

부상하는 신홍점포



자존심 걸고 전국 유명 점포 꿈꾼다

평택 케익 타운

나폴레옹, 성심당, B&C, 궁전제과 등 각 도시를 대표하는 제과점이 있다. 그렇다면 평택시의 대표적인 제과점은 '케익 타운'이다. 케익 타운은 품질 제일을 추구하며 전국의 유명 대형 점포로 성장을 꿈꾸고 있다.



김성환사장

케익 타운의 매장을 유심히 살펴본 소비자가라면 어렵지 않게 발견할 수 있는 것이 있다. '品質이 低下되면 父子지간에도 거래가 끊어진다.' 매장 한켠 액자에 담겨 있는 이 문구는 왜 케익 타운이 평택을 대표하는 유명 점포인가를 단적으로 나타내는 예이다. 이 문구에서 알 수 있듯 케익 타운은 제품의 맛을 최우선으로 여긴다.

1989년 3월 개업해 생크림 케이크를 본격적으로 선보이면서 유명 점포로 부상한 케익 타운은 버터 케이크가 주종을 이루던 당시 하루가 지난 생크림 케이크를 판매하지 않고 폐기 처분하는 맛 위주 전략을 전개했다. 그 결과 평일 50~60개, 주말이면 최고 250여개의 생크림 케이크 판매로 토요일이면 항상 '크리스마스'라는 명성을 얻었다.

케익 타운의 성공 비결은 제품의 1일 판매와 최고의 재료 사용에서도 찾을 수 있

다. 케익 타운은 케이크와 빵의 경우 당일 아침 신제품이 생산돼 매장에 진열되기 시작하면 전날의 제품은 판매하지 않는다. 제품 생산 전 고객이 찾아오면 판매 사원은 이 제품이 전날의 제품임을 분명하게 알리고 그래도 구매하겠다고 하는 경우에만 판매한다.

'품질 저하, 거래 끊어진다' 의정신 추구

또 케익 타운은 현재 기술이 어느 정도 평준화된 상황에서 제품의 맛을 좌우하는 것은 재료라는 확신을 갖고 있다. 개업 당시 타 업소들이 중간 정도 질의 마아가린 사용이 일반적이었던 상황에서도 최고 가격의 유지를 사용함으로써 지금의 명성을 얻는데 큰 요소로 작용했다.

제품 외적인 면에서 케익 타운의 성공 요인으로 꼽을 수 있는 것이 독특한 홍보 전략이다. 무료시식 및 개업 기념행사는

물론 평택 시내를 돌아다니는 택시의 지붕 윗면이나 극장의 영화 상영전 광고를 주의 깊게 보면 케익 타운의 홍보물을 볼 수 있다. 현재 케익 타운은 20대의 택시와 2곳의 극장 4개 상영관에서 월 150만원 상당의 홍보를 통해 점포 알리기에 나서고 있다.

또 입에서 입으로 전해지는 광고의 전파 효과가 큰 택시 기사들에 의한 간접 광고, 7년전부터 시작한 청소 미화원과 5년 동안의 고아원을 대상으로 한 빵 전달 등 선행(善行)이 조용히 외부로 알려진 것도 오늘날 케익 타운의 성공을 있게 한 또다른 요인이다.

지난 10월 케익 타운은 새로운 모습으로 거듭났다. 매장을 비롯해 공장과 2층의 좌석 공간을 확장하는 등 대대적인 확장 공사를 통해 재 오픈한 것이 바로 그것이다. 그 결과 케익 타운은 매장 80여평을 포함 공장, 창고, 식당, 탈의실까지 구비한 총 140여평 규모의 면모를 갖추게 됐다. 그러나 이번 확장은 단순히 덩치만 커진 대형 점포로의 규모 확장에 그치지 않는다.

우선 제품면에서 한단계 더 발전됐다. 주 출입구에서 오른쪽에 위치한 2열의 빵 진열대와 왼쪽의 진열대에는 생크림·버터 케이크외에 화과자, 무스류, 양과자 등의 제품이 다양하게 구비돼 있다. 매장 확대에 따른 제품의 양적 확대는 물론 품목 다양화 면에서도 서울을 비롯한 지방의 대형 점포와도 견주어 손색이 없을 정도이다.

또 주 출입구 쪽에는 전용 피자 코너를, 2층에는 32평 규모 카페테리아 형식의 공간을 새롭게 접목시켰다. 별도로 피자 전문점에서 기술을 익힌 피자의 경우 조각 피자 제품이 큰 인기를 끌고 있으며, 돈까스·김치 라이스·오무라이스·감자 튀김·각종 생과일 주스 등을 판매하는 카페테리아 코너

도 소비자들에게 점차로 자리잡고 있다.

복합 점포로 전국적인 대형 점포 꿈꿔

케익 타운은 이번 점포 확장에 3억원이 넘는 비용을 투자했다. 투자가 없으면 더 이상의 발전도 없다는 경영 철학에서이다. 그 결과 외형적인 규모 확대는 물론 피자, 카페테리아 등을 접목한 복합 점포로 새롭게 탄생했다. 이에 대해 김성환 사장은 "30년을 제과업계에 종사한 제과인으로 어느 업소에 뒤지지 않는 제과점을 선보이고 싶은 자존심때문이었다" 라고 밝힌다.

그러나 이미 유명 점포로 자리잡은 케익 타운은 여기에 머무르지 않는다. 현재 2층의 임대를 준 공간을 추가해 카페테리아 매장을 확대하고 취급 품목도 더 늘릴 예정이다. 또 점포 앞의 남는 공간을 이용해 떡메로 떡을 치고 여름에는 즉석 빙수 생산을 통해 판매하는 등 이벤트적 요소를 가미해 소비자에게 더 다가갈 계획이다.

케익 타운이 궁극적으로 추구하는 목표는 단순히 지방의 유명 점포가 아니다. 현재 대도시에서 판매나 소비자 인지도에서 독점적인 위치를 차지하고 있는 한국의 대표적인 대형 점포와 같은 수준으로 성장하는 것이다. 평택항의 건설과 대규모 공업 단지 조성 등 평택시가 비약적인 발전을 예고하고 있어 외적 환경 조성은 머지않은 시일 내에 이루어질 것으로 보인다.

이에 따라 그동안 최고의 품질을 추구하며 독특한 홍보 전략으로 이미 유명 점포로 자리잡은 케익 타운이 한발 더 나아가 전국적인 대형 점포로의 성장을 위해 앞으로 어떤 발전된 모습을 보여줄지 앞으로의 행보가 주목을 끌고 있다. **☐**

〈글/ 박종산〉

케익 타운 경영 방침

‘品質이 低下되면父子지간에도 거러가 끊어진다’

- 점포 설립: 1989년 3월 28일
- 점포 규모: 매장 80평, 카페테리아 32평 포함 140평
- 생산 인원: 13명(정원 15명)
- 제품 측면:
 - 당일 생산 1일 판매
 - 최고의 재료만 선택 사용
 - 별도 피자 생산 코너 운용
 - 32평의 카페테리아 운용
- 홍보 측면:
 - 택시 및 극장 광고 실시
 - 무료 시식 및 개업기념 행사 수시 실시
- 향후 목표: 전국적 규모의 대형 점포로 발전
- 경영 계획: 카페테리아 확대 및店頭 이벤트성 판매



▲ 재단장한 80평의 1층 매장. 다양한 제품과 복합 점포 구성으로 전국적 규모의 대형 점포 면모를 갖추게 됐다.



▲ 즉석 피자 코너. 조각 피자 판매로 큰 인기를 끌고 있다.



▲ 복합 점포 구성의 단면을 엿볼 수 있는 2층의 카페테리아 매장