

# 다양한 고객의 요구, 제품력으로 성공 일궈

## 군포시 그랑데르 과자점



그랑데르과자점은  
 폭넓은 연령층의 복잡한 구매 형태를  
 다양한 제품과 독특한 이벤트,  
 점포 꾸미기 등을 통해  
 소비자에게 인정받고 있다.

경기도 군포시는 신구(新舊)가 공존하는 도시이다. 기존의 도시에 새로 조성된 대규모 아파트 단지로 그 어느 도시보다 도시적 특성이 뚜렷하게 나타나고 있다. 신시가지라 할 수 있는 산본 지역, 이곳에 도시 형성과 발맞춰 요즘 각광받고 있는 새 얼굴의 점포가 그랑데르과자점(대표 이현권)이다. 이 점포는 규모에 비해 다양한 제품, 제품과 관련된 이벤트, 독특한 점포 분위기 구성으로 소비자에게 사랑받는 대표적인 점포로 자리잡고 있다.

1994년 11월 오픈해 개업 2년 4개월을 맞는 그랑데르과자점이 위치하고 있는 곳은 정확하게 군포시 궁내동 산본 9단지 롯데 아파트 내 상가이다. 주변 상권으로 롯데·극동·동성·한양 아파트의 2,500여 세대를 끼고 있다. 여건면에서는 동일 상권 내 제과점이 5개 정도로 계산상 1개 업소당 500세대 풀이어서 업소간 경쟁이 치열한 편에 속한다. 그러나 그랑데르는 이중에서도 가장 경쟁력이 높으며 군포시 전체로도 몇 손가락 안에 꼽히는 점포로 인정받고 있다.

그랑데르의 이런 높은 경쟁력의 밑거름은 다양한 제품을 갖추고 있다는 점을 들 수 있다. 사실 이 지역은 구매 형태가 타 지역보다 다양하다. 주고객인 20~30대 여성층을 비롯해

이 지역은 노인층의 주거가 많고 주변에 학교가 인접해 이들 소비자의 이용이 많다. 또 서울 지역 이주자나 인근 안양 등의 거주자의 입주가 많아 생활 수준은 비슷해도 이전의 소비 형태를 유지하고 있어 제품 구입액과 제품 선호 면에서 차이가 많은 것이 특징이다.

### 복잡한 고객 성향 다양한 제품으로 경쟁력 확보

이렇게 다양한 소비층에 선호 제품, 제품 구입액 면에서의 많은 차이점은 점포로 하여금 소비자의 모든 욕구를 충족시켜야 하는 어려움을 초래하게 한다. 그러나 이 점포는 같은 규모의 서울 지역 못지 않는 100여 품목의 제품과 400원대의 단과자빵에서 무스 케이크에 이르는 제품 구성에서 드러나듯 타 점포보다 우월하고 다양한 제품 구성으로 여성, 노인, 학생층 등 여러 계층의 소비자를 끌어들이고 있다.

이밖에 그랑데르의 성공 요인은



▲ 이현권 사장

구성원간의 단합에서도 찾을 수 있다. 이 점포는 기술인의 이직이 적다. 개업 이후 보조 기술인을 제외하고는 거의 이동이 없다. 이런 사실은 제품 생산량과 품질의 균일성을 항상 유지할 수 있다는 것을 말한다. 이렇게 이직이 적은 것은 기술인의 숙식을 최대한 편하게 제공함으로써 좋은 작업 여건을 조성하고, 업주도 하루에 3시간 정도는 기술인과 호흡을 같이 하며 함께 일하는 데서 연유하고 있다.

그랑데르의 나름대로의 이벤트 전략을 전개하는 점포다. 이 점포는 일반적인 무료 시식의 경우 1년에 5~6번 정도 실시할 정도로 일반화돼 있다. 이보다 주목할 점은 재료 공급처인 유지나 제분 업체의 기술 서비스팀의 협조 아래 제품 실연을 실시하고 여기서 선보인 제품으로 시식 행사를 1년에 2번 정도 행하고 있다는 것이다. 이런 행사에 앞서 소비자의 관심을 유도하기 위해 적극 홍보하고 있으며 여기서 선보인 제품을 상시 제품화하고 있다.

또 이 점포는 어린이날, 발렌타인데이 등 특수절에 이벤트성 판매 전략을 전개한다. 평소와는 다른 독특한 이벤트 케이크와 바구니 선물 세트 등을 비롯해 평소에도 타 점포에서 쉽게 보기 힘든 다양한 형태의 제품을 선보임으로써 소비자에게 항상 새로운 이미지를 심어 주고 있는 것이 장점이다. 물론 이런 특수절 행사에 제품과 함께 풍선 제공 등의 간단하지만 효과가 큰 이벤트 전략을 구사하고 있다.

### 제품 실연 행사와 독특한 점포 꾸미기 돋보여

점포 알리기 면에서 이 점포는 타 점포와는 차별화된 진면목을 발휘한다. 우선 매장이 깔끔하게 잘 정돈되어 있고 개업 후 한번도 인테리어나 보수 공사를 하지 않았는데도 1년도 채 안된 점포처럼 깨끗하다. 이런 매장 분위기에 그랑데르는 계절마다 새로운 옷을 갈아 입는다. 점포 입구의 여유 공간에 계절에 맞는 화단을 조성해 화사한 분위기를 연출하며 개업 기념 행사에 아치형 풍선 문을 자체 제작해 소비자의 시선을 집중시키고 있다.

이와 함께 매장 안 꾸미기에서도 이 점포는 독특함을 발휘한다. 크리스마스, 어린이날, 발렌타인데이 등에 장식용 사용되는 풍선, 행거 등이 그것이다. 그러나 남다른 점은 이들 장식품도 타 점포에서 사용되는 것이 아닌 팬시점이나 백화점 등에서 새로운 것을 구해 사용하고 있다는 점이다. 이밖에 이벤트나 계절마다 직접 제작하고 구상한 내용의 POP를 교체해 부차

함으로써 행사 성공의 극대화를 꾀하고 있다.

제과점의 최종 목표는 높은 매출을 올리는 것이며 지속적으로 일정한 수준을 유지하는 것이다. 이런 목표는 그랑데르 역시 마찬가지이다. 이를 위해 이 점포는 경영상 여러 요인을 점검해 파악한 후 해결하고 소비자의 기호에 부응한 제품 구성과 이벤트성 제품 실연, 독특한 점포 꾸미기 등의 노력으로 성공 점포로 자리잡고 있다.

그랑데르의 점포 경영에 있어 앞으로 큰 변화는 없을 것으로 보인다. 다만 지금 수준에 머무르지 않고 더 발전된 모습을 보이기 위해 현 위치 내에서의 확장

## 그랑데르 경영 전략

점포 설립 : 1994년 11월

점포 입지 : 군포시 궁내동 산본 9단지

점포 규모 : 매장 12평, 공장 6평

생산 인원 : 4~5명

제품 수 : 100여 품목

성공 요인

1. 고객의 복잡한 구매 형태에 부응한 다양한

제품 구성

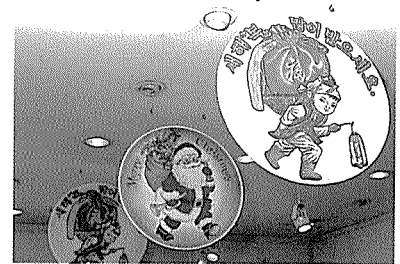
2. 제품 실연 행사 통한 무료 시식

3. 독특한 점포 꾸미기 수시 연출

향후 계획 : 현 점포 확장 및 이전 확장 구상



▲ 100여 품목에 이르는 다양한 제품으로 복잡한 고객의 성향에 부응함으로써 높은 경쟁력을 확보하고 있다.



▲ 팬시점이나 백화점에서 구한 색다른 행거를 통해 독특한 점포 꾸미기에 이용하고 있다.

또는 타 장소로의 이전 확장을 조심스럽게 구상하고 있다. 그러나 어떤 경우가 됐던 요란하고 화려하지는 않지만 '최고' 라는 상호명이 의미하듯 소비자의 요구를 충분히 반영하며 나름대로의 독특한 홍보 전략을 전개하는 그랑데르 과자점의 점포 운영은 계속될 것으로 보인다. [출처] <글/ 박종선>

▲ 기술인의 적은 이동도 높은 제품 수준을 있게 한 밑거름이다.