

## '꿀' 처럼 달콤한 고객 감동 실현 Cake House Miel

### 약력

#### 그랜드 셰프 김용환

- 1976년 제과 기술 입문
- 케익하우스 원 청담점 셰프
- 케익하우스 원 논현점, 미도파점 총괄 셰프
- 일본 동경 프랭크백화점 비고베이커리 근무
- 피터팬과자점 셰프
- 일본 '모차르트' '모舍利' 연수
- 벨기에, 프랑스, 네델란드 등 유럽현지 초콜릿 연수

#### 판매 책임자 차희경

- 서울여대 경영학과 졸업
- 연세대 사회 교육원 인테리어과 수료
- 세종대 제과제빵 기술과정 수료
- 케익하우스 원 근무
- 동경제과학교 빵과 졸업
- 피터팬과자점 판매 담당

▲ 시식 코너 하나라도 정성스럽게...

깔끔하게 차려진 구움과자 시식코너가 입맛을 돋군다.

지난 9월 24일 케익하우스 미엘(대표 김용환)이 문을 열었다. 일산 화정역 부근에 위치한 미엘은 '꿀'을 의미하는 불어 상호명에서 느낄 수 있듯이 달콤한 향기가 가득한 곳이다.

미엘의 안으로 들어서면 고품스런 조명과 마감재로 구성된 고급스런 인테리어가 시선을 끈다. 고급스러운 것은 인테리어만이 아니다. 그속에 가지런히 새로운 주인을 기다리고 있는 제품들은 뛰어난 기술력의 소유자 김용환 그랜드 셰프의 작품들.

깔끔하게 포장된 구움과자가 한쪽 매대 전체를 가득 메우고 각종 건강빵, 과일 데니시 등이 먹음직스레 놓여져 있다. 미엘의 맛있는 제품들은 고객들 사이에 벌써부터 입소문이 파다하다. 주변에 이렇다할 제과점이 없어 고급 제품에 목말라 있던 고객들로부터 "이런 제과점을 기다렸다"는 행복한 말을 자주 들을 정도라고.

미엘의 또 다른 특징은 고급스런 제품을 더욱 빛나게 하는 판매

서비스다. 맛있는 제품을 만들면 무조건 팔릴 거라는 생각을 버리고 고객에게 맛있고 고급스런 제품을 보다 잘 전달할 수 있는 마케팅이 필요하다는 생각에서 생산과 판매를 분리, 전문화 시켰다. 차별화된 판매 서비스를 구축하고자 김용환 그랜드 셰프는 전문 판매 책임자를 영입했다. 판매 책임자 차희경씨는 같은 제과점에서 근무하던 인연으로 김용환 셰프의 제품을 좋아해 미엘에 오게 됐다. 차희경씨는 "판매자는 단순히 물건을 파는 역할이 아닌 고객들에게 제품에 대해 충분히 이해시키고 고객들의 욕구를 파악해 생산에 도움을 주는 역할을 해야한다"고 설명한다.

생산과 판매의 유기적인 시스템을 통해 고객 욕구를 파악하고 한 걸음 빨리 준비하는 미엘. 고객의 목소리에 귀를 기울이고 노력하려는 모습에 미엘을 사랑하는 고객들이 점점 많아지리라 기대해본다.

〈취재·김영주 / 사진·박성일〉

# Close Up Miel !!

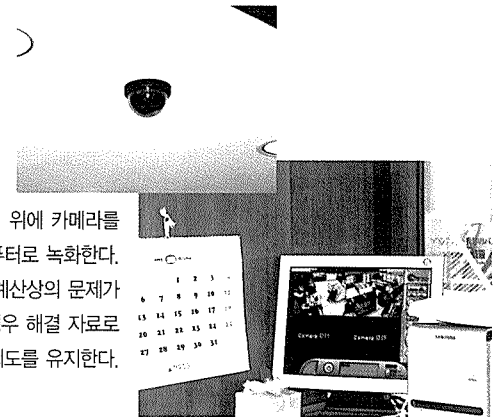


◀ 미엘은 꿀벌같은 김용환 셰프의 이미지를 연상해 지은 상호명. 성실한 꿀벌과 달콤한 꿀을 점포의 이미지로 각인시키고자 가격 태그에 꿀벌 캐릭터를 새겨 넣었다. 캐릭터들은 고객들의 반응을 살펴 최종 결정할 예정이다.

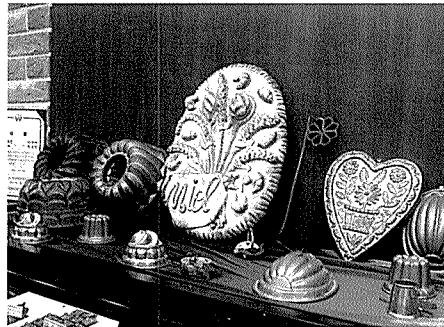
▶ 꿀벌이 그려진 종이를 이용해 포장한 제품과 앙증맞은 꿀벌 모형이 눈에 띈다.



▶ 카운터 위에 카메라를 설치, 컴퓨터로 녹화한다. 고객과 계산상의 문제가 발생했을 경우 해결 자료로 사용해 신뢰도를 유지한다.



▲ 가을 냄새가 물씬 풍기는 호박, 밤송이, 허수아비 인형으로 테이블을 꾸몄다. 이곳에 예쁘게 포장된 제품을 함께 놓아 제품의 이미지도 UP↑



▲ 김용환 셰프가 일본 등지에서 간간히 수집한 오래된 제과 도구, 카카오 모양의 동그릇과 미엘의 이름이 적힌 빵 공예로 한 쪽을 장식했다. 이러한 소품을 통해 제과 기술의 전통과 셰프의 권위를 보여주고 싶었다고.



▲ 초콜릿을 담은 은쟁반과 유리 그릇을 쇼케이스 안에 진열해 분위기를 살렸다.

## 제품 퍼레이드



▲ 재미난 모양으로 변화를 시도한 찹쌀 바게트. 귀여운 봉 모양으로 아이들에게 인기가 좋다. 바삭한 껍질과 쫄깃한 속의 환상적인 조화!!

▶ 직접 개발한 메론 앙금이 가득~ 달콤한 메론빵 드세요~



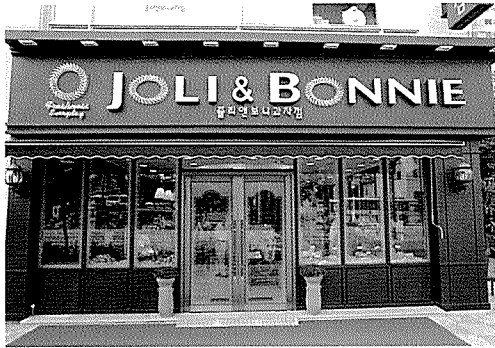
◀ 호박, 산딸기, 오렌지 케이크 등 맛도 모양도 새로운 케이크를 예쁜 그릇에 담아 판매한다.



▲ 건강 식빵 오형제, 흑미·현미·잡곡·호두·검은콩 식빵. 아파트 앞이라는 입지적 특성에 맞게 식사 대응 빵을 다양하게 선보이고 있다. 밤늦게까지 손님이 많아 아침, 오후로 나눠 두 번 구워낸다.

# 제품과 매장에 깃든 미적 감각

## 즐리앤보니 과자점



수락산 근처 상계동에 오픈한 지 한달 남짓 된 '즐리앤보니 과자점(대표 오홍근)'의 인기 에 가속도가 붙고 있다. 인근 수락산의 등산객들과 상계동의 아파트 주민들이 주요 고객층인 이곳은 500여 가지에 이르는 제품의 판매율이 고루 높다 것이 특징이다. 등산객들이 많이 찾는 샌드위치와 조리빵류, 주부들에게 인기높은 케이크와 무스류 등이 모두 고른 판매율을 보이고 있는 것.

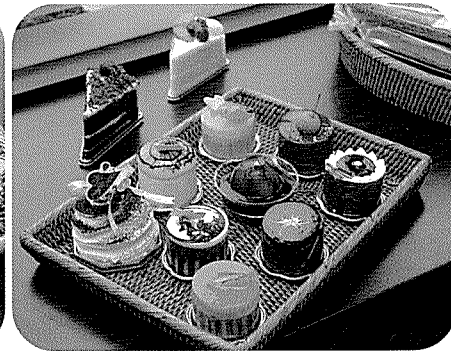
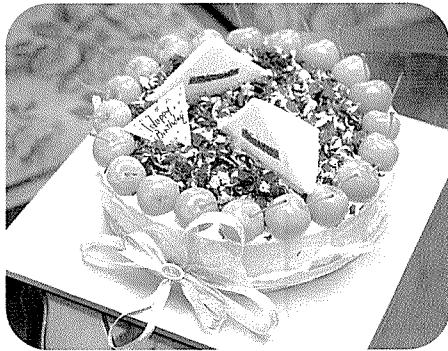
이곳에서는 '즐리앤보니(Joli & Bonnie : 예쁘고 귀여운, 탐스러운)'이란 의미의 상호명처럼 제품과 매장 곳곳의 센스있는 데코레이션을 엿볼 수 있다. '보기 좋은 떡이 먹기도 좋은 밥'인 만큼 화려한 데코레이션의 제품들은 점포 분위기를 밝게 해주는 동시에 고객들의 구매욕구도 자극하는 훌륭한 인테리어 요소다. <취재·허윤정 / 사진·박성일>

### 즐리 쇼콜라(Joli Chocolat) & 보니 케이크(Bonnie Cake)

▶ 이곳의 모든 초콜릿은 화려한 디자인과 색채를 자랑한다. 작은 초콜릿 제품 하나에도 공을 들인 데코레이션이 인상적이다. 30가지에 이르는 초콜릿은 다소 높은 가격대에도 불구하고 꾸준한 매출을 올리고 있는 효자 품목이다.



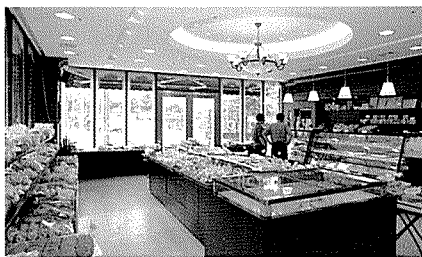
▶ 오렌지, 민트, 파인애플 3가지 맛이 어우러진 케이크 '샤노이'. 즐리앤보니에서 판매율이 높은 케이크로 시원한 민트맛과 달콤한 과일맛의 조화가 일품이다. 제 과정에서 좀처럼 보기 힘든 재료인 '미니사과'를 이용한 데코레이션이 돋보인다.



◀ 무스, 양과자, 조각 케이크 등도 즐리앤보니의 인기 제품. 주로 주부들이 자녀들 간식으로 많이 구입한다고 한다. 오렌지, 포도, 초콜릿 등 다양한 재료를 이용해 정교하게 만들어진 제품들은 먹기 아까울 정도.



◀ 즐리앤보니에서는 화과자, 만주, 양갱 등의 제품도 판매한다. 현대인의 입맛에 맞도록 당도를 낮춰 제작된 화과자는 맛과 모양에서 한층 업그레이드된 모습으로 선보여지고 있다. 날개 판매뿐 아니라 여러 사이즈의 세트용 판매도 활발히 이뤄진다고.



▲ 500여 가지의 품목이 빼곡이 진열된 내부 매장의 모습. 오전에는 비교적 한산한 반면, 오후 5시부터 새벽 1시까지의 고객들로 인해 매장에 발디딜 틈이 없다. 유난히 밤에 이곳을 찾는 고객들이 많아 밤 12시였던 폐점시간이 새벽 1시로 연장됐다.

### 편안함과 고급스러움을 갖춘 인테리어



◀ 점포 한켠에 마련된 휴식 공간이 아늑한 분위기를 연출한다. 아담한 의자와 탁자, 탁 트인 창문가에 놓인 화초가 조화롭게 배치돼 있다. 응접실같은 편안한 느낌으로 인해 고객들이 이곳을 자주 찾는다고 한다.



◀ 프랑스의 노천카페와 같은 느낌이 나도록 꾸민 야외 테라스. 다크 브라운의 마루에 놓인 흰색의 의자와 테이블이 산뜻해 보인다. 멀리 보이는 수락산의 정경을 구경하면서 즐기는 빵과 과자의 맛은 더욱 좋지 않을까.