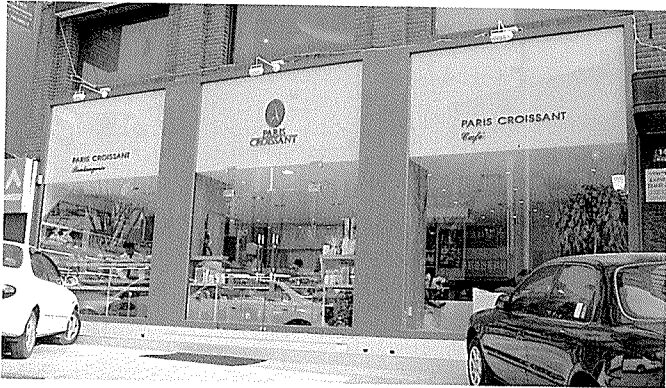


고급 브랜드로 거듭난 '파리크라상'

심플한 인테리어, 생산 품목 다양화해



1. 파리크라상 직영 3호점인 한남동 점포는 심플한 분위기로 외관을 꾸며 기존 파리크라상 매장보다 한층 격조를 갖춘 고급 점포로 변모했다.
2. 외관의 인테리어 컨셉인 '블랙 앤 화이트'에 어울리는 휴식 공간을 매장에 마련해 심플한 이미지를 부각시켰다.
3. 이 점포는 생크림 케이크보다 무스류를 중심으로 케이크를 생산하고 있다. 티라미수, 타르트, 미니 케이크 등 지역 특성에 맞게 제품군을 강화할 예정이다.
4. 중앙매대를 중심으로 뒤편에 케이크 쇼케이스, 벽면에 진열대를 배치해 구매고객의 동선을 최소화했으며, 넓은 동선 공간을 확보한 것이 특징이다.
5. 인기 품목인 페이스트리 제품은 1,200원~1,800원에 판매되고 있다. 인근에 사무실이 많아 샌드위치의 일일 평균 매출은 13만원 가량에 달한다.

파리크라상이 기존 직영점과 차별화한 고급 직영점 개설에 나섰다.

파리크라상은 1호인 압구정점과 2호인 반포점에 이어 지난 3월 7일 한남동에 직영 3호점을 오픈했다. 단대 앞 한남동 오거리에 위치한 이 점포는 투명 유리창과 흰색 간판으로 외관을 꾸며냈다. 이 점포에서는 작업장 직원 4명, 판매 직원 4명이 매일 이른 아침 7시부터 저녁 11시까지 제품을 생산한다. 파리크라상은 매장 인테리어 컨셉을 고급스럽고 심플한 분위기를 연출하는 데 초점을 맞췄다.

이 점포에는 28여 평의 매장에 온기가 그대로 남아있는 갓 구운 빵과 케이크 등이 매일 아침부터 늦은 밤까지 진열되어 있다. 이곳은 매대와 쇼케이스, 휴식 공간을 적절하게 배치해 매장을 실제 공간보다 넓어 보이도록 설계했다. 한남동 지역은 고급 빌라들이 밀집한 지역으로 오피스텔과 대사관이 인근 지역에 형성돼 있다. 점포의 입지는 대사관이 밀집한 곳에 단국대학교가 인접해 있어 유동인구가 많은 것이 특징이다.

파리크라상은 아직 오픈 초기라 지역주민에게 인지도가 낮은 편이지만 고급제품과 다양한 품목으로 고객을 유인하겠다는 전략이다. 이 점포는 일반빵 제품보다는 무스 케이크와 페이스트리, 미니 케이크, 유럽빵 등에 비중을 두고 있다. 인근에 외국인 거주자가 많아 다양한 종류의 유럽빵을 구비하고 있는 이곳은 앞으로 타르트류와 파이류의 품목도 더욱 강화할 예정이다.

한편 이 점포는 경쟁력을 갖춘 점포로 성장하기 위해 한남동 매장의 특성에 맞게 직원관리를 실시할 예정이다. 파리크라상 직영영업 2팀 김주연 차장은 "파리크라상이라는 브랜드가 고객에게 친절한 점포, 고급 제품을 갖춘 점포로 거듭나기 위해 고급 직영점에 걸맞게 작업환경을 조성할 것"이라며 앞으로의 계획을 밝혔다.

〈취재 / 임희정 lim@mbakery.co.kr〉

