

시즐러, 티지아이(T.G.I), 베니건스 등 외국의 대형 패밀리 레스토랑이 속속 국내에 상륙, 그 입지를 넓혀 가고 있는 가운데 순수 국내 브랜드의 패밀리 레스토랑이 등장, 관심을 모으고 있다. 화제의 업체는 피자체인업체인 코리아 토토스로서 지난 8월 '리틀 토토스' 라는 브랜드로 서울 답십리동에 첫 점포를 오픈한 이원석 본부장과 직영 1호점 점주인 이동화 씨를 답십리 점포에서 만났다.

“기존 분식가게의 개념을 고급화, 서구화하여 간편식을 선호하는 소비기호에 부응하고 부담 없이 가족 외식을 즐길 수 있는 종합 패스트푸드 전문점입니다.”

이 본부장은 지난 4년간의 피자체인사업 경험에서 쌓은 노하우를 바탕으로 새로운 개념의 점포를 개발했다. 지난 10년 동안 급성장한 피자 전문점이 거의 포화상태에 다달아 증가세가 둔화되고 있어 새로운 활로를 찾아야 한다는 상황 판단 때문이었다. 현재 토토스 피자는 전국에 120개의 가맹점을 두고 있고 이중 50% 정도가 제과점 내의 복합매장 형태로 운영되고 있다.

리틀 토토스는 치킨, 피자, 샌드위치, 햄버거, 아이스크림, 세트류 등 20여 가지의 제품을 갖추고 있는데, 본사에서 냉동상태로 가맹점에 공급하고 가맹점은 이를 즉석에서 해동, 세팅해 판매하게 된다.

“저렴한 가격에 고급스런 분위기에서 외식을 즐길 수 있다는 장점 때문에 대형 외식업소에 쉽게 접근할 수 없었던 지역 소비자들로부터 반응이 좋은 편입니다.”

처음엔 주방일이 손에 익지 않아 서툴렀지만 이젠 어느 정도 숙달됐다는 이동화 씨는 걱정과 달리 하루 50만원 이상의 매출을 올리고 있다고 밝혔다. 본인을 포함 3명의 적은 인원으로 다양한 품목을 취급할 수 있고 특별한 기술이 필요하지도 않아 부업에는 적격이라는 것이 그의 설명이다.

현재 리틀 토토스는 답십리점을 포함, 3개의 매장이 운영되고 있는데 코리아 토토스는 앞으로 피자체인 사업보다 리틀 토토스의 확산에 주력할 방침이다. “이름 그대로 점포 규모는 작지만 대형 외국 브랜드에 떨어지지 않는 강한 점포를 만들겠습니다.”



작지만 강한 국산 패밀리 레스토랑을 만드는

리틀 토토스

이원석 ·

이동화

전신마비를 딛고 일어난 신사고의 전도사

한국윙드마케팅연구원
원장 **최해병**

“단 한명의 고객이라도 놓쳐서는 안됩니다. 이를 위해 제과점은 빵사러 오는 곳에서 ‘빵사러 오는 곳’이라는 외식의 대전환이 절대 필요하죠. 이는 바로 고객의 입장에 선 정신입니다.”

업주 입장에서 고객과 맞닥뜨리는 시점을 최해병 씨는 ‘점점’이라고 말한다. 이 점점이야말로 마케팅전략에서 말하는 기회포착의 순간이다. 바로 이 한순간에 고객은 점포의 모든 분위기를 파악한다. 이때 업주는 고객에게 마음을 팔아야 한다는 자세로 이 순간을 놓치지 말아야 한다.

“일본의 한 제과점에서 이런 일이 있었다고 합니다. 그 제과점에 국민학교 졸업 학력이 전부인 종업원 아가씨가 있었죠. 그런데 어쩌나 친절하지 빵보다 아가씨의 친절에 끌려 오는 고객이 더 많을 정도였습니다. 어느날 밤 늦게 아가씨는 영업을 마치고 제과점 문을 닫고 있었는데 한 신사가 다가오더니 빵을 살 수 없냐고 묻더랍니다. 아가씨는 즉시 문을 열고 들어가 그 신사가 원하는 빵을 골라 주었죠”

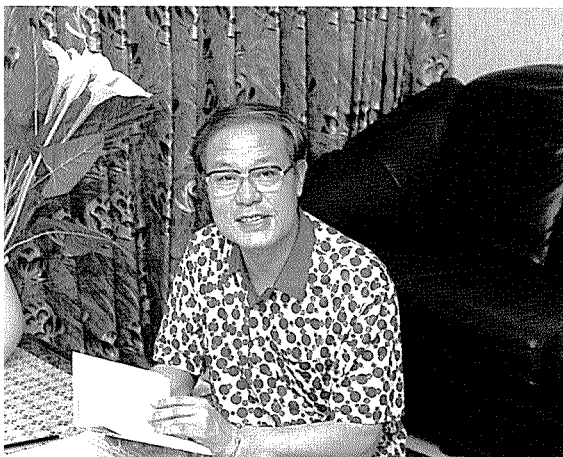
신사는 그 제과점의 단골 고객이었다. 그런데 노인이 숨을 거두기 직전 그 친절한 아가씨가 골라 주는 빵을 먹고 싶다고 말해서 노인의 큰아들이 늦은 밤차를 달려 그 제과점에 오게 된 것이다.

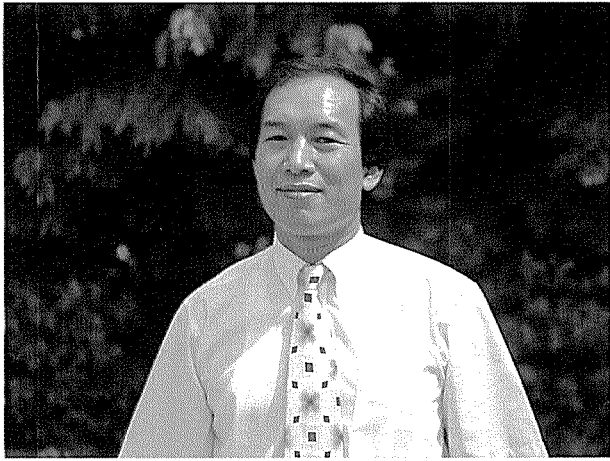
건강할 때는 건강이 소중하다는 것을 잘 모른다. 그러나 건강에 문제가 생겼을 때 드디어 건강이 얼마나 중요한가를 깨닫지만 이미 망그러진 몸이 재생되기란 그리 쉬운 것이 아니다.

최해병 씨는 태평양화학 연수부장으로 사원교육에 전념하던 49세가 된 어느날 갑자기 전신마비로 쓰러진다. 그러나 오랜 기간의 투병생활을 거치고 그는 또 다시 일어난다. 죽음과 한 발자국 사이에서 삶을 쟁취한 것이다.

그는 요즘도 여러 곳에 자주 출강을 나간다. 강의의 주 내용은 사원 정신교육과 경영혁신 등이다. 그는 베이커리 업계도 변해야 한다고 역설한다. 얼마전 개인 제과점과 전국 지회지부장 회의에서 이러한 주제로 열강, 많은 호응을 받았다. 그가 출강한 횟수만도 3천군데가 넘는다.

현재 ‘사회를 아름답게 하는 사람들의 모임’에서 활동하는 그의 경영철학의 핵심은 “더불어 사는 경영”이다. 즉 “기회는 공평, 평가는 공정” 그가 전도하고자 하는 제일의 기도문이다.





오는 10월 23일이면 제과 기술 경연의 대잔치인 제2회 하이박경연대회가 열린다. 많은 기술인들이 노력하는 것 못지 않게 대회를 준비하는 사람이 있다. 4일간 대회가 차질없이 치러지기 위해 행사의 시작부터 끝까지 계획·진행·마무리를 위해 숨겨진 노력을 기울이는 서울하인즈 마케팅실의 차성덕 과장이 그 주인공이다.

“이번 2회 대회는 지난대회의 부적절했던 기계배치, 안내·홍보부족 등 진행상의 문제점 등을 개선하는 데 중점을 둘 예정입니다. 또 행사 본래 취지인 기술발전 제고를 극대화하기 위해 세부적으로 참가 기술인의 연령과 수상부문의 일부조정을 통해 많은 기술인의 참여를 유도할 계획입니다.”

이를 위해 차과장이 밝히는 기술인 참여 유도 계획은 지난 대회 35세를 기준으로 A팀과 B팀으로 연령을 구분해 실시하던 경연 방식을 33세로 낮추는 것. 이밖에 지난대회 500만원 상금의 대상을 공예부문에서 뽑았던 것을 빵과 과자부문 출품작 중에서 가장 뛰어난 제품에 2개의 대상작을 수여함으로써 시장성있는 제품의 많은 참여를 유도한다는 계획이다.

차과장은 지난 대회보다 진일보된 대회 운영을 위해 이번 행사를 전담하는 실무 담당자이다. 대회 운영면으로는 지난 대회에 마련된 골격이 있어 개선점만 보완하면 돼 큰 어려움은 없지만 자신의 손에 대회의 성패가 좌우될지도 모르기 때문에 부담감 또한 적지 않다.

이런 까닭에 차성덕 과장은, 23일부터 4일간 전국 기술인 솜씨의 결정체인 제2회 하이박 경연대회의 운영과 점검으로 지금도 바쁜 발걸음을 재촉하고 있다.

'96 하이박의 성공적 개최를 위해 땀흘리는

서울하인즈 차성덕

PEOPLE & PEOPLE

지난 8월, 건국대학교 농축대학원 제빵·제과 최고경영자 과정을 수료한 홍일점, 유미란 씨는 ‘열성과 주부’이다.

“빵에 대한 흥미와 교수님의 추천으로 경영자 과정을 수료하게 되었지요.”

경영자 과정의 수업내용은 식품가공과 경영방침의 이론수업으로 이루어져 있다고 한다. 시종일관 환한 미소를 잃지 않는 그녀에게도 어려움은 있었다. 경영자 과정을 학습하고 있던 당시, 아이들의 교육에 소홀했던 점이 가슴 아팠다고, 현재는 학원강사를 하며 아이들의 교육에 주력하고 있다. 그녀는 당시를 이렇게 회고한다.

“홍일점이어서 어려움도 있었지만 공부하시는 분들은 대부분이 일반 양산업체의 간부나 중역 분들로서 도움을 많이 받았어요. 그분들과의 교감이 굉장히 중요했고 즐거웠어요. 또 무엇보다도 남편의 격려가 가장 큰 힘이 되었지요.”

이후 실제 제빵 판매현장에서 하루 12시간씩 쉬지않고 일한 경험을 쌓기도 했는데, 그분들의 노고를 몸소 깨달았고 보람도 있었다. 그래도 아직은 경험이 부족하다고 하며 개인적으로 프랑스빵에 대한 관심이 높아 프랑스에도 다녀왔던 그녀가 말하는 프랑스 제빵인들의 모습은 다음과 같다. “프랑스인들은 밤 12시부터 작업에 들어가요. 시간이 경과된 제품은 곧 폐기처분해 버려요. 그게 신선함의 비결이지요.”

자신이 뜻하는 일이라면 뭐든지 성취하고야 말겠다는 진취적인 그녀의 성격만큼 우리나라 제과업계의 전망은 무척이나 밝을 것처럼 느껴진다. “학술·기술이 겸비된 제과공정이 첨가되면 우리나라의 제빵 업계 전망은 더욱 밝아지리라 생각돼요.”

언젠가는 꼭 제빵현장에서 뛰고 싶다는 女人, 프랑스빵의 신선함과 우리나라 여인의 인내와 잔잔함을 지닌 女人, 유미란. 제빵 현장에서의 그녀를 기대한다.

흥미에서 실천으로 제빵계를 느낀다

제빵·제과 최고 경영자과정 수료한 유미란

