



## 그곳에 가면 경쟁력이 보인다



▲ 이상호 대표

우리 양계를 하는 사람이 꿈꾸는 농장은 어떤 모습일까? 한가지의 답으로 결론내기는 어렵겠지만 굳이 하나를 말해보자면 산골농장과 농장대표의 마인드를 보라고 권하고 싶다.

지난 5월 18일부터 6월 15일까지 한달간 산골농장에서는 '계란&장미축제'로 관광객(소비자)들의 발길이 끊이지 않았다. 벌써 7회째를 맞이한 장미축제는 농장의 아름다움을 일반인들과 함께 나누려는 취지에서 시작되었다. 산골농장은 장미가 개화하여 농장전경이 절정에 달하는 5월~6월사이 일반인에게 다양한 프로그램을 준비해 '계란&장미축제'를 개최하고 있다. 연간 20만명의 인파가 몰린다고 신문지상에 나올 정도로 그 유명세를 단단히 치르고 있다. 이번 호에는 평소관점을 벗어나 산골농장에 숨겨진 경쟁력을 소개하고자 한다.

## 이야기를 만들어라

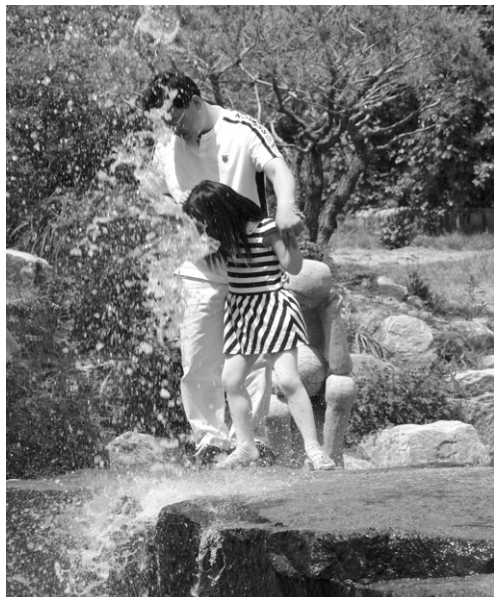
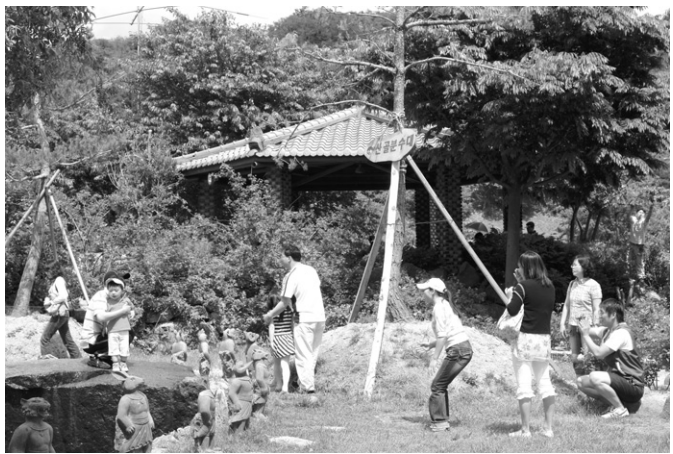
산골농장은 찾아온 사람들에게 이야기를 심어주고 있다. 즉 전문마케팅을 훌륭히 해내고 있다는 것이다.

이곳을 찾은 방문객들에게 산골농장에 있었던 재미난 추억과 이야기를 선물하고 있다. 또한 그 내면을 보면 관광객들은 자연의 조화가 어우러진 아름다운 환경에서 생산되는 계란에 대한 인식까지 함께 가지고 간다. 5월이 되면 장미축제를 한번씩 떠올릴 것이며 구매시장에서 산골농장 브랜드를 보고 그냥 지나치지 않을 것이다. 장미축제 내면에는 산골농장만의 마케팅이 숨어 있는 것이다.

단순히 주변에 장미만 핀다고 해서 축제행사로 발전된 것이 아니다. 자연을 사랑하는 농장대표의 마인드가 없이는 단발적인 행사에 그치고 만다. 산골농장은 하루의 쉽 없이 아직도 발전 중에 있다. 축제기간 동안 다양한 행사와 먹거리가 한데 어우러지고, 뿐만 아니라 지난해에는 조각상을, 올해는 야생화 공간을 늘리는 등 해가 거듭될수록 변화를 거듭하며 다시 찾은 방문객들에게 또 다시 오고 싶은 문화공간으로 다음 이야기를 기대하게 만든다.

## 고객을 유혹할 수 있는 매력

산골농장을 찾은 사람이라면 바로 생산된 신선한 계란을 구입할 수 있다. 그래서 이곳을 방문한 많은 관광객들 손에는 구입한 계란을 가지고 가는 모습들을 쉽게 찾을 수 있다. 또한 올해는 '장미비누, 계란비누'를 개





발해 이 또한 기념품으로 판매하고 있다. 장미의 특징을 살린 훌륭한 디자인과 아름다운 빛깔이 더해져 기념품으로 고객들을 유혹하고 있다. 이름만 거창한 브랜드가 아닌 이야기가 담긴 브랜드 상품으로 고객을 상대하고 있는 것이다. 장미 축제 기간동안 이곳의 아름다움을 본 고객이라면 산골농장에서 생산된 제품에 대한 신뢰도가 그만큼 높아지게 되는 것이다. 이것이 지속되고 발전되면 곧 확고한 브랜드로서 자리를 잡는 것이다. 즉 고객을 유혹할 수 있는 매력이 산골농장에는 있다.

### 브랜드란 이런 것이다

신문지상에는 FTA로 시끄럽다. 대책으로 농축산물에 대한 브랜드 개발이 시급하다고 떠들고 있다. 한우를 보면 더욱 그렇다. 그러나 과연 브랜드만이 해결책인가 하는 의문도 동시에 품고 있다. 왜? 단순히 이름만 근사하게 만들어 놓은 브랜드들이 너도나도 넘쳐나고 있기 때문이며 짧은 시간안에 사장되는 경우가 다반사이기 때문이다.

기자가 말하고 싶은 핵심은 브랜드에는 이야기가 있어야 한다는 것이다. 언제나 기억되고

사람들이 대화거리로 오르내릴 수 있는 이야기가 어우러져서 고객의 손을 잡을 수 있어야 한다. 양계부분에서 산골농장의 경우 단순히 1년에 한번 치러지고 마는 행사가 아닌 사람들 머릿속에 기억되는 이야기가 담긴 브랜드를 만들어 가고 있는 것이다.

장미축제를 통해 깨끗하고 아름다운 환경에서 생산된 계란이라는 인식으로 고객에게 믿음을 주며 농장을 찾은 고객을 대상으로 경쟁상대 없는 산골농장 계란만이 판매되는 블루오션을 개척했다고 생각된다. 또한 이곳을 떠난 이후에도 이야기 거리가 되어 기억되고 다른 제품과의 차이에서 우위를 점하게 됨으로써 구매까지 이어질 수 있는 연결고리를 잘 마련해 놓은 것이다.

### 대표의 마인드가 핵심

대표의 마인드는 성공의 열쇠이다. 이제 생산은 기본이라는 바탕아래 부가가치를 더해야 한다. 이것을 산골농장 대표는 시행에 옮기고 있다. 큰 뜻을 가지고 자비를 들여 이 행사를 개최하게 되면서 산란계 농장과 어우러진 멋진 문화행사가 창조된 것이다.

이뿐만 아니다. 지역 어린이들을 위한 선행도 실천하고 있다. 홈페이지 게시판에는 이상호 대표처럼 훌륭한 사람이 되고 싶다는 초등학생들의 글이 있다. 이상호 대표는 학생들에게는 꿈과 희망을 심어주기 위해 견학지원을, 복지원에는 지속적인 계란후원을 아끼지 않고 있다. 이들은 '산골농장에 대한 따뜻한 정이 담긴 추억과 함께 미래에는 든든한 지원자가 되어 산골농장과 계란을 더욱 애용하지 않을까?' 라는 생각이 든다. (정리 | 김영훈 기자)

# 2007 중국국제축산종합박람회(ILDEX China 2007)

10월 10~12일 중국 북경에서 개최

지난 2006년 베트남과 인도에서 개최된 국제축산종합박람회(ILDEX)가 성공적으로 개최된데 힘입어 금년 'ILDEX China 2007'는 10월 10~12일 3일간에 걸쳐 중국 북경 국제전 시장에서 새롭게 펼쳐질 예정이다.

'ILDEX China 2007'은 아시아에서 축산과 낙농산업이 빠르게 성장하고 있는 중국, 베트남, 인도 3개지역을 돌면서 개최되는 행사로 이번 박람회는 전세계 약 80개 업체와 국내외 2만명이 넘는 관람객이 다녀갈 것으로 예상되고 있다. ILDEX 주최사 대표인 Ms. Ladda Mongkolchaivivat는 베트남, 인도 박람회에서 채득한 노하우를 바탕으로 중국시장에서의 성공적인 박람회 개최를 자신하고 있으며, 현지 파트너인 '북경 Hua Tai Exhibition Co'와 협력하여 박람회 준비를 철저히 하고 있음을 밝혔다.

일덱스는 양계, 양돈은 물론 낙농분야까지 전체 축산을 총 망라해 아시아 축산업의 비전을 제시해 줄 것으로 기대한다.

## 산란계 사양관리 단행본 발간

본회는 채란인들의 국제경쟁력 향상을 기하기 위해 국내 최초로 산란계 사양관리 단행본을 제작, 발간하였습니다. 채란업의 생산성 향상과 고수익을 기대하시는 분, 현장방문을 통해 농가 지도를 원하는 영업부 직원(사료회사, 약품회사 등)들에게 많은 도움이 될 것으로 기대합니다.

- ♣내용 : 산란계 전 기간에 걸친 사양관리(일령별, 특수관리 등)
- ♣분량 : 약 400페이지 분량
- ♣판매 : 20,000원
- ♣구독문의 : 대한양계협회 홍보팀 장성영(02-588-7651)
- ♣계좌번호 : 087-01-166106(농협, 예금주 대한양계협회)

