

매출 신장의 보증수표 고객 서비스

칼자루를 쥐고 있는 손님을 만족시켜라

예전의 베이커리업계 성공 법칙 1순위가 '맛있는 빵' 이었다면 제품의 질이

상향 평준화되고 있는 2004년 제과점의 성공 법칙 0순위는 바로 최상의 고객 서비스이다.

우리 점포 매출을 쑥쑥 올려줄 알짜배기 서비스를 위한 첫 번째 걸음, '고객만족 경영'에 대해 알아본다.

일러스트 · 홍승주



글 · 임다영 (주)파리크라상 교육팀 CS 담당

고객만족, 고객감동, 고객졸도!

요즘 제과점을 살펴보면 고객에게 하나라도 더 판매하기 위해 '고객만족', '고객감동' 심지어 '고객졸도' 라는 말까지 유행할 정도로 서비스에 충력을 기울이고 있다.

고객만족 경영은 한마디로 말해 '고객들이 점포를 오게 하는 법'이다. 간단하고 쉬운 말이지만 제대로 실행하기란 만만치 않다. 고객만족을 위한 방안을 효과적으로 실천하면 초고속 매출 신장은 문제없다. 매머드급 매출을 자랑하는 자영 제과점의 공통분모는 다름 아닌 '고객 대(大)만족 경영'의 성공적인 실행이다.

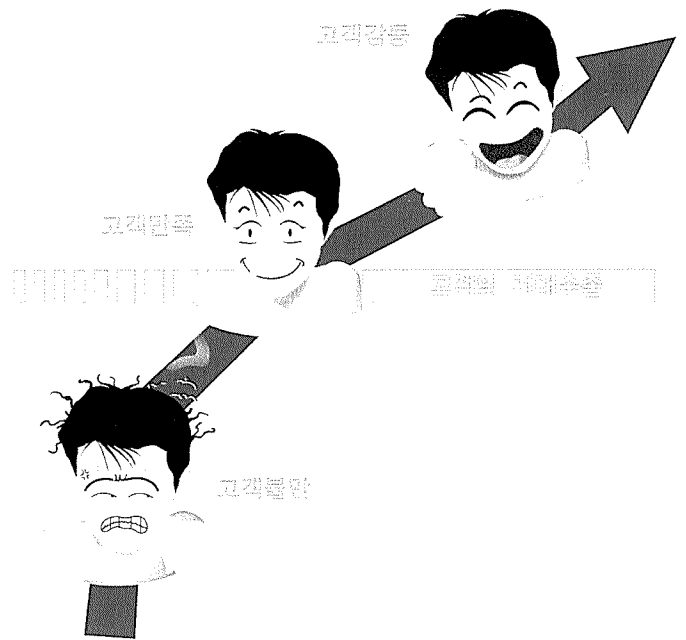
손님이 왕이 될 수밖에 없는 이유

맛있는 빵과 케이크만 있다면 저절로 매장이 붐빌 것이라는 오만한 생각은 매출 하락으로 가는 지름길이다. 예로부터 '손님은 왕이다'라는 말이 있듯이 모든 상업 활동에 있어 고객의 중요성은 아무리 강조해도 지나침이 없다. 그렇다면 왜 고객들의 왕좌가 점점 굳건해지는 것일까?

첫째, 예전에는 10집 건너 1곳이 제과점이었다면, 요즘은 3집 건너 1곳이 제과점이다. 국내 제과 산업이 성숙기에 접어들면서 점포 수가 점점 늘어나고 있는 것이다. 결국 고객들이 제과점을 '골라' 빵을 산다는 결론이 나온다. 수많은 제과점 중에서 군계일학(群鷄一鶴)이 되려면 부지런히 노력해야 한다.

둘째, 제과 제품의 수준이 전반적으로 비슷해지고 있다. 따라서 제품만 가지고 뚜렷한 이미지를 각인시키기가 점점 어렵다. 이제 고객들은 "저 제과점 빵이 맛있어"가 아니라 "저 제과점은 다른 곳과 달리 참 친절해"라는 말로 점포를 차별화시킨다.

셋째, 각종 정보 매체의 발달로 인해 고객들이 점점 똑똑해지고 있다. 인터넷을 통해 각 점포들을 꼼꼼하게 비교, 분석하는 요즘 고객들은 매우 날카롭고 매물차다. 제품이나 서비스가 조금이라도 떨어지는 제과점은 '안티 클럽(Anti-Club)'이 조직돼 순식간에 매출이 떨어지는 경우가 늘고 있다.



고객만족 경영을 위한 디딤돌

굿모닝 클래스 - 아침 조회를 통한 교육

체계적인 직원 교육의 효과적인 시기는 매장 오픈 전 이른 아침. 경영자와 직원이 한목소리로 인사연습을 하는 것으로 간단한 조회를 갖자. 아침에는 잘못된 점을 질책하고 반성하기보다 활기차게 격려하고 웃는 자리를 마련하는 것이 효과적이다. 고객에게 칭찬받았던 직원이 있다면 모두가 보는 앞에서 알리고 본받게 하는 것도 좋은 방법이다.

직원 교육을 한다고 해서 유별난 동작과 찌렁찌렁한 소리로 인사하는 법을 가르치라는 것이 아니다. 밝은 미소, 친절할 말투와 행동 등 가장 기본이 되는 것부터 차근차근 나아가는 것이 중요하다.

액자 만들기 - 서비스 이념 함축한 표어

직원들에게 지속적으로 서비스 마인드를 심어주어야 한다. 일일이 말로써 각인시키는 것은 '지겨운 잔소리'가 될 뿐이다. 각종 표어 등을 매장에 적어 두고 계속해서 읽도록 하자. 파리바게뜨의 경우 매장에 '고객과의 약속 4가지'를 써놓아 직원들이 수시로 읽을 수 있도록 한다. 별거 아닌 것 같지만 무의식 속에 녹아있는 마인드는 반드시 행동으로 나타난다.

1. 최고급 원료 사용의 약속

2. 품질의 약속

3. 청결함의 약속

4. 웃는 얼굴의 약속

확실한 직원 대우 - 나무보다 숲을 위한 투자

실적에 따라 월급을 결정하거나 인센티브 제도를 적용하는 등 직원들에게 확실한 대우를 하는 것이 필요하다. 이로 인해 직원들이 '뿌린 만큼 거둔다'는 생각을 가질 수 있도록 해야 한다.

직원 대우에 있어서 최소한의 노력으로 최대의 효과를 거두려는 생각은 과감히 버려야 한다. 경영자가 직원들을 야박하게 대하면 직원 역시 손님에게 야박하게 행동하기 마련이다. 인적 투자는 반드시 '되로 주고 말로 받는다'는 효과를 낳게 된다.

구맹주산(狗猛酒酸)의 교훈

옛날 어느 주막에 주인 말을 아주 잘 듣는 개가 있었다. 그 개는 낯선 사람을 보면 짖어대고 무척 사납게 굴었지만 주인은 그 사실을 몰랐다. 사나운 개 때문에 손님들은 그 주막을 더 이상 찾지 않았고 부역의 술이 전부 상해 버리는 날들이 이어졌다. 자신의 개 때문에 손님이 없는 것인데 주인은 오지 않는 손님만 탓하며 결국 빈털터리가 되었다.

'구맹주산'은 '사나운 개가 술을 쉬게 한다'는 뜻으로 고객 서비스의 중요성을 단적으로 보여주는 사자성어다. 요즘 같은 시대에는 한 번의 잘못된 서비스가 매출을 좌우한다. 하루 종일 직원들을 감시할 수는 없지만 지속적인 관심을 가져야 한다는 점을 명심하자. ⑬