

“차별화 서비스&힐링 교육 통해 기업성장 기여하고 파”

인터뷰 | 유은채 CJ프레시웨이 급식사원지원팀 선임

고객사 찾아 교육 프로그램 제공 전문 강사진 보유... 만족도 높아 푸드 비즈니스 파트너로 동반성장 “업계 최고의 교육 전문가 목표”

CJ프레시웨이의 식자재 유통사업은 크게 ‘외식’과 ‘급식 식자재’ 유통으로 나뉜다. 급식 식자재 유통사업은 아동 보육시설, 학교, 노인 복지시설 등 다양한 고객사를 보유하고 있으며, 생애주기별 맞춤형 서비스에 초점을 맞춰 운영한다.

CJ프레시웨이는 특히 급식 사업 운영에 차별화된 고객 프로그램을 실시하고 있다. 고객사 역량 향상 및 근무환경 개선 지원을 목적으로 서비스&힐링 교육을 제공하는 것이다.

CJ프레시웨이 급식사원지원팀 유은채 선임은 영양사 경력과 노하우를 바탕으로 지난 2018년 아이누리사업부의 영양 및 식습관 교육 직무로 입사한 후 고객사 대상 다양한 교육 프로그램을 기획, 진행하며 역량을 쌓았고, 현재는 급식사원지원팀에서 서비스&힐링 교육 담당자로 활약하고 있다.

유은채 선임은 수도권과 충청권 일부 지역을 담당하고 있다. 해당 지역에 위치한 급식 고객사 직원과 학부모, 자원 봉사자 등을 대상으로 다양한 프로그램을 진행하고 있다. ▲퍼스널 컬러진단 ▲석고 오브제 만들기 ▲직무 스트레스 관리 ▲스트로크(STROKE) ▲D.I.S.C. 행동유형 진단 ▲컴플레인 응대법 등이다. 직접 고객사를 찾아가 교육 프로그램을 제공하고 있어 주행거리만 연 2만km에 달한다고.

유은채 선임은 “프로그램이 다채로운 이유는 고객사마다 원하는 바와 특성이 다르기 때문인데, 예를 들어 20~40대 여성들이 근무하는 어린이집, 유치원 같은 경우는 힐링 프로그램을 선호하는 편으로 퍼스널 컬러 진단과 석고 오브제 만들기 프로그램이 인기가 높다”며 “반면, 서비스와 봉사 업무가 많은 복지시설, 급식업체 등은 고객 컴플레인 응대법, 직무 스트레스 관리 등을 주로 신청한다”고 설명했다.

CJ프레시웨이는 내부 직원들의 친절, 서비스 교육을 시작하다가 위탁 운영하는 구내 식당의 영양사와 배식원 등 고객사 직원들도 똑같이 교육이 필



CJ프레시웨이 급식사원지원팀 유은채 선임이 인터뷰 후 촬영하고 있다. /손진영 기자 son@

요하다고 판단해 서비스 힐링교육을 시작하게 됐다.

유 선임은 “서비스&힐링 교육 프로그램은 최소 1달 전 신청을 해야 할 만큼 많은 호응을 얻고 있다”며 “별도의 시간과 장소 물색 등의 노력을 기울이지 않아도 전문가 수준의 교육을 받을 수 있기 때문이다”라고 말했다.

고객사에게 수준 높은 교육을 제공하

기 위해 지난해에만 자격증 3개(CS Leaders 관리자, 퍼스널 컬러 전문가 1급, 석고공예전문지도사)를 취득하고, 직무스트레스 관리 교육 과정을 수료하기도 했다.

“원래 영양교육 업무를 하다가 전환한 것이기 때문에 가르치는 것에 있어서 부담감은 없었어요. 저도 새롭게 배우고 자격증을 취득하면서 더 재

미있었던 것 같고요. 제가 할 수 있는 업무와 역량이 확장된 것 같아 뿌듯합니다.”

CJ프레시웨이가 이처럼 식자재 유통기업으로서 다양한 서비스를 전개하고 있는 것은 단순히 상품 공급자가 아닌 ‘푸드 비즈니스 파트너’로서 고객사 고민을 해결하는 솔루션을 제공하고 동반성장해 나가기 위함이다. 양질의 식자재뿐 아니라 고객 만족 위한 서비스&힐링 프로그램을 운영해 고객 록인(Lock-in) 효과로 유도하는 것이다.

유 선임은 “고객사에 대한 높은 이해도와 바탕으로 콘텐츠의 구성이 다양하고 전문 강사진을 보유하고 있어 만족도가 높다. 현장에서 수업을 들은 분들이 ‘잠시나마 업무에서 벗어나 힐링되는 시간이었다’라거나 ‘직무와 관련된 도움을 받을 수 있어서 좋았습니다’라고 할 때 가장 보람됨을 느낀다”며 “고객 만족도는 기업 경쟁력과 연결된다고 생각한다. 아이부터 어른까지 생애주기에 따른 CJ프레시웨이만의 차별화된 서비스&힐링 교육 프로그램을 기획해 업계 최고의 교육 전문가로 거듭나 기업 성장에 기여하고 싶다”고 포부를 밝혔다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

동서식품 “새로운 카누 만나보세요”

BI, 패키지 디자인 전면 변경 스틱커피 제품군 차별화 향미 구현

동서식품의 커피 브랜드 ‘카누(KANU)’가 제품의 디자인과 품질을 개선하고 이를 알리는 ‘카누 이노베이션’을 진행한다.

2011년 출시한 카누는 소비자들이 합리적인 가격으로 간편하게 카페 퀄리티의 원두커피를 즐길 수 있게 한 혁신적인 제품으로 지난 10여 년간 스틱 커피 기준 누적 100억 잔 이상 판매되는 성과를 보였다.

소비자의 라이프스타일과 커피 취향 변화에 맞춰 카누 라떼, 카누 디카페인, 카누 시그니처 등으로 제품 라인업을 지속적으로 선보였고 지난해에는 프리미엄 캡슐커피 ‘카누 바리스타’와 ‘카누 원두’ 발매로 카테고리를 넓히며 대한민국을 대표하는 커피 브랜드로 발전해왔다.



카누 제품군 /동서식품

동서식품은 이번 카누 이노베이션을 통해 BI와 패키지 디자인을 전면 변경했다. 2011년 출시 이후 처음으로 변경되는 신규 BI는 간결하면서도 가독성 높은 서체가 사용됐고, 패키지에는 카누 스틱·캡슐·원두 공통으로 체계화된 레이아웃을 적용하여 브랜드의 통일성을 더했다.

카누 스틱 커피의 품질도 개선했다. 소비자 조사를 통해 소비자가 가장 선호하는 아메리카노의 맛을 찾아냈고 카

누 ‘다크’, ‘마일드’, ‘라이트’ 각 제품 특성에 맞게 원두 배합비를 변경하고 각 원두가 가진 속성을 가장 잘 발휘할 수 있는 공법을 적용해 제품별로 차별화된 향미를 구현했다.

동서식품은 이번 카누 이노베이션과 함께 신규 TV광고를 선보였다. 광고에서는 소비자들이 다양한 일상 속에서 원하는 방식대로 커피를 즐기며 ‘카누와 함께 진정한 나의 모습을 마주하는 순간’을 영상으로 담아냈다. /신원선 기자

나라셀라, ‘몬테스 알파’ 뱀띠 에디션 선보

1만8000병 한정 출시

국내 와인 유통업계 1호 상장사인 나라셀라는 2025년 뱀띠 해를 맞아 ‘몬테스 알파 카버네 소비뇽 뱀띠 에디션’을 선보인다고 16일 밝혔다.

이번 에디션은 지혜와 신중함을 상징하는 뱀띠의 이미지를 레이블 디자인에 담았다. 에너지 넘치는 빨간색과 동전 모양으로 형상화된 잘 익은 포도로 새해의 복과 성공을 기원하는 메시지를 전한다.

‘몬테스 알파 카버네 소비뇽’은 국내에서 처음으로 누적 판매 1600만병을 돌파한 칠레 최초 프리미엄 와인으로 와인 입문자부터 전문가까지 모두 즐기 좋은 레드 와인이다.

이번 ‘몬테스 알파 카버네 소비뇽 뱀



몬테스 알파 카버네 소비뇽 뱀띠 에디션 /나라셀라

띠 에디션’은 1만8000병 한정 출시되며 신세계백화점과 이마트, 이마트 트레이더스, 이마트 에브리데이, 이마트24 등에서 만날 수 있다. /신원선 기자

컬리, ‘한우 반값 특가’ 기획전 진행

컬리가 한우를 최대 50% 할인가에 제공하는 ‘한우 반값 특가’ 기획전을 이달 29일까지 진행한다고 16일 밝혔다.

컬리에 따르면 이번 기획전은 한우자조금관리위원회(이하 한우자조금)와 협업해 마련됐다. 컬리는 한우 농가의 성장을 지원하고 고객에게 혜택을 제공하기 위해 가격을 할인하고, 한우자조금에서는 20% 할인 쿠폰을 지급한다.

컬리는 이번 행사를 위해 총 100여 개의 한우 상품을 준비했다. 최대 할인은 50%로, ‘남도우에 무항생제 1++ 한우 등심 구이용’과 ‘경주천년한우 1++

한우 차돌박이 구이용’ 등 다양한 상품을 반값에 제공한다.

행사 상품은 부위별로 다양하게 구성됐다. 안심 부위로는 ‘Kurly’s 1++ 한우 안심 구이용’과 ‘1등급 한우 안심 스테이크’를 각각 25% 할인하며, ‘남도우에 무항생제 1++ 한우 안심 스테이크’는 12% 할인가에 제공한다.

등심 부위에서는 ‘Kurly’s 1++ 한우 등심’과 ‘KF365 1+ 한우 등심’을 각각 31%와 25% 할인하며, ‘경주천년한우 1++ 한우 등심 구이용’은 19% 할인된 가격에 선보인다. /안재선 기자

롯데온, ‘동행축제 2024’ 참여... “판로확대 도울 것”

할인쿠폰 발행 등 상품판매 지원

롯데쇼핑 e커머스플랫폼 롯데온이 중소·소상공인 온라인 판로 지원 사업인 ‘살맛나는 행복쇼핑 동행축제 2024’에 참여한다고 16일 밝혔다.

‘살맛나는 행복쇼핑 동행축제 2024’는 중소벤처기업부와 한국중소벤처기업유동원이 공동으로 진행하며, 이달

28일까지 열린다.

롯데온에 따르면, 가장 먼저 롯데온은 기간 중 최대 5000원 또는 최대 1만원까지 할인 가능한 20% 쿠폰을 각각 3장씩 발급해 지역 소상공인의 우수한 상품 판매를 지원한다.

행사장에서는 조미를 하지 않아도 김 본연의 참맛을 느낄 수 있는 ‘청해우 두 번 구운 곱창김’을 3만원대에,

실내 생활 악취를 잡아주는 ‘1+1 욕실의 왕 4종 탈취제’ 상품을 1만원대에 제공한다.

아울러 생활·리빙 제품부터 식품·뷰티·유아동·잡화·가전 등 중소기업 인기 상품도 함께 선보여 중소기업의 판로 확대를 도울 예정이다. /안재선 기자 wotjs4187@