< 만약 코로나 장기화로 서울의 스타벅스 매장을 20% 줄여야 한다면 어느 지역을 왜? >

20162533 장성민

서울의 스타벅스 매장은 전체 528개임. (2020/11/28 기준)

528개의 20%는 105.6으로 반올림시 106개임.

스타벅스의 부사장이었던 아서 루빈펠드는 스타벅스에서 허브앤스포크(hub&spoke) 출점전략을 적용했다. 허브(hub)는 자전거 바퀴의 중심축, 스포트(spoke)는 바퀴살을 떠올리면 된다. 허브앤스포크 전략은 ‘선택과 집중’ 전략이다. 서울시청역 인근에만 스타벅스는 반경 1km 안에만 50개를 헤아린다. 이처럼 집중적으로 매장을 밀착시켜 출점하는 지역이 허브가 된다. 그렇다면 바퀴살은 어디일까? 서울의 업무밀집지가 자전거 바퀴의 중심축이라면 자전거 바퀴살은 직장인들이 거주하는 주거밀집지역이다. 스타벅스는 우선 직장인 밀집지역에 중심거점을 형성해 브랜드 인지도를 높이고 안정적인 고객층을 확보한 다음 직장인들의 출퇴근 동선을 바퀴살처럼 따라가 배후지역에 출점한다,

* 책, 기사 내용
* <http://publish.gisutd.com/?p=4259>

스타벅스의 허브앤스포크 전략은 한국에서 성공하였는가? 시대에 흐름에 따른 비교분석 -> 2006년 ~2020년까지 15년간의 데이터비교