



마케팅 차별화 우리가 한다

영진컨설팅

침체된 베이커리 마케팅 시장에 신선한 바람을 몰고 온 영진컨설팅.

창립 5년만에 매출액 25억원을 달성한 이들의 사업 비결은 무엇일까.

그것은 바로 고객의 발전을 우선으로 생각하는 건강한 기업이념에서 찾을 수 있다.

생산, 홍보, 경영의 삼박자가 유기적으로 결합된 영진컨설팅의 노하우를 들여다보자.

영진컨설팅의 사업역량은 '마케팅 차별화' 라는 한마디로 집약된다.

'고객 제일주의' 가 영진컨설팅의 요체라면 그것을 지행하고 실현시키는 수단이 바로 차별화된 마케팅 전략인 셈이다. 고객의 개성과 특성을 부각시키되 그것이 유기적으로 어우러지도록 하는 것. 그것이 영진컨설팅이 추구하는 기업이념이다. 이를 위해 영진컨설팅은 회사의 근간이 되는 포장사업부와 함께 이벤트사업부, 컨설팅사업부를 두어 생산과 운영 모두가 종합적인 협력체제를 유지하도록 하고 있다.

"단순히 이익을 목적으로 사업을 다각화한 것은 아닙니다. 제품 생산에서부터 판매, 운영까지 종합적인 관리 시스템을 갖춰 이를 회원업소에 공급하려는 것입니다. 여기에는 디스플레이나 상권분석은 물론 향후 발전 방안을 위한 다각적인 정보 지원이 포함됩니다."

설립 5년만에 매출액 25억 달성

원래 영진컨설팅은 1992년 제과용 포장지를 생산하는 「영진포장」으로 출발했다. 지금도 회사 매출의 상당 부분을 점

유하고 있는 포장 사업부는 수도권을 중심으로 약 1,200여 군데의 거래처를 확보하고 있을만큼 영진의 도약을 가능하게 한 밑거름이었다. 포장이란 단일 품목에서 벗어나 이벤트, 컨설팅으로까지 사업을 확대한 것은 설립 이듬해인 93년의 일이다.

영진컨설팅의 업종 다변화는 강병운(41) 사장 자신이 베이커리 관련 분야에서 수년간 경험을 쌓은 전문가라는 점 외에도 창업 멤버인 강정호 전무(43), 강영술 상무(41), 강호 실장(40)의 역할이 큰 몫을 차지했다.

애초 이들은 각기 포장과 마케팅 분야에서 내로라하는 전문 인력들이었다. 알음알음으로 친분이 있던 이들은 안일하고 소극적인 베이커리 마케팅에 새로운 바람을 일으켜보자는데 의견을 함께했고, 그 결실로 나타난 것이 영진컨설팅



▶ 강병운 사장 자신이 다년간의 베이커리 현장 경험을 갖고 있어 업계의 흐름을 예측할 수 있다.

의 창립이었다.

“거래선을 하나의 판매처로만 생각하는 것은 근시안적인 발상입니다. 경험과 정보를 함께 공유해 서로의 이익을 도모할 수 있는 관리 시스템의 중요성을 뼈저리게 느끼던 때였지요. ‘우리가 한 번해보자’는 생각으로 회사를 설립했고 이제 어느정도 자리를 잡았다고 생각합니다. 거래 점포의 매출을 끌어올리기 위해서라면 모든 지원을 아끼지 않겠다는 것이 변하지 않는 영진컨설팅의 정신입니다.”

이같은 고객 우선의 활발한 활동은 회사 설립 5년만인 지난해 매출실적 25억원이라는 놀라운 약진으로 나타났다. 후발업체로서의 핸디캡을 극복하고 어엿한 중견업체로서의 위상을 갖추게 된 것이다. 아직은 포장사업부의 비중이 높은 것이 사실이지만 머지않아 든든한 삼각편대가 형성될 것이라고 강 사장은 자신한다.

철저한 기획, 차별화된 아이템이 생명

현재 영진컨설팅의 직원수는 총 27명으로 대구, 부산, 광주의 지역사업부를 통해 전국적인 조직력을 갖추고 있다. 또한 각 지역별로 20여 회원업소를 엄선해 제품 세미나와 경영 자문을 정기화하고 있으며 회원업소의 요청이 있을 때마다 개발한 아이템의 이벤트를 기획, 매출증대에 도움을 주고 있다.

“점포 운영이 잘 되어야 관련 사업도 탄탄해지는 것 아닙니까? 우리 회사와 거래하는 모든 점포의 매출이 향상되면 자연스럽게 우리의 매출도 올라가기 마련이지요. 포장 사업을 통해 얻어진 정보와 기술을 교류해 제과점의 매출 향상에 실질적인 도움을 줄 수 있다는 것이 저희의 생각입니다. 이벤트와 컨설팅은 바로 매출 향상의 열쇠를 쥐고 있는 무기인 셈이지요. 타점포와의 차별화를 통해 상권을 확고히 하는 공격적 마케팅이 필요한 시기입니다.”

영진컨설팅의 노하우는 철저한 시장 분석과 지속적인 회원관리에서도 엿볼 수 있다.

대상 점포가 정해지면 우선 전문인력이 현장에 상주하며 상권을 분석하고, 예상매출액· 판매촉진 방안· 고객 성향 등 전반적인 시장조사에 나서게 된다. 직접 도보객의 수효를 체크하고 상품구성을 기획하는 것도 빼놓을 수 없는 작업이다. 이렇게 분



▲▲▲ 영진컨설팅의 이벤트는 독특하고 지속력있는 행사로 정평이 높다.

▲▲ ‘고객과 함께 발전하는 회사’. 그것이 영진컨설팅의 기업 이념이다.

▲ 포장(강영술), 이벤트(강호), 컨설팅(강정호)사업부를 담당하는 영진의 아이디어뱅크팀.(왼쪽부터)

석된 자료를 토대로 지역 특성에 맞는 이벤트를 기획해 점포 알리기에 총력을 기울인다. 주로 도우미 치어걸, 동물 인형 등이 동원되는데 필요한 경우 인기연예인을 초청, 행사 분위기를 극대화시키기도 한다.

이벤트 행사를 개최한 뒤 계절에 맞는 다양한 행거와 P.O.P을 공급해 홍보효과가 지속되도록 유도하는 영진컨설팅만의 ‘정성’ 또한 빼놓을 수 없는 마케팅의 핵심이다. 더욱이 현장경험을 토대로 한 영진의 경영 자문은 시장 추이를 정확히 예측, 적시에 필요한 조치를 취할 수 있는 “실전용 정보”라 회원들의 호응도가 높기로 정평이 나 있다.


아직은 제과점의 이벤트가 전체 수요의 7할을 차지하고 있지만 요즘엔 아이스크림 매장이나 치킨점, 대형 할인점 등에서도 이벤트 요청이 쇄도하고 있어 회사측은 각 점포별 특성을 부각시키는 다양한 아이템의 개발에 총력을 기울이고 있다.

“제품력을 향상시키는 일도 빼놓을 수 없겠지요. 회원업소를 대상으로 유명 강사를 초청, 점포에서 응용할 수 있는 180여 제품에 대한 세미나를 정기적으로 개최하고 있습니다. 이처럼 제품, 홍보, 경영의 삼박자가 맞아 떨어질 때 매출의 극대화를 꾀할 수 있을 것입니다.”

“고객과 함께” 건강한 기업이념

영진컨설팅의 향후 목표는 제과종합 유통 업체로 입지를 굳건히 하는 것이다. 회사 설립 6년이 지난 지금도 나름대로 확고한 기반을 내리고 있지만 이에 만족하지 않고 더욱 내실있는 성장을 기할 생각이다. 그것은 무리한 사업 확장이 아닌 분야별 전문화를 의미하는 것이기도 하다.

더불어 영진은 ‘고객과 함께 발전하는’ 회사를 만들어가기 위해 노력하고 있다. 매년 정례적으로 개최하고 있는 무의탁 노인, 소년소녀 가장 돕기 행사도 이처럼 이웃과 함께 하겠다는 의지의 표현이라할 수 있다. 작은 도움이지만 고객으로부터 얻은 이익을 사회와 함께 공유하려는 건강한 정신이 있기에 영진컨설팅의 앞날은 더욱 탄탄해 보일지도 모른다.

모두가 경기 불황을 타하고 현실에 안주하기에 급급한 오늘, 회사와 고객의 발전을 위해 뛰고 있는 영진컨설팅의 모습은 참으로 신선해 보인다.  <글/이종원>