

품들을 구비해 자기 살을 깎아먹는 자기잡식(cannibalization)이 돼버리는 경우도 많아.

며칠 전에 맥덕을 겨냥한 아담한 수제맥주집이 오픈했다기에 가봤더니 별의별 맥주를 다 갖다놓았더라고. 수제맥주는 부어라 마셔라 먹는 술이 아니니 두어 병 고르는데, 종류가 너무 많아서 한참 걸렸어. 즉 이곳의 문제는 품목이 너무 많은 데다 대체적이라는 거야. 선택의 여지가 많아 좋다고? 비즈니스 관점에서선 팡이야. 주인이 맥덕 중의 맥덕이다 보니 맥주 종류에만 신경쓸 뿐 안주도 단출해서 매출을 어떻게 올리려나, 저 다양한 맥주 재고를 어떻게 관리하려나 걱정되더라니까.

반대로 포트폴리오를 잘하는 맥줏집 사례도 있어. 얼마 전부터 내 눈길을 끌어 강의에도 종종 언급하는 곳이 ‘역전할머니맥주’인데, 2016년에 생겼으니 역사도 길지 않아. 그런데 자료를 보니 가맹점 평균 매출이 두드러지게 높더라고. 전라도 익산역 앞 골목에 김철선 할머니란 분이 1982년부터 운영하던 ‘OB엘베강’이라는 맥줏집이 있었는데, 소종근이란 젊은 친구가 이걸 인수해서 ‘역전할머니맥주’로 이름을 바꾸고 프랜차이즈화한 거야.

이곳의 홍보용, 시그너처가 뭘지 알아? ‘살얼음생맥주’야. 다른 맥줏집도 냉동고에 보관한 유리잔에 맥주를 주지만, 여긴 거품까지 살얼음 느낌으로 서빙하는 공법을 개발해서 특허까지 가지고 있어.

판매용으로는 안주가 기가 막혀. 메뉴판을 보면 ‘튀김안주 상영관’, ‘믿고 먹는 건어물’ 등으로 재미있게 나뉘어 있는데, 반드시 먹어야 하는 치즈라볶이, 떡태, 버터구이 오징어 등 꿀메뉴들이 있지. 가격도 부담스럽지 않아서 남기는 한이 있어도 일단 다 시키는 분위기더라고.

수익용으로 다른 술집에도 있는 병맥주와 하이볼을 파는데, 손님이 줄을 서니 이것들도 쏠쏠하게 팔려. 게다가 마진이 높아 훌륭한 캐시카우가 된다니까. 구색용으로는 청량음료 등이 있고.

인테리어도 역전할머니 스토리에 따라 꾸몄고, 분위기도 편안하고 활기 있어서 손님이 많아. 마케팅 관점에서도 포트폴리오 구성이 아주 훌륭하다고 생각되더라. 역시나 얼마 전에 사모펀드에 좋은 값을 받고 매각했더군.