

'얼짱' 프랜차이즈 사업, 쾌속 질주



지난 10월 25일자 동아일보 B7면. 대문짝만한 전면광고로 대승인터컴의 '얼짱' 디지털 포토샵 프랜차이즈 사업이 소개되었다. 처음 이 광고를 본 사람들은 "와! 자판기 사업 아이템도 전면 광고를 하네"라며 놀랄 만도 하다. 하지만 대승인터컴에게는 이같은 전면광고를 통한 사업 마케팅은 흔한 일이다. 작년부터 국내 4대신문을 통한 전면광고를 수시로 진행하며 적극적인 광고 마케팅 투자를 아끼지 않고 있다. 프랜차이즈 사업 개시 2년여가 되는 현재까지 적극적인 광고 마케팅 투자를 한다는 사실은 그만큼 사업이 잘 추진되고 있다는 얘기이다. 부침이 심한 대개의 프랜차이즈 사업과 달리 '얼짱' 프랜차이즈 사업은 성공적으로 자리매김하고 있을 뿐더러 아직도 많은 시장개척의 여지를 남겨 놓고 있다. 자판기를 이용한 프랜차이즈 사업의 새로운 성공사례를 제시하고 있는 '얼짱'의 쾌속 질주 비결을 파헤쳐 봤다.

내년 대망의 100호점 개설을 목표

지금까지 대승인터컴이 개설한 프랜차이즈 점포는 55개에 이른다. 올해까지 추가로 10개를 더해 65개점 개설을 목표로 하고 있고, 내년에는 대망의 100호점 개설을 목표로 하고 있다. 매장개설이 역세권 등 젊은이들이 밀집한 A급 상권 위주로 이루어지기 때문에 불과 2년여 만에 55개 점포를 개설한 것은 대단히 성공적인 결과라 할 수 있다.

최근 매장확대에 있어 탄력을 받게 하는 호재는 멀티플렉스 극장의 증가이다. 영화 산업의 확대와 함께 최근 멀티플렉스 영화관 개설이 붐을 이루고 있다. 이제 서울, 경기 지역에 이어 지방 신도시로까지 개설이 확대되고 있다. 이들 멀티 플렉스는 얼짱 매장이 접목되기에 더할 나위 없이 좋은 로케이

션. 매포소 부근에 얼짱 매장이 설치되면 다양한 볼거리, 놀거리를 제공할 수 있기 때문에 최근 매장 개설이 부쩍 확대되고 있다. 지난 9월에는 복수원 GV점이 10월에는 계양 CGV점이 오픈했다.

지역적으로 볼때 '얼짱' 매장은 서울, 경기 등의 수도권을 중심으로 개설이 이루어졌다. 서울 지역은 강남점, 명동점, 연신내점, 대학로점 등이 운영효율이 높은 핵심 매장들이다. 경기지역은 의정부점, 구월 CGV점, 부천점, 평택점 등이 운영이 잘되는 매장이다.

그 외 지방은 대도시 중심으로 일부 오픈이 되었을 뿐 그 수가 많지 않다. 부산 해운대점, 전주 고사점 등이 운영이 잘되는 매장이다. 수도권에 비해 시장 확대 여지가 많은 지방 매

'얼짱' 프랜차이즈 사업이 수익성이 따라 주는 비결은 무엇보다 매장에 설치된 스티커사진 자판기들이 젊은이들로부터 인기를 끌만한 요소를 갖추었기 때문이다. 대승인터컴은 젊은이들의 트렌드에 부합할 수 있도록 새로운 신제품 출시는 물론 지속적인 업그레이드 지원을 아끼지 않고 있다.



▲ 강남점



▲ 명동점



하고 있다. 전문점을 모집하기 위한 목적도 있지만 일반인들에게 '얼짱' 디지털 포토샵에 대한 인식을 확대하기 목적도 크다. 전문점 사업이 잘되려면 소비자들이 '얼짱' 매장에 대한 인식도가 높아야 하기 때문에 대대적인 광고 마케팅 투자를 아끼지 않고 있는 것이다. 오픈된 매장들까지 수익성을 향상시키기 위한 세심한 배려이다.

최근 들어서는 '얼짱' 매장이 TV 드라마의 촬영장소로 각광을 받고 있는 점도 소비자 인식확대에 도움이 되고 있다. KBS의 '소문난 7공주', 성장드라마 '반올림', SBS의 '101번째 프로포즈' 등에서 '얼짱'매장을 이용해 촬영을 진행했다. 실제로 일산의 라페스타 매장의 경우 드라마에 소개된 후 매장이 급증했다고 한다.

쾌속질주의 비결은 수익성에 있다.

최근 경기불황과 더불어 프랜차이즈 사업의 경기도 좋지 않다. 잘되는 사업보다 안 되는 사업이 더 많고 단명하는 사업아이템도 부지기수이다. 이런 여러 사업 중에서 '얼짱' 프랜차이즈 사업이 쾌속 질주를 하고 있는 것은 그만큼 사업의 수익성이 따라 준다는 얘기이다.

본사 관계자에 의하면 "개설된 체인점의 80% 이상이 기대

장을 확대하는 것이 앞으로의 과제이다.

지방상권의 경우 서울, 경기 지역만큼 투자비용이 많이 안 들어간다는 점이 장점. 특히 인구 20만~30만하는 중소도시 상권은 권리금이 없는 곳이 대부분이라 수도권에 비해 두 배 정도 개설비용이 싸다. 대승인터컴도 이점을 적극 활용해 지방 매장 오픈을 활성화시킬 계획이다. 본사에서 일부 금융지원도 진행을 하며 지방 잠재사업자들을 적극 끌어 모을 예정이다.

최근 대승인터컴은 신문매체를 이용한 광고 마케팅을 강화



▲부평점



▲신촌점

수익성"에 만족을 한다고 한다. 이는 타 프랜차이즈 사업의 수익률 보다 훨씬 좋은 결과치이다.

그렇다면 '얼짱' 프랜차이즈 사업이 수익성이 따라 주는 비결은 과연 어디에 있다. 무엇보다 매장에 설치된 스티커사진 자판기들이 젊은이들로부터 인기를 끌만한 요소를 갖추었기 때문이다. 대승인터컴은 젊은이들의 트렌드에 부합할 수 있도록 새로운 신제품 출시는 물론 지속적인 업그레이드 지원을 아끼지 않고 있다.

올해 들어 출시된 '뷰티라이트' 스티커사진 자판기는 원색 자동커튼 3가지와 화려한 회전 커튼을 배경으로 사진을 찍을 수 있어 인기를 끌고 있다. 보석꾸미기 기능 등 새로운 감각의 꾸미기 기능도 강화했다. 또한 710만화소 카메라 장착으로 더욱 선명해진 사진을 구현했다.

기존 모델에 대한 무상 업그레이드를 통해 제품 경쟁력을 강화하는데 주안점을 두었다. 올해 선보인 '마이다이어리'는 기존 센스Q 제품을 업그레이드 했다. 이 제품은 6개의 테마별 프레임을 통해 다양한 연출을 가능하고 7가지 패턴, 15가지 칼라의 다양한 펜기능을 강화했다. '스타일리샷' 제품도 조만간 업그레이드를 진행할 계획이다

제품들이 다양한 성능과 재미를 갖추고 있다보니 젊은 층을 중심으로 한 소비자의 반응이 좋다. 스티커 사진 찍는 것이 즐거운 엔터테인먼트로 자리매김했다 할 정도로 다양한 재미요인들이 강화된 게 특징이다.

또한 업로드 방식을 통해 블로그 커뮤니티를 이용할 수 있게 함으로써 온라인 상의 재미도 느낄 수 있게 한 점도 장점이다. 블짱(Blzzang.com)의 고객 이벤트, 엔터테인먼트 요소의 도입, 가맹점 홍보, 회원 CRM 마케팅 등 매출 향상을 위한 확실한 온라인 상의 지원을 받을 수 있다. 최근에는 교통카드에 스티커 사진을 인쇄해 발급하는 서비스도 진행하고 있다. 소비자는 '블짱' 블로그 사이트에 업로드 된 사진을 온라인상의 교통카드 서비스 업체에 전송을 해 발급을 요청할 수 있다.

대승인터컴 프랜차이즈 사업의 또 다른 경쟁력은 신속한 서비스 시스템이다. 본사가 제조와 유통을 병행하다보니 어떠한 기계문제가 생겨도 신속한 조치가 가능하다.

매장운영이 쉽고 관리가 편리하다는 점도 사업이 갖는 강점이다. 100%현금에 의한 자판기형 매출 관리시스템으로 수익구조가 간단명료하며, 별도의 경리사원을 두거나 입출금 관리에 신경을 쓸 필요가 없다. 전문인력이 필요치 않으므로 아르바이트생을 구하기도 쉽고, 고객스스로 다 알아서 움직이는 매장이기 때문에 점주가 매장에 상주할 필요도 없다. 규모에 따라서는 아르바이트생 2~3명의 인건비, 가게 관리비, 재료비(인화지 값) 정도면 충분함으로 운영하는데 초기투자 비용 이외에 더 이상 들어갈 비용이 없다.

새로운 스티커사진 문화 확대를 위해

대승인터컴은 현재의 '얼짱' 프랜차이즈 사업의 단계를 발전



기와 성숙기 사이로 평가하고 있다. 100호점 정도가 개설되는 성숙기 단계에 접어들면 액세서리 등 추가판매 할 수 있는 아이템 지원을 늘릴 계획이다. 또한 일반 소비자 인식의 확대를 위해 4대 일간지 광고는 물론 온라인 광고도 계속 진행해 나갈 계획이다. 이처럼 광고마케팅 투자에 많은 신경을 쓰는 것은 스티커사진 자판기에 대한 소비자 인식을 확대시키는 것이 사업 확대에 있어 가장 중요한 요인으로 보고 있기 때문이다. 이 점에 대해 박성용 국내 영업팀 팀장은 "아직도 소비자들은 스티커사진에 대해 옛날 이미지를 가지고 있다. 과거 초창기의 수준과 이미지로 스티커 사진을 생각하고 있는 게 일반적이어서 그런 이미지를 개선해 나가는 게 앞으로의 과제이다"라고 밝혔다.

즉 과거의 조잡하고 단순한 스티커 사진이 아닌 뛰어난 품질과 다양한 재미가 가미된 스티커 사진이라는 이미지 개선을 말한다. '얼짱' 같은 고급 프랜차이즈 매장의 확대를 통해 새로운 스티커 사진 문화를 확대하는 게 당면과제이다.

장기적으로 보면 '얼짱' 매장이 지금처럼 젊은 층만이 이용하는 공간이 아닌 가족 기념사진도 찍을 수 있는 공간으로의 확대까지 목표로 하고 있다. 10대, 20대는 물론 30~40 대 장년층까지를 포함해 가족사진 찍기 문화를 적극 주도하는 공간으로 확대시켜 나갈 계획이다. 사진 촬영에 관련해서는 토탈 솔루션이 가능한 공간. 스티커사진 뿐만 아니라 프로필사진,

여권사진, 가족사진 등을 촬영할 수 있는 매장으로 진일보시켜 지금보다 사업 파급력은 확대시키려 하고 있다.

한편 '얼짱'의 사업영역은 국내뿐만이 아닌 해외시장도 겨냥하고 있다. 현재 대승인터컴의 스티커자판기는 해외 24개국에 수출을 진행하고 있다. 그동안은 기계판매 중심의 수출을 진행했지만 앞으로는 '얼짱' 프랜차이즈 사업을 해외시장에도 접목시킬 계획을 가지고 있다.

우선적인 테스트 마켓은 필리핀. 필리핀은 이미 시장조사를 끝낸 상황으로 올해 안에 마닐라에 점포를 오픈하며 프랜차이즈 사업을 본격화할 계획이다.

일본제품과 차별화에 주력

일본제품과 차별화를 통해 경쟁력을 쌓아라. 대승인터컴의 스티커사진 자판기 사업이 더욱 발전시키기 위한 과제이다. 현재의 사업에 있어 애로점이라면 일제기계의 부분별한 수입으로 국산 제품의 경쟁력이 약해지는 문제이다. 스티커사진 자판기 시장 천국인 일본은 메이저브랜드 6개사가 치열한 신제품 경쟁을 벌이고 있다.

이런 신제품 경쟁 탓으로 중고 제품들이 국산의 반값도 안 되는 가격으로 국내 수입 유통이 되고 있다. 이렇다보니 대승인터컴의 제품이 상대적으로 고가로 인식되는 폐단이 발생하고 있다. 신제품을 놓고 비교하면 가격 경쟁력의 우위에 있는 대승인터컴 제품이 중고기계의 가격 경쟁력은 당해 내지 못하는 것. 이 점에 대해 대승인터컴은 일본 기계와는 차별화를 통해 제품 경쟁력을 더욱 배양할 것이라고 강조한다. 국내 실정과 트렌드에 맞는 스티커사진 자판기로 일본 중고 제품들이 가격 경쟁력을 무기로 활개를 치는 상황을 막겠다는 목표를 가지고 있다.

최고의 품질만이 최선의 시장을 열어 줄 수 있는 법. 대승인터컴은 제2의 스티커자판기 전성시대를 열기 위해 최고의 제품을 개발하는데 끊임없는 열정을 불사를 예정이다.