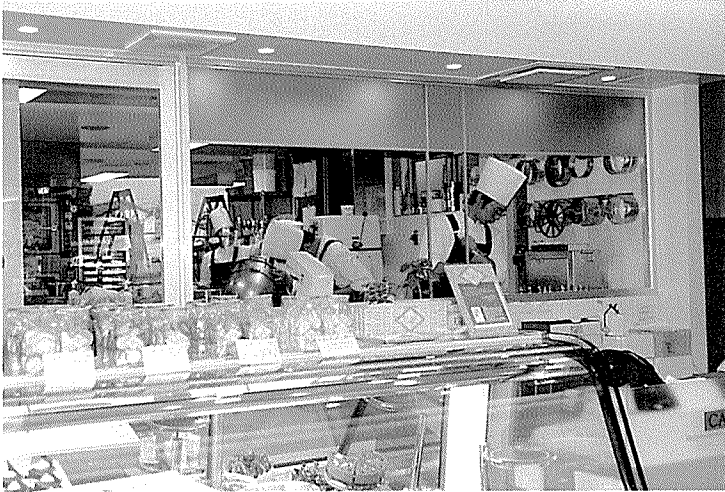


'택배'로 선물용 판매 증진 노린다

〈글 / 박종선 sunpark@mbakery.co.kr〉



높은 매출을 자랑하는 점포를 살펴보면 공통점을 발견할 수 있다. 전체 매출에서 과자류가 차지하는 비중이 높다는 점이다.

과자류 중에서 부가가치가 높아, 이른바 '돈이 되는' 제품으로 꼽히는 것이 구움과자류, 쿠키류 등의 선물용 제품이다. 우선 이들 제품은 보존성이 높다. 제품 특성상 오래 두고 판매할 수 있어 자주 만들어야 하는 빵류나 일반 케이크류보다 생산성이 월등하다. 또 상품 구성과 포장을 달리해 선물용 세트를 만드는 방법으로 높은 가격을 받을 수 있다. 따라서 이들 구움과자나 쿠키류 등은 부가가치가 높은 대표적 제품으로 꼽힌다.

일본은 가까운 지인이나 처음 방문하는 곳에 간소하나마 자신의 마음을 담은 선물을 전하는 '선물 문화'가 발달해 있다. 구움과자나 쿠키류 등의 선물용 제품도 이런 일본의 선물 문화에 기인한 것이라고 할 수 있다.

일본의 제과점들은 선물용 제품의 판매 활성화를 위해 많은 노력을 기울인다. 그런 노력 중 하나가 선물용 제과 제품의 택배 시스템 도입이다. 불가피한 사정으로 직접 방문을 할 수 없거나 선물을 보내고자 하는 고객에게 편의를 제공해 하나라도 제품을 더 판매하기 위한 택배 시스템은, 현재 많은 제과점에서 실시하고 있는 판매 촉진 아이디어 중 하나이다.

방법은 간단하다. 1차로 선물용 제품이 마련된 코너에 제과 제품의 택배가 가능하다는 것을 표시판을 이용해 알려 고객이 이용할 수 있도록 한다. 그리고 고객 주문시 택배 회사로 전화해 택배 비용이 추가로 포함된 선물용 제품을 배달처로 전달하도록 하면 되므로 특별한 관리도 필요없다.

국내의 경우 각 지역의 유명 점포라면 고객이 해당 점포의 제품이나 인지도 면에서 신뢰를 갖고 있기 때문에 충분히 시도해 볼 만하다. 고객에게 편의를 제공하고, 하나의 제품이라도 더 판매하려는 발상에서 나온 '택배 시스템'에 대해 국내 제과점도 관심을 가질 필요성이 있다.



1. '봄의 선물'이란 이름을 붙인 택배용 선물 제품. 택배비를 포함한 가격이 표시돼 있다.
2. 일본의 제과점은 제과 제품의 택배 시스템을 도입하고 선물용 코너에 표시판을 마련해 두고 있다.
3. 제과점에서 자체적으로 취급 주의 및 내용물이 음식물임을 알리는 스티커를 제작해 부착하기도 한다.