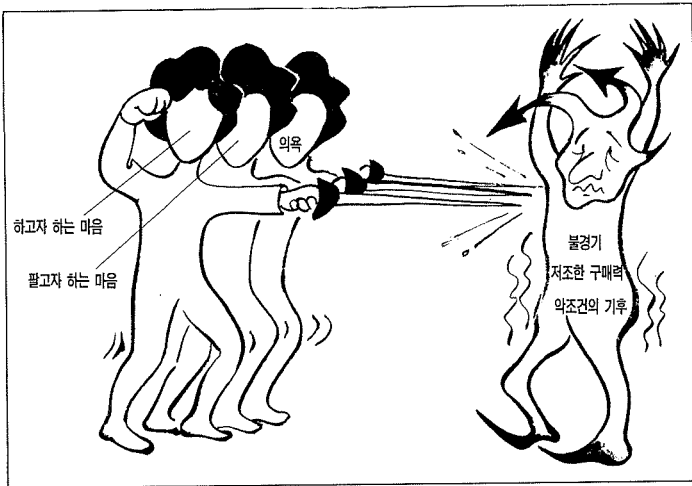


# 매출향상을 위한 판매전략 ①

아무리 좋은 상품력과 입지력을 갖추었다 해도 손님이  
구입하지 않으면 판매에 성공할 수 없다.  
즉 판매는 제과점의 매출과 직결되는  
가장 중요한 업무중의 하나다.  
이에 본지는 제과점의 매출을 향상시킬 수 있는  
판매전략 30가지를 소개한다.



## 1. 판매는 하고자하는 마음, 팔고자하는 마음 즉 의욕

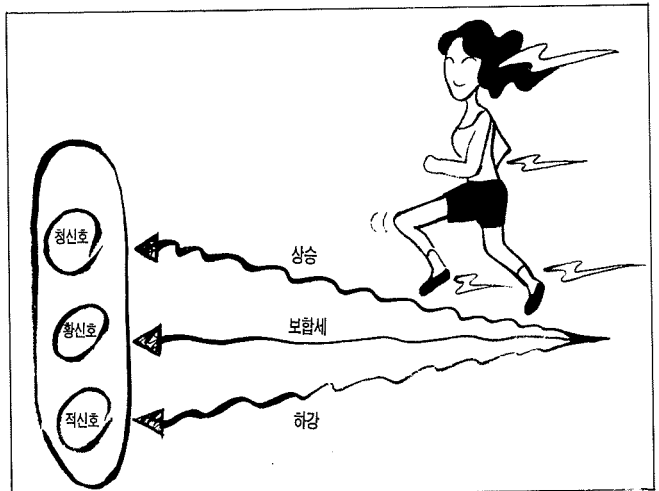
- 하고자하는 마음, 팔고자하는 마음, 즉 의욕을 북돋워 불경기, 저조한 구매력, 악조건의 기후를 극복하라.
- 손님을 기다리는 판매가 아니라, 목표달성을 위해 적극적인 판매를 하라.

같은 점포에서 같은 상품을 판매해도 목표대로 매출이 오르는 날이 있는 반면, 전혀 매출이 오르지 않는 날이 있다. 그것은, 기후 등 외부조건이 같다면 그날 매출에 대한 점원의 '하고자하는 마음'에 원인이 있다.

사람은 판매실적이 좋지 않으면 날씨가 너무 덥다거나 비가 온다거나 월급 전날이라는 등 변명을 하게 된다. 그러나 무엇보다

중요한 것은 점장 이하 점원이 목표에 대한 집념 즉 하고자 하는 마음이다.

하고자 하는 마음이 있으면 점두에서 팔고자 하는 마음이 생긴다. 그리고 판매에 대한 연구와 아이디어가 떠오르고 전체적으로 의욕이 넘치게 된다. 그러한 의욕은 분명히 손님을 유도할 수 있다.



## 2. 판촉의 출발점은

### 판매상승 분위기를 만드는 것

- 어제보다 오늘, 오늘보다 내일식으로 매일 소액이라도 좋다. 매출상승 경향을 만들어라.
- 필수식품인 빵의 수요는 전체적으로 볼 때 높은 신장률을 보이지는 않지만 안정적인 수요를 보이는 기본적인 품목이다.

이러한 기본이 되는 품목을 타점포보다 신선하고 맛이 좋게 만들어 판매한다면 분명히 손님은 찾아오게 된다.

이렇게 손님에게 빵을 판매해 가면 반드시 단골손님(고정객)이 생긴다. 그리고 점포앞에는 끊임없이 새로운 통행객이 오고가고 있으며 이 새로운 손님(신객) 반드시 점포로 유도하도록 해야 한다. 그러므로 품질과 서비스가 떨어졌다거나 경쟁 점포가 생겼다 등의 특별한 사정이 없는 한, 매출총액을 (고정객 매출)+(신객 매출)로 매출을 상승시킬 수 있다. 이렇게 매출이 상승하도록 분위기를 만드는 것이 빵판촉의 첫걸음이다.

매출액 경향에 따라 점포실적을 3가지로 구분할 수 있다.

- 1) 지향해야 할 타임  
매출 상승경향을 보이는 점포... 청신호
- 2) 경계를 요하는 타임  
매출이 전년비 보합세를 보이는 점포... 황신호
- 3) 위험 상태로 접어든 타임  
매출하강 경향을 보이는 점포... 적신호



### 3. 손님이 다시 찾아오도록 판매를 한다

• 새로운 손님이 다시 찾아오도록 판매를 하라. 그러기 위해서는 상품, 접객 등의 만족을 확실하게 제공하라.

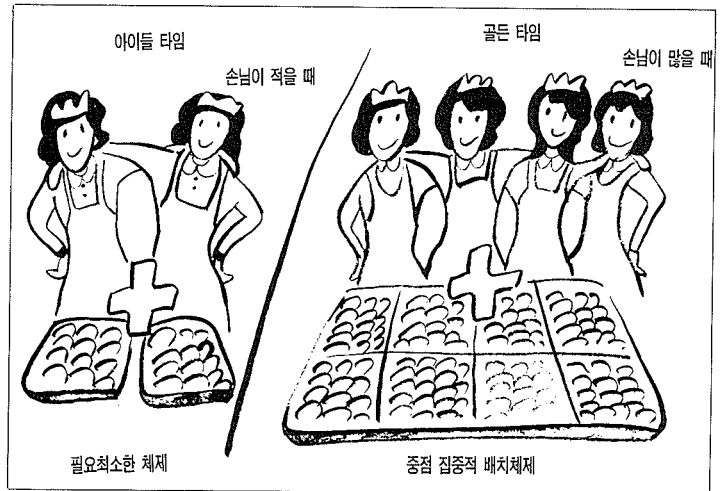
오늘 한사람의 손님에게 상품을 판매해도 앞으로 점포와의 관계에서 보면, 2가지 경우가 있다. 첫째, 다음에도 계속 점포를 찾아주는 경우이다. 둘째는 일회성으로 이후에는 내점하지 않는 경우이다. 전자의 경우를 재내점판매(再來店)라고 한다. 재내점판매로 이어진 판매를 비로소 판매라 할 수 있으며 그러한 판매야말로 성공적인 판매라 말할 수 있다.

후자의 경우는 한번으로 판매가 끝나버리기 때문에 판매에 있어서는 실패다. 재내점 판매로 계속되는 판매를 하기 위해서는 판매상주의해야 할 점이 있다.

그것은 1) 청결한 점포만들기 2) 입점시 인사 3) 선택하기 좋은

진열 4) 풍부한 상품 5) 기분좋은 전승인사 6) 만족할 만한 맛 7) 좋은 이미지와 광고 등으로, 기본적인 판매활동에 들어가는 것이다.

이러한 일관된 판매활동 사이클을 재내점 사이클이라 부른다. 무엇보다 재내점 사이클을 기본으로 바르게 실천하여 확실히 재내점객을 유지해야 한다. 그렇게 하면 매출은 분명히 안정될 것이며, 신객이 조금씩 증가해 매출은 상승해 가는 것이다.



### 4. 골든타임에 상품과 사람을 집중 동원하라

- 손님이 피크를 이룰 때 상품을 보충하고 점원을 증원하라.
- 점내 사정보다 내점객수를 최우선으로 하여 일을 진행하라.

손님이 찾아올 때와 점포의 판매체제가 맞지 않는 경우가 많이 있다. 내점객수가 적은 반면 상품은 넘치고, 빵은 식어가고 있는데 점원은 한가로이 서 있는 경우가 있다(아이들 타임 로스).

반대로 손님수가 피크일 때 상품이 갖춰지지 않고 부족한 경우가 있다. 게다가 일손도 부족하면 충분한 추가판매로 대응을 할 수 없게 된다. 이렇게 해서는 모처럼 상품을 구입하고자 내점한 손님도 불만만 남게 된다(골든 타임 로스).

상기 2가지 경우는 일하는 방법이 손님을 우선으로 한 것이 아니라 사원의 형편을 먼저 고려했기 때문에 나타나는 현상이다. 많은 손님에게 만족을 주어 점포매출을 향상시킨다는 점포의 최종목적과 간과한 자기중심적인 업무이기 때문이다.

로스를 줄이고 매출을 늘리기 위해서는 손님수가 피크를 이룰때=골든 타임에 판매체제에 만전을 기하고 집중적으로 판매하는 것이 다.

- 1) 손님이 피크를 이루는 시간에 맞춰 상품을 만들고, 상품과 인원을 중점적으로 배치하라.
- 2) 손님수가 적은 시간에는 상품과 인원을 될 수 있는 한 줄인다. 그래도 여유가 있을 때는 점포를 정리정돈하는 등의 일을 한다. [14]