



빵드비 금호점 외관. 점두에 매대를 설치해 좁은 매장의 한계를 극복하고 있다



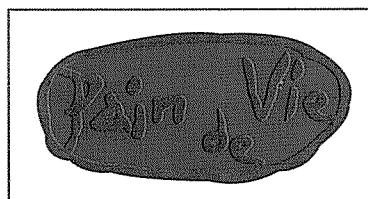
매장 전경. 이전에 비해 전체적인 색상을 진한 톤으로 바꿔 안정된 느낌을 주고 있다.

## 빵드비, 금호역에 테스트점포 오픈 이달중 BI 및 CI 확정 ... 불광점에 적용할 예정

그동안 브랜드 이미지 제고를 위해 CI 및 BI 변경 작업을 추진해온 빵드비가 지난 11월 초, 지하철 3호선 금호역 부근에 빵드비 금호점(대표 원성연)을 오픈했다. 이 점포는 새로운 BI 및 CI에 대한 고객들의 반응을 살피기 위한 일종의 테스트 점포.

기존에 있던 점포와 달리 이곳은 간판과 전체적인 외관 분위기를 젊은층의 취향에 맞도록 변화시켰다. 하얀색 바탕에 독특한 서체를 사용한 간판이 이전에 비해 깔끔하면서도 한층 밝은 느낌을 전해 주고 있다. 그러나 내부는 색상을 진한 톤으로 바꿔 전체적으로 안정된 느낌이다.

특히 이번에 확정된 로고는 '생명의 빵'이라는 빵드비의 의미를 부각시키기 위해 빵을 의미하는 원형 테두리 안에 생명을 상징하는 붉은색과 탄생을 의미하는 녹색을 사용하고 있다. 현재 금호점의 매장 규모는 6평으로 50여 가지의 제품



빵드비의 새로운 로고. 빵을 상징하는 원형 테두리에 생명과 탄생을 의미하는 붉은색과 녹색을 사용해 생명의 빵이라는 빵드비의 의미를 부각시키고 있다.

을 판매하고 있다.

본사로부터 완제품과 냉동생지를 50:50의 비율로 공급받아 판매하는 이곳은 맘모스빵이나 모카빵, 버터빵, 식빵 등이 인기를 얻고 있다.

이곳은 배후에 아파트 단지를 끼고 있는 데다 지하철 역 주변에 위치하고 있어 퇴근 시간인 6시 이후에 고객이 많은 편이다. 특히 좁은 매장의 한계를 극복하기

위해 점두에 매대를 설치, 매장 규모에 비해 높은 매출을 기록하고 있는 것으로 알려졌다.

한편 스위트식품은 금호점에 대한 고객 반응을 살핀 후 미흡한 점을 보완해 이달 안에 새로운 BI 및 CI를 최종 확정할 것으로 알려졌다. 이 업체는 새로운 BI 및 CI가 확정되는 대로 불광역 부근에 운영중인 빵드비 직영점에 이를 적용할 예정이다. [이]

<글 / 김경욱>