

매장에 가면 그 컨셉을 온몸으로 느낄 수 있어. 예쁘고 맛있는 도넛(떡기)과 인스타그램머블한(꾸미기) 인테리어 공간(머물기)이 제공하는 생동감 넘치는 놀이터(쉬기), 다양한 굿즈와 반갑게 맞아주는 슈가베어(즐기기) 등이 끊임없이 사람들을 줄 서게 만들지.

잘나가는 기업들은 고객 관점에서 생각하는 것이 습관화돼 있어. 그래서 고객지향을 넘어 이제 고객집착(customer obsession)의 관점을 생각하더라. 화장품 회사 키엘은 직원을 KCR이라고 호칭하더군. ‘Kiehl’s Customer Representative’의 줄임말인데, 직원 자신이 고객의 대리인처럼 생각하며 업무에 임하라는 뜻이지.

경쟁자를 이겨 시장을 장악하면 언젠가 다른 경쟁자에게 잡혀. 하지만 고객에 집착해서 시장을 장악하면 방어벽이 높아진단다.