

베이커리 업계, 온라인상으로의 진출 홈페이지 제작에 대한 관심 및 필요성 증대

이제 인터넷 홈페이지는 기업뿐만 아니라 개인이라도 하나쯤 가지고 있을 정도로 보편화되기에 이르렀다. 베이커리 업계에서도 정보통신 시대에 발맞추어 인터넷 홈페이지 구축에 대한 관심이 높고 있어 홈페이지 제작 과정 및 효율적인 관리 방법을 소개하고자 한다.

〈취재 / 허미경 jpkkyong@mbakery.co.kr〉

홈페이지 제작에 대한 관심 급증

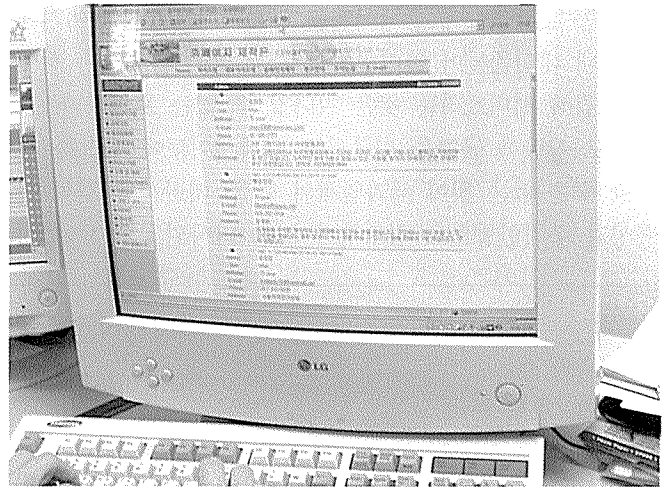
인터넷 홈페이지는 이제 제품이나 개인, 나아가 기업을 대표하는 또 하나의 명함으로 통용된다. 이전에 명함철을 뒤지고 전화번호를 찾아내 상담을 하고 문의를 하던 소비자들은 이제 컴퓨터 앞에 앉는다. 그리고 검색어 하나 입력으로 그 기업의 제품부터 그 제품을 생산하기 위한 구조, 배송, A/S까지 모든 부분에 대한 정보를 취득한 후 선택을 결정한다.

홈페이지 구축 붐의 초기만 하더라도 자사 홍보 및 소개에 그치던 업체들의 콘텐츠들이 가히 폭발적으로 늘어나는 네티즌들의 다양한 구미에 맞추어 전자상거래, 커뮤니티, 게임 등 다양한 형태로의 변모를 보이고 있다. 실제로 오프라인상에는 점포를 갖고 있지 않으면서 온라인상에서만 물건을 파는 온라인 전자상거래 업체들이 급증하는 현실을 살펴보면 온라인상의 소비자들의 규모를 상상할 수 있다.

이러한 시대의 조류에 맞춰 최근 베이커리 업계에서도 인터넷 홈페이지 구축의 필요성을 느끼고 관심을 가지며 구체적인 접근을 시도하고 있다. 기업형 베이커리에서는 이미 정보화에 민감한 네티즌들을 사로잡기 위해 홈페이지를 통해 다양한 이벤트를 홍보하고 고객들의 의견을 수시로 설문 조사를 통해 파악하고 있다. 윈도우 베이커리들도 최근 고객들의 요구 및 사회 전체의 흐름에 따라 홈페이지의 필요성에 대해 다시 한번 인식하고 있다.

윈도우 베이커리의 홈페이지 제작 실태는 1993년 나폴레옹과자점을 시작으로 조금씩 늘어나고 있지만 전체적인 인터넷 시장의 확대에 비해서는 뒤쳐져 왔던 것이 사실이다. 베이커리 전문 홈페이지 제작업체인 베이커리넷(www.bakery-net.co.kr)의 관계자는 “올들어 홈페이지 제작에 관한 문의가 급증하고 있다”며 “그동안 관망만 하고 있던 점포들도 어느 정도 필요성을 인식하게 된 것 같다”고 밝혔다.

홈페이지의 제작은 사진을 비롯해 콘텐츠를 이룰 수 있는 자료 준비만 어느 정도 이루어지면 전문 제작 회사에 맡겨 1개월 내로 완성할 수 있다. 보통 소요 금액이 기본



적으로 200~300만원에서 각종 옵션을 포함할 경우 500만원 이상으로 올라갈 수도 있다. 물론 기업형 베이커리의 경우는 몇천만원 이상의 비용을 투자해 독자적인 프로그램을 개발하기도 하지만 일반적인 윈도우 베이커리의 경우 기존의 프로그램을 점포 특성에 맞춰 응용하는 시스템으로도 충분히 훌륭한 홈페이지를 구축할 수 있다.

현재 온라인 상에서 활동하는 대부분의 베이커리 홈페이지도 이러한 시스템에 맞추어 제작된 형태로 기본적인 콘텐츠로 점포 소개, 제품 소개, 찾아오는 법, 게시판 등의 기능을 마련하고 있다.

데이터베이스 활용과 지속적인 운영 중요

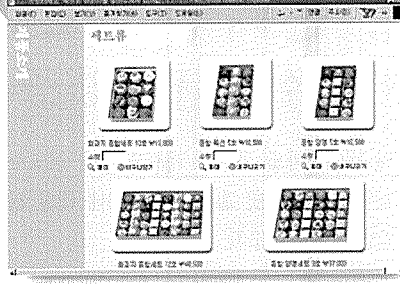
홈페이지 구축과 함께 더불어 고려하지 않으면 안되는 것이 바로 홈페이지 오픈에 관한 홍보와 지속적인 관리이다. 만들어 놓고 아무에게도 알리지 않는 홈페이지는 ‘지어놓기만 하고 들어가 살지 않는 집’과 마찬가지로 지리라는 것이다.

홈페이지를 만들어 오픈을 하면 우선 오프라인상에서 점포를 찾는 고객들에게 1차적으로 홍보를 해야 한다. 대부분의 베이커리가 서비스업체로서는 홍보에 대해 매우 인색한 인식을 가지고 있는데, 보여주기 위한 것을 만들었으면 고객들이 찾을 수 있도록 알리는 것이 우선적인 숙제이다.

제품 소개 기능



전자상거래 기능



쿠폰 및 행사 홍보 기능



다음은 나아가 오프라인 뿐만 아니라 온라인상의 보이지 않는 고객들에게 홈페이지를 홍보하는 일이다. 여기에서 국내 네티즌들이 인터넷에서 가장 많이 사용하는 서비스가 검색 서비스라는 것은 지나칠 수 없는 포인트다. 그렇다고 상당한 금액을 지불하고 검색사이트에 광고를 게재할 수는 없는 것이 제과업계의 현실. 따라서 약간의 적극성과 부지런함으로 점포주가 직접 타사의 사이트나 컨

텐츠를 활용해야 한다. 케이크 전문점이라면 여대생을 비롯한 젊은 여성이 자주 찾는 사이트, 지역적 특성이 있는 점포라면 그 지역에서 인기있는 주요 사이트들을 방문해 점포 소개 및 홈페이지로의 유도를 시도해볼만 하다. 의외로 어떤 미디어보다도 인터넷에서 떠도는 소문이나 정보들은 많은 이들에게 신뢰감을 주고 파급 속도 또한 놀랄만큼 빠르다.

인터넷 홈페이지의 제작 과정

1. 자료 준비

처음 만나는 사람에게 자기 소개를 하듯이 홈페이지를 처음 찾는 이들에게 점포 소개를 해야 한다. 따라서 기본적인 점포 소개를 비롯해 직원들의 소개, 생산 제품의 이미지, 각 점포만의 특징 등을 일부를 글에 통해, 일부는 사진을 통해 보여주기 위해 자료를 수집해야 한다. 온라인 상에서 만나는 고객들은 대화없이 단지 보여주는 것만으로 모든 것을 말하게 되므로 보여줄 것이 없는 업체는 무엇을 위해 존재하는지 관심을 갖지 않게 된다.

홈페이지 제작 업체에서는 기본적인 목록표를 작성해서 이를 기초로 해서 자료들을 정리하고 보완하는데 점포 측 입장에서는 사소하게 생각되는 것이라도 무엇이든 보여주고 알려주겠다는 의지가 가장 필요하다.



2. 제작 과정

홈페이지 제작을 결정하고 자료가 수집되면 인터넷 홈페이지의 주소인 도메인을 따게 된다. 보통 도메인은 점포의 이름을 영문으로 변환시켜 만들거나 제품의 이름 가운데 대표 상품 하나를 선택해서 사용하곤 한다. 그러나 현재 수없이 많은 도메인들이 사용되고 있는 상황에서 원하는 도메인이 없을 수 있으므로 여러 가지 이름을 후보에 올려 그 가운데 사용 가능 여부를 체크한 후 도메인 등록을 하도록 한다.

도메인 등록이 완료된 후 기술적인 작업은 자료가 충실하게 수집됐을 경우에는 보통 2~3주 정도면 완료된다. 그러나 자료 준비에 대한 점포의 협조가 미비할 경우에는 제작 기간이 무한대로 연장될 수도 있다. 따라서 처음 자료 준비의 단계를 충실하게 한다면 제작 기간의 단축 및 보다 효율적인 홈페이지 제작이 가능해진다.



3. 수정 및 보완

홈페이지가 뼈대를 갖추고 구체적인 내용이 입력돼 모습을 갖추면 제작 업체와 점포주 간의 중간 미팅을 갖게 된다. 보통 2~3회에 걸쳐 전체적인 이미지부터 세부 원고의 오타까지 철저히 확인한 후 수정 및 보완의 단계를 마친다.



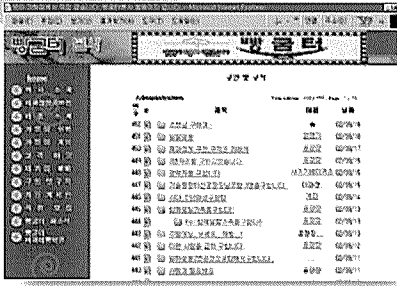
4. 보수 관리

홈페이지가 완성돼 온라인 상에 공개되고 난 후에는 정기적인 보수 및 관리가 필요하다. 오프라인 상의 점포도 계절마다 제품을 재구성하고 몇 년 간격으로 보수 공사 및 리모델링을 하듯이 홈페이지도 마찬가지이다.

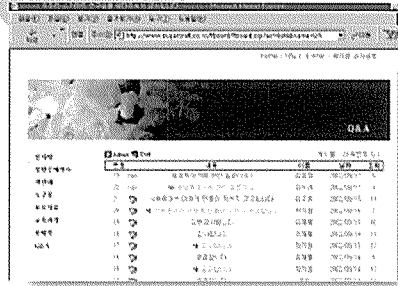
또한 홈페이지를 찾는 고객들의 의견에도 오프라인과 마찬가지로 귀를 기울이고 접객하는 태도를 가져야 한다.

(자료 협조 : www.bakery-net.co.kr)

구인구직 기능



제과 관련 교육 기능



스 제품을 선보여도 타할 고객들이 없지만, 온라인에서는 보다 신속한 정보 제공만이 매출로 이어질 수 있다는 결론이 나온다. 이 밖에도 단순한 기본 틀에서 벗어나 관련 자료의 동영상 제공, 직접적인 매출로 연결시키는 결제 시스템의 도입, 고객들의 데이터 베이스 관리를 통한 기념

일 축하 이메일 발송 등 보다 다각적인 시도가 필요하다. 이제 홈페이지가 홍보되고 방문하는 네티즌들이 증가하게 되면 두 번째 과제인 관리적인 측면의 노력이 필요하다. 실제 오프라인상의 제과점들은 제품의 맛과 품질로 승부를 하지만, 온라인상의 고객들은 오프라인상의 고객들에 비해 기다림에 익숙하지 못하다. 질문 하나에도 빠른 답변을 원하고 계절 및 상황 변화에 앞선 정보를 제공해주기를 바란다.

따라서 오프라인상에서야 12월 20일 전후부터 크리스마

각종 서비스업계에서 오프라인 기업들의 온라인 진출이 가속화되고 있는 지금, 제과업계에도 새로운 바람이 불어오고 있다. 하지만 그저 구색을 갖추기 위한 홈페이지는 오히려 찾는 이들을 더 답답하게 만들 수도 있다. 대신 홈페이지 매뉴얼에 대한 철저한 관리와 지속적인 관심으로 무장한 온라인 상의 점포가 불러들일 보이지 않는 고객들의 숫자와 매출에 미치는 영향은 생각보다 훨씬 클 수 있다.

일 축하 이메일 발송 등 보다 다각적인 시도가 필요하다. 각종 서비스업계에서 오프라인 기업들의 온라인 진출이 가속화되고 있는 지금, 제과업계에도 새로운 바람이 불어오고 있다. 하지만 그저 구색을 갖추기 위한 홈페이지는 오히려 찾는 이들을 더 답답하게 만들 수도 있다. 대신 홈페이지 매뉴얼에 대한 철저한 관리와 지속적인 관심으로 무장한 온라인 상의 점포가 불러들일 보이지 않는 고객들의 숫자와 매출에 미치는 영향은 생각보다 훨씬 클 수 있다.

알아둡시다

홈페이지와 관련된 인터넷에서 자주 사용되는 용어

● **콘텐츠(contents)** : 홈페이지를 책으로 설명하자면 콘텐츠는 목차를 비롯해 모든 내용을 의미. 홈페이지의 메뉴 구성도 포함해 밑바탕이 되는 자료가 콘텐츠가 된다.

● **온라인·오프라인 매장** : 온라인 매장은 실제 공간이 아닌 인터넷이라는 공간에서 거래가 이루어지는 것을 의미하고, 오프라인은 실제로 눈에 보이는 일반 매장 등에서 직접 고객을 접객해서 거래를 하는 매장을 의미한다.

● **전자우편(E-Mail)** : 전자우편이란 편지를 전자적으로 보낸다는 뜻인데 컴퓨터 메일(computer mail)이라는 용어를 사용하기도 한다. 컴퓨터로 편지를 보낸다는 것은 워드프로세서로 문서를 작성한 뒤 컴퓨터 통신 서비스 회사에 전화를 걸어 접속해 그 문서를 다른 사람에게 보낸다는 의미다.

● **도메인 네임** : 인터넷에 접속되어 있는 컴퓨터의 알파벳으로 나타낸 주소를 말한다. 인터넷에 접속되면 각 컴퓨터는 고유의 주소를 가지게 되는데 이것은 211.321.675.14와 같은 숫자-아이피 어드레스(IP Address)로 구성돼 있어 기억하기가 어렵다. 따라서 기억하기 쉬운 알파벳으로 된 이름인 도메인 네임을 새로 만들어 숫자 주소 대신 사용한다. 예를 들어 tutor21.co.kr이라는 도메인 이름은 호스트 이름인 'tutor21' 과 기업 유형코드인 'co', 국가코드인 'kr' 로 구성된 것이다. 대표적인 도메인으로는 COM(commercial,

일반 업체), EDU(educational, 교육 기관), NET(network operation, 통신 서비스 제공업체), US(United States, 미국), UK(United Kingdom, 영국), KR(Korea, 한국), JP(일본) 등이 있다.

● **웹 호스팅(Web hosting)** : 회사가 아닌 개인이 인터넷에 홈페이지를 상업적으로 올리기 위해서는 고정된 인터넷 주소를 가지고 있어야 한다. 그러나 개인이 고정된 인터넷 주소를 갖기란 그리 쉽지 않다. 요즘은 포털 사이트에서 홈페이지 공간을 주기는 하지만 용량이 작고 도메인이 있을 경우에는 사용이 불가능하다. 이러한 사용자들을 위해 대형 통신업체에서 특정 도메인을 위한 홈페이지 공간을 마련해주는 서비스를 웹 호스팅이라고 한다.

● **계정(Account)** : 인터넷 또는 통신 서비스를 사용하는 데 필요한 사용자 번호를 계정이라고 한다. 그러나 최근에는 인터넷 서비스에서 사용되는 사용자 영역을 '계정'이라는 말로 표현한다.

● **URL (Uniform Resource Locators)** : 인터넷의 자료가 있는 위치를 나타내는 방식으로, 흔히 인터넷 주소를 URL이라고 한다. 하이퍼텍스트를 기반으로 하는 HTTP, 파일 전송을 기반으로 하는 FTP, 디스크의 파일을 사용하기 위한 FILE, 그리고 GOPHER, TELNET 등의 URL이 사용된다.

〈자료 협조 : www.pangpangweb.co.kr〉