제품력과 알찬 경영으로 승부한다

의정부시 허남극 베이커리

▲ 허남극 사장

우수한 제품력을 바탕으로 한 독특한 경영 전략의 접목이 제과점 성공에 얼마나 중요한 요소인가를 단적으로 나타내는 점포가 있다. 개업 1년을 갓넘겼지만 매출 선두권을 유지하며 의정부시의 대표적 업소 중 하나로 급부상하고 있는 허남극베이커리(대표 허남극)가 그곳이다.

이 점포를 처음 접하는 제과인이라면 고개를 갸웃하게 된다. 도무지 높은 매출을 올릴 요인을 발견할 수 없기 때문이다. 이 점포는 아파트나 주거 밀집 지역에 위치하지도, 유동 인구가 많은 번화가에 있지도 않다. 가끔씩 오가는 차량과 사람들의 발길에서 썰렁함마저 감돌 정도다. 또 대부분의 사람들이 1일 매출이 50만원은 넘길 수 없다고 평가한 상권이다.

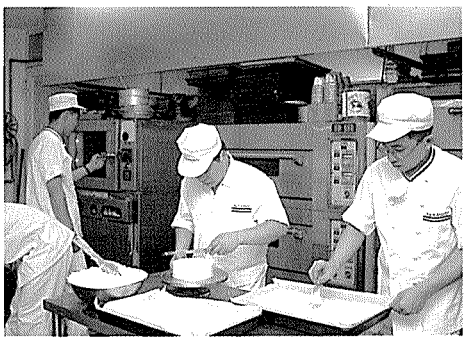
제품의 우수성과 다양함으로 불리한 상권 극복

이때문에 허남극베이커리는 제품력 확보를 위해 많은 노력을 기울였다. 사실 이 점포의 허남극 사장은 기술인 출신이 아니다. 종합병원 기획실 근무, 의류 사업과 무역업에 종사해 제과점 경영에는 문외한이었다. 따라서 초기 접객 요령 면에서 많은 어려움을 겪게 되자 생산되는 제품의 사용 재료, 맛, 특성 등 사장 자신이 제품에 대한 지식을 쌓는 데 힘썼다.

또 높은 대우 보장을 통한 뛰어난 기술 인력 구성과 함께 허남극베이커리가 힘쓴 부분은 유명 업소와의 교류를 통한 신제품 개발, 제품력 향상이다. 지금도 이 점포는 서울의 유명 업소와 일정 기간 동안 기술인 근무 교류를 실시하고 있다. 이를 통해 지역 특성에 맞는 제품을 접목하는 데 주력하고 있다.

그 결과 이 점포는 제품력과 다양성 면에서 한발 앞서 있는 것으로 평가받고 있다. 실제로 1주일에 평균 2종류 정도의 신제품을 선보일 만큼 제품 개발이 활발하다. 170여가지의 빵 제품은 물론 생크림케이크가 대부분인 타 점포와는 달리 매일 3~4 종류의 무스케이크, 치즈케이크, 롤케이크, 각종 양과자 등 20여가지의 다양한 케이크를 선보이고 있다.

허남극베이커리에서는 제품력 확보를 위해 뛰어난 기술진



1. 불리한 상권을 제품과 관련된 독특한 경영으로 성공 점포로 이끌었다.
2. 왕성한 신제품 개발을 통해 매일 2가지의 무료 시식을 실시하고 있다.
3. 뛰어난 기술진은 제품과 관련된 독특한 경영을 가능케 하는 원동력

한형규과자점 경영 전략

- **점포 설립**: 1996년 5월 31일
- **점포 규모**: 매장 25평, 공장25평
- **생산 인원**: 6명

- **성공 요인**
  1. 제품력과 접목된 독특한 경영 전략
  2. 유명 점포와 기술인 교류
  3. 1주일에 2종류의 신제품 개발
  4. 1일 2제품 무료 시식
  5. 인테리어업체 통한 지속적 매장 관리

- **향후 계획**
  1. 커피숍 인수 후 생산 시설화
  2. 주부 대상 무료 강습회

에 의한 제품 생산 외에 최상의 재료만 사용한다. 좋은 재료에서 우수한 제품이 나올 수 있다는 생산 원칙때문이다. 또 이 점포의 진열대에 있는 빵은 다음날이면 볼 수 없다. 개업부터 철저하게 당일 생산 당일 판매해 소비자에게 신선한 빵을 공급하는 것을 고수하고 있기 때문이다.

독특한 경영 전략은 이 점포의 성공을 있게 한 주요 요인이다. 이런 전략은 철저하게 제품과 맞닿아 있다. 한 예를 보자. 허남극베이커리는 개업부터 기존의 점포와는 차별화된 제품 전략을 구사했다. 서울보다 소비 수준이 낮은 지역 특성에도 불구하고 치즈·무스케이크 등의 판매를 시도했다. 예상은 적중했다. 역시 소비자의 반응이 전혀 없었던 것.

이럴 경우 대부분은 생산을 중지하는 것이 보통이다. 그러나 허남극베이커리는 끝까지 밀어부쳤다. 판매되지 않는 제품을 전량 무료 시식을 통해 제품알리기에 나섰다. 아울러 '이젠 고객도 단과자빵에서 벗어나 제품 소비 수준을 높일 필요가 있다' 는 점을 계속 상기시키는 소비자의 자존심 자극(?) 전략을 병행해 판매 확산에 성공했다.

제품력과 접목된 독특한 경영 전략 구사

이밖에 소비자는 새로운 제품에 관심이 높다는 점을 간파한 무료 시식 전략도 제품과 관련된 경영 전략을 엿볼 수 있는 한 단면이다. 현재 이 점포에서는 왕성한 신제품 개발을 최대한 활용해 매일 두제품씩을 선보이는 무료 시식 코너를 운영하고 있으며, 특별 행사시 점포 앞에 테이블을 마련해 전 제품에 대한 무료 시식을 실시하고 있다.

또 개업을 위한 인테리어 공사 도중 한달 후 '제과점 오픈'을 미리 알리는 플래카드 홍보, 소비자가 케이크 구매시 자신이 원하는 대로 데커레이션을 할 수 있도록 하는 전략, 제과점 상호와 같은 '남극' 빙수 판매 아이디어, 인테리어 업체를 통한 지속적인 매장 분위기 조성 등 곳곳에서 독특한 경영 전략을 발견할 수 있다.

현재 허남극베이커리는 개업 이전 대부분의 사람들이 평가했던 매출 예정액보다 2배 이상을 상회할 정도로 높은 매출을 기록하고 있다. 활발하지 않은 상권임에도 불구하고 외부 고객이 전체 고객의 50%를 차지할 정도로 큰 비중을 차지하는 것에서 알 수 있듯 우수한 제품력과 독특한 경영으로 이미 유명 점포로 자리잡은 결과라 할 수 있다.

그러나 이 점포는 단지 높은 매출의 점포로 그치는 것이 아닌 고객과 함께 하는 점포로의 탄생을 준비 중에 있다. 지하에 위치한 커피숍을 인수해 주방을 제과 생산 시설로 전환시킨다는 것이 그것. 허남극베이커리는 이 커피숍을 단순한 생산 시설의 확장을 넘어 고객 감사 차원에서 주부들을 대상으로 한 무료 강습을 실시하는 공간으로 활용하는 방안을 구상 중이다.

한 점포의 흥망성쇠를 좌우하는 요인은 여러 가지가 있지만 그중 가장 중요한 것이 경영 능력이라 할 수 있다. 물론 점포의 입지나 제품력도 중요하지만 이런 요소들이 어느 정도 수준에 올라 있다면 우열은 경영에서 판가름나기 때문이다. 그런 면에서 허남극베이커리는 성공 점포로 이끄는 데 독특한 경영이 얼마나 중요한가를 보여주는 하나의 예가 되고 있다.

〈글/ 박종선〉