



# Tous Les Jours 뚜레쥬르

제일제당



## ‘베이커리’와 ‘테이크아웃’ 카페의 독립적 조우 다양한 고객층 확보한 ‘뚜레쥬르 안국점’

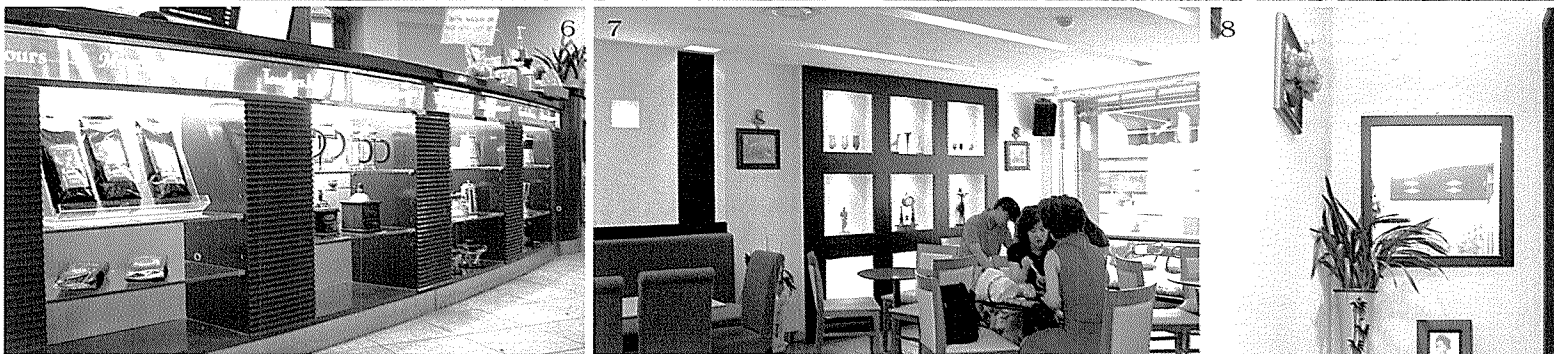
지난 봄 안국동에 업계의 비상한 관심이 쏠렸다. 4월 24일 ‘뚜레쥬르’가 처음으로 기존의 자사 베이커리에 커피 등의 음료를 접목시킨 복합 매장을 오픈했기 때문. 그동안 타 프랜차이즈 업체가 카페 형식을 빌린 직영점을 하나둘씩 늘려 가는 것을 지켜보기만 했던 뚜레쥬르 본사로서도 이번 안국점 오픈은 큰 의미를 갖는 가맹점 출점이었다. 유동 인구가 많은 안국점의 입지적 특성상 일반 베이커리 매장 만으로는 경쟁력이 떨어진다고 판단, 편안한 카페 개념이 가미된 특색 있는 매장을 원했던 김은경 점주의 의견이 십분 반영된 것이다.

이곳의 복합 전략은 완벽한 ‘더하기(+)’의 개념이다. ‘뚜레쥬르’와 ‘모닝해즈(제일제당의 커피 브랜드)’가 가운데 벽만 없을 뿐 각각 독립된 개체로 자리잡고 있다. 점포는 진입문을 중심으로 왼쪽은 ‘뚜레쥬르’의 친근한 따

뜻함이, 오른쪽은 ‘모닝해즈’의 심플한 세련됨이 분위기를 주도한다. 즉 ‘뚜레쥬르’는 ‘뚜레쥬르’만의 특징을, ‘모닝해즈’는 ‘모닝해즈’만의 특징을 서로 침범하지 않고 있으면서, 동시에 고객 서비스를 위해서는 상호적인 관계를 유지하는 독특한 점포 유형이다.

안국점의 고객층은 학생, 직장인에서부터 외국인, 스님과 수녀님까지 다른 어떤 점포에서도 찾아볼 수 없을 만큼 다양하다. 풍문·덕성 여고 등의 학교, 안국동 오피스 지구, 인사동 전통 문화의 거리 그리고 조계사 등을 모두 아우르고 있기 때문. 이들 고객층의 입맛 또한 저마다 다양해서 다른 제품에 비해 특별히 매출이 앞서는 대표상품을 꼽아 말할 수 없을 정도이다.

여타 ‘뚜레쥬르’ 매장과 차이를 보이는 안국점만의 제품은 단연 ‘즉석 샌드위치’. 이를 위한 특별 부스를 마련



- ① 작업중인 샌드위치 담당 기사. 제품 생산 부문의 인사는 본사에서 전담하여 관리한다.
- ② ③ '뚜레쥬르' 부분과 '모닝해즈' 부분. 한 공간 속에 있다는 것이 믿기지 않을 정도로 독립적이지만 또한 상보적인 기능을 담당하고 있다.
- ④ 다섯 종류의 기성 샌드위치. 아침 출근길 또는 점심 시간의 직장인들에게 인기 만점이다. 안국점에서는 '즉석 샌드위치'도 맛볼 수 있다.
- ⑤ 이곳의 오픈 시간은 새벽 6시30분에서 밤 11시30분까지로 꽤 길다. 시간대별로 고객층이 다양하다.
- ⑥ 커피 및 관련 보조 기구들을 판매하고 있다. 판매에 앞서 좋은 인테리어 소품 역할을 하고 있다.
- ⑦ 빵을 산 고객들이 가끔씩 '저쪽 가서 앉아 먹어도 되나요?'라고 묻는다는 카페 부분. 안국점에서는 '손님이 편한 대로'가 무조건 원칙이다.
- ⑧ 심플하게 꾸민 화장실 들어가는 길목. 벽마다 걸린 액자, 코너마다 놓인 소품에서 세련되고 정갈한 맛이 잔뜩 묻어 난다.



해 두고 주문이 들어올 때마다 보는 앞에서 만들어내 조금 한 고객들의 군침을 돌게 한다. 과일과 야채만을 샌드하는 '토마토&모짜렐라'와 고급 햄과 치즈를 얹은 '허브 후랑크'가 대표적이며, 외국인들을 중심으로 매출이 점점 증가하는 추세이다. 치즈롤, 치즈스틱 등의 치즈를 이용한 조리빵 역시 여고생들의 '충애'를 듬뿍 받고 있는 효자 상품이다.

김은경 점주는 다양한 이벤트를 끊임없이 모색하여 적용하고 있다. 그 대표적인 예가 직장인들의 점심 시간인 오후 12시~2시 사이에 샌드위치를 구매하는 고객에게 커피나 우유를 무료로 제공하는 것. 여름 비수기 타개를 위한 노력은 바로 '오늘의 메뉴'. 2,000원~4,000원대인 '모닝해즈'의 다양한 커피나 팔빙수 등을 차례를 정해 그 날 하루는 1,500원에 판매함으로써 매출 신장을 꺾고 있

다. 이러한 전략은 주변 직장인들과 인사동 쇼핑 고객들에게 주효하게 적용돼 빵류의 매출 또한 더불어 늘고 있다고 점주는 말한다.

프랜차이즈 제과점의 특성상 메인, 케이크, 샌드위치 전담 기사 등의 공장 식구들은 모두 본사에서 파견하고 교육 또한 정기적으로 받고 있어 별 다른 신경을 쓰지 않고 있다. 매장 직원들의 친절 교육은 점주가 직접 모범을 보여 전 직원들이 따라 오도록 유도한다.

'뚜레쥬르' 안국점의 모토는 '고객들이 내 집처럼 편하게 찾아와 쉬어 가는 공간'이다. 이를 위해 앞으로 더욱 다양한 고객 중심의 서비스에 치중할 계획이며, 석 달이 조금 지난 지금 벌써 얼마 만의 목표에 다가섰다고 안국점 식구들, 자부심이 대단하다.

(취재 / 김미선 sunny@mbakery.co.kr)