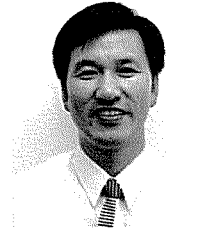


이벤트, 당신의 점포가 바뀐다

이벤트 시행후 성공사례 점검



김봉수(김스컨설팅 대표)
한국제과고등기술학교 2회 졸업/ 방통대 경영학과
졸업/ 제과 기능장 및 경영지도사 자격 취득

오픈이벤트 성공사례



- 플래카드를 10일전부터 부착해서 오픈일정 알림.
- 전단지를 고급스럽게 제작해 2회에 걸쳐서 홍보
- 개업 2일전부터 전단지를 동네입구에서 고객들에게 직접 돌림.
- 개업 전날부터 분위기 조성위해 인쇄된 풍선을 나눠주고 껌으로 아저씨가 오솔풍선을 나눠줌. (개업을 미리 알림)
- P.O.P를 유리창에 부착. (개업을 알림)

4 이벤트 행사

* 매장 장식 부분

- 매장 분위기를 풍선으로 화려하고 멋있게 장식
- OPEN 행거, 벤 등으로 매장분위기 우아하게 조성
- 매장 중간중간에 새로운 변화 이미지를 P.O.P에 홍보
- 깃발을 매장입구부터 설치해서 개업분위기 조성

* 나눠주는 부분

- 사은품을 잼으로 제공 - 구매고객을 만족하게 만든다.
- 고급 인쇄풍선을 나눠줘 매장입구에서 줄을 서게 만든다.

* 보여주는 부분

- 품바의 복과 가위질로 고객에게 흥겨운 가락 보여줌.
- 불쇼, 기타쇼를 보여줌으로 흥겨운 분위기 조성

현재상황

주택가 대로변이 만나는 곳으로 위치는 좋으나 고객이미지가 새롭지 못해서 영업이 부진한 상태이다.

지도내용

1 인테리어의 변화

- 퇴근 길목이므로 간판을 크고 화려하게 해서 눈에 띄도록 제작해서 부착.
- 내부 분위기 : 밝고 환하게 해서 고객의 시선을 끌도록 함.
- 동선을 입구와 카운터를 일치시켜 고객과 눈이 마주치도록 함.
- 전면에 오븐을 놓고 직접 굽고 있다는 신선한 이미지 심어줌.

2 제품의 변화

- 고품질 중 · 고가격
- 다품종 소량
- 포장지를 고급화시켜서 쿠키류, 굽는 과자류를 늘림.
- 컨백션 오븐, 파이로라 보강으로 제품질 높임.

3 홍보

결과

고객들은 문앞에서 장사진을 이루고 새롭게 변했다며 고객들이입에서 입으로 선전을 해서 좋은 이미지를 갖게 되고 1일 매출이 50만원에서 150만원을 웃도는 성공점포로 변신.



C업소 이벤트 성공사례

현재상황

주위 고객 수준이 낮은 상태에서 5~6년동안 열심히 영업함. 30~40만원의 매출을 올릴 때 내부 분위기를 바꿔서 70만원 수준까지 끌어올렸으나 새로운 이미지 변신이 없어서 매출상

승이 안되고 여름철 빙수 판매가 저조하게 되면서 60만원으로 떨어질 염려가 있는 상황임.

대안

이벤트 행사를 통해 고객에 대한 이미지를 변화시키고 제품과 분위기 변화를 통해 제품과 운영에 자신감을 갖도록 한다.

이벤트 행사 실시

① 8월중순-피자도입 이벤트행사 2일간 실시

● 홍보 : 처음이므로 전단지 배포(4,000매), 플래카드, P.O.P

● 내용 : 피자 무료 시식, 가격 20% 할인판매(7일간), 요술폭션, 인쇄 풍선 나눠주며 분위기 조성

● 결과 : 고객들의 좋은 반응속에 성공리에 이벤트 행사가 끝났으며 매출상승으로 이어짐.

9~10월 : 평균 80만원 매출(약 20만원 정도 상승), 피자 1일 15~20장 판매

② 11월말 이벤트행사 : 신제품 페스티벌 2일간 실시

● 홍보 : 플래카드, 구전에 의한 홍보, P.O.P

● 내용 : 신제품 무료 시식(2일간), 요술폭션, 인쇄풍선 등을 나눠줘 분위기 조성하고 X-MAS 케이크를 홍보함, 피자 쿠폰실시

● 결과 : 어린이, 어른할 것 없이 매장입구에 장사진을 이루고 다른 집과 다르다는 차별화 이미지 심는데 성공(12월 매출 100만원 돌파)

③ 1월말 이벤트 행사 : 건강빵 페스티벌 및 발렌타인 초컬릿 홍보

● 내용 : 내부 분위기 변화, 풍선장식을 통한 화려한 분위기 연출, 플래카드 홍보, 무료시식 및 어린이 고객 풍선잔치, 신제품 분위기 조성

● 결과 : 1일매상 100만원 웃도는 성공점포로 정착.

신제품 정착에 많은 도움이 되었으며 주위에 학교가 많고 시장이 있어서 이벤트 효과가 컸다고 생각됨.

D업소 이벤트 성공사례

현재상황

운영중인 제과점 인수, 주위 APT가 4,000여세대 있으나 저층이고 중심상가 수준이 낮아 고객층수를 못하고 있었음. 과거에는 영입이 잘되었으나 상가가 영세하고 주변에 상가가 새로 생겨 매출이 40~50만원대로 떨어졌음. 2년전에 수리를 하였으나 큰효과를 얻지 못했음.



문제점

- ① APT 상가수준이 깨끗하지 못하고 고급스럽지 못함.
- ② 고객들은 주위 쇼핑센터를 이용함.
- ③ 매장, 공장이 지저분해서 고급스럽지 못함.
- ④ 매장은 큰데 공장은 좁고 시설은 빈약해서 크게 성장이 어려운 상태임.
- ⑤ 진열과 조명 등이 일처하지 못하고 있음.

지도

① 제과점 인테리어는 안하더라도 깨끗한 분위기 연출하도록 지도

판매촉진의 한 분야로서 이벤트 행사가 제과업에 많이 정착되고 있는 실정이나 그동안 이벤트 행사를 지도해보고 실행도 많이 해보았지만 성공 이벤트로 정착시키기 위해서는 몇가지 관심을 가져야 할 부분이 있다.

첫째, 업주의 이벤트 행사에 대한 이해이다.

어떠한 내용으로 기획되며 실행되는지 효과가 어느 정도인지 이해하지 않고 이벤트 업체에 행사를 맡겼을 경우 시작은 좋은데 마무리가 안될 위험도 있고 고객에게 불만을 줄 위험도 있다. 투자를 했으면 좋은 결과가 나타나도록 하는 것이 좋다고 생각된다.

둘째, 홍보부분의 관심이다

이벤트 업체가 알아서 하겠지라고 맡겼을 때 시간은 흐르는데 준비가 안

간판교체, 내부부선 변화, 공장을 늘리고 깨끗하게 처리

② 새롭게 변했다는 홍보에 치중
플래카드, 전단지, P.O.P

③ 이벤트 행사 전야제를 통해 변화된 모습 홍보
(제품 변화, 분위기 변화, 서비스 변화)

④ 변화의 극대화를 위해 1주일간 문을 닫고 OPEN 준비

⑤ 내용 지방이라서 화려하고 어린이들이 좋아하는 풍선, 무료시식 등을 통해 이벤트 효과 극대화

⑥ 결과 : 개업매상 500만원 이상을 올리고 평일매상 100만원을 웃도는 성공점포로 변신

⑦ 차추지도

* 제품유지 : 빵 나오는 시간, 품질유지, 다양성유지

* 서비스유지 : 상품지식 숙지, 고객만족의 서비스 개념 숙지 및 실행, 깨끗한 이미지, 계속되는 이벤트 행사

된 부분이 눈에 띄게 되고 이벤트 효과가 극대화 되어야 함에도 불구하고 고객에게 어필되는 것이 약할 수 있다. 그래서 행사계획이 정해지면 홍보부분에 치중해서 고객들의 호응이 좋도록 만드는 것이 필수적이다.

셋째, 이벤트 행사에 대한 결과분석이 필요하다.

기획에서부터 실행에 이르기까지 또한 유무형의 효과를 체크하고 기록으로 남겼을 때 차추 많은 도움이 된다. 현재 일본이나 유럽에서는 제과점 이벤트 행사가 활성화되어 있지 않아 생소한 분야인데 한국에서 이벤트 행사를 통한 매출상승이 정착을 이룰 때 베이커리 마케팅에 대한 하나의 이정표가 이뤄지리라 생각된다.

이벤트 연재는 이달로 끝을 맺는다 [2]