

독특한 케이크 진열로 고객 시선잡기

〈글 / 박종선 sunpark@mbakery.co.kr〉

매출을 올리기 위해서는 상품의 질이 높아야 함은 기본이고, 고객의 시선을 끄는 요소가 있어야 한다. 매장 내의 쇼케이스는 선물용 코너와 함께 상품성이나 객단가 등 부가가치 면에서 '매장의 꽃'이라고 일컬어질 정도로 중요한 위치를 차지한다. 판매 기법에서 앞서 있는 일본의 제과점들이 고객의 시선을 붙들기 위해 시도하고 있는 독특한 구조의 쇼케이스를 이용한 케이크 진열법을 소개한다.

현재 국내에 생산되는 쇼케이스는 케이크 진열 공간이 3단 또는 4단 형태가 주종을 이루고 있다. 각 단마다 케이크 등 냉장을 요하는 제품을 진열할 수 있도록 돼 있는 구조이다.

일반적인 구조의 쇼케이스



〈사진 1〉 케이크 진열대의 각 단이 가로로 길게 이어져 있다.

독특한 구조의 쇼케이스



〈사진 2〉 1/3 공간에 별도로 6~7개의 케이크 진열대를 설치했다.

그러나 일본을 자주 방문한 제과인이라면 한두번쯤 국내와는 구조가 다른 쇼케이스를 보고 특이하다고 생각한 적이 있을 것이다. 〈사진 2〉에서처럼 쇼케이스 가로 방향 2/3는 3~4단의 케이크 진열 단(段)이 있지만, 나머지 1/3 정도의 공간에는 케이크 진열을 위한 각 단(段)이 비어져 있는 것이다.

이 1/3 공간에는 높낮이가 다른, 행사용 케이크 받침대와 비슷한 여러개의 케이크 진열대가 자리잡고 있다. 일본의 제과점들은 이 1/3 공간에 6~7개의 케이크 받침대를 놓고 주력 제품이나 판매하고 싶은 제품, 신제품 등을 진열하고 있다. 이런 형태는 1/3에 해당하는 공간에 6~7개의 케이크만 진열할 수 있어 기존의 쇼케이스 구조보다 비효율적으로 보일 수도 있다.

그러나 쇼케이스의 3~4단 전부를 케이크 진열로 꽉 채울 만큼 많은 제품을 생산하지 않는 국내 현실상 이런 구조가 비효율적인 것만은 아니다. 소비자들은 보통 매대의 동선을 따라 매장을 한바퀴씩 돌아본다. 만일 그 고객이 쇼케이스로 시선을 돌렸다고 가정해 보자.

일반적인 3~4단 쇼케이스의 진열대 위에 뽁뽁이 놓인 케이크를 보며 발길을 옮기다가 이전과는 전혀 다른 1/3의 공간에, 그것도 6~7개의 케이크만이 놓인 진열 공간을 보게 되면 시선이 멈춰질 것은 틀림없다. 높낮이가 다른 진열대에, 그것도 색다른 케이크가 있다면 구매 욕구가 생길 것이다. 현재 국내에서는 리치몬드과자점이 일본에서 〈사진 2〉의 쇼케이스를 직접 들여다 매장에 설치하고 케이크를 진열 판매하고 있다.

이런 독특한 구조의 쇼케이스는 제작도 용이한 편이다. 기존의 구조에서 1/3 공간만 비우면 되고, 이 공간에 높낮이가 다른 4~5개의 케이크 진열대도 쉽게 제작할 수 있다. 소비자의 시선을 집중시킬 수 있는 독특한 구조의 쇼케이스는 제작 업체로서는 신제품 차원에서 개발을, 또 제과점은 판매 증진 전략 차원에서 주문 제작을 시도해 볼만한 아이템이다.