



## 서비스 따라잡기 ② 이미지 메이킹

# 고객이 기대하는 제과인다운 이미지

성공한 사람들에게는 공통점이 있습니다. 남다른 열정과 노력, 재능, 추진력과 함께 중요한 특징으로 꼽히는 것은 바로 자신이 하고 있는 일에 '어울리는 이미지'를 갖추고 있다는 점입니다. 제과인이라면 남들이 '그 사람 정말 제과인답다'고 표현할 수 있는 전문가로서의 이미지 말입니다. 의사가 의사다운 이미지를 갖고 있을 때 환자는 신뢰감을 갖고 편안한 마음으로 진찰을 받을 수 있는 것처럼 말입니다.

자신이 하는 일과 어울리는 이미지를 갖고 있는 사람에게 고객은 더욱 좋은 '기대'를 하게 되고 그 기대를 '충족'시켜줬을 때 비로소 '만족'하게 됩니다. 이번 호 서비스 아카데미에서는 먼저 좋은 이미지를 만드는 것이 왜 중요한지에 대해 알아보고, 우리 제과인의 이미지가 고객에게 어떤 영향을 미치며 제과인들이 갖춰야 할 이미지는 무엇인지에 대해 배워보겠습니다.

### image is ... 사람에 의해 만들어집니다

먼저 일본의 한 전자회사의 일화를 살펴보도록 하겠습니다. 세계적인 규모의 일본의 T전자회사 서비스 센터에서 근무하는 한 직원과 고객이 큰 말다툼을 벌인 일이 있었습니다. 불만을 토로하던 고객에게 맞대응하며 입에 담기 민망한 욕설을 해대는 직원의 말이 녹취된 테이프가 인터넷에 공개되면서 세계적인 기업, 우수한 기업이라는 기존의 기업 이미지는 하루아침에 땅에 떨어지고 말았습니다. 기업에 대한 이미지만큼 직

원에게 질 높은 서비스를 기대했던 많은 고객들의 분노를 사게 된 것이죠. 고객들은 바로 온라인 상에서 T전자회사의 반대사이트를 만들고 구매거부 운동까지 펼쳤고 결국 T전자회사의 부사장이 TV를 통해 공개사과를 하는 등 수개월이 지나서야 시민들의 분노는 어느 정도 누그러질 수 있었습니다. 딱 한 번의 사건으로 T전자회사는 '고객을 무시하는 회사'라는 이미지를 심어줘 6개월 이상 수백억 달러의 손실을 봐야 했습니다.

이번에는 국내의 유명 프랜차이즈 제과점의 경우입니다. 온라인에서 사진 한 장이 네티즌들의 관심을 끈 적이 있었죠. 제과점에서 일하는 직원이 몸을 가누지 못하는 장애인에게 빵을 직접 먹여주는 모습이 담긴 사진이었습니다. 그녀의 모습은 네티즌들에게 큰 감동을 안겨줘 해당 제과점을 찾는 고객의 수가 눈에 띄게 증가하고 브랜드 이미지까지 높아지는 등 마케팅에 긍정적인 힘으로 작용했습니다.

앞서 두 가지 사례는 서로 반대의 결과를 낳았지만 출발점은 같습니다. 고객이 기업을 거부하게 만든 것도, 기업을 사랑하게 만든 것도 단 한 명의 직원으로부터 비롯된 결과였다는 것입니다. 물론 제품 자체나 광고를 통해 얻어지는 기업의 이미지를 무시할 수는 없지만 기업의 이미지를 결정하는 일등공신은 고객이 직접적으로 마주하게 되는 직원, 바로 '사람'입니다.

### image is ... 즐거운 기대를 만족시켜야 합니다.

이번에는 어느 동네 제과점에서 있었던 일입니다. 이 동네로 새로 이사 온 고객이 근처의 제과점을 방문하게 됐습니다. 걸보기도 번듯하고 또 체인점으로 유명한 제과점이라 가까이 있는 다른 제과점을 제쳐두고 그 제과점을 찾게 된 것이지요. 입구에 들어서니 역시 동네에서 보기 드물게 세련된 인테리어에 갓 구운 듯 구수한 빵 냄새가 진동해 기분이 좋았습니다.

그때 사장님으로 보이는 중년 남성분이 나른하게 들리는 낮은 음으로 '어서 오세요'라며 인사를 건넸습니다. 매장 한쪽에 있는 TV에서 눈을 떼지 않은 채 말합니다. 잠시 후 가까이 다가오더니 형식적인 말투로 "시식해보세요"라고 말을 꺼내는 사장님의 모습을 보고서는 고객은 더 이상 구매의욕을 느끼지 못해 되돌아 나왔다고 합니다. 고객이 마주한 그 사장님의 모습은 부스스한 헤어스타일에 구겨지고 칙칙한 색상의 티셔츠 차림인데다 여름이라서 그런지 슬리퍼를 신고 있는 탓에 맨발이 고스란히 드러나 보여 매우 불쾌했다지요.

세련된 인테리어와 고소한 빵 냄새로 눈과 코가 즐거워졌던 고객은 그런 이미지에 딱 맞는 직원의 모습과 서비스를 상상하곤 합니다. 그런데 이처럼 깔끔하지 못할뿐더러 무뎠직한 직원을

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. 이번 호에서는 고객이 다시 찾고 싶은 가게를 만들기 위한 제과인 이미지 메이킹에 관해 알아본다.

진행\_정슬이 기자 · 사진\_주현진 · 촬영\_협조\_블랑제리가또



만나게 되면 고객의 '기대'는 여지없이 무너져 버리고 더 나아가 '불만'으로 이어집니다. 세상에 제과점이 이곳 딱 한 곳만 있다면 모를까 더 이상 방문하고 싶지 않은 것이 당연합니다.

제과인의 이미지는 이런 고객의 기대에 맞아 떨어지는 것이어야 합니다. 기대 이상이라면 호감은 더욱 좋겠죠. 고객들은 빵과 케이크를 구입해 맛있게 먹으려는 즐거운 기대 또는 생일이나 기념일, 발렌타인데이 등을 축하하고 기념하려는 설레는 기대를 갖고 제과점을 방문하게 됩니다. 그렇기 때문에 제과인들은 다른 어느 업종보다 훨씬 더 깔끔하고 정갈한 이미지를 보여주는 것은 물론이고 친절하고 생기발랄한 이미지까지 보여줘야 합니다. 다시 말해 고객이 제과인들에게 기대하는 것은 바로 '제과인다운 이미지'입니다.

**image is ... 제과인다운 이미지가 곧 좋은 이미지입니다.**

이미지는 크게 '보이는 요소'와 '들리는 요소'로 구분됩니다. 두 가지 요소 가운데 이미지를 결정하는 힘은 눈에 보이는 힘이 더 중요하지만 들리는 힘도 절대로 무시할 수 없습니다. 시각적인 요소는 크게 복장과 머리, 화장, 표정과 시선, 인사태도, 자세와 몸짓 등으로 나뉘볼 수 있고 청각적인 요소는 목소리와 말의 속도, 높낮이, 어휘, 어미, 존칭 등을 말합니다. 시각적인 요소와 청각적인 요소가 조화를 이뤄 고객을 편안하고 즐겁게 만들어주는 것이 필요합니다.

제과인이 제과인다운 이미지를 보여줄 때만이 고객은 제품에 대해서도 애정과 믿음을 가질 수 있습니다. 봉봉 초콜릿처럼 부드럽고 다정하고, 치즈 케이크처럼 깔끔하고 단정하며, 유기농 식빵처럼 고객의 건강을 생각하는 마음을 담는 것이 바로 제과인의 이미지입니다. 다음 호에서는 좋은 이미지를 만드는 얼굴과 몸의 표정을 배워보겠습니다.

**제과인의 좋은 이미지를 만드는 핫 포인트**

**\* 용모**

복장 유니폼을 입거나 옷차림을 깔끔하고 단정하게 맞춰 입어 매장의 전체적인 분위기에 맞는 차림을 한다.  
머리 얹머리가 얼굴을 가리지 않도록 단정하게 고정하며 풀여해진 머리스타일은 피한다.  
화장과 액세서리 진한 화장이나 향수는 거부감을 줄 수 있어 화사하면서 자연스럽게 연출하고 액세서리도 간소화한다.  
신발 양말 · 스타킹을 착용하고 앞뒤가 막힌 구두를 신는다.

**\* 태도**

표정 미소를 띤 따뜻한 표정으로 고객과 눈높이를 맞춘다.  
인사 반기는 느낌을 표정에 담아 시선을 마주치며 인사한다.  
자세와 몸짓 항상 몸의 방향이 고객을 향하고 정중하고 신속한 태도로 응대한다.

**\* 말씨**

목소리 목소리는 '솔' 정도의 높이가 좋고 평상시보다 한톤 정도 높아 밝고 경쾌한 목소리가 적당하다.  
속도와 높낮이 적당한 속도로 말할 때 신뢰감을 주며 너무 느리면 다소 무성의해 보일 수 있다. 높이가 너무 높으면 신경질적으로 느껴지고 낮으면 권위적으로 느껴지므로 말의 내용에 맞게 생동감있게 적절히 조절한다.  
대화법 서비스 화법으로 신뢰감과 친절함을 전달한다.



**Consultant 조은혜**

〈서비스 HR 퍼슨 투 퍼슨〉 조은혜 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 아테코코리아 CS 외부 전문강사와 세민디지털대학교 교양학부 교수로 활약하고 있다.



♣ 서비스 아카데미 코너에서는 제과점에서 실제로 겪게 되는 사례를 바탕으로 한 '서비스 클리닉'을 운영합니다. 서비스와 관련된 제과점의 구체적인 사례를 받습니다. 월간 베이커리 편집부 Tel\_02)2055-3345 / E-mail\_iamssol@naver.com