

모방은 실패의 지름길이다

케이뱅크 신상호

머리가 복잡하거나 삶이 조금쯤 지루하다고 느껴질 때면 불현듯 어디론가 떠나고 싶은 충동에 휩싸인다. 이런 날이면 가볍게 지하철을 타고 아무 생각없이 종착역까지 가본다. 또 다른 인생이 우리를 기다릴지 모른다는 가벼운 설렘만 있으면 그것으로 준비는 충분하다.

실패는 끝이 아닌 새로운 시작

지하철 1호선의 종착점인 북의정부역. 조금쯤 쓸쓸하기까지 한 이곳에 내려 역을 벗어나면 그리 멀지 않은 곳에서 우리는 한 제과점을 만나게 된다. 얼핏 보면 예쁜 팬시점으로 보일 만큼 독특한 외관을 지닌 이곳이 바로 인근에서 장사 잘하기로 소문이 자자한 케이뱅크다.

케이뱅크의 신상호(36) 사장은 고등학교를 졸업한 후 아는 사람의 권유로 제과점에서 기술을 배우기 시작하면서 제과업계와 인연을 맺었다. 몇 년간 기술자로 근무하던 그는 24살이라는 비교적 젊은 나이에 자신의 첫 점포를 오픈하게 된다. 그러나 그의 나이가 제과점을 경영하기엔 너무 일렀던 탓인지 그는 오래지 않아 제과점의 문을 닫아야만 했다.

“그 당시에는 맛있는 제품을 만들기만 하면 저절로 팔리는 줄 알았습니다. 하지만 막상 제과점을 운영하다보니 전반적인 경영이나 고객들의 취향에 대해 너무 모르고 있다는 사실을 깨닫게 되었지요.”

그렇게 실패를 경험한 그는 90년 의정부에서 다시 한번 제과점 경영에 도전하게 된다. 처음의 실패를 통해 자신에게 무엇이 부족한지를 파악할 수 있었던 그는 이곳에서 어느 정도 성공하게 되면서 97년 북의정부로 자리를 옮겨 지금의 케이뱅크를 오픈하게 되었다.

케이뱅크에 들어서면 가장 먼저 눈에 띄는 것이 매장 입구에 진열된 쿠키다. 무려 40여 종류에 이르는 쿠키의 다양함에 고객들은 절로 탄성을 터뜨린다. 종류에 상관없이 개당 200원에 판매되는 쿠키는 고객이 봉지에 원하는 만큼 골라 담을 수 있다. 이곳은 지하철역 주변인데다 인근에 고등학교가 있어 학생층이 많은 편. 쿠키는 바로 학생들을 겨냥한 품목이다. 이곳의 또 다른 주력제품인 케이크류 역시 학생층을 겨냥해 인기 연예인의 사진으로 디자인하는 등 독특한 모습이다.

“저희 제과점은 제품의 가지수가 그리 많은 편은 아닙니다. 하지만 고객들에게 다양한 제품을 선보이기 위해 매달 잘 나가는 제품은 형태를 바꿔주고 그 이외의 제품은 신제품으로 교체를 하고 있습니다.”

가맹사업 시작 ... “맛있는 빵집으로 인정받고 싶어”

제품 외에도 이곳에서는 고객관리를 위해 독특한 방법을 도입했다. 개업 초나 이벤트 때 고객에게 ‘혜밀리 골드 카드(Family gold card)’를 발급하고 있는데 카드 자체가 은행의 현금카드처럼 고급스러워 카드를 발급받은 고객은 반드시 지갑안에 넣고 다닌다고 한다.

“카드의 개당 원가가 350원 정도됩니다. 매장에 별도로 카드를 관리하는 시스템을 설치한 건 아니기 때문에 투자 비용이 저렴한 데다 카드 때문에 일부러 이곳을 찾는 고객들이 점점 늘어나고 있습니다. 저희 가게는 제품이 독특한 대신 가격대가 약간 높은 편인데 카드를 소지한 분들에게는 10% 할인해 주고 있습니다.”

개업한 지 얼마 지나지 않아 이곳이 장사를 잘 한다는 소문이 인근에 알려지면서 가맹점 개설 문의가 심심찮게 들어오게 되었다. 처음엔 정중하게 거절하던 신상호 씨는 마침내 98년 쌍문동과 노원에 가맹점을 개설하게 되었다.

그는 가맹점 개설을 희망하는 사람들을 위해 입지 선정에서 제품구성과 개업 이벤트까지 직접 발벗고 나선다. 오픈한 후에도 한 달 동안 꾸준히 매장관리를 해주는 세심한 배려도 잊지 않고 있다. 올해 그는 가맹점을 10개까지 확산시키는 것이 목표다. 이를 위해 그는 틈틈이 주위를 돌아다니며 상권을 조사하는 일을 게을리하지 않는다.

“가맹점 개설에 특별한 조건이 있는 것은 아닙니다. 그저 아침 6시면 어김없이 문을 열어 12시까지 영업한다는 원칙만 지키면 되지요. 고객들에게 케이뱅크 하면 맛있는 빵집으로 인식될 수 있도록 최선을 다할 생각입니다.”

삶은 어디서나 지속된다. 우리가 모르는 낯선 곳에서 자신의 꿈을 위해 노력하는 사람들의 모습을 보며 그동안 좀 더 치열하게 살지 못한 자신의 삶을 되돌아보게 된다.



이방인이 만나는 우리의 빵문화

러시아 블라디홀렙의 리삭과 올레



러시아 연해주 수도 블라디보스톡. 그곳은 서울에서 비행기로 불과 2시간거리임에도 불구하고 우리와는 전혀 다른 이질적인 문화를 가지고 있다. 그런데 얼마전서부터 그 이방의 세계에서 우리의 빵문화를 배우기 위해 블라디보스톡 빵시장의 70%를 점유하는 블라디홀렙(홀렙은 러시아의 식사용 빵을 일컬음)의 기술진이 우리 나라를 방문, 리치몬드과자점에서 12일간의 연수를 받았다.

“생산 직원들의 작업에 대한 집중도가 매우 인상적이었습니다.

그리고 블라디홀렙처럼 양산 시스템은 아니지만 기술적으로 매우 수준이 높은 제품들 역시 우리에게 깊은 감명을 주었어요”

블라디홀렙 부회장의 부인이자 회사의 관리와 기술자들의 교육을 담당하고 있는 리삭씨의 연수 소감이다. 특히 그녀는 이번 방문 기간 동안 기술연수뿐만 아니라 제품포장과 판매 및 조직관리 등에도 깊은 관심을 보였다. “포장이 무척 고급스러워요 그리고 제품 하나 하나에 쏟는 정성이 대단해요.”

사실 러시아의 제품들은 우리와 많은 차이가 있다. 빵은 그들의 주식이어서 오래 전부터 천연효모를 이용한 자연 발효빵을 만들고 있고, 반면에 케이크류는 주종이 버터케이크이며 품질 또한 우리와 많이 다르다. 같이 내한한 케이크부의 팀장 올레씨는 “생크림을 비롯한 크림류와 케이크시트가 러시아 제품과 상당히 다르다”고 말한다. 그리고 케이크데커레이션 역시 매우 인상적이며 자신들로서는 새로운 시도라는 것.

그들의 연수목적은 블라디보스톡에도 리치몬드와 비슷한 개념의 제과점을 세우기 위한 운영 노하우를 배우기 위한 것이다. 연수 후 그들은 돌아가서 시행착오를 거친 후에 자신들의 환경에 맞는 그들의 독특하고 새로운 형태의 제과점을 만들 것이라고 한다

요즘 퓨전음식이라는, 동·서양식의 장점만을 딴 새로운 영역의 음식이 유행하고 있다. 이처럼 이제 분야간 경계나 한계는 그 의미를 상실하기 시작했다. 두 러시아인의 모습에서 이를 확인한다. 이제 우리의 눈도 세계로 돌릴 때다.

꿈은 준비하는 자에게 있다

케익나라 김용임

면목동 '케익나라'에 가면 눈에 띄는 사람이 있다. 매장 내 즉석 제조 코너와 공장을 오가며 일을 하는 20대 초반 여성 기술인 김용임씨가 그 주인공. 그녀는 남자만 득실대는 이곳에 유일한 여성인 까닭도 있지만 항상 생기가 넘치는 표정과 움직임으로 점포에 생동감을 불어 넣어 시선을 모으게 한다.

김용임씨는 제과학원을 마치고 처음 이곳에 발을 내디딘 경력 6개월의 초보 기술자이다. 현재 도넛을 튀기거나 빵 성형, 제품 생산과 관련된 보조 업무를 담당한다. 언뜻 보기에는 하는 일이 여느 초보 기술인들과 크게 다르지는 않지만 그녀는 이 일 외에도 공장장급의 료인 생크림케이크를 감히(?) 손댈 수 있는 특권이 있다. 처음부터 그녀에게 주어진 일이 케이크 제조였기 때문에 생크림케이크에 관한한 전권을 휘두르는 막강한 위치에 있는 셈이다.



“남자도 아닌 여잔데 당연히 힘들죠. 하루 종일 정신없이 일하고 나면 밤에는 어깨, 허리 안 쉰신 데가 없어요. 하지만 기술 배우는데는 더 나을 것 같아 자영제과점을 선택했으니 하는 데까지는 열심히 해봐야죠.”

그녀는 신세대답게 솔직하다. ‘최고 기술자가 되겠다’는 식의 감당하지 못할 장담은 하지도 않는다. 다만 매일 자신의 일에 최선을 다하겠다는 생각뿐이다. 현재 하는 일이 힘들다는 말도 솔직한 성격에서 나온 표현일 뿐이다. 실제로 그녀는 초기 대규모 무료 시식 행사로 밤 9시까지 강행군을 했을 때도 이를 거뜬히 넘겨 ‘뚝순이’ 기질을 발휘한 바 있다.

김용임씨의 꿈은 케이크 전문점이나 카페형 베이커리를 운영해 보는 것이다. 과연 꿈을 이룰 수 있을지 미지수이긴 하지만 앞으로 우리나라에도 전문점 시대가 열릴 것인 만큼 새로운 시도를 해보고 싶다고 한다.

그렇다면 그녀는 이미 자신의 꿈을 실현하기 위해 한걸음 한걸음씩 여행 연습을 하고 있는 셈이다. 오늘 일에 최선을 다하는 삶을 강조하는 그녀 앞에 펼쳐진 미래에 기대가 모아진다.