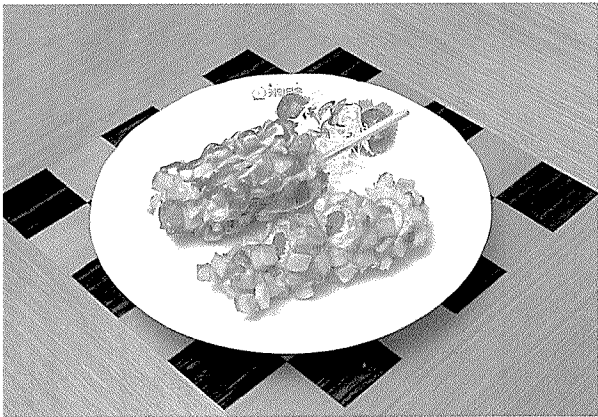




슈매장 외관 점두에 마련된 핫도그 코너에 제품을 구입하려는 사람들이 길게 늘어서 있다.

핫도그로 신바람난 케익타운 과자점

점두에 즉석코너 활성화... 하루 평균 1,000개 팔려



슈일명 '만득이 핫도그'. 자체적으로 개발한 겨자소스와 타르타르 소스로 독특한 맛을 내고 있다.

●만득이 핫도그 배합표 (핫도그 프리믹스 1kg 기준)●

- 반죽 ... 핫도그 프리믹스 1kg, 물 800g, 소금 5g, 당근 (삶아서 채썬 것) 반개,
- 타르타르소스 ... 마요네즈 4kg, 설탕 400g, 식초 4뜨경(식초뚜껑), 레몬즙 2개분, 피클국물 400cc
- 겨자소스 ... 타르타르소스 + 케첩 1컵(유리잔) + 마스타드소스 1컵(유리잔)

*반죽을 손으로 해야 완성제품이 질겨지지 않는다.

평택에 위치한 케익타운 과자점(대표 김성환)에는 고객들의 발길이 끊이지 않는다. IMF에 비수기까지 겹쳐 울상을 짓고 있는 다른 제과점들과는 상당히 대조적인 모습이다. 이곳이 이처럼 바쁜 이유는 다름 아닌 핫도그 때문이다. 지난 4월, 기존의 피자 코너를 전향해 판매하기 시작한 핫도그가 5월에 들어서면서 크게 인기를 얻기 시작한 것이다.

이곳의 핫도그가 인기를 끌게 된 데는 몇가지 비결이 있다. 일명 '만득이 핫도그'라 불리는 이 제품은 기존의 핫도그에 비해 길이는 짧지만 두툽한 모양에 첫 번째 비결이 숨겨져 있다. 고객에게 부담없는 가격인 1,000원에 판매하기 위해 전체적인 길이를 줄여 준 것이다. 두 번째 비결은 제품을 두 번 튀겨내는 데 있다. 다른 핫도그보다 두툽한 이 제품은 소세지에 반죽을 묻혀 1차로 튀겨낸 후 손님에게 판매할 때 냉동감자와 삶은 당근을 넣은 반죽을 묻혀 다시 한 번 튀겨낸다. 이렇게 두 번을 튀겨야만 속까지 익히면서도 따끈따끈한 제품을 판매해 맛을 유지할 수 있다는 것이 담당자의 설명이다.

케익타운은 평택의 명동이라 불리는 평택동에 입점해 있어 유동인구가 많은 편이다. 이점에 착안해 점두에 핫도그 코너를 설치한 것도 또 다른 성공의 비결이다. 이 밖에도 제품에 어울리는 독특한 소스를 개발해 다양하게 먹을 수 있는 방법을 고객들에게 지속적으로 홍보하고 있다는 점과 사회적 유행을 접목시킨 만득이라는 이름을 사용한 점 등이 복합적으로 작용해 이 제품이 크게 인기를 얻을 수 있었다.

현재 핫도그는 다양한 고객층을 확보하고 있는데 지난 5월 이후 평일에는 하루 평균 900~1,000개, 주말에는 1,300~1,400개까지 판매되고 있다. 특히 그동안 여름에 튀김류는 팔리지 않는다는 고정관념을 깬다는 점에서 관심을 모으고 있다.



슈도넛 코너. 이곳에서는 총 100여 가지의 도넛을 즉석에서 튀겨 판매하고 있다.



매장 외관. 전면이 통유리로 처리돼 매장 입구에 마련된 도넛 코너가 훤히 들여다 보인다. <→

도넛코너 활성화시킨 몽테도르 과자점

매장 입구에 즉석코너 설치 ... 하루 매출 25% 차지

올해로 창동에서만 18년째 장사를 하고 있는 몽테도르 과자점(대표 김삼수)의 대표적인 제품은 도넛. 그러나 이 제품이 처음부터 인기를 끌었던 것은 아니다.

이 매장은 총 20평 규모로 현재 기술직과 판매사원을 합쳐 7명의 직원이 근무하고 있다. 이 지역은 배후에 시장이 형성돼 있어 유동인구가 많은 편이다. 이런 상권의 특징을 감안해 지난 95년 내부 인테리어를 새로 수리할 때 전면을 통유리로 처리, 지나가는 사람들이 매장 안을 훤히 들여다 볼 수 있도록 만들었다.

이 매장은 당시 공사를 통해 구색상품에 지나지 않던 도넛의 매출을 향상시키기 위한 전략의 일환으로 지나가는 고객들의 시선을 끌기 쉬운 매장 입구에 도넛 코너를 별도로 설치했다. 이 코너는 전면이 통유리로 처리돼 있어 점두판매와 마찬가지로 어느 정도 고객 유인효과를 거두고 있다. 물론 공사 전에도 도넛 제품을 취급하긴 했지만 따로 코너를 마련하진 않았으며 제품수도 2~3가지에 불과했다. 현재 이곳에서 판매하는 100여 가지 제품 가운데 도넛 종류만 10여 가지가 넘는다.

몽테도르 김삼수 사장은 "도넛 코너를 별도로 설치한 이후 20%가량 매출이 신장됐다"며 "현재 도넛 매출이 전체의 25% 가까이 차지한다"고 밝혔다.

이곳에서는 도넛코너 설치 외에도 제품을 구입하는 고객에게 무료로 커피를 제공하고 있으며 신제품 시식코너도 마련하고 있다.

몽테도르 과자점은 도넛 코너의 활성화를 통해 어느 정도 매출이 신장됐다. 그러나 이러한 전략이 어느 점포에서나 다 성공하는 것은 아니다. 상권의 특성상 유동인구가 많은 곳에서 성공할 가능성이 높다는게 전문가들의 견해다. [이]

<글 / 김경옥>



슈매장 전경. 이 매장은 도넛 외에도 단과자빵과 식빵류 등 인기 있는 제품을 중앙매대에 진열하고 있다.