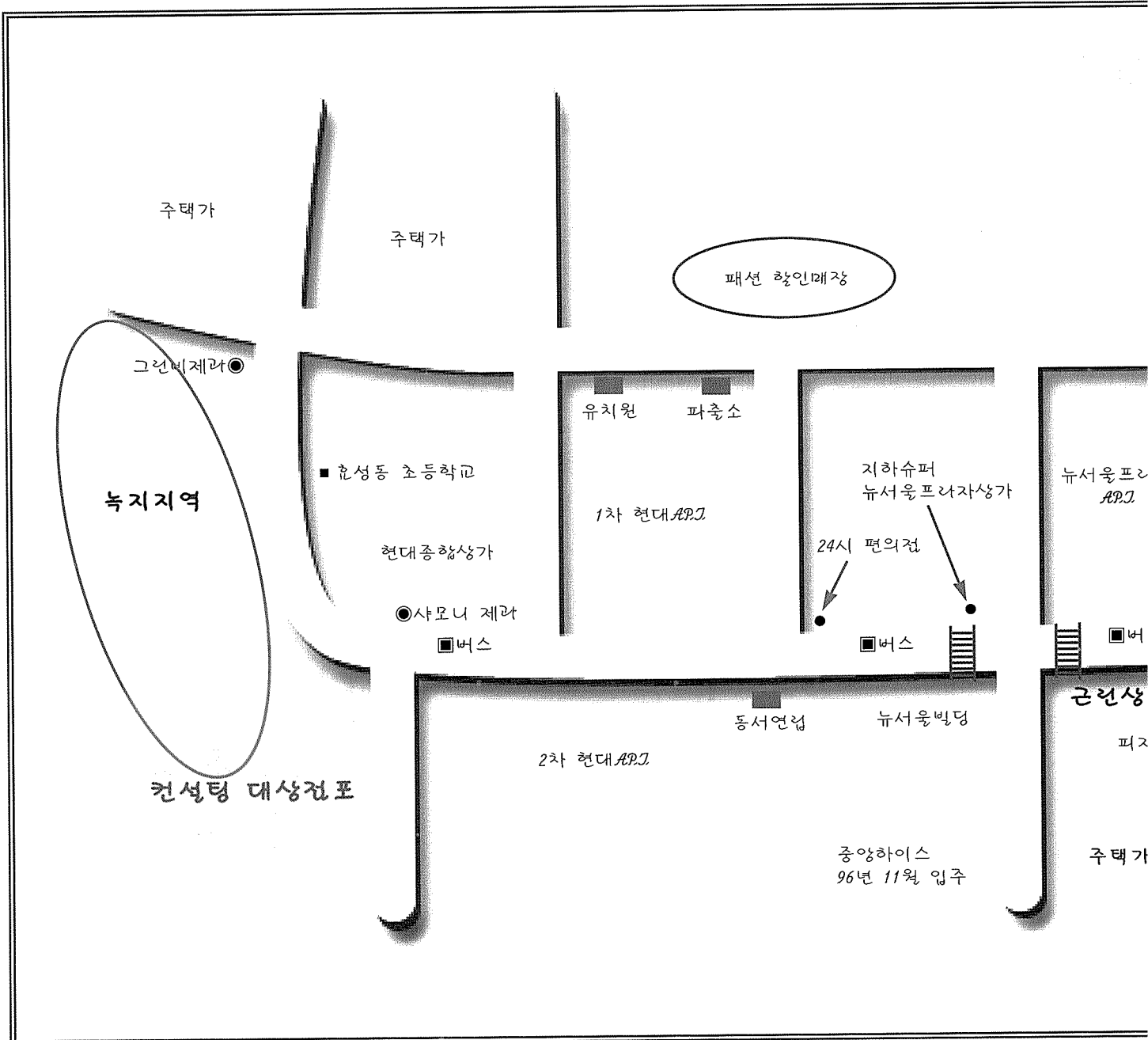


세련된 인테리어로 이미지 전환 필요

인천 현대 베이커리

■ 위치 - 인천시 계양구 효성1동 21-22 현대 A.P.T 1차, 2차 도로변 상가 내 ■ 인원 - 매장 2인, 공장 2인 ■ 점주명 - 최용순
<글 : 김성민 실장 / 메카 디자인>





현대 베이커리는 재개발과 특정 건물의 신축 이외에는 발전 가능성이 없는 곳으로, 자체 상권 내에서 주거지 배후 세력이 상당히 강하게 작용하는 곳이다. 따라서 근거리 이동이 심화되어 있으면서 고정화되지 않은 유동 동선을 갖고 있다. 또한 주거지 인구의 양분화 현상이 발생되고 있는 지역인 2번 버스 종점의 재래식 상권이 현대화되는 기점으로 앞으로 발전이 지속될 전망이며 이 점포의 신상권이 빠르게 진행될 것으로 보인다.

점포의 상권 분석

근거리 상권의 이상적인 100~300m의 거리는 상당히 자극적이며 이 지역의 상권은 대체로 다음과 같이 분류된다.

● 버스 종점 지역

- 북쪽은 재개발A.P.T단지과 주택지가 있다
- 동북쪽은 주택지 남쪽으로 근린 상권이 상당히 발전되어 있다.

● 고층 아파트 밀집지역

- 중앙상권으로 남측과 북측의 중단위 아파트가 밀집되어 있다.
- 서쪽으로 소형 아파트 단지와 연립주택이 산재해 있다.

:이 두 지역은 직행버스 종점, 2번·35번 버스 종점, 25번 마을버스 종점으로 한 상권으로 보아도 무방하다.

● 종합상가 1개소

- 서북쪽 언덕 위에 위치, 단지 내 깊은 곳은 유동인구의 하향 이동을 감소시키는 점이 있으며 비록 소규모이지만 무시못할 슈퍼점이 입점해 있다. 동쪽과 서쪽 외곽에 두 개의 초등학교가 있으며 유치원 3개소가 있다.

BAKERY

근린상가

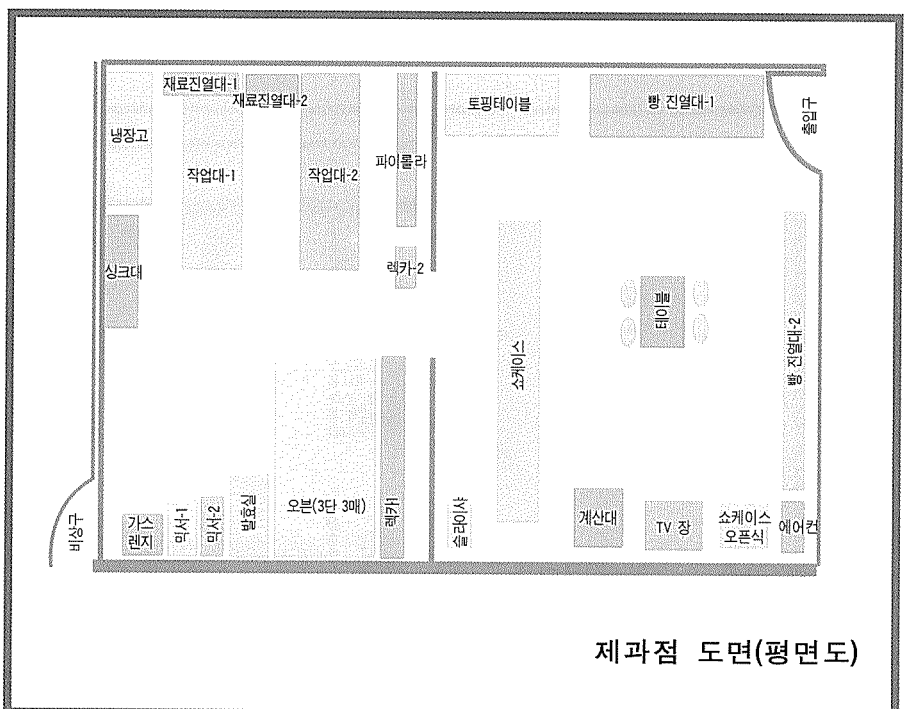
버스

● 유동전 슈퍼
혜머리마트

주택가

2번, 35번 버스종점

재개발 아파트 단지
97년 입주



제과점 도면(평면도)

현 점포의 동일 상권은 365일 신한은행이 옆에 위치하여 작은 이점이 있고, 도로 건너편으로 유일한 은행인 경기은행이 자리하여 위치적으로는 매우 유리하다. 그리고 뉴서울프라자 상가내의 슈퍼점의 영향력도 지배적이지만 기존 상권의 구도가 잡힌 업종의 군락이 상당히 변수로 작용하며 현업주자인 대부분 주고객이 1차 소비 상권을 다른 곳에 두고 있다.

과 신 유통센터가 있으므로 해서 일단위 소비보다 주단위 소비가 강해지는 곳이다.

또한 단지주변에 첨단 업종과 스포츠센터 등 위락시설이 전무하여 중산 계층의 소비성을 외부로 돌릴 수 밖에 없으며 그 결과 상당한 소비가 외부에서 이루어진다고 보아야 할 것이다.

주변에 위치한 점포와 업종의 구조상으로는 신상권의

점포의 매출 분석

현 매출상으로 보아 최고 예상 매출은 90만원이지만 1차 소비 집점 가능 매출은 60만원대로 보인다. 전체상권의 매출액은 최고 450만원이며 가능 매출은 350만원이다. 즉 이 지역의 6개 제과점 매출액은 180~190만원 정도로 보여지며 상권의 자체 안정은 가능하나 차량 이동 고객의 외부 유출현상이 많은 곳으로 차량 근거리 지역에 백화점

평면 A안-입구에 4계절 가변코너 도입, 빵진열대를 7자로 연결, 구매욕 자극.

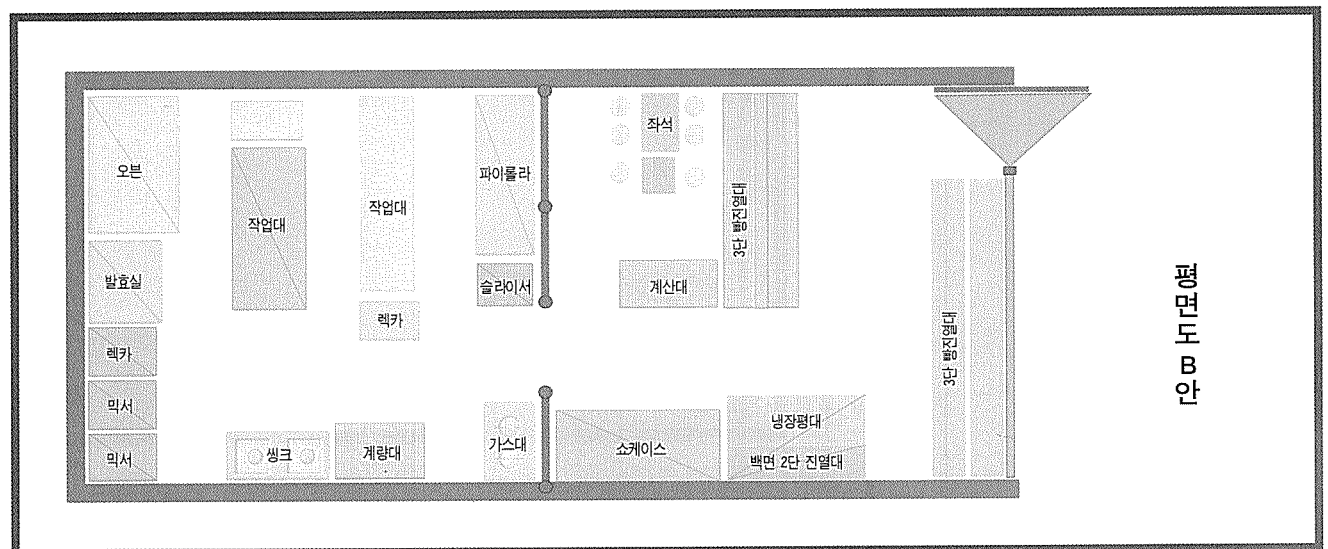
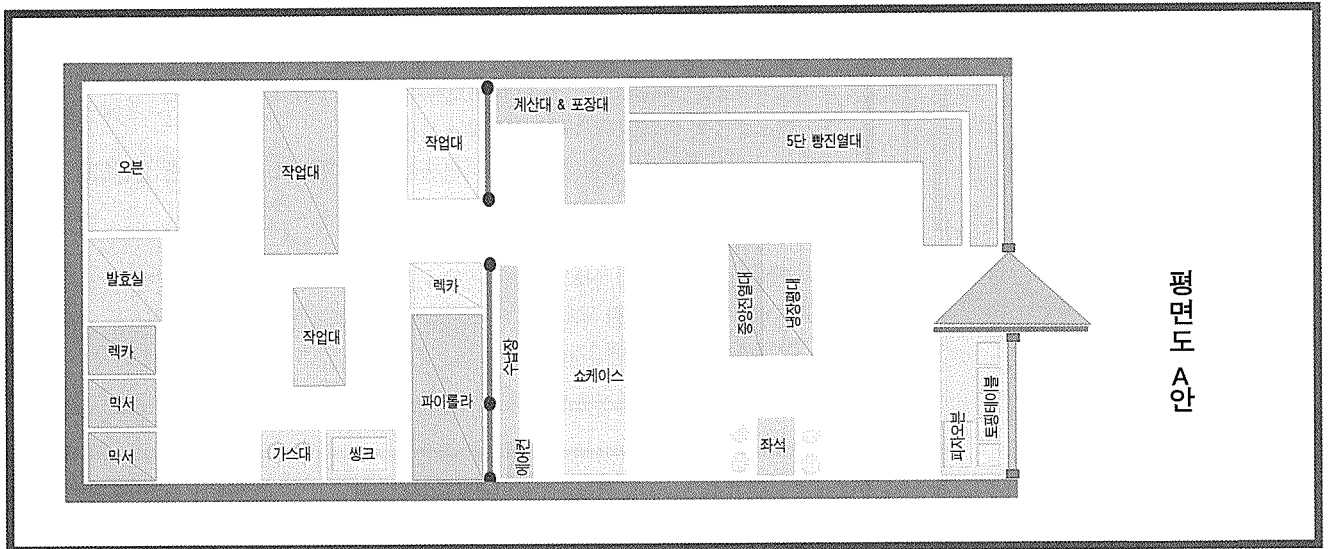
4단 쇼케이스 설치로 고가품에 대한 인식.

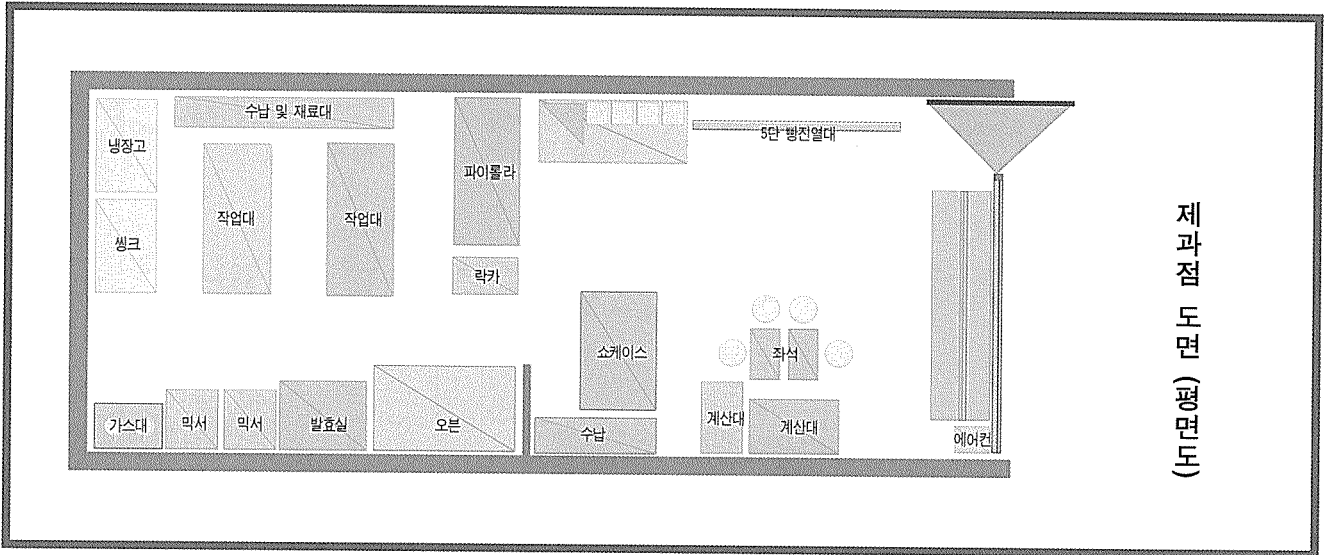
계산대는 공장과 매장의 중앙에 위치하며 또한 빵진열대와 맞붙어 있어 판매, 매장체크, 포장, 수납, 간이작업 등의 종합적 구조를 포함하는 공간으로 계획.

평면 B안-고객이동 동선의 공간을 극대화, 매장을 7자로 움직이게 함.

매장의 제품을 오픈 판매하는 방식에 유리.

목적구매와 충동구매 라인이 구분되어지게 하여 각 제품의 판매를 강조.





제과점 도면 (평면도)

급속한 발전이 이루어지기는 어렵지만, 현 제과점의 특성 상 상당히 미련이 남는 지역으로 최초의 경영체제나 대고객 정보의 철저한 분석과 기존상권의 흐름을 이해한다면 새롭게 시도해 볼 만한 곳이다.

신상권의 중심은 좌우의 유동인구를 가지며, 순수 주거지의 배후세력의 집점이 가능하므로 철저한 통계와 분석이 필요하다.

즉 출근 시간대의 소비성향과 연령별, 성별 구분 정보, 점심 시간대와 오후의 퇴근 시간대 주고객 정보 등이며, 이러한 기본적 사항이 분석되어졌을 때 가능한 경영 전략이 수립된다.

점포의 인테리어 분석

현 점포의 인테리어, 사인, 포장지, 시각요소 등은 상당히 낮은 수준으로 고객의 집점이 어려운 상태로 외부 사인의 시각도와 고객 반응도가 낮다. 인식도나 지명도 또한 옆의 프랜차이즈 매장과도 상당히 구분되며 이미지 반응이 없을 정도이다.

내부

구조, 디자인 : 빵진열대의 부족한 기능수행, 쇼케이스 진열장은 적당, 벽면 처리의 낡은 상태, 제과점의 특성을 고려치 않은 조명, 정리가 적절히 되어 있는 공장의 구조

⇒ 아이보리 톤의 벽과 천장으로 처리, 가구는 짙은 갈색의 계통으로 처리하고 가구와 바닥은 로열 블루 계통이나 밝은 브라운 계통으로 처리하여 중성적이면서 다소 남성

적인 분위기로 유도한다.

⇒ 견고한 재료와 화사한 분위기를 이룰 수 있는 소품적 경향으로 설계, 계획한다.

외부

마크와 사인을 최대한 크게 제작하고 조도 또한 주변을 압도해야 한다. 시각적인 측면을 강조하여 최대의 접점효과를 끌어내야 하며, 외부 여유 공간의 활용을 검토한다.

제품력의 상승과 다품종 소량 생산이 원칙이나 비포장 날개 제품의 강화와 냉장 제품의 신설 판매, 바게트류 및 건강빵류, 전략 품목의 식빵류 및 포장 선물용의 강화가 필수이다. 사전에 점포 이미지의 통일이 중요하며 상당한 배려가 필요하다고 본다.

결과적으로 기존 상권에서 최대한의 매출을 유도하기 위하여 상당한 매출 증대가 있을 것으로 보인다. 또한 최대한의 1차 고객을 확보한 후 2차, 3차에 걸쳐 신제품 홍보와 신선한 아이디어, 공격적인 경영을 접목시킨다면 성공이 가능한 점포이다.

순수 주거지 상권의 입점고객에 대한 제품가격은 기본으로 하고 대고객 메리트 시스템을 가동한다면 점포의 이미지가 상승하며 외부 유출 유동인구의 영향을 최소화시킬 수 있으니 사전에 충분한 검토를 하여 실행한다. **☞**

점포 컨설팅을 무료로 해드립니다

월간 베이커리에서는 인테리어 컨설팅 전문가를 초빙해 상권분석과 함께 그에 따른 인테리어 보수방향, 유망업종의 제품 접목 등 경영 전반에 대해 컨설팅을 해 드립니다. 참가를 원하시는 분은 본지 독자엽서에 주소와 전화번호, 점포규모 등의 특징을 간략히 적어 보내주시기 바랍니다.