


연.중.기.획.

## 소비가 경쟁력이다

1. 소점포 사업의 홍보방법
2. 닭고기 홍보

8편\_



## 소규모 사업의 마케팅과 홍보전략

“닭고기, 안심하고 드세요~ 걱정 뚫! 우리닭고기!”

위의 멘트는 지난 1월 TV를 통해 방영됐던 닭고기 소비촉진 캠페인 카피 중 일부 내용이다.

계육업계는 지금 과거부터 입버릇처럼 말해오던 ‘소비촉진’의 중요성을 다시금 재확인하고 있다. ‘의무자조금 제도’의 시행을 위해 관련업계가 총력을 기울이고 있는 것도 닭고기 소비기반이 확고해야 그 산업이 성장할 수 있다는데 인식을 같이 하고 있기 때문이다.

이에 본지에서는 연중기획으로 ‘소비가 경쟁력이다’라는 주제로 소비촉진을 위한 전략에는 어떠한 것들이 있는지에 대해 알아보려고 한다.

지난 제7편에서는 닭고기의 좋은 점 홍보전략에 대해 알아보았다.

이번호에서는 소규모 사업의 마케팅과 홍보전략에 대해 살펴보자.



박 경 록 소장  
한국MIT전략연구소

- 서강대학교 경영대학원(MBA)졸업(경영학석사)
- 건국대학교 대학원 경영학박사 과정
- KAIST(한국과학기술원) 조직/전략전문가과정 수료
- 성균관대학교 경영대학원 경영컨설턴트과정 수료
- 현 한국MIT전략연구소 소장
- 현 Joins H,R(주) 기업교육 컨설팅 이사
- 현 한국표준협회(KSA) MTP 및 리더십과정책임교수
- 현 KSA/KMA/KPC 수석전문위원

오늘날은 기업을 둘러싸고 있는 환경이 매우 급격히 변화하고 있을 뿐만 아니라, 기업들이 환경의 변화에 적절히 대응하지 못할 때는 도산을 면치 못할 정도로 기업활동에 많은 영향을 미치고 있다. 따라서 기업이 환경변화에 대처하고 적응하는 노력이 매우 중요하게 되었는데 이것을 '전략(strategy)' 이라 한다.

마케팅 전략이란 주어진 시장에서 원하는 시장위치를 확보하기 위한 계획을 제시해주는 전략으로 목표, 표적시장, 경쟁전략, 마케팅 믹스(제품, 가격, 유통, 촉진) 등의 내용을 포함하고 있다.

## 소규모 사업의 마케팅과 홍보전략



효율적인 마케팅전략을 수립하기 위해서는 무척이나 국화를 좋아하셨던 민족의 스승 다산 정약용 선생의 말씀을 거울삼는다면 도움이 될 것이다. 선생께서는 국화꽃을 노래한 어느 시의 서문에 국화가 다른 꽃보다 뛰어난 다섯 가지 이유를 들었는데 음미할수록 깊은 뜻을 보태주는 내용으로 마케팅과 홍보전략 수립에 많은 영향을 미치고 있다.

첫째, 향이 그윽하다고 했다.

기업은 격조 높은 향기가 샘솟는 기업경영을 해야 한다. 격조 높은 향기란 기업의 이념과 신념이 공공정책원칙에 입각해야 한다는 것이다.

향이 그윽하다는 기업은 많지만 진실되고 향기로운 기업은 많지 않다.

둘째, 오래 견디어 내라고 했다.

기업은 인내하는 슬기를 가져야 한다. 기업을 경영하다 보면 호경기도 있고, 불경기도 있고 그리고 위기의 경우도 있을 수 있다. 열매가 단 것은 인고의 과정이 있기 때문이다. 어려운 때 일수록 처음의 좋은 뜻을 접지 말고 오히려 견디어 나갈 수 있어야 한다.

셋째, 깨끗하나 싸늘하지 않다.

기업은 겸손과 관용의 여유를 가져야 한다. 오늘날의 기업들이 영리만을 추구하다보니 부정과 부패의 상징으로 묘사되고 있는데 기업경영을 깨끗하고 관용의 여유를 가지고 경영한다면 많은 이해관계자 집단으로부터 건전하고 호의적인 관계를 유지하게 될 것이다.

넷째, 곱지만 요염하지 않다.

기업은 건강하게 운영되어야 한다. 많은 기업들이 해마다 도산하는 경우가 많이 있다. 건강하지 못한 기업체질로 운영하다 보니 어려움이 많았고, 위기의 시기에 살아남지 못하고 도산한 것이다.

다섯째, 오랫동안 바라보고 싶다.

기업은 오랫동안 바라보고 싶은 기업이 되어야 한다. 많은 사람들이 오랫동안 우러러보고 싶은 향기나는 기업이 될 때 기업의 목적이 이루어질 것이다.

따라서 기업을 경영하는 사람들은 위의 다섯가지 요소를 합리적으로 결합시킬 때 존속, 유지 및 성장·발전할 것이다.

## 1 소점포 사업의 홍보방법



소점포 사업에 어울리는 효과적인 홍보방법을 찾아내지 못한다면 어려운 상황에 빠질 수도 있다는 점을 인식하지 않으면 안된다. 다음은 소자본 사업가들이 활용할 수 있는 홍보방법과 전략이다.

### (1) 명함

명함은 중요한 영업 수단인 동시에 홍보수단이기도 하다.

그러나 일상적으로 사용하는 명함을 홍보용으로 활용하기 위해서는 평이한 명함보다는 판매하는 제품과 점포의 이미지와 어울리는 개성있는 명함을 준비할 필요가 있다. 로고나 마크를 제작해서 삽입하는 것도 좋은 방법이며, 그렇지 못한 경우에는 점포주의 사진 혹은 점포나 대표적인 상품을 집어넣는 것도 고려해볼직하다.

### (2) 전단

홍보 전단지의 효과는 여전히 높다. 하지만 아무런 계획도 없이 대충 만들어서 배포하면 역효과를 볼 수도 있다. 전단지를 받아보는 고객을 겨냥해서 알려야 할 내용을 전략적으로 구성해야 한다.

예를 들어 저가형의 음식점의 경우라면 취급 제품만 무계획적으로 나열하지 말고, 알고자 하는 내용의 중요성에 따라 ① 가격이 싸다, ② 맛이 좋다, ③ 서비스가 좋다, ④ 분위기가 좋

# 소비가 경쟁력이다



홍보 전단지의 효과는 여전히 높다.  
 하지만 아무런 계획도 없이 대충 만들어서 배포하면 역효과를 볼 수도 있다.  
 전단지를 받아보는 고객을 겨냥해서 알려야 할 내용을 전략적으로 구성해야 한다.



다는 순서로 보여줌으로써 효과를 극대화해야 한다.

다른 광고수단과 마찬가지로 홍보전단지로 단발성 효과를 거두는 것을 기대해서는 안된다. 주기적이고 지속적으로 배포 하다보면 어느 시점부터 서서히 효과가 나타나는 특성이 있기 때문이다. 조사결과에 의하면 보통 8회 정도 전단지를 본 사람이 최소한 한번 이상 점포를 방문한다는 것이다.

### (3) 구매시점(POP) 광고

고객이 구매하는 장소에서 이루어지는 구매시점광고는 즉각적으로 강력하게 구매욕구를 자극하기 때문에 절대로 소홀히 해서는 안된다.

구매시점광고는 신속하게 고객을 설득해서 상품을 구매하게 하는 목적으로 제작되기 때문에 너무 많은 정보를 제공하려고 하는 것은 금물이다.

구매시점광고의 효과를 높이기 위해서는 ① 눈에 잘 띄도록 해야 하고, ② 쉽게 볼 수 있게 하며, ③ 이해하기 쉬워야 한다는 조건을 충족해야 한다.

### (4) 이벤트

이벤트는 소점포 운영에 있어서 효과가 오래 지속되는 판매촉진 수단의 하나다.

따라서 개업식을 시작으로 지속적으로 이벤트를 기획하고 개최하는 것이 바람직하다. 이벤트를 열 때에는 행사 성격에 맞는 경품이나 할인쿠폰, 판촉물 등을 잘 선택해서 제공함으로써 고객의 관심을 유도하여 상품판매로 이어지게 해야 한다.

이벤트는 상품과 고객의 특성에 맞아야 한다. 예를 들어 치킨점의 경우 풍선터널을 세워놓고 도우미들을 동원해서 춤을 추며 점포를 소개하는 행사를 하면 장기간 효과를 지속할 수 있다.

### (5) 포인트 마케팅

단골고객에게는 실적에 따라 보상을 해주는 것이 포인트 마케팅이다.

고객유치 전략으로 신규고객으로 확보하는 것보다 단골고객을 유지하는 것이 더 중요하다는 점에서 주목을 받고 있는 홍보방법이다. 회원카드를 만들어주고 포인트 점수 적립해주는 마일리지 시스템을 도입하면 반복구매가 이루어질 뿐만

아니라 고객들이 점포명이나 전화번호를 보유하고 있어 구매의 편의성도 높아지는 이점이 있다.

### (6) 구전 마케팅

좋은 상품을 파는 점포라거나 음식이 맛이 있는 음식점이라거나 하는 입소문처럼 좋은 홍보 효과도 드물다. 특히 지역밀착형 사업일 경우 구전마케팅이 차지하는 비중은 절대적이라 해도 과언이 아니다.

다만 구전마케팅의 효과를 나타내기까지는 다소 시간이 걸린다는 것이 단점이다. 따라서 지역 유지나 가정주부 등 소문의 진원지가 되는 계층을 겨냥해서 다양한 홍보전략을 구사하되 인쇄심을 가지고 좋은 소문이 날 때까지 기다릴 줄도 알아야 한다.

### (7) 인터넷

최근 인터넷이 급속히 활성화되면서 자체 홈페이지를 보유하고 있는 점포들이 많이 늘어나고 있다. 비용을 많이 들이지 않고도 전자상거래를 할 수 있는 홈페이지를 제작할 수 있어 인터넷상에 또 하나의 점포를 개설하는 효과를 거둘 수 있을 뿐만 아니라 홍보효과를 톡톡히 볼 수 있다.

## 2 닭고기 홍보



### (1) 연인이 바람기가 있습니까?

닭을 먹이십시오! 닭은 날아가지 못합니다. 새

장을 열어 두어도 날아 도망가지 못하는 닭처럼 그도 날아가지 못합니다.

당신이 놓아주지 않는 한 그는 그 자리에 있습니다.

### (2) 연인이 잔머리를 굴리십니까?

닭을 먹이십시오! 사랑에 관한 한 닭대가리가 될 겁니다. 계산하지 않고 그대만을 바라보는 닭대가리, 그저 모이만 잘 챙겨주시면 됩니다. 아주 편한 사랑을 하실 것입니다.

### (3) 연인이 적극적으로지 못합니까?

닭을 먹이십시오! 그러면 “꼭끼워~” 안아 줄 겁니다. 감싸 안은 팔로 “꼭” 눌러 줄 것입니다. 그 안에서 “퍼득 퍼득” 대는 당신의 모습 행복하십니까?

### (4) 연인이 좀 약해 보입니까?

닭다리를 먹이십시오! 먹은 만큼 그의 다리와 허프는 튼튼하고 뻥뻥하게 변합니다. 친구의 남자가 부러우셨죠. 이제 내 남자가 그리 됩니다.

### (5) 궁합이 안 맞으십니까?

닭과 함께 맥주를 드십시오! 그는 닭이고 당신은 맥주입니다. 닭이 혀에서 춤을 추고 목에서 주춤거릴 때 당신은 맥주가 되어 시원하게 목구멍을 쓸어내립니다.

이보다 더 궁합맞는 음식이 어디 있을까요? 닭과 맥주의 궁합처럼 당신들의 궁합을 맞추십시오.

## 소비가 경쟁력이다

(6) 결혼하셨습니다니까?

그럼 삼계탕을 드셔야죠! 벗고 누워있는 영계 안에 인삼, 대추, 밤 온갖 좋은 게 다 들어있습니 다. 특별한 밤을 보내십시오.

(7) 결혼하지 않으셨죠?

켄터키 치킨을 드셔야 합니다! 벗고 있는 닭은 너무 선정적이죠. 튀김옷이라도 입어야 민망하 지 않습니다. 고기를 찢어 입에 넣어주는 연인의 손길에 만족하십시오.

(8) 사귀지 얼마 되지 않은 사이입니까?

닭 껍데기를 같이 드십시오! 주위 사람들도 징

그러워(?) 하는 ‘닭살’ 키플이 되실 것입니다.

(9) 갈 때까지 가신 분들입니까?

그래도 치킨을 드십시오! 드실 때 튀김옷을 살짝 벗겨 드십시오. 닭의 하얀 속살이 드러날 때 묘한 눈빛으로 바라보는 그를 느낄 것입니다. 닭 은 다 먹고 가십시오.

※ 경고! 팍팍한 가슴살은 당신이 드셔야 합니다. 연인이 그 가슴살을 찢어 드시면 당신의 가슴이 찢 어질 것입니다. 연인이 찢기 전에 얼른 당신이 찾아 드십시오. ^^\* 