

미리 보는 크리스마스 케이크, 크로네과자점

# 고객이 던진 한 표!

## X-mas 매출 업그레이드!

'이벤트 매뉴얼 for 매출 UP' 지면은 제과점마다 차별화해서 실시하고 있는 고객 이벤트 가운데 준비 과정부터 마무리까지 매뉴얼로 만들어 알려주는 코너입니다. 점포 운영에 실질적인 도움을 줄 수 있기를 기대하며 꾸몄습니다. 더불어 자신의 점포 혹은 타 점포라도 매출을 높이는 데 도움이 되는 이벤트 아이템을 갖고 계시면 언제든지 저희 월간 <베이커리>로 추천해 주십시오.

<취재 · 김미선>



"이번이네!"

"난 편이 좋은데!"

단발머리 여고생들이 모여서 옥신각신하고 있다. 그들 무리가 났을 때 놓고 서 있는 곳은 경호대하고 근처에 위치한 '크로네과자점'. 테이블 위에 번부터 11번까지 번호가 매겨진 케이크가 줄 지어 서있다. '1번이네!', '2번이네!' 하며 유쾌한 다름을 벌이던 학생들은 각자 자신이 평한 케이크의 번호판 위에 스티커를 붙이며 무척이나 즐거워한다.



크로네과자점(대표 진승탁)은 지난 해 12월 1일부터 20일까지 '미리 보는 크리스마스 케이크' 행사를 진행했다. 점포 정문에 마련된 테이블 위에 11명의 생산부 직원 모두가 한가지씩 디자인한 크리스마스 케이크가 보기 좋게 놓였다. 점포 앞을 지나가던 사람들은 가던 길을 멈추고 가장 마음에 드는 케이크에 자신의 한 표를 던졌다.

### Before the Event

크로네과자점은 어느 때와 마찬가지로 크리스마스 케이크의 예약을 받기로 했다. 보통 예약 주문을 알리는 전단지들을 뿌려 홍보했지만 크리스마스 케이크가 주는 화려하고 탐스러운 이미지를 제대로 전달하기에는 아무래도 역부족이다. 이 궁리 저 궁리 끝에 좀 더 많은 고객들이 크로네과자점의 크리스마스 케이크에 관심을 갖도록 '미리보는 크리스마스 케이크' 행사를 생각해 낸 것이다. 그 해 크리스마스에 선보일 케이크를 미리 만들어 점포 앞에 설치한 작은 테이블 위에 진열하기로 결정했다.

### 이벤트 기간은 12월 1일부터 20일까지 한시적으로!

12월하면 누구나 크리스마스를 떠올리게 된다. 12월에 들어서면서 케이크 진열을 시작해 크리스마스를 5일 남겨둔 20일에 예약을 마감한다. 기간을 정하고 이벤트를 실시하면 고객들의 조바심을 불러 일으켜 구매를 촉진시킬 수 있고, 크리스마스 제품의 생산 계획을 미리 정할 수 있는 장점이 있다.

## 할인행사는 필수!

행사 기간 중 케이크를 예약하는 고객에게는 10%의 할인혜택을 준다. 예약 구매의 동기를 유발시키는데 가장 효과가 좋은 방법 중 하나. 숫자 '10'은 심리적으로 딱찬 느낌을 주고 기억하기도 쉬워 행사에 적용할 할인율은 '10%'로 결정했다.

## 개성 만점의 디자인 제작!

지난 해 12월 크로네과자점의 생산부 직원은 모두 11명이었다. 11명의 직원이 각자 독창적인 아이디어를 담은 크리스마스 케이크 디자인을 제출했다. 각자 개성을 살린 11개의 작품이 완성됨에 따라 주변 제과점과 차별화된 전혀 색다른 케이크 데코레이션을 많이 선보일 수 있었다.



'미리 보는 크리스마스 케이크' 행사는 직원들이 디자인한 제품에 대한 고객들의 투표로 이루어진다.

## 1등 케이크 뽑기!

케이크를 테이블에 진열할 때 각각에 번호표를 달아 고객 투표를 실시했다. 행사는 가장 마음에 드는 케이크의 번호표에 고객이 직접 스티커를 붙이는 방식으로 진행됐다.

단순히 제품만 진열할 때보다 고객 참여율이 높아져 구매로 이어지는 경우가 훨씬 많았다. 무엇보다 '고객이 참여하는 이벤트'의 성격이 강해서 점포 이미지를 친근하게 만드는 데 일등 공신 역할을 했다.

## 매출로 이어지는 POP 제작!

이벤트를 실시하는 가장 큰 이유는 불경기로 푹 떨어진 매출을 끌어올리고 싶어서다. 크리스마스를 앞두고 투표가 진행될 때 매출이 오르도록 해야 한다. 투표가 고객에게 그저 단 한번의 재미로만 끝나지 않도록 전시 테이블 위에 POP를 설치한다.

'고객님이 방금 선택한 바로 그 케이크를 주문 제작해드립니다! 그것도 10% 할인된 가격으로!'

POP는 자칫 일회성에 그칠 수 있는 행사를 실제 구매로 이어주는 연결 고리가 된다.

## 푸짐한 상금 지급!

이벤트가 끝나면 투표 결과를 집계해 직원 조·종례 시간에 발표하면서 간단한 시상식을 한다. 점포 내부에서 진행하는 소규모 '크리스마스 케이크 디자인 대회'의 형식을 띤다.

물론 대회의 심사위원은 고객이 맡는다. 생산 현장에서 제품에 대한 고객의 취향을 직접적으로 검토할 수 있는 좋은 기회일 뿐만 아니라 가장 공정하면서 실질적으로 필요한 정보를 얻을 수 있는 창구가 된다.

고객의 선호도가 가장 높았던 1·2·3등에게 기술 격려 차원의 상금을 지급한다. 설새 없이 바빠지는 크리스마스 시즌을 앞두고 직원들의 사기를 돋우는 데 효과 만점이다. 단순한 직원 화합을 위한 회식이나 단합대회와 달리 직원들의 기술 발전을 돕고 사명감을 고취시킬 수 있다는 점에서 행사의 의미가 크다.

## Power 효과!

'1등 크리스마스 케이크 뽑기'는 제과점의 두 주인 '고객'과 '직원'을 모두 만족시키는 윈윈(Win-Win) 전략이다.

## 크리스마스 케이크 예약 주문 증가

이벤트는 고객의 관심을 집중시켜 매출을 끌어올리는 역할을 한다. '1등 케이크 뽑기' 행사를 통해 고객들이 '크로네과자점의 크리스마스 케이크'에 대해 널리 알게 되고 호감도가 높아져서 단순히 예약만 받은 크리스마스 케이크에 비해 케이크 주문이 크게 늘어나는 좋은 결과를 보였다. 투표를 한 고객은 '가장 예쁘다'고 한 표를 던진 제품을 구매하는 경우가 많았다.

## 기술 발전 & 제품 개발 원동력

기술인이라면 누구나 스스로 애정을 갖고 개발한 제품이 고객들의 남다른 사랑을 받기를 원한다. 자기 제품에 대한 고객의 반응을 직접 눈으로 확인할 수 있어 좋은 제품을 만들기 위한 직원들의 노력이 끊임없이 이어졌다. 이벤트에 따른 선의의 경쟁이 직원들의 제품 개발 의지를 더욱 강하게 만드는 계기가 된 것이다.