

'이벤트 매뉴얼 for 매출 UP' 지면은 일선 제과점에서 성공적으로 실시되고 있는 고객 이벤트를 그 준비 과정부터 마무리까지 매뉴얼화해 제시하는 코너입니다. 모쪼록 점포 운영에 도움이 됐으면 하는 바람입니다. 더불어 자신의 점포 혹은 타 점포라도 매출 향상에 도움이 되는 이벤트거리를 갖고 계시면 언제든지 저희 「월간 베이커리」로 추천해 주십시오.

I. 고객이 직접 만들어 보는 우리집 제품

'미리 만들어 보는 크리스마스 케이크', 크로네과자점

"직접 만들어 보니까 제과라는 게 여간 어려운 작업이 아니네요. 크로네과자점에 대한 신뢰감이 더욱 높아지는 계기가 됐습니다." 앞치마를 두르고 스패툴라를 손에 쥔 고객들의 입가에는 시종일관 미소가 떠나지 않는다.

지난해 11월 29일 서울 휘경동에 위치한 크로네과자점은 '미리 만들어 보는 크리스마스 케이크' 라는 주제의 고객 참여 행사를 실시했다. 이 제과점은 매달 새로운 주제로 고객이 직접 제품을 만들어 보는 행사를 준비하고 있다. 11월의 크로네 고객참여행사 '미리 만들어 보는 크리스마스 케이크' 를 통해 일선 제과점에서 이러한 행사를 준비하고 실행할 때 참고해야 할 노하우를 익혀본다.

<취재·김미선 / 사진·박경배>

First, 행사 계획

● 월별 행사 주제 ●

- 1월 : 신년 휴식
- 2월 : 발렌타인데이 초콜릿
- 3월 : 화이트데이 사탕꽃 케이크
- 4월 : 허브 쿠키
- 5월 : 어버이날 케이크
- 6월 : 딸기 타르트
- 7월 : 샌드위치
- 8월 : 하계 휴식
- 9월 : 중추절 휴식
- 10월 : 유럽빵 만들기 페스티벌
- 11월 : 미리 만들어 보는 크리스마스 케이크
- 12월 : 크리스마스 휴식

① 테마를 정한다.

그달의 특성에 맞는 주제를 미리 선정해 매달 정기적으로 시행한다. 특별히 지난해 11월의 행사는 크리스마스를 한달여 앞둔 시점이어서 그 주제가 '크리스마스 케이크 만들기'로 선정된 것. 고객의 호응도가 그 어느 때보다 높았다.

② 행사 스케줄표를 작성한다.

오랜 행사 경험을 토대로 크로네과자점은 고객이 즐겁게 행사에 참여할 수 있는 적정 시간을 '2시간'으로 잡았다. 이보다 짧으면 고객은 행사가 다소 미흡하다고 생각할 수 있고, 서 있는 시간이 2시간을 넘으면 다리 통증 등 불평이 튀어나온다. 사실 2시간 내에 케이크 완제품을 만들어낸다는 것은 무리. 따라서 스펀지를 미리 만들어 두고 고객들이 데코레이션 과정만 익히는 것으로 방향을 수정했다. 대신 스펀지 제조법은 고객에게 제공하는 레시피를 토대로 행사 초반부에 책임자가 시범을 보인다.

③ 날짜와 시간을 정한다.

더 많은 고객이 참여할 수 있는 일정이 돼야 한다. 고객이 편안히 즐기는 마음으로 참여하게끔 요일은 금요일이 좋고, 다양한 고객층을 확보할 수 있도록 시간은 일상이 마무리되는 오후 6시 이후가 적절하다.

④ 광고나 전체 메일을 통해 참가 고객을 모집한다.

20일 정도의 여유를 두고 홈페이지 '이달의 행사'란에 게시하고 회원들에게 전체 메일을 발송한다. POP나 플래카드 등을 통한 매장에서의 홍보도 적극적으로 펼친다.

특히 매장 홍보는 굳이 참가를 목적으로 하지 않더라도 일반 고객들에게 점포에 대한 선호적 이미지를 형성하는 기회가 되기도 한다. 참가 인원은 선착순 20명 내외로 하는 것이 행사 진행상 무리가 없다. 물론 참가 인원수는 공장 규모, 직원 수, 행사 관리 경험 등을 고려해 탄력적으로 결정하는 것이 바람직하다.

● 매장 외관 플래카드



● 홈페이지 공고 ●

3. 11월 크로네 고객 참여 행사로 “미리 만들어 보는 크리스마스 케익 만들기”를 11월 29일 가집니다.

- 1) 일시: 11월 29일(금요일) 오후 6시~8시
- 2) 인원: 선착순 20명
- 3) 장소: 크로네과자점 경희대 본점 1층 생산부
- 4) 접수 방법: 이메일 krone@krone.co.kr 또는 전화 960-2045
- 5) 참가비: 10,000원 (1인당)
- 6) 준비물: 앞치마
- 7) 내용: 카스태라 만들기/ 생크림 또는 버터 크림 제조 공정/ 크리스마스 케익 대포 레션

Second, 행사 준비

준비할 게 많을 것 같지만 사실 행사 이틀 전부터 서서히 준비해도 충분하다고 나름대로 노후자가 생기면 행사 준비에 걸리는 시간은 더욱 단축된다.

① 고객 배부용 레시피를 작성한다.

완제품 사진을 첨부한 A4 4장 정도의 제품 레시피를 작성한다. 초보자들이 쉽게 이해할 수 있는 용어를 사용, 가능한 단계별로 구체적으로 제시해야 한다. 레시피 앞부분에 행사 진행 목적과 제과점 소개 등을 두어 행사 목적을 분명히 한다.

② 행사 후 진행할 고객 설문지를 작성한다.

당일 행사 관련은 물론 경영에 참고할 만한 사항에 대한 질문을 뽑아 설문지를 준비한다. 특히 이러한 설문지를 통해 새로운 이벤트 행사에 대한 아이디어도 구할 수 있어 일거양득이다. 행사에 참가한 고객들은 매장 고객들에 비해 훨씬 진지하게 설문에 임하기 때문에 조사효과도 배가된다.

● 설문지 ●

「미리만들어보는크리스마스케익만들기」행사에 참가해주신 귀하께 깊은 감사를 드리며 더 나은 서비스를 제공하고자 다음과 같은 설문을 준비했습니다. 성심껏 답변주시면 감사하겠습니다.

- 1. 귀하의 연령은?
① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대
- 2. 귀하의 직업은?
① 회사원 ② 자영업 ③ 학생 ④ 기타
- 3. 행사를 참석하고 난 소감은? (좋은 점과 부족한 점 중심으로)
- 4. 크로네 과자점이 잘하는 것은?(복수 응답 가능)
① 맛있는 제품 구성 ② 좋은 이미지 구축 노력 ③ 넓은 매장과 깨끗한 분위기
④ 품격있는 서비스 ⑤ 기타
- 5. 크로네 과자점이 부족한 것은?(주관식)
- 6. 새로운 이벤트 행사가 열린다면 어떤 종류를 원하십니까?
(체택된 분께는 선물을 드립니다.)
- 7. 매장에서 가장 자주 구매하는 제품 종류는?(주관식)
- 8. 크로네 과자점의 발전을 위해 조언을 부탁드립니다.

설문에 협조해 주셔서 감사합니다. 또 다른 조언이 있으시면, 언제든지 크로네 홈페이지 게시판에 남겨주세요.
성명: Tel: E-mail:

③ 필요한 재료 구입

대부분 공장 내부에서 자체 조달 가능한 품목이어서 특별히 구매하는 경우는 드물다. 그러나 수량이 부족하지 않은지, 특별한 재료는 없는지 미리 체크해서 구입해 둔다.

④ 직원 리허설

고객 지도에 부족함이 없도록 미리 연습을 해보는 등 리허설이 필요하다. 직원들은 자신이 다루지 않는 품목에 대해 새롭게 익히는 계기가 돼 행사 진행을 귀찮게 여기지 않고 오히려 반기는 분위기라고

Third, 행사 당일

① 공장 대청소

공장의 청결은 언제나 당연한 원칙이지만 손님을 초대하고 선 더욱 신경을 써야 하는 법. 자칫 흐트러진 모습을 보여 이미지가 훼손되는 일이 없도록 해야겠다. 일거리라 생각지 말고 한달에 한번 있는 정기 대청소라고 생각하자.

② 필요한 도구 및 재료 준비

인원수에 맞게 도구를 준비하고 각 조별로 필요한 재료를 계량해 둔다. 데코레이션용 과일도 미리 손질해 둘 필요가 있다. 참가자 명단을 확인해 개인별 명찰을 준비하는 것도 잊어선 안 된다.

● 참가자 명찰



Fourth, 행사 진행



6:00 앞치마 입고 명찰 달기
레시피 등 자료 제공



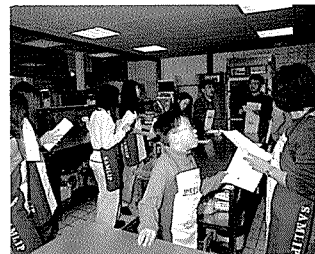
6:05 대표 인사말 &
행사 목적 소개



6:10 행사 제품 및
재료 특징 소개
"겨울에는 제관이 차기 때문에
더 따뜻한 물을 받쳐두고
믹싱하세요"



6:15 기본 과정 설명 & 시범



6:20 참가자 조 배정 및 도구 사용법 숙지
Tip: 조별 인원 5~6명 구성 적합

6:30 재료 지급
Tip: 재료를 일단
맛보게 해 해당 제과점이
고급 재료를 사용함을
확인시키고 재료의
특성을 인지시킨다.



6:25 조별 세부 과정 설명

Fifth, 행사 정리

- ① 행사 진행 직원들의 노고를 치하하고 격려한다.
- ② 설문 결과를 분석해 고객 성향을 파악하고 다음 행사 및 사업 방향에 적용한다.
- ③ 행사 참가 고객들에게 감사 이메일을 띄운다.

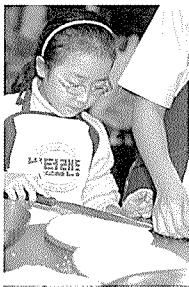
만들기 이벤트, 이런 점이 좋아요!!

효과 1. 고객 신뢰감을 쌓는 계기가 된다.

고객들에게 공장을 오픈하는 것이므로 고급 재료 사용과 청결한 위생상태를 직접 확인시켜 신뢰감을 높인다. 즉각적인 매출 향상 반응이 나타나는 행사는 아니더라도 꾸준히 지속하면 그 어떤 행사보다 이미지 제고의 효과가 크다.

효과 2. 생산부 직원들의 서비스 의식을 고양시킨다.

평소 직접 고객을 대면할 기회가 거의 없는 생산부 직원들이 고객의 니즈(Needs)를 직접 파악할 수 있는 기회가 된다. 또한 평소 담당 분야 외의 주제가 선정될 경우 새로운 기술을 익히는 계기가 되기도.



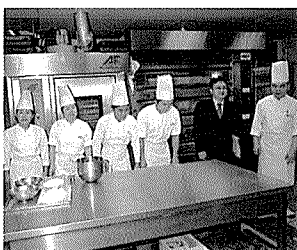
6:35 실습



7:40 각자 자기 제품 포장

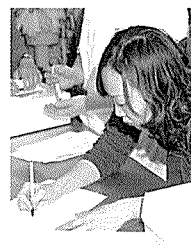


7:45 도구, 작업대 등 주변 정리



8:00 마무리 ①대표 인사

②앞으로의 이벤트 소개 ③직원들 인사



7:50 설문지 작성

Know-how in Class

하나, 수업을 이끌어 나갈 총책임자 선정이 반드시 필요하다.
둘, 성취도 만족을 위해 반드시 직원 도움 없이 고객이 스스로 제품을 완성하도록 한다.
셋, 고객이 원하는 형태로 자유롭게 성형할 수 있도록 한다.
넷, 다 쓴 재료와 도구를 수시로 정리해 줘 쾌적한 작업 공간이 되도록 한다.