

<지원 목적/성공적으로 할 수 있는 이유와 사례>

현재 경기도 수원에 거주하고 있는 저는 평소 수원역 AK플라자를 자주 이용하고 있습니다. 하지만 수원역 AK플라자에 예상치 못한 변수가 생겼습니다. 바로 인근에 롯데백화점이 생긴다는 것입니다. 본래 고향이 수원이 아닌 창원인 저에 있어서 롯데백화점에 대한 이미지는 호의적이었습니다. 그런 롯데백화점이 수원역 상권에 들어온다는 것은 저에게도 나쁜 일은 아니었습니다. 하지만 저는 지역 상권을 생각하면서 수원역 AK플라자를 생각하지 않을 수가 없었습니다. 먼저 수원역 주변을 장악하고 있었으며, 수원역에 대해 누구에게나 물어보면 대다수가 AK플라자라 답할 만큼 수원을 대표하는 쇼핑몰이었기 때문입니다.

그에 대한 해법은 있습니다. 대학생활을 하면서 줄곧 수원에서 생활해 온 저에게 있어 수원시민들의 소비의식이나 주요 마케팅 대상을 명확하게 알고 있습니다. 비록 수원에만 한정되지만 이러한 저의 능력은 어느 지역에 배치되더라도 발휘할 수 있을 것입니다. 대학교 전공 수업 중, 마케팅원론과 시장조사론 수업을 수강하면서 조별 과제를 수행한 바 있습니다. 당시 저는 조장으로서 수원 상권과 서울 상권에 대한 비교를 한 적이 있습니다. 표본이 크지는 않았지만 명확한 차이가 있었습니다. 수원과 같은 경우에는 중저가 브랜드에 대한 선호도가 높은 반면 서울은고가 브랜드에 대한 선호가 우선시 되었습니다. 소득 등의 차이가 있을 수 있지만 유통업계 마케팅 직무를 맡을 자라면 이런 차이에도 관심을 두어야 한다고 생각합니다.

홈그라운드인 수원역에서 AK플라자가 롯데백화점에 밀리는 것을 볼 수 없습니다. 대학교 전공 수업 때 과제를 하면서 몸으로 익힌 마케팅 이론과 직접 조별 과제를 하면서 부딪혔던 현장의 분위기를 AK유통 마케팅 직무에서 완벽하게 구현할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

<애경그룹 유통 이미지와 설명>

AK플라자, 들어서는 순간 편안함을 느낄 수 있습니다. AK플라자를 수원역과 구로점만 방문했지만 두 곳에서 느낄 수 있었던 공통점이었습니다. 다른 유통업계에서 운영하는 백화점이나 마트의 경우에는 발을 들이는 순간부터 호화롭거나 강렬한 이미지를 주는 곳이 다수였습니다. 그러할 경우, 소비자는 바로 심리가 위축될 수가 있으며 구매 의욕이 떨어질 수가 있다고 저는 생각합니다. 하지만 이런 점에 있어서 AK는 달랐습니다. 오히려 편안하고 푸근한 이미지를 주면서 소비자에게 심리적인 안정감을 주었습니다. 백화점이나 마트에 있어서 이러한 이미지는 소비자에게 매우 중요한 것이라 생각합니다. 그런 점에 있어 AK의 편안한 이미지는 향후 매출 향상에도 큰 기여를 할 수 있을 것이라 생각하며 고객 유치에도 효과적일 것이라 전망합니다.

편안함 뿐만 아니라 혁신적인 레이아웃도 느낄 수 있었습니다. 수원역의 경우에는 유동인구가

많은 에스컬레이터나 엘리베이터 부근에 많은 이벤트 행사를 열어 비싸지 않은 가격으로 소비자들의 구매 욕구를 자극하고 있습니다. 그렇기 때문에 영화관을 찾은 방문객들이나 지하철을 이용하려던 이들의 눈길을 사로잡을 수 있다고 생각합니다. 어떻게 보면, 수원역 내 입점해 있다는 점을 혁신적으로 잘 활용했다고 볼 수 있는 대목입니다.

편안함과 혁신적인 레이아웃, 이것이 AK 만의 장점이 될 수 있습니다. 소비자들에게 한 번 굳혀진 이미지는 쉽게 바뀌지 않기 때문에 무엇보다 편안한 이미지를 주고 있다는 것은 '그린라이트'라 볼 수 있습니다. 두 가지 이미지를 적절하게 활용한다면, AK 플라자나 AK 몰의 추후 입점에도 긍정적인 효과를 낼 수 있을 것입니다.

<자신을 한 단어로 표현>

대학교 2 학년 시절, 저는 KRX 대학생금융경제봉사단 2 기로 활동을 하였습니다. 당시 저는 봉사만 하면 된다는 단순한 생각으로 활동에 참가하였고, 수원 소재의 한 지역아동센터에 배정받았습니다. 봉사단 명칭과 같이 저는 금융경제에 대한 재능기부 위주의 커리큘럼을 작성하여 담당 선생님께 제출하였습니다. 하지만 이를 본 담당 선생님께서는 "너무 공부 위주의 수업만 진행되면 아이들이 쉽게 흥미를 잃어버린다"고 조언해주셨습니다.

이에 저는 다른 방법을 찾기 위해 아이디어 구상에 몰입을 하기 시작했습니다. 저에게 주어진 시간은 16 주에 불과했고, 그 기간에 아이들과 친해져서 정해진 금융경제교육을 이수하는 것을 불가능했습니다. 그래서 저는 저의 특기를 살려 교육에 체육활동을 추가하였습니다. 그 결과, 담당 선생님께서도 수업방식에 대해 호평을 하였고 아이들의 반응도 뜨거웠습니다. 센터 사정상 저에게 매주 2 시간씩 시간이 주어졌고 저는 한 시간은 체육활동, 나머지는 금융경제교육으로 매주 진행해 갔습니다. 이로 인해 저는 14 주 만에 정상적으로 봉사활동 교육과정을 모두 이수했고, 아이들의 사랑을 한 몸에 받으면서 봉사단 활동을 수료하게 되었습니다.

또한 저는 평소 스포츠에 관심이 많고 특히 농구에 대한 열정이 뜨겁습니다. 특히 창원에서 수도권으로 대학을 오면서 SK 농구단의 잠실 홈경기도 관심 있게 지켜보고 있습니다. 뿐만 아니라 학과 내 농구동아리 주전 선수로 활약하고 있어 농구에 대한 관심이 뜨겁습니다.

그러던 중, 저는 동아리 후배들과 과를 대표해 교내 체전에 출전하게 되었습니다. 당초 저희는 1 라운드 통과만 목표로 삼았지만 제 자존심이 이를 허락하지 않았습니다. 학과 수업을 마친 후 저는 동아리원들과 남아서 두 시간씩 연습을 하였습니다. 다른 인원들은 저를 독종이라 불렀고 저는 그럼에도 아랑곳하지 않고 연습에 매진했습니다. 그 결과, 1 라운드 통과를 넘어 저희는 결승전까지 진출하는 쾌거를 이뤘습니다.

봉사활동, 그리고 스포츠에 대한 몰입은 저를 한 단계 성장시켰다고 생각합니다. 하나의 일에 빠져들면 무조건 완수하려는 자세, 적극적인 자세는 AK유통의 발전에 충분히 기여할 수 있을 것입니다.

<친필 사인 유니폼, 판매 시점은 바로 이때>

평소 스포츠 중에서도 농구에 관심이 많던 저는 어린 시절부터 창원 LG의 홈경기장을 자주 방문했습니다. 그러면서 자연스럽게 선수들과도 친분이 쌓였고 경기 이후 선수들의 친필 사인을 받거나 운동 용품을 받는 경우가 있었습니다. 농구에 남다른 관심과 열정이 있는 저에게 있어 사인과 용품들은 보물 1호라 봐도 무방할 정도로 아끼고 있습니다. 하지만 이를 적절한 시점에 이윤을 창출하면서 판매한다면 최적의 시점이 있다고 판단합니다.

언제가 그 시점일까요? 바로 선수들 은퇴식 시점입니다. 은퇴를 한 이후나 은퇴 전에는 많은 관심을 받지 못하는 것이 국내 스포츠 세계의 현실입니다. 하지만 은퇴식 시점이 될 경우에는 다수 매체에서 보도자료 및 기사를 게재하기 때문에 대중들도 관심을 갖고 지켜보게 됩니다. 이때 친필사인이나 운동 용품을 아이템으로 판매할 경우, 많은 이윤을 창출할 수 있을 것이라 생각됩니다.

제가 스포츠를 줄곧 보면서 느껴온 것들을 살펴보면, 스포츠를 좋아하는 팬들은 선수들의 용품이나 친필 사인을 수집하는데 상당한 매력을 느끼고 있습니다. 이러한 소비자층을 타겟으로 집중 판매를 할 경우 의외의 많은 이윤을 창출할 수 있을 것이라 전망합니다. 물론 이윤을 창출하는데 있어 홍보와 마케팅이 상당한 비중을 차지할 것입니다. 하지만 평소 스포츠 마케팅에도 관심을 갖고 지켜봤기 때문에 제가 가지고 있는 애장품을 높은 이윤을 창출하면서 판매하는데 일정 시점만 잘 고려한다면 문제 없을 것으로 전망합니다.