

evezary story

이브자리 소식을 알려드립니다. 새로운 이벤트와 추천 상품, 새롭게 오픈한 대리점 등 다양한 소식을 만나보세요.



웨딩 상품 '가함', 소프트한 아이보리와 파스텔 핑크의 컬러 매치가 감각적이다. 어떤 스타일의 가구와도 무난하게 어울리며 침실의 분위기를 화사하게 변신시킨다.

‘건강한 잠을 통한 힐링’ 국제수면박람회

수면과 힐링의 만남! 2013 국제수면박람회 & 힐링페어가 오는 8월 8일 개막됩니다.

작년에 이어 올해도 대한민국에서는 힐링(healing) 열풍이 계속 이어질 것으로 예측됩니다. 또한 힐링의 핵심 키워드로 ‘건강한 잠’이 떠오르고 있는데요, 올해로 3회째를 맞는 국제수면박람회에 이브자리가 최대 규모로 참가했습니다.

www.goodsleepfair.com

SLEEP & Healing

2013

8.8(목) - 11(일) coex Hall B

국제 수면 및 힐링산업 박람회

건강한 잠 | 릴렉스 | 스트레스 | 치유 | 회복

<p>전시품목</p> <ul style="list-style-type: none"> 수면 및 스트레스 클리닉, 관련 의료기기 숙면가능 건강침구류, 냉·온열 제품 숙면유도기능 IT제품, 수면관련 생활용품 힐링테라피라이트, 사운드, 허브·아로마 등) 관련 제품 신소 및 피트니스 제품 등 	<p>무더위를 날리는 프로그램</p> <ul style="list-style-type: none"> 전문의 무료 수면건강 강좌 상적 속삭이 기도 속삭이 청소년 수면건강캠페인 내마음을 위로하는 힐링토크쇼 I, II - KBS 강연 100°C 김희아가 들려주는 김동스토리 - 장경동 목사 초청 '행복의 비결' 온가족이 함께 즐기는 힐링클래스 	<p>2013 구매상담회</p> <p>국내 중소기업 우수제품의 유통망 확보 및 판로확대를 위한 구매상담회 개최</p> <ul style="list-style-type: none"> 기간 : 2013년 8월 8일 (목) ~ 8월 9일 (금) / 2일간 장소 : 코엑스 1층 전시장 내 구매상담회장 문의 : 박람회 사무국 02)47-4332
--	---	--

주최·주관 한국수면환경산업협회, (주)열음 후원 산업통상자원부, 중소기업청, (주)중소기업유통센터, 한국기면병환우협회 협찬 이브자리 | SCALMA (주)트윈세이버



PART 1 수면 산업(환경)의 변화

사회가 고도로 발달함에 따라 현대인들은 복잡한 도시 생활속에서 육체적 노동보다는 집중력과 창의력 등 지적 노동에 시달린다. 따라서 스트레스가 늘어나고 휴식에 대한 필요성이 증가한다. 이를 반증하듯 작년 한 해 대표 키워드는 ‘힐링’이었다.

소득 수준의 증가에 따라 먹는 것에 만족하는 1차원적 생활수준에서 ‘건강’, ‘기능’, ‘아름다움’ 등으로 만족의 범위가 진화하고 있다. 주거 공간에 대한 의식 변화도 나타났다. 더이상 추위와 더위, 외부 환경 등에 의한 공격에서 신체를 지켜주는 도구로서의 의미가 아니다. 현대 사회의 복잡한 환경으로부터 단절과 동시에 심신의 안정과 편안함을 찾는 공간으로 인식되고 있다. 침실과 거실에 사용되는 패브릭에 대한 개념도 생활 필수품의 개념에서 미적인 개념이 추가된 인테리어 용품, 기능적인 개념이 추가된 편안함을 위한 도구, 심리적인 안정을 주는 용품으로 변하고 있다.

최근 2~4인 가족 혹은 독신 단위의 가구가 증가했다. 대부분의 가구가 아파트, 공동 주택에서 생활하는 비율이 늘어났으며, 자신을 표현하는 공간을 연출하기 위해 홈인테리어에 많은 관심을 가지기 시작했다. 88올림픽 이후 서구적 주거 문화가 확산됨에 따라 침대의 보급률이 급속하게 증가했다. 침구 또한 기능적 부분과 인테리어적 부분을 요구하게 되었다. 그밖에 성공과 더 많은 소득을 위해 공부하고, 일을 하면서 수면 시간이 단축되었다. 부작용으로 최근 수면 장애 환자가 급증하고 피로, 휴식, 힐링의 필요성이 증가함에 따라 ‘잠을 잘 자는 것’, ‘쾌적한 수면’에 대한 관심이 늘어나고 있는 추세다.

PART2

국제수면박람회

‘건강한 잠’은 스트레스를 해소하는데 도움을 주며, 만병의 근원을 예방하는데 필수적인 요소라는 부분에 사회적 공감대가 형성되고 있다. 이러한 사회적 현상에 발맞춰 한국수면환경산업협회에서는 8월 8일(목)부터 11일(일)까지 4일간 서울 삼성동 코엑스(COEX) 전시장에서 ‘국제수면박람회’와 함께 ‘힐링페어 2013(치유박람회)’을 동시 개최한다. 탈(脫) 스트레스와 치유받기를 원하는 사람들에게 건강한 수면 방법과 올바른 힐링의 의미를 전달할 예정이다.

올해로 3회째를 맞이하는 국제수면박람회는 국내 최초이자, 유일하게 ‘건강한 잠과 수면 환경의 중요성’에 대한 실질적인 정보를 제공한다. 관련 산업의 경쟁력 있는 성장과 발전을 주도하기 위해 2011년 처음 개최됐던 수면 건강 및 수면 환경 전문 전시회다. 짧은 시간 내 대내외의 신뢰와 관심도가 높아지면서 수준 높고 전문적인 명품 박람회로 자리매김해 가고 있다.

박람회측은 대한민국의 새로운 성장 산업으로 주목받고 있는 ‘수면과 힐링’ 산업을 연계해 ‘2013 국제수면박람회 & 힐링페어’를 동시 개최함으로써, 사회적 열풍으로 확대되고 있는 ‘힐링 분야’의 산업적 가치와 성장 가능성을 확인할 수 있는 의미 있는 전시회가 될 것으로 기대한다. 또한 ‘힐링과 수면’이라는 연관 산업간의 상호 시너지가 높아짐으로써 기업 마케팅을 위한 새로운 기회의 장이 될 것으로 전망하고 있다.

‘건강한 잠을 통한 힐링’을 주제로 하는 이번 박람회에서는 국내 수면 산업을 선도하는 주요 기업들은 물론, 대한민국의 힐링 산업을 리드하는 주요 기관 및 기업들이 대거 참여해 최고의 제품과 서비스를 선보일 예정이다. 대한민국 수면 및 힐링 산업에 대한 경쟁력과 실질적인 바이어 및 소비자의 니즈를 직접 확인할 수 있는 새로운 비즈니스의 장이 펼쳐질 것으로 기대된다.

전시회 기간 동안 수면 산업과 힐링 산업의 올바른 발전 방향을 제시할 산학 연계 세미나를 비롯해 신제품 발표회, 전문가 건강 강좌, 각종 프로그램 등 이브자리와 바이어 그리고 일반 관람객을 위한 유익하고 다양한 정보를 제공할 예정이다.



PART3

이브자리
수면환경연구소
&수면센터점

이제 침구는 기능적으로 편안하고 쾌적한 수면을 취하는 게 목적이다. 이러한 사회적 트렌드를 일찌감치 읽어낸 이브자리가 수면환경연구소를 설립한 지 올해로 10년째다. 이브자리 수면환경연구소가 추구하는 가치는 쾌적하고 편안한 수면 연구다. 이브자리 부설연구소인 수면환경연구소에서는 수면에 대한 기초 연구와 한국인의 잠을 비롯, 세계 각국의 네트워크와 연계된 수면 환경을 연구한다.

현대 사회에서는 쾌적하고 편안한 수면을 통해 건강한 삶을 영위하는 것이 목표다. 수면환경연구소에서는 문화와 역사적인 접근을 통해 잠에 대한 중요성과 좋은 수면에 대한 제안도 한다. 또한 새로운 상품 개발을 통해 고객에게 가장 적합하고 이상적인 수면 환경을 만들기 위해 노력한다.

국내외 수면 시장은 스트레스, 우울증, 야근으로 수면 장애를 겪고 있는 현대인으로 인해 점차 확대되고 있다. 비만 청소년 증가의 가장 큰 요인으로 수면 부족이 꼽히고 있고, 다양한 연령층에서 수면 부족을 호소하고 있는 실정이다.

전 세계적으로도 수면 시장이 크게 성장하고 있다. 미국의 수면 시장은 경기 침체가 시작된 2009년 이래 연간 8.8% 성장했다. 수면이 중요한 건강 이슈로 등장한 미국에서는 매년 4천만 명이 만성적인 수면 장애로 고통을 겪고 있다고 한다.

이처럼 과도한 스트레스와 수면 부족에 시달리는 많은 소비자들이 수면을 음식이나 운동만큼 중요하게 인식하기 시작했다. 그리고 수면을 도울 맞춤형 베개 및 매트리스, 수면 양말, 수면 스프레이 등 다양한 제품들이 등장하고 있는 추세다.

한국인은 잠을 줄여서 공부하고, 잠을 줄여서 일한다. 한국인이 OECD 조사 대상국 중 가장 잠을 적게 자고 자신의 일에 대한 불만도는 가장 높은 것으로 나타났다.



OECD 주요국 국민 하루 평균 수면 시간을 보면 독일 8시간 12분, 미국 8시간 38분, 프랑스 8시간 50분인 반면 한국은 7시간 49분에 그쳤다.

2009년 국민건강보험공단 건강보험정책연구원에 따르면 수면 장애로 치료를 받은 환자는 2001년 5만 1천명에서 2008년 22만 8천명으로 4.5배 증가했다. 수면 센터를 운영하는 대학 병원은 2005년 5곳에서 2009년 기준 20여 곳으로 증가했다.

이렇듯 삶의 질이 상승하면서 잠을 잘 자는 방법에 대한 고민도 함께 증가하고 있다. 이브자리는 논현동 수면센터점을 시작으로 잠실에 220여 평 규모의 대한민국 최고의 수면 용품 전문 매장 2호점을 오픈, 우리나라 수면 시장을 주도하고 있다.

특히 이브자리는 2013 국제수면박람회 참가를 통해 건강한 침실을 제공하는 기업임을 널리 알렸다. 이브자리의 다양한 건강 기능성 상품을 고객에게 소개하고 인지시켰다는 의미가 있다. 타 침구 브랜드와의 차별화된 상품과 서비스를 대외적으로 홍보함으로써 수면에 대해 관심이 있거나 문제가 있는 관람객의 DB도 확보했다.

52주 VP존 전격 해부

혹시 VP존이라고 아시나요? 여기저기서 많이 들어보셨을 텐데요. 매출에도 도움이 되고 좋은 것 같은데, 도대체 어떻게 해야 할 지 고민이라는 대리점 사장님들을 위해 준비했습니다. VP존은 무엇인지, 어떻게 활용할 지 낱알이 파헤쳐 보겠습니다.

Step 1

52주 VP존

인기 상품, 주력 상품을 더욱 효과적으로 판매하기 위한 VP존으로 매출을 극대화할 수 있는 방법을 알아본다.

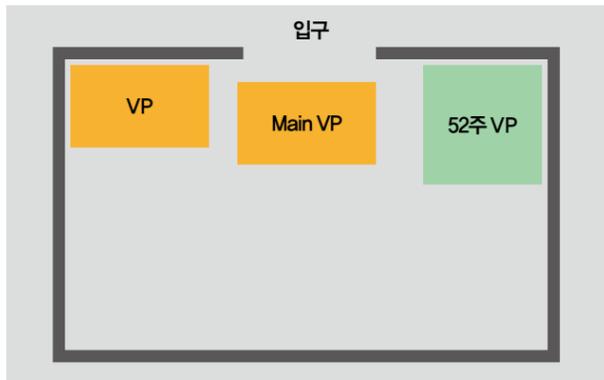


VP

윈도우를 향한 침대는 매장의 변화를 고객에게 쉽게 보여줄 수 있는 도구다. 매장에 들어오지 않고도 매번 바뀌는 상품은 궁금증을 유발시킨다. 결국 매장 안으로 들어오게 하는 힘을 갖고 있다.

VP존이란?

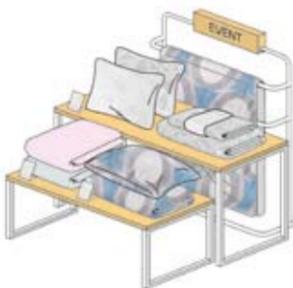
VP존이란 여러 가지 상품을 단순히 진열해 놓는 곳이 아니라 별도의 공간으로 고객에게 어필할 수 있게 상품을 연출하는 곳이다. 매장 앞을 지나면서 가장 먼저 시선이 닿는 윈도우와 인접한 침대도 VP존이다. 매장을 들어오면 가장 먼저 보이는 이벤트 존도 VP존이다. 윈도우와 인접하고 침대와 가까운 선반장에 주력 상품들을 연출하면 고객들은 인기 있는 상품이 어떤 건지 쉽게 알 수 있다. 또한 상품군이 나눠져 매장의 이미지도 향상시킬 수 있다. 대부분의 이브자리 매장은 아래와 같은 구성으로 되어있다.



VP : 고객의 시선이 처음 닿는 쇼윈도 혹은 스테이지
52주 VP : 주력 판매 상품을 중심으로 연출하는 공간

Main VP

입구에 들어서자마자 고객이 정면으로 대하는 곳이 메인 VP다. 고객들의 동선을 방해한다고 생각할 수 있다. 하지만 반대로 고객의 시선을 더욱 오래 머물도록 만들 수도 있는 곳이다. 고객에게 상품을 어필할 수 있는 최고의 장소다.



52주 VP

시즌별 상품(여름 이불, 극세사, 속통 등)이나 봉사 상품 등을 52주 VP존 선반장에 모아 진열한다. 고객은 상품을 찾아 헤매지 않아도 되고, 같은 종류로 연출하면 매장이 깔끔하게 정리되는 효과도 있다.

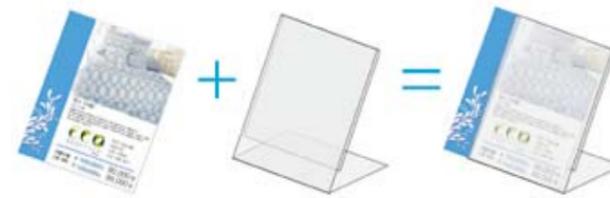
고객은 직원의 도움 없이 상품의 정보를 알고 싶어한다. 특히나 부피가 작은 의류나 소품과는 달리 이불은

고객이 스스로 펴서 볼 수도 없고, 직원에게 도움을 요청하기까지 마음에 확신이 필요하다. 고객에게 확신을 줄 수 있는 방법은 상품의 사진, 가격, 소재 등의 정보를 미리 제공하는 것. 여러 가지 요소들을 생각할 수 있도록 한다.

고객은 직원으로부터 가격을 확인 후 가격 때문에 고민하고 있다는 인식을 주길 꺼려한다. 그래서 가격 정보는 무엇보다 중요하다. 선반에 끼워 넣는 가격표가 그 역할을 한다. 소재와 구성, 가격 등의 정보를 제공해 고객은 자신에게 맞는 상품을 고르고 추천해준다. 확신이 생기면 고객은 직원에게 펴서 보여 달라는 등의 요청을 하며 구매 결정에 이르게 된다.



상품의 사진을 보여주는 POP는 더욱 효과적이다. 메인 VP의 이벤트 집기에서는 상품의 전체 모습을 보여주기 어렵다. 고객에게 어필해야 하는 상품이므로 상품의 전체 모습을 바로 확인할 수 있도록 할 것. 사진이 있는 POP를 사용하면 구매율이 높아진다. 고객은 수기 가격표보다 인쇄된 가격표를 더욱 신뢰한다. 그리고 매장에 대한 신뢰로 이어진다. 아크릴 POP로 정리된 깔끔한 매장은 할인 요구도 현저히 줄어든다.



메인 VP와 VP존은 52주 전략 상품으로 연출 방법과 상품의 위치 등을 매주 PRM을 통해 공유한다. 최적의 상품 조합으로 고객에게 어필하고 대리점에 활기를 불어넣을 수 있는 방법이다. 두 공간만 따라 해도 고객이 느끼는 매장의 분위기는 크게 달라진다.

침대에도



이벤트 존에도



벽 선반에도

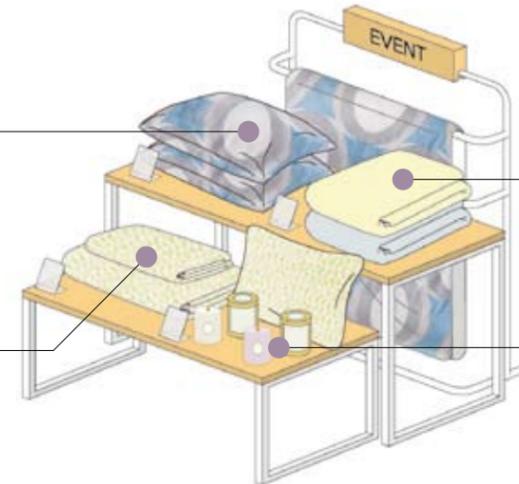
입구 메인 VP존 연출 시

지오지아

7월의 전략 상품. 다소 정적인 분위기의 이벤트 테이블에 활기를 더하는 역할을 한다.

내추럴리프

싱그러운 그린 컬러 상품을 아래쪽에 배치해 보다 안정감 있는 분위기를 연출한다.



아사 무지 패드

주변에 패턴이 많으면 복잡해 보인다. 아사 무지 패드는 차분하고 정돈된 느낌을 만들어준다. ※4가지 색상 중 주변 상품과 어울리는 색으로 전개하면 시각적으로 안정감이 든다.

캔들류

시킹 캔들스 캔들 52주 상품과 더불어 캔들을 함께 배치해 고객에게 상품의 다양성과 함께 고급스러움을 어필할 수 있다.

침대 VP존 연출 시

스톡

여름철에 어울리는 블루 컬러를 메인으로 했다. 윈도우에서부터 시원한 느낌이 전달된다.



위즐리

모던한 패턴의 화이트 상품이다. 블루 컬러와 어우러져 더욱 깔끔한 느낌이 연출된다. 포인트로 더욱 눈에 띈다.



Step 2

52주 VP존 성공 사례

고객들이 스스로 상품을 찾게 도와주거나, 안내 없이도 주력 상품을 고객에게 어필할 수 있는 VP존. 52주 VP존으로 성공스토리를 새로 쓴 신림점 사장님을 만나본다.

Q 현재 매장의 주된 판매 상품은 무엇입니까?

외부 행사 매대의 윈스나 레이첼이 제일 잘 나가요. 그리고 윈스나 레이첼을 보고 구미가 당기는 소비자 분들이 매장 안으로 많이 들어오세요. 요즘에는 라미 제품이 반응이 아주 좋아요. 렉스, 어라운드 그리고 워싱은 메리앤폴, 로맨틱 룸 전보다 효자 상품이죠. 계절적인 영향으로 이런 제품들이 상당히 인기가 좋아요.

Q 매출이 가장 많이 일어나는 공간은 어디입니까?

물론 집객은 바깥 행사 매대죠. 그리고 거기에서 매출이 많이 발생할 것 같지만 실체는 아니에요. 그곳은 집객을 유도하는 목적이예요. 요즘 날씨가 무척 덥잖아요. 대부분 행사 매대를 본 후 바로 매장 안에 들어오세요. 시원한 곳에서 여러 가지 상품을 천천히 둘러보실 수 있게 도와드리면 객단가가 올라갑니다.

Q VP존의 진열 교체 주기는 얼마나 되나요?
일주일에 한 번 정도가 참 좋은 것 같아요. 하지만 매장에서 정신없이 일을 하다 보면 말처럼 쉽지가 않더라고요. 바빠도 보름에 한 번씩은 꼭 하려고 노력하는 편이에요. 잘 팔리는 상품과 잘 팔리지 않는 상품을 적절하게 섞어서 교체하는 게 좋은 것 같아요.

Q 상품을 주문하실 때 기준이 있다면요?
그게 제일 어려운 부분이에요. 미래에 대한 예측을 해야 하는 거니까요. 그래서 저가, 중가, 고가를 적절하게 섞는 편이에요. 간혹 예측이 빗나갈 때면 오히려 잘 팔리지 않는 제품을 적극적으로 팔려고 노력해요. 그럴 때는 메인 침대나 이벤트 장을 많이 활용하고 있어요.



Q 전략 상품과 52주를 운영하면서 느꼈던 점이 있다면 말씀해주세요.
52주가 진행이 조금 빨라요. 취지는 굉장히 좋은데, 일주일에 한 번씩 제품을 교체 한다는 게 현장에서 따라가기가 힘들 때도 있죠. 물론 제품을 자주 바꾸다 보면 장점도 있어요. 얼마 전에 이불을 구매했던 고객이 매장을 다시 찾았다가 진열된 제품이 마음에 든다며 재 구매를 하기도 하거든요. 인기 상품과 소진해야 하는 제품을 적절히 배치하는 게 포인트예요.



Q 전략 상품과 52주를 잘하고 싶어하는 사장님들께 해주고 싶은 말씀은?
직접 한번 겪어보라고 말하고 싶어요. 경험이 최고죠. 옆에서 아무리 말해도 실천이 어렵잖아요. 한 번이라도 전략 상품과 52주를 운영해보면 그게 왜 좋은지 아실 겁니다. 본사와 소통을 잘 하고 제대로 도전한다면 내방 고객이 늘어나고 매출이 올라가는 재미가 쏠쏠할 거예요. 다양한 상품이 있는 매장일수록 고객들이 매장에서 자신이 원하는 상품을 찾기가 쉬운 일이 아니잖아요. 52주 VP존은 특히 직원에게 묻는 것이 부담스러운 고객들의 만족도가 높답니다.

8월 52주 추천 상품

8월 전략 상품은 가을에 덮기 좋은 이불 5가지로 정했습니다. 전략 상품은 대리점 사장님들을 포함한 전략 상품 CnP인원들이 함께 선정해 대리점의 매출을 높여줄 수 있도록 고민한 결과물입니다. 52주 전략 상품은 PRM을 통해 매주 공지되고 있으니 많은 관심 부탁드립니다.



엘리트리본 블루



코디센 삼성점
양윤정 코디네이터가 제안하는
**능력 향상,
상품 Matching Card**

엘리트리본 레드

상품군	스타일	색상	소재	가격
엘리트리본	엘레강스	블루 / 레드	면 60수 사틴	매커 세트 Q 34만원 패드 Q 1만5천원
상품 제시	특징 중개어	이익	증거	이익 질문
이불 커버 가득한 플라워 프린트에 집중할 수 있도록 하며	잔잔한 플라워 프린트를 좋아하는 여성 분이기 때문에	사랑스러운 감성을 표현하기에 이상맞춤인 제품입니다. 잔잔한 플라워 프린트로 선명한 컬러감 또한 특징입니다.	선명한 레드 컬러와 경쾌한 블루 컬러 두 가지로 고객님의 선택의 폭을 넓혀 드립니다. 뒷면의 은은한 색감은 이색적인 분위기를 연출하기에 좋습니다.	플라워 프린트가 들어간 제품을 찾으신다고요? 잔잔한 플라워 프린트가 가득 들어간 엘리트리본을 권해 드립니다.
누비 이불 커버의 충진물이 텐셀이라는 것을 안내하며	일반 항공 폴리스보다 감촉이 뛰어난기 때문에	이 상품은 디자인 뿐만 아니라 충진물까지 신경을 쓴 제품입니다. 일반 항공 폴리스 충진물이 아니라 텐셀솜으로 이루어져 있습니다. 감촉이 뛰어나며 수분 조절 능력이 있습니다.	이 상품은 건선(버짐) 환자들에게 적극 추천합니다. 수분 조절 능력이 있어 수면 시 쾌적하고 편안한 잠자리를 유지합니다.	건강과 디자인 두 가지를 겸비한 침구류를 찾으신다고요? 충진물로 텐셀솜을 사용한 엘리트리본을 권해 드립니다.



카페라

상품군	스타일	색상	소재	가격
카페라	모던	베이지	40수 콤팩트 면 모달	매커 세트 Q 38만원 패드 Q 11만5천원
상품 제시	특징 중개어	이익	증거	이익 질문
혼수 고객에게 카페라를 안내하며	겨울에 결혼하는 신혼 부부에게 적합한 침구류이기 때문에	따뜻한 베이지 톤에 감각적인 도트 포인트가 들어간 상품입니다. 고객님의 숙면을 위해 친환경 소재인 모달 이집트 면을 사용하여 편안한 잠자리를 제공해 드립니다.	고객님이 선택하신 이 상품은 너도밤나무에서 생산된 100% 자연 소재입니다. 무공해 공법으로 제조된 섬유로 마이크로 모달과 최고급 면을 조합했습니다. 모달과 면이 만나 최고의 부드러움과 놀라운 흡수력을 발휘합니다.	행복한 신혼 침실에 어울리는 따뜻한 색감의 침구류를 찾으신다고요? 카페라를 권해 드립니다. 고객님의 침실을 더욱 포근하게 연출해 줄 것입니다.
스와로브스키에 집중할 수 있도록 안내하며	블링블링 화려한 장식을 원하신다면	일반적인 면 모달 제품보다 조금 더 화려한 장식을 원하신다고요? 고객님의 위해 럭셔리한 핑크 빛 스와로브스키 스톤을 부착한 침구입니다.	2013 F/W 전략 상품입니다. 베개 커버와 이불 커버에 부착된 스와로브스키 스톤 장식이 고객님의 침실 분위기를 멋스럽게 꾸며줍니다. 조금 더 세심한 연출을 원하신다면 카탈로그를 참고해 러너와 쿠션 등으로 포인트를 주는 방법도 있습니다.	일반적인 면 모달 소재가 멋있게 느껴지신다고요? 스와로브스키 스톤이 부착된 이 상품을 권해 드립니다.



프리커

상품군	스타일	색상	소재	가격
프리커	내추럴	블루	60수 이집트 면 모달	매커 세트 Q 37만5천원 패드 Q 13만5천원
상품 제시	특징 중개어	이익	증거	이익 질문
한발 물러나서 전체적인 식물 패턴을 볼 수 있도록 안내하며	식물 디자인과 스트라이프가 믹스되어 있기 때문에	이불 커버를 보시면 잎사귀 패턴과 다양한 겹침 효과가 어우러져 있는 것을 확인할 수 있습니다. 자연의 감성에 모던한 스트라이프까지 조화로움이 돋보이는 상품입니다.	컬러 매치가 훌륭한 제품입니다. 그린 톤과 그레이 톤의 잎사귀가 싱그러움 조화를 이룹니다.	자연 친화적인 디자인을 원하신다고요? 이불 커버 전체를 식물로 디자인한 프리커를 권해 드립니다.
토션 레이스와 앞 뒷면의 디자인을 보여 드리며	디테일이 강한 제품이기 때문에	특별한 신혼 침실 인테리어를 원하신다고요? 패턴이 살아 있는 커버로 다양한 인테리어 효과를 볼 수 있습니다. 토션 레이스로 마무리되어 고급스러움까지 겸비했습니다.	디테일을 살리기 위해 베개 커버와 이불 커버에 토션 레이스를 단 것만 봐도 정성이 깃든 제품이라는 것을 아실 것입니다. 친환경 소재인 이집트 면 모달을 사용한 최상의 제품입니다.	소재와 디자인 뿐만 아니라 디테일까지 겸비한 상품을 찾으신다고요? 토션 레이스로 디테일을 살린 프리커를 권해 드립니다.

팩스를 활용한 마케팅

문자 메시지를 활용한 마케팅 성공에 힘입어 이번에는 팩스 영업을 소개합니다. 일본에서 사용하는 영업 방식으로 국내에서는 은행에서 주로 활용하고 있습니다. 매장 1km 반경에 있는 모든 사무실과 상가 지역의 팩스 번호를 알아낸 다음 팩스를 보내면 됩니다.



글리터

상품군	스타일	색상	소재	가격
글리터	이노	그레이	면 60수 사틴	매커세트 Q 34만원 패드 Q 10만5천원
상품 제시	특징 중개어	이익	증거	이익 질문
심플하고 모던한 분위기와 어울리는 디자인임을 안내하며	혼수 고객뿐만 아니라 싱글에게도 어울리는 제품이기에	모던하고 심플한 분위기를 좋아하는 신혼부부에게 적합한 상품입니다. 특히 그레이 그레데이션으로 세련미를 선사합니다.	멋스러운 그레데이션으로 남녀 고객 모두에게 어울리는 상품입니다. 텐셀섬유로 환절기에 쾌적하고 건강한 수면을 도와줍니다.	모던한 가구와 어울리는 세련된 상품을 찾으신다고요? 그레이 톤의 그레데이션으로 세련미를 살린 글리터를 권해드립니다.
면 60수 사틴의 장점을 강조하며	감촉이 부드러운 면 60수 사틴을 사용했기 때문에	피부에 닿는 촉감이 부드럽습니다. 땀 흡수가 잘되어 보송보송하고 쾌적한 수면에 도움이 됩니다.	사틴은 광택이 풍부하며 피부에 닿는 촉감이 부드럽습니다. 일반 면보다 보온성도 우수하고 정전기가 발생하지 않는 소재입니다. 뛰어난 흡습성으로 땀을 빠르게 발산하여 열전도도 높아 쾌적하게 사용할 수 있습니다.	촉감이 부드럽고 보송보송한 침구를 원하신다고요? 면 60수 사틴 소재를 사용한 글리터를 구매하시면 쾌적하고 편안한 수면을 취할 수 있을 것입니다.



큐비즘

상품군	스타일	색상	소재	가격
큐비즘	모던	블루	면 60수 사틴	매커 세트 Q 32만5천원 패드 Q 10만원
상품 제시	특징 중개어	이익	증거	이익 질문
심플한 모노톤 디자인에 집중할 수 있도록 하며	젊은 감각의 심플한 디자인을 찾는 고객님이라면	젊은 혼수 고객님이나 싱글에게도 적합한 디자인입니다. 블루 그레이 컬러는 세련된 감각을 전달하기에 충분합니다.	스퀘어 패턴의 반복으로 리듬감과 입체감을 잘 살렸습니다. 심플한 방안 분위기에 활력을 불어 넣어드릴 것입니다.	깔끔하고 모던한 분위기의 침구를 원하신다고요? 모노톤의 큐비즘을 권해드립니다.
면 60수 사틴이라는 것을 안내하며	간편한 세탁 방법과 튼튼한 내구성을 원하신다면	직장 생활 하느라 시간이 없으시죠? 면 60수 사틴은 가정에서 물세탁이 가능하며 내구성이 강합니다. 특히 땀이 많은 신랑 때문에 잦은 세탁이 필요하다면 큐비즘이 적합합니다.	면은 반복 세탁에도 우수한 원형 유지력이 있습니다. 땀으로 마찰되는 부분에도 탈색 현상이 적습니다. 가정에서 물세탁을 할 때는 뒤집어서 세탁망 안에 넣으세요. 처음 느낌처럼 오래 사용할 수 있습니다.	세탁이 간편한 침구를 찾으신다고요? 큐비즘은 물세탁이 가능합니다.

이브자리 CODISEN 국내최초 맞춤베개 전문 오픈

내가 베개 맞춤제작해야겠다고 했을때, 모두 비웃었다. 하지만, 그이후 어깨통증이 사라지고 수면도중 잠이 깨지 않아, 남들보다 상쾌하고 기분좋은 아침을 맞이하게 되었다.

이브자리와 일본 로프티 환와 코워를 통해, 국내최고 맞춤베개 전문매장 오픈

안면의 사생활인 눈의 행동을 숨겨주는 손업을 연결하는 곳이 경우입니다. 특히 가동면 침구중에서 경우는 특히 중요한 역할을 합니다. 많은 경우 눈을 감고 자는 자세를 취하는데, 그리고 무거운 머리(4~5kg)를 지탱하면서 다양한 움직임도 필요하고, 흡수 요충을 포함한 모든 침구중에서 가장 중요한 위치를 차지하고 있습니다. 또한 경우에서는 손발의 감각과 운동을 담당하는 흡수 신경과 혈관이 지나가고 있습니다.

이러한 역할을 하는 경우의 구조는 7개의 침구와 그 사이에 연결하는 중간연결(인내힘줄) 관통을 위해 연결되어 있습니다. 잘못된 자세를 계속하면 신경, 혈관 등을 압박하여 부딪히거나 자극을 받게 됩니다. 특히, 흉추, 갈비, 같은 중심이 생기기도 합니다. 이 중 디스크는 움직임과 자세를 항상 지지하고 있기 때문에, 나이변화에 따라 무리가 갈수도 있습니다. 50세 약70%, 70세가 되면 90% 정도의 사람에게서 뒤와 같은 중심 및 어깨의 불편함, 머리, 통증, 갈비 등이 나타나기도 합니다. 일본 후생노동성 국민 비음조사(2007년)에 따르면 "어깨갈비"는 남성에서 2위(61/1000), 여성에서 1위(135/1000)와 같이 많은 사람들이 고인하고 있습니다.

패적인 수면은 허부의 피로를 풀어주고 내일의 활력으로 이어질 것입니다. 침구에 장래가 있는 사람, 목 어깨갈비, 아픈 불편함을 가진 사람에게 베개가 바뀌는 것만으로도 큰 휴식과 효과를 볼 수 있습니다. "자"와 같은 구조를 가지는 경우는 자고 있을때도 자연스럽게 자세를 유지하는것이 바람직합니다.

그러나 머리 모양이나 어깨의 두께 등 사람에 따라 다양하며, 보통 베개에서 그 사람에게 적합한 이상적인 형태를 유지하는 것은 어렵습니다. 또한 치고 있는 동안에도 위치를 옮기거나 움직이기 때문에, 어떤 수면자세에도 맞추어 줄 수 있는 맞춤베개가 필요한 것입니다.

정지대로 치고 있을때는 후두부를 잘 지지해주기 위해 베개 중심부는 낮게 형성되어야 하며, 베개 하단부는 높이어야 하며, 머리와 목을 균형있게 지지해줄 수 있습니다. 한편, 활동의 경우에는 머리와 목의 차이가 높아져서 베개의 좌우 끝이 차등 높이어야 하며, 어깨의 차이를 보완하여 경우의 자연스러운 자세를 유지할 수 있습니다. 이것이 바로 로프티 맞춤 침구베개의 핵심입니다.

로프티 베개 내부의 5개의 유닛으로 나누어 있어 침자세와 움직임 그리고 위치임에도 편안한 자세를 유지할 수 있는 구조로 되어 있습니다. 다음에 되는 소재와 본인에게 맞는 경우를 찾아 직접 측정하여 세팅하게 함으로써 나에게 맞는 베개를 선택할 수 있게 되어 있습니다. 또한 경우높이에 따라 본인만 만족할때까지 각 유닛구조의 충진물을 용에 맞춰 직접 맞춰드리는데 서비스를 무료로 제공하고 있습니다.

로프티 경우베개를 마음껏 체험하고 맞춤할 수 있는 곳은 국내 유일하게 이브자리 코디센 청담점입니다.

TEL 02-548-7491

BLOG <http://blog.naver.com/codisen>

강남구 청담동 9-7 코디센빌딩

한번이면 10년 사용하는 맞춤 경우베개 실수 없이 한번에 구매하는 7가지 노하우를 메일로 무료배포합니다.

상품에 대한 문의 및 체험은 언제나 무료이며, 매장 상용에 대한 자세한 정보는 블로그에서 보시면 더 자세히 설명되어 있습니다.

“청담점에서
진행하고 있는 경우 베개
시안을 공개합니다”

미리 감상하는 기업 홍보 동영상

2013년 이브자리 기업 광고가 제작 완료되었습니다. 이번 기업 광고는 이브자리의 핵심 역량 6가지와 이를 종합한 광고로 총 6편이 제작되었습니다. 현재 목포 상동점에서 예단편 광고를 호남 지역에 내보내고 있으며, 8월부터는 익산과 군산으로 그 범위를 점차 확대할 예정입니다. 아래 6가지 광고 중 우리 대리점 성향에 맞는 광고를 선택해 매장 홍보에 활용하는 건 어떨까요.

이브자리의 생각, 하나!

고객 서비스



웃은 입어보고 시는데 이불은 왜, 누워보고 사면 안 되죠? 그런 당신의 생각에 동의!



직접 누워보고 1:1 맞춤 상담도 받고, 내 수면 체질에 맞는 상품도 추천 받는 이브자리만의 고객 서비스.



“ 직접, 체험해보세요 ”
이브자리

당신의 편안한 잠자리,
그 하나에 37년

이브자리의 생각, 둘!

편의성



이불, 매장에서 사자니 들고 올 게 걱정. 인터넷으로 사자니 웬지 째깍하고, 그런 당신의 생각에 동의!



전국 420여 개의 매장에서 직접 눈으로 확인하고, 만져보고, 이불을 구매하면 집까지 무료로 가져다 드리는 이브자리만의 특별한 혜택.



“ 가까운 이브자리로 오세요 ”
이브자리

당신의 편안한 잠자리,
그 하나에 37년

이브자리의 생각, 셋!

품질, 다양성



매일매일 살에 닿는 이불, 꼼꼼히 따져보고 사야 하지 않을까요? 그런 당신의 생각에 동의!



개개인에 맞는 다양한 소재와 한 뼘 한 뼘 정성을 다하는 장인의 손길로 연간 19,695여개의 신상품으로 이브자리는 단 한 분에게 필요한 상품이라도 내 가족이라는 마음으로 다가가집니다.



“ 이제, 그 믿음을 덮으세요 ”
이브자리

당신의 편안한 잠자리,
그 하나에 37년

이브자리의 생각, 넷!

예단



혼수 예단가격에 맞추자니 성의 없어 보이고, 격식을 차리자니 너무 비싸고, 그런 당신의 생각에 동의!



요리조리 따져보고 고르시라고 부모님의 품위도 생각하고, 실속을 챙길 줄 아는 현명한 예비신부 되시라고, 품질은 높지만 가격은 착한 대한민국 어머니들이 가장 받고 싶은 브랜드 1위 이브자리.



“ 이제, 이브자리로 사랑 받으세요 ”
이브자리

당신의 편안한 잠자리,
그 하나에 37년

이브자리의 생각, 다섯!

기업 이미지



침구를 만드는 회사와 연구소를 만들고, 왜 갤러리를 운영할까? 당신의 몸과 마음의 건강까지 모두 생각하기 때문입니다.



누군가는 엉뚱하다고 느낄 일도... 자막) 로하스, 웰빙, 그린스타 인증, 녹색경영대상, 식목행사 등 누군가는 무모하다고 말할 일도... 자막) 이브천사



“ 오직 당신을 위한 일이라는 생각으로 37년을 일해왔습니다 ”
이브자리

당신의 편안한 잠자리,
그 하나에 37년

종합편



당신이 행복한 꿈만 꾸게 건강한 침터가 되게 그리고 그 꿈이 무럭무럭 자라게



당신의 좋은 꿈자리가 되겠습니다



“ 그런 꿈에 함께한 이브자리의 37년 ”
이브자리

당신의 편안한 잠자리,
그 하나에 37년

닥터몽의 좋은 잠 연구소

지난 호에 이브자리의 공식 블로그 오픈 소식을 알렸는데, 그 반응이 폭발적이었다고 합니다. 주변 지인이나 고객들에게 많이 홍보해주세요. 그리고 대리점에서도 주기적으로 방문해 판매에 도움이 될 만한 좋은 내용들은 담아가셨으면 좋겠습니다.

블로그 주소 <http://blog.naver.com/goodsleeplab>



아름다운 침실과 건강한 생활 문화를 만드는 이브자리의 공식 블로그 좋은 잠 연구소. 소비자들을 위한 공간으로 건강한 잠자리에 대한 사람들의 관심을 연구하고 수면에 대한 다양한 고민을 해결해준다. 침구를 검색하는 유저들 대부분이 여성임을 감안해 훈훈한 인상의 남자 캐릭터 닥터몽을 내세웠다. 수면에 대한 메시지를 전달할 때 닥터몽을 통해 신뢰도를 높일 수 있을 것으로 예상된다. 이브자리 수면환경연구소 연구원 닥터몽 캐릭터는 오직 좋은 잠자리만을 생각하는 훈남 연구원으로 끊임없이 고민하는 좋은 잠자리 전도사다. 블로그 마케팅 자체가 단기간에 모든 홍보 효과를 보는 것은 아니다. 하지만 한번 등록을 하면 그 정보는 계속 온라인에 남아 있기 때문에 장기적으로 볼 때 더 큰 효과를 가져다준다. 앞으로 이브자리는 블로그를 통해 업계 1위 침구 회사로써 수면환경연구소의 올바른 정보들을 소비자에게 전달할 수 있다. 또한 이브자리의 핵심 역량을 콘텐츠화해 누적 자산을 강화하는 효과와 함께 가망 고객 확장 및 충성 고객을 강화할 수 있다. 그밖에 이브자리는 공식 블로그 오픈과 함께 다양한 이벤트를 실시했다. 우선 좋은 잠 연구소 닥터몽과 이웃 맺기 후 나만의 숙면 노하우에 대한 댓글을 남기면 100명을 추천하여 이브자리 인견 지지미 이불(홀이불 싱글 사이즈 블루 색상)을 선물했다. '잠이 안 올 때는 폭신한 이불 위에서 조용한 노래를 들으며 하루 동안 피곤했던 몸과 마음을 힐링하는 편이다' 등 여러 가지 의견이 접수되었다. 그리고 이러한 이벤트를 개인 블로그 및 SNS, 카페에 스크랩하고 댓글에 스크랩 URL과 오픈 축하 메시지를 남기면 빙스 주말 샐러드바 1인(2명), CGV 주말 예매권 2장(3명), 스무디 킹 기프티콘(10명) 등 푸짐한 상품을 얻을 수 있는 기회가 주어졌다.

기사 제공 | 마케팅팀 이상미

Monthly News Monitoring Report

2013.6.26 ~ 2013.7.16

Date	Media	Keyword	Title
6.26	파이낸셜뉴스	이브자리	이브자리, 올 하반기 혼수 침구 히트 상품 발표
6.26	아크로팬	이브자리	가을 혼수 침구 시장, 맞춤형 제품이 뜬다
6.27	아크로팬	이브자리	이브자리, 고객 초청 전시 행사 개최
6.27	서울경제	이브자리	이브자리, 고객 초청 전시 행사 개최
6.27	매일경제	이브자리	이브자리 하반기 히트 상품 선정 발표
6.27	EBN	이브자리	이브자리, 고객 초청 전시 행사 개최
6.27	연합뉴스	이브자리	이브자리, 고객 초청 '70's 르네상스' 조각 전시회
6.27	파이낸셜뉴스	이브자리	이브자리, 고객 초청 전시 행사
6.30	연합뉴스	이브자리	이브자리, 가을 맞춤형 혼수 침구 3종 선정
7.01	매일경제	이브자리	혼수 침구도 친환경 소재 써야 인기
7.05	매일경제	이브자리	나는 의족 마라토너, 항상 꼴찌지만 내 기록은 늘 내가 깨요
7.08	파이낸셜뉴스	이브자리	깎고 자기만 해도 시원해져요
7.08	파이낸셜뉴스	이브자리	건강 베개·아로마 등 숙면 상품, 작년보다 최고 40% 판매 늘어
7.10	아크로팬	이브자리	이브자리, '좋은 잠 연구소' 블로그 오픈
7.10	뉴시스	이브자리	이브자리, '좋은 잠 연구소' 블로그 오픈
7.10	컨슈머타임스	이브자리	이브자리 '좋은 잠 연구소' 블로그 개설
7.10	아시아경제	이브자리	이브자리, '좋은 잠 연구소' 블로그 개설
7.10	연합뉴스	이브자리	이브자리, 수면 정보 블로그 개설
7.10	파이낸셜뉴스	이브자리	이브자리, '좋은 잠 연구소' 블로그 오픈
7.16	조선일보	이브자리	침대에 깔기만 해도 시원해지는 매트, 주말에 사러 가볼까

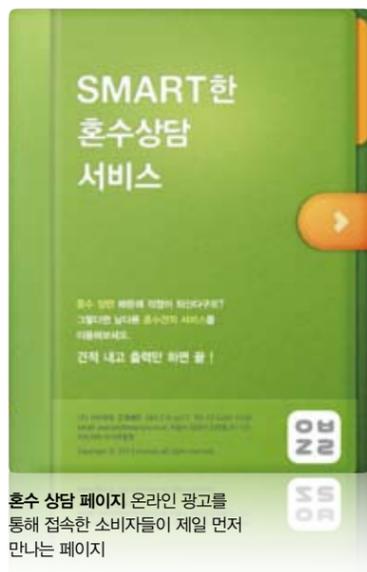
기사 제공 | 홍보팀 형성수



혼수 걱정?

이브자리와 상담으로 끝

보다 간편하고 화려하게 확 바뀐 하반기 혼수 컨설팅 서비스를 소개합니다.



이브자리는 침구 회사로는 유일하게 2013 상반기에 온라인 혼수 컨설팅 서비스를 진행했다.

온라인으로 혼수 컨설팅 서비스에 참여한 고객들의 반응을 살펴보면, '이불은 직접보고 사야 되는데, 이 기회에 직접 가봐야겠다', '주변에서 이브자리 추천을 많이 하던데 좋은 이벤트다' 등이 나왔다.

대체적으로 소비자들은 이불 디자인을 온라인에서 편리하게 볼 수 있다고 느꼈다.

또한 요즘 혼수를 준비하는 젊은 고객들은 온라인 쇼핑에 익숙하며 혼수 역시 온라인을 통해 알아보는 추세다. 하반기에는 혼수 컨설팅 서비스를 보다 확대, 진행할 예정이다.

PR, 블로그, 매체 및 온라인 광고, 사은품, POSM, PPL 등의 다양한 전략으로 소비자를 공략한다. 전화 상담을 통해 혼수 프로모션 참여를 유도하고 자연스럽게 대리점 방문으로 이어질 수 있도록 노력할 것이다.



1 소비자 선택
예산과 수면 체질 2가지 타입의 상품 선택 정보 제공



2 예산 선택
총 3가지 형태로 진행되며 각 예산에 맞는 상품이 무작위로 노출



3 고급형 선택
고급형 가격대에 맞는 상품을 사전에 선정하여 랜덤으로 진행



4 수면 체질 침구 선택
수면 체질에 맞는 상품을 선택(2013 FW 히트 상품 선정)



5 대리점 선택
상담 받을 대리점을 확인한 뒤 클릭



6 견적서 작성
개인 정보 입력 후 휴대폰 인증 확인(상담 신청 버튼 클릭)

끝으로 사은 행사에 참여한 소비자에게는 상품이 전달되며, 고객 정보는 대리점에 전달된다.



좌로부터 김대경, 박수호, 권영배, 장원석

열정 있는 창업 사원

창업 사원은 혁신적인 이브자리와 청년 일자리가 맞닿은 '젊은 창업'입니다. 이브자리의 지원 속에서 신입 사원이 매장을 키워나가는 가장 이상적인 전략이기도 합니다. 새로운 창업 사원 37-2기를 소개합니다.



김대경

*** 나를 한마디로 표현하자면?**

항상 파이팅 넘치는 밝은 에너지. 주변 사람들에게 힘을 불어 넣어주는 불꽃같은 남자입니다.

*** 이브자리의 첫 느낌은?**

처음에는 생소해서 당황도 했지만 갈수록 기분이 좋아지는 곳입니다.

*** 이브자리에서 해내고 싶은 일은?**

열심히 운동해서 보스턴 마라톤 대회의 참가 자격을 획득한 뒤 이브자리 유니폼을 입고 뛰고 싶습니다.

*** 앞으로의 포부는?**

주인 정신을 겸비한 이브자리인이 되겠습니다. 내 회사, 내 점포라는 마음가짐으로 맡은 일에 책임과 열정을 다하겠습니다.



박수호

*** 나를 한마디로 표현하자면?**

네잎클로버의 행운을 찾기보다는 세잎클로버의 행복을 찾는 박수호입니다. 수많은 세잎클로버 만큼 항상 행복을 전파하는 사람이 되겠습니다.

*** 이브자리의 첫 느낌은?**

처음에는 산행 면접이 생소했습니다. 하지만 즐거운 분위기 속에서 하나로 뭉칠 수 있는 산행의 매력에 흠뻑 빠졌습니다.

*** 이브자리에서 해내고 싶은 일은?**

FUN과 체험이 가득한 이브자리의 상징적인 매장의 점장이 되고 싶습니다. 나아가 중국 시장 진출에 중추적인 역할을 하고 싶습니다.

*** 앞으로의 포부는?**

비가 오나 눈이 오나 스마일 맨으로 웃으며 생활하겠습니다.



권영배

*** 본인을 한마디로 표현하자면?**

도망자. 도전을 망설이지 않고 자신감 있게 행동하는 남자. 권영배입니다.

*** 이브자리의 첫 느낌은?**

초등학교 때 소풍가는 느낌처럼 설레고 기대되었습니다. 실제 첫 출근을 하고 동기들과 함께 3주 동안 교육을 받으면서 하루하루가 즐겁고 보람찼습니다.

*** 이브자리에서 해내고 싶은 일은?**

새로운 브랜드 런칭과 기업의 미래 전략 방향을 설계하고 싶습니다.

*** 앞으로의 포부는?**

이브자리인으로서 기업 발전에 이바지하겠습니다. 그 핵심 인재가 될 수 있도록 열심히 하겠습니다. 앞으로 지켜봐주세요.



장원석

*** 본인을 한마디로 표현하자면?**

세공사. 이브자리라는 원석을 보석으로 만드는 멋진 세공사가 되겠습니다.

*** 이브자리의 첫 느낌은?**

주말 체육 활동에 대부분의 임직원들이 참여하는 모습과 불암산을 남녀노소 막론하고 모두 사뿐히 오르는 모습을 보며 놀랐습니다.

*** 이브자리에서 해내고 싶은 일은?**

'100억 가치'의 브랜드를 런칭해 연봉도 많이 받고, 이브자리에서 오래 살아남을 수 있는 사람이 되겠습니다.

*** 앞으로의 포부는?**

10월 춘천 마라톤에 참여해 진정한 이브자리인이 되겠습니다.



떠오르는 마케팅 전략 PPL

PPL이란 Product Placement 또는 Product in Placement의 약자로서, 드라마나 영화 속에 소품으로 등장하는 상품을 일컫는 것. 브랜드명이 보이는 상품뿐만 아니라 이미지, 명칭 등을 노출시켜 시청자들에게 홍보하는 기업을 떠올리게 하는 광고 마케팅 전략입니다. 방송 프로그램 속에서 다양한 모습으로 나오고 있는 이브자리 PPL을 소개합니다.

드라마 <굿닥터>
KBS2 매주 월, 화 밤 10시~



마크앤코

자폐 성향, 10세 정도의 사회성과 인격을 가진 한 청년이 소아외과 의사로 거듭나는 휴먼 메디컬 드라마다. 주원, 문채원, 주상욱 등 인기 스타들의 캐스팅으로 벌써부터 폭발적인 관심을 받고 있다. 이에 이브자리는 시나리오 PPL을 진행해 드라마 속에서 2013 F/W 신상품들을 노출시킨다. 동시에 이브자리의 기능성 상품까지 드라마 스토리에 접목시켜 시청자들에게 색다른 매력을 선보일 예정이다. 앞으로 드라마 굿닥터와 굿잠을 선도하는 이브자리의 활약이 기대된다.



모던앤시크



브리즈번

드라마 <투윌스>
MBC 매주 수, 목 밤 10시~



그린티블러섬

의미 없이 삶을 살다가 살인 누명까지 쓴 한 남자. 그에게 백혈병에 걸린 어린 딸이 있다는 사실을 뒤늦게 알게 되면서 딸의 생명을 구하기 위해 고군분투하는 2주간의 이야기다. 오랜만에 TV에 등장하는 특급 배우 이준기 주연으로, 방영 전부터 열혈 시청자들의 뜨거운 관심을 받고 있다. 이러한 열기가 이브자리의 신상품에 대한 관심과 판매로 이어지기를 바란다.



애니멀트리



프리커



호박씨해피바이크



하버스마트

칭찬합니다!

이제는 많은 사람들이 인간관계의 첫 시작을 칭찬으로 할 만큼 서로 자연스럽게 칭찬을 하게 되었습니다. 실제로 칭찬은 우리 사회를 긍정적으로 변화시키는데 큰 역할을 하고 있습니다.



8월의 칭찬 주인공

TO 영업3팀 연상호 대리

긍정의 에너지가 넘치는 매력의 소유자 연상호 대리를 칭찬합니다.

휴일에도 늘 대리점을 위해 노력합니다. 단체 카톡방을 만들어 공지 사항 및 격려의 문자를 잊지 않고 보내주는 스마일 맨. 연상호 대리가 있기에 요즘처럼 힘든 시기에도 전년 대비 매출 신장이라는 신화를 이룰 수 있었습니다.

항상 대리점 의견에 귀 기울여주며, 문제점 또한 빠르게 개선하려고 노력합니다. 상품에 대해 고민할 때는 정확한 설명으로 "이달에는 이 상품으로 행사해 보시죠?" 라고 제안합니다. 그러면 연상호 대리를 믿고 매번 웃으며 발주를 하게 되더라고요.

전국의 이브자리 매장을 운영하는 대리점 사장님들, 대리점은 담당이 최고의 파트너입니다. 연상호 대리 같은 담당이 많아야 대리점들이 힘이 나지 않을까요? 그리고 모두가 그렇게 하려고 최선의 노력을 하고 있을 것입니다.

팔은 안으로 굽는다고요? 연상호 대리야말로 이브자리 최고의 SC라고 자부하며, 저희 대리점 담당이어서 무척 행복합니다.

연상호 대리, 파이팅! 고맙습니다.

추천인

FROM 이브자리 강동 둔촌대리점 강선희 사모님



동료를 칭찬하면 문화상품권이 온다!

이브자리는 칭찬의 힘을 더욱 널리 알리고자 (GOOD morning, GOOD bedding) 속 '칭찬합니다' 코너를 더욱 강화한다. 앞으로는 칭찬하는 직원과 받는 직원 모두에게 문화상품권 1만원권을 증정할 예정! 칭찬하고 싶은 사람이 있다면 주저 말고 칭찬의 말을 건네자. 다음 문화상품권의 주인공은 바로 당신!

칭찬 접수 eshyeong0420@evezary.co.kr
담당자 홍보팀 형성수