



창조적 아이디어로 가득 찬 오프스 5호점 자연주의 빵의 풍미와 지역 특화 마케팅의 조화

부산을 넘어 전국으로 그 명성이 번지고 있는 (주)오프스(Ops)(대표 김상용)가 지난 3월 5일 해운대에 직영 5호점의 문을 열었다. 고급스러움과 자연스러움이 공존하는 오프스 5호점의 인테리어는 (주)오프스의 김상용 사장이 뉴욕 출장 중에 영감을 얻은 것이다. 해안선을 따라 특급 호텔들이 즐비하고, 고급 아파트가 속속 들어서고 있는 해운대의 고객 환경에 뉴욕 거리 상점의 이미지를 접목시켰다. 개점 두달이 지난 지금, 멀리서 차를 몰고 와 빵을 사가는 고정 고객이 벌써 상당수에 이른다. "빵이라면 고개를 살레살레 흔들던 중장년층 고객들도 이곳의 빵을 접하고선 빵 애호가가 되었다"는 직원들의 자랑에서 확인되듯, 오프스의 저력은 깔끔하면서도 깊은 맛이다.

"좋은 재료를 엄선해 적절히 써주는 것이 중요합니다"라는 김상용 사장의 말에서도 알 수 있듯이, 오프스는 재료 자체의 풍미를 손상시키지 않은 자연에 가까운 맛을 추구한다. 이를 위해 20여종에 이르는 제품에 자연발효법을 적용하고, 과도한 버터와 우유의 사용 또한 자제한다. 그 대표적인 예가 버터와 우유를 전혀 첨가하지 않아 바게트에 가까운 무가당 식빵 '팡도미', 담백한 속과 바삭한 겉이 조화를 이룬 특유의 맛을 선호하는 고객층이 형성돼 급속한 매출 신장세를 보이고 있다.

오프스 5호점은 독창적 아이디어로 가득 차 있다. 뉴욕식 샌드위치에는 '센트럴파크', 피자토스트에는 '밀라노공장'이라는 자체 이름을 붙여 판매한다. '미역모닝', '김치크로켓' 등 한국적이고 독특한 재료의 신제품을 개발하기 위해 자체 세미나 또한 게을리 하지 않고 있다.

부산은 무스 케이크에 대한 선호도가 아직 미미하지만 오프스는 미래를 위한 투자 차원에서 고가로 인식되고 있는 양과자류를 저렴하게 제공하고자 노력한다. 늘 고객의 취향에 한발 앞서고자 하는 오프스의 사업 전략이 돋보이는 부분이다.

〈취재 / 김미선 sunny@mbakery.co.kr〉

① 바닥재 등의 인테리어 소품 선정부터 매장 음악의 선곡까지

오프스 5호점의 어느 것 하나 김상용 사장의 머리와 손을 직접 거치지 않은 것이 없다.

② 창가에 위치한 매대. 오프스 전 제품의 우측에는 시식을 위한 바구니가 놓여 있어 고객들이 입맛에 맞는 빵을 직접 선택하도록 했다. 오프스는 '고객을 위한 당연한 서비스'라고 표현한다.

③ "달콤한 슈크림 나왔습니다" 오프스에 가면 5분에 한번씩 맛있는 소리가 들린다.

새로운 빵이 나올 때마다 어김 없이 고객들을 향하는 점원들의 목소리에 고소한 정성이 담백 묻어 난다. 정기적인 직원 친절·위생 교육은 기본.

④ 공장의 전면을 유리로 장식하여 고객들이 빵이 구워지는 과정을 직접 볼 수 있도록 했다. 위생상태에 대한 고객 신뢰의 확보와 동시에 인테리어 효과 또한 배가시켰다.

