

서비스 따라잡기 ① 서비스는 고객을 부르는 첫걸음

서비스의 힘, “서비스로 부자 되세요”

제과점 업주와 직원들은 자신들의 서비스에 대해 “친절하게 한다고 하는데...”라며 말끝을 흐리게 된다. 정작 ‘친절한 서비스’가 무엇인지 또 어떻게 행동해야 하는지 정확하게 알지 못하기 때문이다. 다년간의 경험과 서비스 교육을 바탕으로 서비스에 관한 강의를 활발하게 펼치고 있는 조운혜 컨설턴트와 함께 고객을 만족시킬 수 있는 서비스 비법을 구체적인 사례와 함께 배워본다.

진행_정슬이 기자 · 사진_주현진 · 촬영_협조_벨꾸르 과자점

손님들로 늘 북적거리는 가게를 만들고 싶은 마음은 어느 제과 인이나 마찬가지일 것입니다. 비싼 돈을 들여서 인테리어를 바꾸고 전문가를 초빙해 컨설팅을 받는 것도 한 가지 해결책이 될 수 있겠지만 고객들이 찾고 싶은 가게로 만들 수 있는 가장 쉽고 좋은 방법은 바로 좋은 서비스를 하는 것입니다. 서비스 아카데미는 무엇이 좋은 서비스인지 어떻게 하는 것이 고객의 마음을 움직일 수 있는지를 배워보는 코너입니다.

누구나 어린시절 어른들로부터 “커서 뭐가 되고 싶니?”라는 질문을 많이 받았습시다. 이 질문에 여러분은 어떻게 대답하셨습니까. 아마도 여러분의 대부분은 “의사가 될래요!” “선생님이요” “대통령이 되고 싶어요”라는 대답을 하셨으리라 생각합니다.

그런데 요즘 초등학교를 다니는 어린이들은 좀 다른 대답을 한다고 합니다. “부자가 되고 싶어요!” “연예인이요! 연예인이 되면 인기도 많고 돈도 많이 벌잖아요”라고 말합니다.

이처럼 초등학교생들이 부자를 꿈꾼다는 기사를 보고나서 두 가지 생각이 떠올랐습니다. 한 가지는 ‘초등학교생들이 벌써 돈을 밝히다니’라는 씁쓸한 생각이었고 또 다른 한 가지는 ‘어릴 때부터 경제관념을 확실하게 세워나가는 것도 나쁜 일만은 아닌 것 같다’는 어느 정도 긍정적인 생각이었습니다. 사실 부자가 되고 싶다는 마음은 초등학교생뿐만 아니라 오늘을 살아가는 우리 모두의 바람이라 해도 지나친 말이 아닙니다.

부자가 되려면 어떻게 해야 할까요? 부자가 될 수 있는 비법을 알려준다는 책들이 봇물처럼 쏟아지고 각계각층의 전문가들이 돈을 많이 벌 수 있는 방법에 대해 말하고 있지만 그저 듣기 좋은 이론에 그칠 뿐이어서 생활 속에서 실천하기에는 잘 와 닿지 않는 부분이 많습니다.

그렇다면 우리 서비스인들이 부자가 되는 방법은 무엇일까요. 정답은 바로 ‘마음’을 담아 ‘몸’으로 표현하는 ‘서비스’입니다. 좋은 제품을 개발해 많이 파는 것도 중요하겠지만 누가 어떻게 파느냐에 따라 같은 제품도 다른 값어치를 하기 때문입니다. 마음을 담아 몸으로 표현하는 서비스가 무엇인지 또 어떻게 실천해야 하는 것인지에 대해서는 다음 달부터 구체적으로 배워보도록 하겠습니다. 이번 호에서는 먼저 왜 그런 서비스가 중요한지에 대해 알아보겠습니다.



Service is... 고객을 부릅니다

고객은 제품의 품질과 서비스를 따라 갑니다. 더군다나 요즘에는 한 동네에도 제과점이 몇 곳이나 있는가 하면 대형할인점이나 백화점에서 쇼핑을 하면서 인스��어 베이커리에 들러 제품을 구입하는 일이 많아지는 등 안팎으로 경쟁이 치열한 세상입니다. 세상에서 그 누구도 만들 수 없는 뛰어난 맛의 케이크나 빵을 만든다면 몰라도 일반적인 제품으로 차별화하기란 하늘의 별따기만큼이나 어려울 수밖에 어렵습니다. 신제품을 개발했다고 해도 금방 경쟁 제과점에서 비슷한 제품을 만들어 내는 것이 요즘과 같은 경쟁 시대의 현실이니까요. 아시다시피 제품만으로 고객을 유혹하기는 정말 어렵습니다.

고객의 마음은 입맛과 눈맛을 사로잡는 제품과 더불어 마음을 즐겁게 만드는 서비스가 있는 곳으로 자연스럽게 움직일 수밖에 없습니다. 빵 맛은 기본이고 빵 하나를 사더라도 나를 '왕' 처럼 대접해 주는 기분 좋은 점포를 찾기 마련이니까요. 서비스는 고객을 부릅니다. 고객이 많이 찾으면 부자가 되는 것은 시간문제겠지요.

Service is... '사람 부자' 를 만듭니다.

상냥한 고객을 만나면 기분이 좋아지는 것처럼 서비스를 잘하는 직원이 고객들에게 인기가 좋은 것은 당연한 일입니다. 반대로 가게가 아무리 깨끗하고 좋은 제품으로 꽉 채워져 있어도 판매하는 사람이 불친절하고 매력 없다면 두 번 다시 들르고 싶지 않은 것이 사람의 마음입니다. 서비스를 잘하는 직원은 고객은 물론이고 주변 사람들에게도 인기가 좋습니다.

자신보다 남을 배려하는 정중한 태도, 밝고 따뜻한 미소와 시선으로 사람을 대하는 것은 물론 자신이 고객에게 판매하고 있는 제품에 대해 해박한 지식을 갖고 있어야 제대로 된 서비스를 할 수 있습니다. 이런 전문적인 서비스는 아무라도 할 수 있는 일이지만 반대로 아무나 잘 할 수 없는 일이기도 합니다. 외식 산업에서도 서비스 전문인에 대한 '몸값' 이 점점 높아지고 있고 제법 규모가 있는 제과점의 경우 매장에서 서비스에 정통한 매장 매니저를 두고 체계적으로 관리하는 곳이 늘고 있습니다.

우리 제과점을 방문하는 많은 고객들이 우리의 '팬' 이 된다면 우리는 진정 '사람 부자' 인 셈입니다. 나를 지지하는 팬을 두루 확보하고 있는 '사람 부자' 만큼 큰 부자는 없을 것입니다.

Service is... '마음 부자' 로 만듭니다.

서비스는 우리만 부자로 만드는 것이 아닙니다. 잘된 서비스는 우리의 고객도 부자로 만드는 재주가 있습니다. 스타벅스라는 세계적인 에스프레소 커피 전문점이 성공을 거둘 수 있었던 가장 큰 이유는 고객에게 단순



히 커피가 아닌 '문화' 를 팔았기 때문입니다. 고객은 단순히 커피를 마시고 싶어서라기보다 커피를 마시면서 즐기는 분위기와 문화를 즐기고 싶은 마음에 스타벅스를 찾습니다.

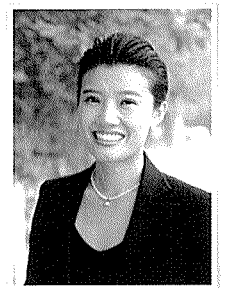
제과점을 방문하는 고객들도 단순히 빵이나 케이크를 사고 싶어 한다기보다 '고소한 버터냄새를 풍기는 갓 구운 빵 한조각과 함께 마시는 따뜻한 커피 한잔의 여유로움' 또는 '우리 아이가 학교에서 돌아와 출출할 때 먹을 영양만점 간식거리' 를 기대하는 것입니다. 이런 정서적 기대감을 갖고 있는 고객의 기분을 망치지 않고 더 유쾌한 기분으로 돌아갈 수 있도록 노력하는 것이 바로 우리 제과점에서 해야 하는 서비스입니다. 이런 기분 좋은 서비스를 받은 고객이 바로 '마음 부자' 가 됩니다.

앞에서 살펴본 3가지 이유처럼 서비스는 단순한 '고객 응대' 가 아니라 제과인과 고객 모두가 물질적, 정서적으로 부자가 될 수 있도록 '마음이 부리는 마법' 과도 같습니다.

앞으로 우리 모두 부자가 되기 위해 노력해야 하는 까닭을 이제 아시겠지요? 부자가 될 준비를 마치셨다면 7월호부터는 부자되는 방법에 대해 구체적으로 알아보겠습니다. ☺

Consultant 조윤희

〈서비스 HR 퍼슨 투 퍼슨〉 조윤희 대표는 서비스와 이미지 창조 전문 컨설턴트로 활발한 활동을 펼치고 있다. 뉴월드호텔과 롯데호텔 등에서의 근무 경험과 다년간의 서비스 교육을 바탕으로 각종 국제행사 및 SK텔레콤, LG전자 등의 대기업과 학교, 병원 등 각지에서 서비스와 매너 교육을 담당해왔다. 현재 아데코 코리아 CS 외부 전문 강사와 세민디지털대학교 교양학부 교수로 활약하고 있다.



♣ 서비스 아카데미 코너에서는 제과점에서 실제로 겪게 되는 사례를 바탕으로 한 '서비스 클리닉' 을 운영합니다. 서비스와 관련된 제과점의 구체적인 사례를 기다립니다. 월간 베이커리 편집부 Tel_02)2055-3345 / E-mail_jamssol@naver.com