화가 필요해 졌기 때문이다.

제과점 경영에서 빵맛 하나만으로는 부족하다. 그러기에 제과점에서 '맛'과 '즐거움'이 함께 필요해 졌다. '빵을 사는 즐거움'을 제공하기 위해서는 다음과 같은 연구가 필요하다.

- 1) 점포의 내장과 외장의 패션화
- 2) 대화와 접촉으로 즐거움 만들기
- 3) 특별전시나 특별행사의 즐거움(베이킹 교실, 샌드위치 교실 등)
- 4) 빵식을 즐기는 방법 제안 등



## 7. 신제품은 'POP'와 '시식'으로 선전

• 신제품은 누구나 알기 쉽게 진열함으로써 PR하고, 시식을 통해 판매한다.

어느 점포나 신제품을 개발하기 위해 많은 시간과 노력을 기울이고 있다. 그것은 정보수집이나 배합, 굽는법, 맛의 연구를 위해서이다.

그렇게 힘들어 신제품을 만들어 내도, 판매면에 있어서 연구, 대책이 서있지 않는 경우가 많다. 의외로 판매 단계에 들어가면 무작위로 진열대만을 차지하고 있는 경우가 많다.

아무리 맛이 좋은 신제품을 만들어도 판매방법이 좋지 않으면 잘 팔리지 않는 것이다. 맛이 좋은 제품을 만들어 예상한 판매가 이뤄져야 비로소 신제품 개발이 성공했다고 할 수 있다.

때문에 신제품을 만들어 내는 것과 같이, 신제품의 판매 방법도 신중하게 연구하여 대책을 세우는 것이 중요하다.

신제품의 판매방법의 요점은 제품을 보이고, PR하고, 시식하게

하는 것이다. 구체적으로 다음과 같이 실행해야 한다.

- 1) 신제품이 눈에 잘 띄는 코너에 볼륨감 있게 진열한다.
- 2) 신제품 코너를 만든다.
- 3) 신제품용의 알기 쉬운 POP을 만든다.
- 4) 매장에 시식코너를 설치, 시식케 한다.
- 5) 점원이 직접 신제품을 소개한다.



## 8. 상품진열은 다양하고 풍부하게

• 상품진열은 빵의 다양한 종류와 풍부한 양으로 구성하고, 주력상품을 중점적으로 진열한다.

매장의 매력 포인트는 상품진열에 있다. 상품진열을 하기 위해서는 1) 상품구성의 변화와 2) 상품의 양 등 2가지 요소가 잘 갖춰져야 한다.

항상 제과점에 가봐도 같은 경향의 비슷한 색을 한 빵이 진열되어 있는 점포가 있다. 이것은 상품구성의 변화에 대한 연구가 부족한 점포다. 또 구매하고자 하는데 상품이 드문드문 진열되어 있는 점포가 있다. 이것은 상품의 양이 부족하기 때문이다.

- 1) 상품구성의 변화를 주려면

① 상품구성을 다음과 같이 구성하여, 각각 균형있게 상품을 진열한다.

- |         |               |
|---------|---------------|
| a. 기본제품 | …… 전체의 60~70% |
| b. 계절상품 | ] …… 30~40%   |
| c. 기획상품 |               |

② 매월 계획적으로 신제품을 낸다.

- 2) 상품의 양을 풍부하게 하기 위해서는

- ① 잘 팔리는 상품은 자주 생산하여 진열한다.
- ② 볼륨감이 있는 진열방법을 연구한다.
- ③ 부지런히 상품을 정리하여 한데 모은다.
- ④ 관련상품을 적절하게 진열한다.

특히 중요한 것은 주력상품을 중점적으로 진열하는 것이다. 