

# 상품의 구성은 경영의 기본이다

각 제과점의 성패를 결정짓는 것은 상품구성이라해도 과언이 아니다.  
 이렇게 중요한 상품구성을 위해서는 고객을 사로 잡을 수 있는 상품개발이 필요하다.  
 이제는 실력 없이 많이 쓴 화살로 명증시키는  
 상품개발의 단계에서 벗어나 좀더 체계적인 계획을 세워야 한다.

상품을 개발하는 사람에게는 공통적인 고민이 있다. 시작할 때는 목적과 의미가 비교적 확실히 정해져 있고 뭔가 새로운 것을 개발하려는 정열과 의지가 넘치지만 그 수가 늘어나면 타성에 빠지기 쉬우며 다음 개발의 실마리가 보이지 않게 되고 만다. 그렇게 되면 무엇을 어떻게 해야 좋은지 보이지 않고 실력 없이 많이 쓴 화살로 명증시키는 식의 개발이 되고 만다. 또한 자신의 개발이 아닌 모방으로 바뀐다. 무슨 일이든 마찬가지로겠지만 목적이 확실히 세워져 있다면 그런 큰 과오는 범하지 않을 것이고 어떻게 하면 좋은 것 인가의 해답도 얻을 수 있을 것이다.

## 상품구성의 준비

고객의 Want(요구)와 Need(필요)를 얻어내는 일이 개발의 지름길이 된다. 결국 '어떤 고객층이 어떤 기분을 가지고 어떻게 먹을지를 생각한 과자' 를 개발하는 것을 알고 있다면 포인트에서 크게 벗어나지 않을 것이다. 또한 '현재의 상권에서, 어떤 고객층을 확보하느냐부터 필요한 상품' 까지를 생각하고 있다면 상품개발의 방향성이 정해질 것이다.

상품개발을 할 때 가장 중점을 두어야 하는 부분은 상품구성이다. 상품구성을 논리적으로 분류하고 각각의 정의를 확립하는 것을 기초로 하여 가격을 책정하는 작업은 상품개발 담당자 뿐 아니라 제조 판매에 이르는 모든 사람의 노력이 요구된다. 이런 작업은 조직이 커지면 커질수록 중요시 되어야 한다.

고객들의 구입목적은 앞서서도 언급한 것과 같이 '원하고 필요하기' 때문이다. 또한 기계의 판매전략상의 목적을 표를 이용하여 나타내 보았다.

## 양과자 구성

보급성 저가	<b>마그넷 아이템</b> · 슈크림 · 커스타드 케이트 · 700원 전후	<b>코아 아이템</b> · 스트로베리 쇼트 케이크 <b>버라이어티 아이템</b> · 계절 행사 <b>아이캐치 아이템</b> · 화제성 · 1,400~2,500원	<b>스페셜리티</b> · 2,800~3,500원	각별성 고가
	<b>라이트 기프트</b> · 박스 케이크 · 8,000원 미만	<b>기프트</b> · 구움과자 7,500~23,000원 <b>데커레이션 케이크</b> · 11,000~33,000원	<b>고급선물</b> <b>전통상품</b> <b>희소가격상품</b>	

위 표중 진하게 표시되어 있는 세로선의 사이즈, 가로선은 보급도와 가격을 나타낸다. 또한 점선의 우측은 스페셜리티, 희소가치 상품을 두어 전체를 6가지 시스템으로 나누었다. 세로선의 좌측은 고객을 끌기 위한 전략 상품이고 우측은 이익상품군이다.

## 상품구성의 분류

### 1. 마그넷 아이템(Magnet item)

마그넷의 자석이라는 명칭에서 알수 있듯 고객을 끌어 들이는 상품이다. 즉 고객을 모으기 위한 전략 상품이다. 상품으로는 에클레어 같은 슈크림, 키스타드 케이크, 코르네 등이 있다. 고객의 만족 포인트는 구입하면 후회하지 않는 상품이라는 점이다. 재료사용에 있어서도 좋은 재료를 사용하여 '이런 부담없는 가격으로 맛있는 케익을 먹을 수 있다니' 라고 평가 받을 수 있는 상품들이다. 아이템 구성비는 작은 양과자류의 10%정도가 일반적이다.

### 2. 코어 아이템(Core item)

코어는 「핵」이라는 의미를 가지고 있다. 결국 가게의 양생과자 중 주가 되는 상품군이다. 상품으로는 원형케이크와 같은 일반적인 양과자와 각 점포의 개성을 표현할 수 있는 오리지널 상품, 점포의 기술력을 표현할 수 있는 상품들이 있다. 고객의 만족 포인트는 기술력을 바탕으로한 안심할 수 있는 맛 즉 신뢰감, 안심감 등이 된다. 구체적인 상품으로는 스트로베리 쇼트 케이크, 치즈 케이크류, 초콜릿 케이크류, 몽블랑, 무스 케이크류, 파이 등이 있다. 꾸준한 판매를 기본으로 아이템 구성비는 전체의 40~50%정도를 차지한다.

### 3. 베라이어티 아이템(Variety item)

코어 아이템은 변화시키지 않는 것을 원칙으로 한다. 각 점포의 변함없는 힘을 표현하는 제품이다. 그러나 싫증나고 지겹다는 느낌을 받지 않게 하기위해 약간의 변화는 필요하다. 여기에 속하는 제품군은 계절감 등에도 많은 영향을 받는다. 발렌타인데이, 화이트데이, 크리스마스 등의 행사의 케이크들이 그 대표적인 예이다. 고객 만족 포인트는 축제의 감각과 계절감이다. 아이템 구성비는 전체의 30~40%이나 각 행사의 규모나 계절에 따라 증가되기도 한다.

### 4. 아이 캐치 아이템(Eye catch item)

아이캐치는 문자 그대로 시선을 끄는 아이템이다. 화제성 등으로 고객에게 주목 받을 수 있는 상품군이다. 일반적으로 붐을 일으키는 상품으로 티라미스, 나타리코코를 이용한 제품 등이 있다. 아이템 구성비는 10%정도이다.

### 5. 스페셜리티(Speciality)

다른 가게에서 모방할 수 없는 독자적 상품으로 전통적 상품등이 여기에 속한다. 희소성의 선물도 스페셜리티와 같은 위치를 정하는 것이 일반적이다.

### 6. 라이트 기프트(right gift)

이것은 마그넷 아이템과 같은 성격의 상품군으로 고객을 위한 전략 상품이다. 고객의 만족 포인트는 '사두면 이익이 되는 상품'으로 박스포장뿐 아니라 세트 등도 여기에 속하며 마그넷 아이템과 거의 비슷하다. 