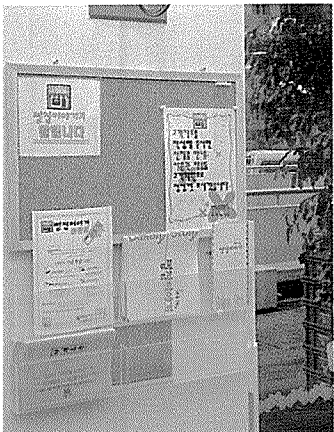




↑매장 외관. 간판에 빵을 의인화한 캐릭터를 사용해 고객들에게 친근감을 전해주고 있다.

김스컨설팅, **빵집이야기** 1호점 오픈

투자 리콜제 실시 ... 매출, 손익계산표 공개 예정



↑ 매장전경. 공장을 완전히 오픈시켜 고객들에게 빵 만드는 과정을 보여준다.

↘ 알림판을 설치. 자체 홍보물인 「빵집이야기」를 비롯해 각종 정보를 제공하고 있다.

김스컨설팅(대표 김봉수)이 '빵집이야기' 1호점을 오픈하면서 본격적인 가맹사업에 돌입했다. 이 업체는 투자리콜제 도입과 제빵법 특허 출원 등을 통해 기존의 프랜차이즈와 차별화된 운영방식을 표방하고 있다. 투자리콜제란 투자금액에 비례해 산출한 예상 이익의 80%를 6개월 내에 달성하지 못할 경우 가맹비 전액과 순수 인테리어 비용의 30%를 보상해주는 제도를 말한다.

지난 7월 7일, 경기도 고양시 화정 지역에 문을 연 빵집이야기(대표 김봉만) 1호점은 총 22평 규모로 기술직과 판매직을 합쳐 6명의 직원이 일하고 있다. 화정점은 지난 7월말까지 오픈 기념행사로 현미모닝빵 무료시식회와 사은품 증정 등 다양한 이벤트를 마련했다.

또한 인근에 할인 빵집이 두곳이나 있기 때문에 단과자빵이나 일부 식빵 품목에 한해 7월말까지 한시적으로 할인판매를 실시하기도 했다. 특히 고객카드를 작성하는 고객에게 각종 행사에 혜택을 부여해 카드작성률을 높임으로써 효과적인 고객관리를 꾀하고 있다.

이곳은 점포 내부에 알림판을 설치해 고객들에게 각종 행사내용이나 정보를 제공하는 한편 빵을 의인화시킨 캐릭터로 고객들에게 친근한 이미지를 심어주고 있다. 또한 화정점의 경우 매출과 손익계산표를 공개할 예정이어서 제과점 운영의 투명성과 함께 점포개설을 검토하는 사람들에게 실질적인 좌표를 제시할 것으로 보인다.

한편 빵집이야기는 7월 한달 동안 화정점 외에도 안산 E마트점과 시흥 시화점을 잇달아 오픈하는 등 활발한 가맹사업을 전개하고 있다.

복합점포 외관. 매장 앞쪽에 프레즐 모양을 세워 →
 지나가는 사람들의 시선을 집중시킨다.



← 입구에 들어오면 긴
 통로를 따라 프레즐
 메이커 코너가 마련
 돼 있다. 성형하는 과
 정을 볼 수 있게 만들
 어 고객들의 관심을
 유도하고 있다.



한지붕세가족, 복합점포 탄생

프레즐메이커 · TCBY · 구디에 커피, 공동 점포 오픈

빵과 커피, 아이스크림을 한 곳에서 맛볼 수 있는 복합 점포가 탄생했다.

지난 7월, 미국산 프레즐(브레첼)을 국내 가맹점에 공급하는 한국 프레즐메이커와 콜롬비아산 원두커피 전문업체인 구디에 커피, 아이스크림 전문업체인 TCBY 등 각기 다른 업종의 프랜차이즈 업체들이 공동으로 이대앞에 복합점포를 선보였다.

이 점포는 프레즐메이커가 구디에 커피와 TCBY에 제안해 탄생하게 됐다. 이들 브랜드는 나름대로 자기 고유의 개성을 가지고 있지만 서로 잘 어울릴 수 있는 아이템이다. 이 점포의 관계자는 "이곳은 아직까지 일종의 테스트 점포지만 당초 예상대로 판매 상승효과를 거두고 있다"며 "고객의 반응을 지켜본 뒤 운영상의 문제점을 보완, 세트메뉴를 개발하는 등 공동 매뉴얼 작업을 완성시킬 예정"이라고 밝혔다.

현재 복합점포 1호인 이대점은 총 40평 규모로 한 점포안에 아이터블로 코너를 마련, 각사가 제공한 프레즐과 콜롬비아산 커피, 그리고 아이스크림을 판매하고 있으며 입장하는 고객들 스스로 프레즐과 커피, 아이스크림과 커피 등 자유롭게 메뉴를 선택해 즐기고 있다.

이러한 형태의 복합점포는 각 아이터블 계절과 시간상의 한계를 극복해 꾸준한 매출을 기록할 수 있다는 장점을 지닌다. 예를 들어 여름철에 커피 매출은 하락하는 대신 아이스크림 매출이 상승해 일정수준의 매출을 유지할 수 있게 된다.

한편 제품의 특성상 20~30대를 주유타겟으로 고객층을 확보하고 있는 이곳은 향후 젊은이들이 많은 강남역이나 종로, 대학가를 중심으로 점포를 확산시킬 계획이다. [이]

〈글 / 김경옥〉



TCBY코너(위)와 구디에 커피 코너(아래) 같은 매장 안에 있으면서도 커다란 기둥을 이용해 독립된 듯한 느낌을 준다.

