

자영제과점-통신사 제휴서비스 첫 단추 끼우기

제휴 할인 테스트 마케팅 시작

지난 6월 20일부터 200여 개의 테스트 대상 제과점에서 SK텔레콤 제휴카드 할인서비스가 시작됐다. 이번 테스트 마케팅은 8월 본격적인 시행을 앞두고 제휴 마케팅의 성격을 결정짓는 것인 만큼 매우 중요한 의미를 갖는다. 이제 테스트 마케팅 시작 한 달, 매출로 연결될 만큼 뚜렷한 성과가 있는 것은 아니지만 지속적인 홍보만 따라준다면 자영제과점 경쟁력 키우기에 한 몫 할 것으로 기대를 모으고 있다. 글_최재연 기자·사진_주현진·촬영_협조_아망떼과자점, 가또마들렌 등록대점

자영제과점과 SK텔레콤 제휴 할인서비스가 본격적으로 실시 되기에 앞서 지난 6월 20일부터 2개월 동안의 테스트 마케팅이 실시됐다. 지난해 말 자영제과점의 생존권보호를 위해 제과인이 목소리를 한데 모은 '이동통신사 제휴카드폐지 및 생존권보호 제과인 비상대책위원회'가 프랜차이즈 베이커리를 상대로 얻어낸 성과가 처음으로 현실화되는 것이다.

SK텔레콤의 제휴 마케팅을 도맡고 있는 (주)큐엔에스는 지난 4월 말 지역별로 테스트 마케팅을 희망하는 점포 가운데 일부를 무작위로 뽑은 다음 단말기 호환 여부 등을 체크하기 위해 해당 점포를 직접 방문해 최종적으로 200여 개의 자영제과점을 테스트하기로 결정했다. 선정된 점포는 SK텔레콤과의 가맹점 등록과 가맹계약을 완료하고 8월 20일까지

테스트 마케팅을 실시한다. 두 달 동안의 포인트 사용량과 매출 실적을 평가해 본격적인 시행 여부를 결정하고 8월 중에 제휴를 희망하는 자영제과점의 신청을 추가로 받을 예정이다.

테스트 마케팅의 시행 초반에는 주로 젊은 연령층의 고객이 제휴카드를 활용했지만 한달을 조금 넘긴 지금은 제휴할인을 해준다는 사실을 알고 일부러 찾아오는 손님들도 제법 늘어나고 있다. 특히 일부 점포에서는 할인 사실을 알리는 현수막이나 POP를 제작하는 등 프랜차이즈 제과점으로 향했던 고객의 발걸음 돌리기에 이번 테스트 마케팅을 적극적으로 활용하고 있다.

지역이나 상권에 따라 할인 카드의 사용 빈도와 연령층도 다르게 나타나고 있다. 아파트나 주택 단지 안에 위치한 제과점에서는 젊은 주부들이, 지하철이나 버스정류장 근처에 위치한 제과점에서는 출퇴근하는 사람의 할인카드 이용이 점차 늘어나고 있으며 할인혜택이나 포인트 적립 등에 민감한 젊은 층이 주된 고객인 대학가 주변의 점포는 시행 초반부터 대학생 고객의 전폭적인 지지를 받고 있다.

자영제과점에서는 처음 시작하는 제휴인 만큼 크고 작은 해프닝도 있었다. 모든 이동통신사의 제휴카드로 할인을 받을 수 있는 줄 알고 SK텔레콤의 제휴카드가 아닌 다른 통신사의 제휴카드를 내보이며 할인을 요구하는 고객도 있었고, 고객이 소지한 카드 포인트를 확인하고 할인금액 만큼 차감시켜주는 단말기가 회사 측과 코드가 잘못 연결돼 일부 고객카드가 미승인 카드로 인식되는 바람에 할인을 해줄 수 없어 고객이 그냥 돌아가기도 했다. 다행히 (주)큐엔에스 측의 조치로 문제는 수월하게 해결됐다.

이번에 처음 시행되는 제휴 마케팅이 불경기가 계속되는 어려운 현실 속에서 큰 수익으로 연결되는 성공의 열쇠는 아니지만, 품질 좋은 제품과 친절한 서비스에도 불구하고 대량자본과 파격적인 제휴할인에 밀렸던 자영제과점이 같은 출발선상에서 경쟁할 수 있는 기회가 될 수 있다는 점은 분명하다. 아직은 테스트 마케팅 기간이어서 이번 제휴 마케팅의 성공여부를 말할 수 없지만 지속적인 관심과 꾸준한 홍보로 무거운 제과인의 어깨를 조금이나마 가볍게 해줄 것으로 기대를 모으고 있다.





테스트 마케팅은 이렇게!

일부 자영제과점에서 SK텔레콤 제휴카드 할인을 시험 운영하고 있고 8월 중에는 자영제과점을 대상으로 추가로 신청을 받는다면, 과연 어떻게 이뤄지고 있는지 궁금하셨죠? 두 달 동안의 테스트 마케팅 실적에 따라 앞으로 확대시행 여부가 결정될 예정입니다. 앞으로 신청을 희망하시는 분들을 비롯해 현재 테스트 마케팅을 진행 중인 제과점을 위해 몇 가지 간단하게 정리해봤습니다.



테스트 마케팅 시행 한 달, 당장의 큰 수익으로 연결되는 지름길은 아니지만 대량자본으로 무장한 프랜차이즈 제과점과 같은 출발선상에서 경쟁할 수 있는 기회가 될 수 있다는 것은 분명한 사실이다.

SK텔레콤 제휴 가맹점 스티커 테스트가 진행되고 있는 가맹점에는 들어가는 입구와 계산대에 (주)큐앤에스 측에서 제공한 SK텔레콤의 제휴카드가 붙어있다. 고객이 문을 열고 들어오면서 그리고 계산을 위해 제품을 내려 놓으면서 할인을 받을 수 있다는 사실을 확인할 수 있다.

000카드 가지고 계신가요? SK텔레콤의 제휴카드에는 'Ting', 'TTL', '리더스클럽' 등 여러 가지가 있다. 아직까지 자영제과점의 할인 마케팅을 잘 모르고 있는 고객을 위해 계산 전 SK텔레콤 제휴카드를 가지고 있는지 여부를 물어본다면 평소에 제휴카드를 사용하지 않던 고객들도 관심을 갖고 사용하는 계기가 된다.

SK텔레콤 제휴카드만 됩니다 이번 테스트 마케팅은 SK텔레콤 측과의 단독 계약을 통해 이뤄졌다. 고객을 가운데 모든 이동통신사의 제휴카드도 할인혜택을 받을 수 있는 것으로 오해하는 고객도 있지만 오로지 SK텔레콤의 제휴카드만 단말기를 통해 청구액 금액의 10%를 할인 받을 수 있다.

“저희 가게에서도 할인받으세요” 일부 점포에서는 SK텔레콤의 가맹점임을 알리는 스티커만으로는 홍보가 부족하다고 생각해 제휴카드 할인을 시행하고 있다는 문구를 담은 POP나 현수막을 설치해 오고가는 고객이 할인 사실을 더 쉽게 확인할 수 있도록 했다.

