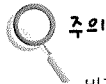


점포의 이미지를 높이는 제품 디스플레이 'HOT ITEMS'

우리 점포를 고객들에게 하나의 브랜드로 인식 시키고자하는 노력이 점차 늘고 있다. 브랜드 이미지를 제공하기 위해서는 맛과 모양으로 결정되는 제품 이미지도 중요하지만 그에 못지 않게 필수적인 것이 바로 공간 이미지. 공간 이미지를 구성하고 있는 요소는 단순히 매장 안의 가구 배치나 인테리어 소품들만이 아니다. 제품의 디스플레이, 서비스를 제공하는 종업원들의 이미지, 매장 안의 향기와 온도 등과 같이 디테일한 부분들도 서로 영향을 주고받아 공간 이미지가 결정되는 것. 그 중 제품 디스플레이는 공간 이미지뿐 아니라 제품 이미지를 형성하는 아주 기초적인 작업이 되고 있다. 이러한 제품 디스플레이에 사용되는 소품 중에 최근 수요가 늘고 있는 아이템들을 살펴본다. <취재·김영주>

1. 바구니

바구니는 일본이나 유럽 등지에서 제품 진열에 많이 사용되고 있는 주요 아이템이다. 우리나라에서는 주로 바게트를 진열하는데 많이 사용되고 있지만 더 다양한 빵류를 진열하는데 활용하면 매장의 분위기를 더욱 살릴 수 있다. 바구니는 질감과 색깔이 빵의 색감과 잘 어울리고 '나무'의 이미지가 연상돼 따뜻한 느낌을 주는 것이 가장 큰 특징. 특히 바구니에 건강빵 등을 진열하면 '자연 소재'의 느낌을 더욱 부각시켜 제품의 이미지를 강하게 전달할 수 있다.



바구니를 사용할 때 빵부스러기 등이 바구니에 끼어 있으면 오히려 위생적인 면에서 떨어져 보이므로 관리에 신경써야 한다. 바구니에 유산지나 냅킨을 깔고 빵을 진열하면 이러한 위생적인 면을 보완할 수 있다. 바구니는 정기적으로 바구니 전용 세제를 이용해 닦아주고 햇빛에 자주 말려야 형태가 변하지 않고 오래 사용할 수 있다.

CASE I 파리크라상 압구정점

파리크라상 압구정점은 고객들에게 고급스런 이미지를 전달하고자 전체적인 인테리어나 제품 등에 많은 신경을 쓰고 있다. 파리크라상만의 이미지가 잘 드러나도록 고심한 결과, 빵 종류 전체를 바구니에 담아 진열했다. 중앙 매대를 중심으로 한 종류의 바구니가 아니라 빵의 모양에 따라 다양한 바구니를 사용했다. 작은 치즈롤은 앙증맞은 느낌이 나도록 손잡이가 있는 꽃모양 바구니에, 크루아상은 둥그랗고 평평한 바구니에 둥그랗게 둘러싸아 반달모양이 돋보이도록 하는 등 제품에 어울리는 바구니로 디스플레이 하기 위해 노력했다.

파리크라상 압구정점 박철완 주임은 바구니의 최대 장점으로 '제품의 특성을 살려 디스플레이 할 수 있는 면'을 들었다. 시각 쟁반에 일괄적으로 진열할 때보다 진열 가능한 제품 수는 적지만 여러 종류의 바구니에 진열하면서 제품이 입체적으로 보여 풍성함을 느낄 수 있다고 설명한다. 실제로 손님들에게 '매대가 풍성해 보인다'는 얘기를 많이 들어 앞으로 다른 지점에서도 바구니 사용을 늘릴 예정이다.



CASE II 프랑세즈과자점 서대문점

프랑세즈과자점은 서대문에 새로운 본점을 오픈하면서 많은 변화를 시도했다. 고급스러우면서 친근한 느낌을 주기 위해 선택한 아이템이 바로 바구니. 효율적인 매대 진열을 위해 사각 나무쟁반과 바구니를 혼합해서 사용했다. 바구니는 프랑세즈과자점의 이인상 대표가 남대문 상가와 양재동 시장을 예닐곱번 방문해 공수해온 것들로 특이한 모양의 바구니들을 이용해 매장 곳곳에 포인트를 주었다.

이인상 대표는 "바구니는 고객들에게는 편안하고 친근한 느낌을 주고 단조로운 매대에 포인트 역할을 할 수 있다"고 설명했다. 특히 이번에 구입한 제빵사 모양의 인형이 달린 바구니는 그 안에 빵을 담아 진열함으로써 고객들에게 항상 정성껏 빵을 전달하고자 하는 마음을 표현하기 위해 선택한 아이템으로 고객들의 시선을 받고 있다고.

이인상 대표는 "남대문과 양재동 시장을 이용해 바구니를 구입할 때는 바구니들이 들어오고 나가는 회전율이 빨라 봐왔던 제품들이 없어지는 경우가 많고 한 바구니당 수량도 많지 않아 대량 구입이 어렵다"고 설명하며 "대신 자주 가보면 좋은 아이템들을 구입할 수 있는 장점도 있다"고 덧붙였다.



2. 아크릴

식기나 인테리어용품 등에 많이 사용되고 있는 아크릴 수지는 일반적으로 아크릴을 말하며 플라스틱의 일종이다. 아크릴은 플라스틱 가운데서도 가장 투명성이 높고 강화 유리에 필적할 만큼 강인하다. 또한 아크릴은 인공뼈 등 의료용 재료로 사용될 만큼 인체에 무해하다. 절단하거나 접착하기 쉬워 여러 모양을 만들 수 있으며 다양한 색깔을 사용할 수 있는 것도 큰 특징.

제과점에서 아크릴은 주로 조각케이크를 진열하는 검은색의 긴 사각형태가 사용되고 있으며 이외에도 투명 사각판, 구움과자 등을 진열할 수 있는 서랍 형태들이 사용되고 있다. 원하는 모양의 도면이나 샘플을 직접 가져가면 주문 제작하기 쉬우며 아크릴 제품의 두께, 넓이, 가공하는 방법, 주문 수량에 따라 가격이 결정된다.

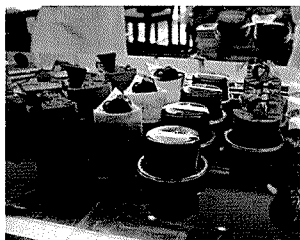
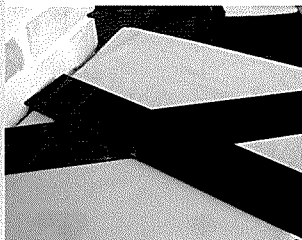


주의

아크릴 제품들은 표면 광택이 좋으나 굵은 자국이 남게되면 눈에 잘 띄고 먼지가 묻기 쉬우므로 마른 헝겊으로 자주 닦아 청결을 유지하는 것이 중요하다.

CASE III 본누벨

본누벨에서 사용하고 있는 아크릴 제품은 조각케이크를 진열하는 검은색 긴 사각판으로 쇼케이스 크기에 맞게 주문 제작했다. 본누벨 서강현 대표는 "아크릴 제품의 장점은 가격이 저렴하고 많이 진열할 수 있는 점"이라고 설명했다. 50cm×9cm 정도 아크릴 제품이 약 5,000원 선으로 일반 접시를 사용하는 것보다 저렴하고 조각 케이크를 4~5개 정도 진열할 수 있다. 쇼케이스 한칸에 일괄적으로 사용하면 통일된 느낌을 줘 깨끗하고 깔끔해 보인다.



3. 접시

케이크를 진열할 때 자주 사용되는 소품 중 하나가 바로 접시. 일반적으로 사용되는 받침용 종이보다 고급스런 느낌을 주기 때문에 선호하고 있다. 접시는 남대문 수입상가에서 구입하거나 전문업체에 주문 제작해 구입할 수 있다. 소량을 구입할 때는 남대문을 이용하는 것이 좋고 대량으로 구입하거나 점포에 맞는 디자인을 원할 때는 주문제작 하는 것이 좋다. 주문제작의 경우, 그릇 전문 업체나 이천 도자기 업체에 주로 의뢰하고 있다. 그릇 전문 업체 한국도자기의 경우 주문 제작시 최소 단위가 300개 정도이고 기존 제품 중 선택하거나 원하는 디자인을 제시하면 그에 맞는 제품을 제작해 준다. 이천 도자기 업체는 업체마다 제작하는 종류가 다르고 최소 수량도 다르다. 원하는 종류를 결정하고 이천도자기협회(www.icheonceramic.or.kr)에 문의하면 업체를 안내 받을 수 있다.



주의

케이크를 진열하는 접시는 제품을 돋보이게 하기 위해 단순하면서 깨끗해 보이는 스타일을 사용하는 것이 좋다. 무늬가 많이 들어가 있거나 지나치게 화려한 색깔의 접시를 사용하면 케이크 데코레이션의 화려함이 돋보이지 않기 때문에 흰색이나 검은색 등 무채색 계열이 많이 사용되고 있다. 접시를 고를 때 고려해야 할 다른 점은 접시 사이즈, 케이크를 진열했을 때 여유 공간이 너무 좁거나 넓지 않도록 주의해야 한다.

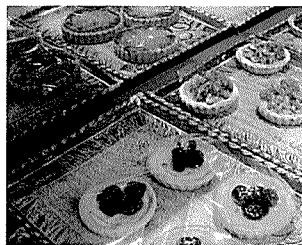
CASE IV 아마플라 델리

제품 진열에 다양한 접시를 사용하고 있는 아마플라 델리. 이곳에서는 롤케이크를 접시에 담아 데코레이션을 한 후 함께 판매하고 있다. 아마플라 델리 김영진 대표가 호텔 레스토랑에서 디저트를 만들 때 접시에 데코레이션 하는 것을 보고 착안, 레스토랑처럼 고급스럽고 화려한 분위기를 고객들에게 전하고자 시작했다.

여주에 공장이 있는 업체에 직접 의뢰, '아마플라 델리'의 로고가 새겨진 접시를 제작, 케이크를 담아 판매했다. 대량으로 접시를 주문해 시중가의 1/3 수준으로 구입했으며 접시의 가격을 고려해 3호 사이즈 케이크를 35,000원 선에서 판매하고 있다.

정현철 부장은 "접시에 케이크를 담아 판매하면서 제품에 시럽 처리 등 데코레이션을 마음껏 할 수 있어 제품의 이미지가 좋아지고 고객들은 케이크 먹고 난 후에도 접시를 보며 아마플라 델리를 기억할 수 있다"고 설명했다. 롤케이크 뿐 아니라 푸딩도 같은 방식으로 판매되고 있는데 1인분에 맞는 적절한 양을 조사해 그릇 사이즈를 결정했다.

이외에도 타르트를 진열하는 접시처럼 소량이 필요한 제품은 남대문 시장을 이용하는 등 다각적으로 용도에 맞게 구입했다.



디스플레이 소품을 고를 때는 소품이 매장의 분위기와 잘 어울리는지, 제품을 진열할때 효율적인지 등을 고려해야 한다. 아무리 예쁜 소품이라도 지나치게 튀거나 제품 진열에 비효율적이면 오히려 돈만 낭비하는 결과를 가져온다. 따라서 가장 먼저 우리 점포가 추구하고자 하는 이미지를 확고히 결정하고 이에 맞는 소품들을 사용해야 전체적으로 하나의 이미지가 형성될 수 있다.