

2020학년도 패션산업현장실습 보고서

소속	한국방송통신대학교 생활과학과(의류패션학 전공)
소속 지역대학	부산지역대학
학번	
성명	
실습 기간	5 월 4 일 ~ 5 월 16 일
실습 기관명	큰옷크레빅 부산당리점



한국방송통신대학교
Korea National Open University

자연과학대학
생활과학과(의류패션학 전공)

실습생 유의사항

- 실습의 목적과 중요성을 충분히 이해하고 학교의 실습규정과 전반적인 실습윤리에 적합한 자세로 실습에 임한다.
- 실습생은 실습일정에 따라 실습기관 또는 업체에 출근하여 실습계획과 실습지도자의 감독에 따라 모든 업무를 수행한다.
- 실습 기관 또는 업체의 규정을 이해하고 수용하며 실습 중 이를 준수해야 한다.
- 근무시간은 해당기관의 규정에 준하며 정규직원과 동일한 자세로 근무한다.
- 실습 지도자의 지시 뿐 아니라, 다른 직원의 지도를 수용함으로써 실습효과를 최대한화하도록 노력하도록 한다.
- 주어진 직무에 책임감과 열의를 가지고 적극적으로 임하며 누구에게나 밝고 부드러운 태도로 대하며 타인에게 책임을 전가하지 않는다.
- 실습 시에 알게 된 기관 또는 업체의 개별적인 정보를 실습목적 외에는 사용하지 않으며, 교육적 목적이더라도 해당 실습기관에 누가 되지 않도록 주의한다.
- 실습지도자의 지도 또는 다른 실습생의 실습 내용을 관찰하거나 견학할 때에는 배우는 자세로 진지한 태도를 가진다.
- 복장이나 소지품은 각 실습기관의 상황에 맞게, 검소하며 단정한 것으로 준비한다.
- 안전사고에 충분히 대비하고 사전에 안전사고와 관련된 각 실습기관의 규정을 잘 이해하여 처리하도록 한다.
- 실습일지 등 각종 실습 기록은 사실에 근거하여 정확하고 구체적으로 정리하며 반드시 실습지도자의 확인을 받는다.
- 실습 기관의 직원들과 동일한 업무태세와 친절한 자세를 취함과 동시에 학습자로서의 자세를 가져야 하며 모든 실습과정에서 성실한 태도를 가진다.
- 생활과학과 또는 소속지역대학 홈페이지에 공지된 의류패션학실습 수강 안내 공지를 숙지한다.
- 실습 종료 후 패션현장실습보고서 및 평가서(지역대학 송부용)를 제출 기간 2020년 6월 1일(월) ~ 2020년 6월 5일(금)에 소속지역대학으로 직접 또는 대리로 제출한다.
- 결과보고서 제출과 함께 반드시 의류패션학실습 수행 윤리확약서를 제출하여야 한다.

의류패션학 실습 보고서

☐ 대 학 명 : 한국방송통신대학교(자연과학대학)

☐ 학 과 명 : 생활과학과 의류패션학 전공

☐ 학 년 : 4학년

☐ 학 번 : 

☐ 성 명 : 

☐ 실습기관 : 큰옷크레빅 부산당리점

○ 사업자등록번호 : 602-03-74105

○ 주 소 : 부산광역시 사하구 낙동대로 367 (당리동)

○ 연 락 처 : 051-201-3216

☐ 실습기간 : 2020년 5월 4일부터 5월 16일까지

실습기관 소개

1. 연혁

- 2004. 02 (주)빅앤빅 설립
- 2004. 09 크레빅(GREBIG) 브랜드 런칭
- 2008. 08 품질경영시스템 인증
- 2008. 11 (사)한국산업기술진흥협회인정,
기업부설연구소 설립
- 2009. 03. 특허 출원 및 결정
- 2009. 09 기술혁신 중소기업(INNO-BIZ)자격취득
- 2010. 09 파주물류센터 완공
- 2011. 06 지식경제부 주관 <기술혁신사업 > 수행

2. 조직도

- 영업부-상품의 공급, 반품, 대금결제, 광고판촉 및 모든 시안,
매장내 시설물, 계약관련
- CS팀 - 정상불량 반품관리, 고객수선 접수, 상품의 특이사항에 대한 대처
디자인팀
- VMD - 인테리어, 집기, 광고시안물, 행가진열, 쇼윈도우, 창고,
홈페이지관리

3. 주요사업소개

- 여성 빅사이즈 의류 브랜드 ‘큰옷크레빅’
- 대리점운영/ 전자상거래(인터넷‘빅앤빅 몰’)

< 주간 계획안 - 1주 >

구분	현장실습 내용	과제
4 일 (월요일)	매장오픈 매장마감시 상품체크 및 정리	
5 일 (화요일)	VM(Visual Merchandising)의 중요성	
6 일 (수요일)	원도 디스플레이	
7 일 (목요일)	행거 진열	
8 일 (금요일)	창고상품관리	
9 일 (토요일)	매력적인 매장 가꾸기	

< 주간 계획안 - 2주 >

구분	현장실습 내용	과제
11일 (월요일)	크레딧 사이즈 표기법	
12 일 (화요일)	빅사이즈 고객 판매방법	
13 일 (수요일)	상품관리 재고관리	
14 일 (목요일)	전화예절 결제방법	
15 일 (금요일)	고객확보 방법 및 신규고객 유치전략	
16 일 (토요일)	고객수선 접수시 처리방법 고객불만 처리 및 거절	

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도 책 임 자	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅		부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 4 일 월요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낌 점	◎ 매장 오픈시 매장에 도착하면 먼저 노트북을 키고 매장에 있는 청소기로 구석구석 청소한다. 모든 선반, 테이블의 먼지를 제거한다. 제품을 들어서 제품 밑의 먼지도 제거해야 한다. 거울과 전면유리창을 깨끗이 닦는다. ◎ 매장 마감시 매장에 떨어진 쓰레기나 고객님의 분실물이 있는지 찾아본다. ◎ 상품체크 1. 아침에 행낭가방으로 상품이 들어오면 상품명세서 용지에 있는 매장별 상품 과 수량이 동일한지 체크 후 검수한다. 고객완불 건은 따로 포장을 해두고 매장에 디피 할 상품을 다림질한 후 정리한다. 정리할 때에는 고객이 찾는 상품을 빨리 찾기 쉽게 품번별 색상별 사이즈별 로 정리한다. 2. 오후에 본사상품이 매장에 입고되면 박스 안에 있는 입고리스트 용지와 상품 이 동일한지 수량을 체크한 후 불량여부를 확인한다. 불량이 발견되면 불량부분을 정확히 확인하고 본사 기준에 따른 불량 반품 접수증에 빠짐없이 정확히 내용을 기재한 후 접수증에 기재한 내용에 따라 반드시 전산(XMD)에 등록을 완료한다. 상품이 훼손되지 않도록 본사 포장방법에 따라 포장하여 발송한다.		
실습지도자 평가	오픈시간 30분전에 출근해서 매장정리정돈을 잘하고 꼼꼼한 편이나 눈에 보이지 않는 부분까지 세심하게 신경을 요함.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 5 일 화요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낌 점	◎ 크레빅 VM (Crebig visual Merchandising) 누구나 한 번쯤은 점포의 윈도디스플레이를 보고 우연히 점포에 들어갔다가 계획하지 않았던 구매를 해 본 경험이 있다. 그만큼 VM은 점포 앞을 무심코 지나치던 소비자들의 발길을 점포 안으로 유인하는 데 가장 좋은 판촉 수단이다. 디스플레이(display)라는 말과는 달리 비주얼 머천다이징이라는 표현에는 단순한 전시를 넘어서 목표고객의 선호와 구매행동에 맞도록 상품을 제시하여 상품의 판매를 돕는 활동이라고 패션마케팅 수업을 통해 알고 있었다. ◎ 크레빅 VM의 중요성 1. 현재 보세(동대문의류) 빅 사이즈 매장의 수가 늘어나는 추세이며 인터넷상으로도 매년 늘어나는 추세이다. 치열한 경쟁 속에서 앞으로 크레빅 매장이 살아남기 위해서는 타 빅 사이즈 매장과는 차별화된 매력적인 매장 만들기에 힘을 기울여야 한다. 2. 크레빅 매장의 모든 시각적인 요소를 통일된 이미지로 만들어 아름답고, 즐거우며 보기 쉽고 구매하기 쉬운 곳으로 전국 모든 매장을 동일한 브랜드로 느낄 수 있도록 만든다. (전국매장 인테리어 동일하다) 3. 상품을 사고파는 장소의 개념을 넘어 보고, 느끼고, 즐기고, 휴식을 얻고 나아가 도시환경을 만드는 문화공간으로서의 질적 성장이 필요하다. 크레빅매장 같은 경우 단순한 양적인 판매기능이 잘 되어 있지만 질적인 판매 기술이 부족한 상황이다. 질적인 관점은 양질의 상품과 적정의 가격, 쾌적한 구매 환경은 물론 유행의 리드, 시즌의 예시, 올바른 서비스의 문제를 충족시켜야 한다.		
실습지도자 평가	브랜드 컨셉에 따라 상품의 이미지 연출이 가능하고 본사의 pop를 잘 활용하여 상품을 효과적으로 진열하고 디스플레이 할 수 있음. 최신 트렌드를 늘 공부하는 자세로 임해야 함.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 6 일 수요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낀 점	◎ 윈도 디스플레이 점포에서 진열되는 제품의 종류가 무엇이든, 고객이 누구이든, 점포가 작으나 크나에 상관없이 윈도 디스플레이는 어느 점포에서든 잠재고객에게 판매를 위한 메시지를 전달하는 데 가장 중요한 방법 중의 하나이다. 윈도는 매장의 얼굴이며 디스플레이에 의해서 상품의 정보와 브랜드(기업)의 이미지를 나타내는 중요한 곳이다. 점포가 문을 열지 않은 시각에도 점포 내의 상품에 대한 정보를 제공해 준다. 윈도를 통해 고객을 순간적으로 만족시킬 수 있도록 항상 신상품 위주의 디스플레이 또는 매장내의 주력상품을 선정하여 디스플레이 하는 습관을 갖도록 하여야 하며 본사에서 지정해 주는 크레빅 디스플레이 소품이외에는 진열할 수 없다. 빅 사이즈고객 분들은 코디능력이 다소 부족하며 여러 매장을 돌아다니며 쇼핑을 즐기는 레귤러 사이즈와는 달리 한 매장에서 모든 쇼핑구매를 마치려는 특징이 있으므로 윈도의 마네킹 및 매장내의 코디 코너에는 최대한 완벽하게 풀코디로 진열하면 코디상품 그대로 전체 구매로 이어지는 경우가 많다. 〈느낀점〉 마네킹의 컬러를 3가지 컬러를 믹스해서 좀 더 고급스럽고 세련되게 연출하는 방법이 항상 힘들었다. 백화점 명품관이나 메스트지매장을 자주 방문하여 소품과 액세서리로 옷을 돋보이게 하는 스타일을 벤치마킹한다.		
실습지도자 평가	이미지 표출을 위해 상품의 배열방법, 색채의 조화, 구조적인 메시지 연출에 미흡한 점은 있으나 상품의 이미지를 높이는 감각은 뛰어남. 디스플레이는 2~3일에 한번 씩 변화를 주어 구매자들의 발길을 사로잡을 수 있는 적절한 재미요소를 가미한다면 판매 가능성으로 연결이 가능하므로 좀 더 트레이닝 필요함.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 7일 목요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낀 점	모든 조명은 켜져 있어야 하며 본사에서 진행 중인 행사의 POP(상품에 대한 설명과 정보지)는 항상 진열하여야 한다. 벽면 코디는 풀 코디로 상의+하의(+잡화)진열하며 아우터를 진열할 경우 이너상품도 함께 진열한다.  메인행가 위에는 그 시즌의 POP물(코디, 신상품, 가격인하)만 진열가능하며 잡화와 지난 시즌 POP물은 진열하지 않는다.  〈느낀점〉 행거진열은 컬러별 진열을 우선으로 진열해야하지만 할인율이 많은 상품을 따로 모아두어 고객들이 고르기 쉬운 환경을 만들고 전체적인 흐름도 잡아야 하는 것이 의외로 힘들게 느껴졌다.		
실습지도자 평가	정확히 매뉴얼을 인지하고 있음.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 8 일 금요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
------	--------------------	------	-------------

실 습 내 용
및
느 낌 점

◎ 창고 상품관리

상품관리가 올바르지 않은 매장에서는 고객이 원하는 상품의 빠른 판매가 이루어지기 힘들며, 로스 상품이 다량 발생되는 경우가 많다. 또한, 대리점 부주의로 인한 상품 불량은 본사반품이 불가하다.

올바른 상품관리로 이런 피해가 일어나지 않도록 매일 관리하여야 한다.



〈느낀점〉

창고에 넣어 둔 상품을 왜 저렇게까지 정리해야 하나 의문점이 들었으나 점장님처럼 정리하고 난 뒤부터는 고객들이 찾으시는 상품을 빨리빨리 찾아 보여드리느냐에 따라 은근 매출에 큰 영향을 끼쳤다.

실습지도자 평가

시즌별 품목별로 구분해서 한눈에 보기 쉽게 정리를 잘하나 신속한 정리정돈이 필요함.

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 9 일 토요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낀 점	◎ 매력적인 매장 만들기 1. 찾아가는 것이 즐거운 매장 만들기 청결하고 깨끗한 분위기의 매장을 운영한다. 의류는 깨끗하게 보관하고 있는지. 계산대 주위에 박스를 쌓아둔다던지 불필요한 비품을 두지 않는다. 비품 사용 및 고장 수리를 미루지 말고 즉각 처리하도록 노력한다. 2. 적극적인 상품 정책 자극과 만족을 느끼게 해주는 머천다이징 다양한 상품구색, 정보제공 3. 충실한 서비스 서비스는 고객이 상품의 구매로부터 얻는 가치를 증가시켜 만족감을 더 크게 느끼도록 돕는다. 패션시장에서의 경쟁과열로 인해 제품의 특성만으로는 다른 점포에 비해 경쟁적 우의를 가지기가 힘들다. 따라서 점포의 서비스를 강화한다면 다른 점포들과의 차별을 꾀하여 고객들에게 더 나은 점포로서 인식될 있다. ◎ 고객들의 신뢰수준에 따라 매장 생명력이 결정됨을 반드시 기억해야 한다. 〈느낀점〉 예전보다 젊은 빅 사이즈고객들은 온라인으로 많이 빠져나가서 오프라인을 찾지 않는다. 온라인에서 접할 수 없는 제품이나 빅 사이즈 고객은 직접 입어보고 구매해야 하므로 고객의 체형별 코디나 감성서비스로 체계적인 시각적 머천다이징의 공간으로 거듭나야 한다,		
실습지도자 평가	업무습득이 빠르고 커뮤니케이션이 용이함.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 11 일 월요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
------	---------------------	------	-------------

실 습 내 용 및 느 낌 점	◎ 크레빅 사이즈표기법 기존 사이즈 표기법은 일반적인 사이즈에서 보기에 편하다는 장점이 있으나 구매하시는 고객들은 큰 사이즈라는 것이 타인들에게 보여 지기 꺼려하는 점을 감안하여 크레빅 만의 사이즈 표기법을 사용한다. ◎ 타브랜드와의 차별화 된 사이즈 표기법																																																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">예시 사이즈</th><th colspan="2">크레빅사이즈 표기</th><th colspan="3">신체사이즈(단위cm)</th></tr> <tr> <th>상의</th><th>하의</th><th>상의</th><th>하의</th><th>가슴</th><th>허리</th><th>엉덩이</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">77~88</td><td>32</td><td rowspan="2">1</td><td>1</td><td>100~105</td><td>80~85</td><td>100~105</td></tr> <tr> <td>34</td><td>2</td><td>105~110</td><td>85~90</td><td>105~110</td></tr> <tr> <td>88~99</td><td>36</td><td rowspan="2">3</td><td>3</td><td>110~115</td><td>90~95</td><td>110~115</td></tr> <tr> <td rowspan="2">99~110</td><td>38</td><td>4</td><td>115~120</td><td>95~100</td><td>115~120</td></tr> <tr> <td>40</td><td>5</td><td>5</td><td>120~125</td><td>100~105</td><td>120~125</td></tr> <tr> <td rowspan="2">110~120</td><td>42</td><td rowspan="2">7</td><td>6</td><td></td><td>105~110</td><td>125~130</td></tr> <tr> <td>44</td><td>7</td><td></td><td>110~115</td><td>130~135</td></tr> </tbody> </table> 〈느낌점〉 대부분의 고객들은 크레빅 사이즈에서 1사이즈는 작고 3사이즈 커서 2사이즈가 나왔으면 좋겠다고 하시는데 본사에서는 좀 더 사이즈개발에 투자한다던지 멀티디자인이 나왔으면 한다.						예시 사이즈		크레빅사이즈 표기		신체사이즈(단위cm)			상의	하의	상의	하의	가슴	허리	엉덩이	77~88	32	1	1	100~105	80~85	100~105	34	2	105~110	85~90	105~110	88~99	36	3	3	110~115	90~95	110~115	99~110	38	4	115~120	95~100	115~120	40	5	5	120~125	100~105	120~125	110~120	42	7	6		105~110	125~130	44	7		110~115
예시 사이즈		크레빅사이즈 표기		신체사이즈(단위cm)																																																										
상의	하의	상의	하의	가슴	허리	엉덩이																																																								
77~88	32	1	1	100~105	80~85	100~105																																																								
	34		2	105~110	85~90	105~110																																																								
88~99	36	3	3	110~115	90~95	110~115																																																								
99~110	38		4	115~120	95~100	115~120																																																								
	40	5	5	120~125	100~105	120~125																																																								
110~120	42	7	6		105~110	125~130																																																								
	44		7		110~115	130~135																																																								

실습지도자 평가	빅 사이즈 고객들은 낯을 많이 가리는 편인데 진실된 마음으로 다가감으로 친근하게 고객을 안내하고 도움을 줌으로 즐거움을 전파하는 능력이 뛰어남.
----------	---

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 12 일 화요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낀 점	◎ 빅 사이즈 고객 판매방법 1. 빅 사이즈 고객의 특성상 신체부위의 마찰이 잦은 편이라 레귤러 사이즈에서 사용되는 원단과 같은 소재로 상품을 제작해도 보풀, 미어짐 등 원단제품 판매시 이러한 상황을 미리 공지한다. 2. 면 100% 상품 외 모든 상품의 처음 세탁 시에는 드라이 크리닝을 하실 수 있도록 권유하여야 제품의 손상이 적어진다. 3. 빅 사이즈 고객들은 쇼핑을 즐기기보다는 어려운 숙제를 풀 듯 숨어서 쇼핑하기, 혹은 쇼핑자체를 포기하는 등 자유롭고 편안한 마음으로 쇼핑하는 것에 능숙하지 못하며 유행에 맞는 옷, 예쁜 옷을 구매하기 보다는 사이즈에만 중점을 둔 상품구매를 하기 경향이 있기 때문에 고객의 머리부터 발끝, 악세사리, 잡화까지 모두 판매자가 능숙하게 풀코디를 권유하시면 객단가를 높이는데 도움이 되며 레귤러 사이즈 매장에서는 누려보지 못했던 빅 사이즈 고객들의 고충을 크레빅 매장에서만은 맞는 사이즈를 편안하게 쇼핑할 수 있는 행복감을 느낄 수 있도록 판매자가 도와드려야하며 고객 스스로 크레빅에서는 특별한 대우와 혜택을 누린다는 느낌을 받을 수 있도록 적극적인 마인드를 가지고 판매 응대하는 것이 매우 중요하다. 4. 빅 사이즈 고객은 다른 레귤러 매장처럼 판매 대상이 넓지 않고 아이쇼핑을 즐기지 않는 편이다. 그렇기 때문에 매장을 방문한 고객은 맞는 사이즈를 구매하기 위한 경우가 많고 거리를 지나가다 우연히 방문하는 고객 한분 한분의 철저한 관리를 통해 단골고객을 확보한다면 매달 꾸준한 매출을 기대해도 된다. 〈느낀점〉 빅 사이즈 고객들은 낮가림이 심하여 처음에는 친해지기 힘들었지만 과장되지 않은 행동으로 친근감이 형성되면 기존고객의 만족도가 신규고객의 소개로 이어진다.		
실습지도자 평가	매장을 처음 찾는 고객도 직감적으로 손님의 스타일을 파악할 수 있는 능력이 다소 부족함. 항상 웃으며 대하는 긍정적인 생각을 지니고 있음.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 13일 수요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낀 점	◎ 상품관리 상품관리가 올바르지 않은 매장에서는 고객이 원하는 상품의 빠른 판매가 이루어지기 힘들며 로스상품이 다량 발생되는 경우가 많다. 대리점 부주의로 인한 상품불량은 본사반품이 불가하다. 올바른 상품관리로 피해가 일어나지 않도록 주의한다. ◎ 재고파악 재고파악이란 판매과정에 대응하기 위한 관리이다. 판매를 잘하기 위해서는 일단 상품관리를 철저히 해야 한다. 판매, 반품, 재고관리는 기본이고 인기상품을 얼마나 많이 보유하고 있는지는 매장관리의 실력이다. 상권에 맞는 물량을 확보해야 하고 저가전략상품은 많은 고객이 쉽게 구매할 수 있는 상품이므로 적절히 보유해 놓아야 한다. 수시로 재고파악을 해서 매장에 없는 상품이나 인기 있는 상품을 본사에 적극적으로 요청해야 한다. 판매할 상품이 잘 준비되었다면 고객들에 보다 빨리 원활하게 전달할 수 있다. 남들보다 한발 앞서 시즌 트렌드 정보를 입수해야 고객들에게 전달할 수 있다. 패션어디바이저로서 고객들에게 맞는 스타일을 권할 수 있으며 판매 객 단가를 높이기 위해 다양한 코디 상품이 갖추어져야만 빨리 제안할 수 있다 <느낀점> 저가 상품을 판매 전략을 세워 많은 발주를 했으나 오히려 저가 상품만 찾아서 판매하는 데 더 애를 먹음		
실습지도자 평가	상품의 재고 부족에 따른 판매 기회 손실을 막기 위해 꼭 필요한 사항을 정확 하게 인지하고 있음. 업무를 스스로 해결하는 방법을 잘 알고 우선순위를 고려 해 처리함.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 14 일 목요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낌 점	◎ 전화예절 1. 매장에 걸려온 전화를 받을 때는 '네!~ 큰옷크레빅입니다'라고 정확하게 말한다. '여보세요'라는 말은 불필요하다. 2. 타매장으로 전화를 할 때에는 상대가 전화를 받으면 '안녕하세요 큰옷크레빅 당리점입니다'라고 점포명을 먼저 밝힌다. 용건을 먼저 말하고 간결하게 의사표현을 한다. 마무리 인사를 반드시 한다. ◎ 결재방법 1. 판매할 상품의 바코드에 스캐너를 댄다. 2. 바코드를 노트에 붙이고 수기로 작성한다. 3. 판매종결 직후에는 제품교환 및 7일 이내 환불가능하다고 언급해야 한다. 상품구매에 대한 심리적 불안감을 해소시킬 수 있다. 결재가 끝나면 '또 뵙겠습니다 안녕히 가세요'라고 인사드리고 출입문까지 배웅한다. 4. 고객이 가시고 나면 Floor내에서의 상품흐름체크 및 부족상품도 창고에서 바로 보충해서 디피 해 놓는다.		
실습지도자 평가	짧고 재치있게 핵심 있는 말을 정확하게 구사함. 용건의 순서와 요점을 미리 기록 해두고 불필요한 말을 아끼려 노력함.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 15 일 금요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낌 점	◎ 고객확보방법 매장방문객이 몇 명인지, 고객이 어떤 경로로 우리 매장을 방문했는지 연령대는 어떻게 되는지 주로 방문하는 시간대는 언제인지 어떤 품목을 구매했는지 등 이러한 고객 데이터는 프로모션, 이벤트와 같은 마케팅 프로그램을 기획할 때 근간이 되므로 평소 기록 관리한다. ◎ 고정고객 관리 고정고객과의 지속적인 관계를 유지하기 위해서는 기념일이나 생일날 할인쿠폰을 보낸다거나 매장에서 세일이나 행사가 있을 때 잊지 않고 연락을 드린다. 고객이 설령 교환이나 환불을 요구하더라도 '고객편에 서 있는 척'하는 것도 고객과의 신뢰를 쌓는 방법이다. ◎ 신규고객 유치 전략 크레빅에서는 헌옷보상행사를 매년 실시한다. 회원들에게 제공되는 서비스로 고객카드를 작성하게 하면 신규고객 혜택(선포인트, 생일쿠폰 등)과 행사정보 등을 통하여 고객의 재방문을 유도할 수 있다.		
실습지도자 평가	매뉴얼 상에 있는 접근 방식으로만 고객응대를 하는 것 같음 좀 더 창의적인 방식으로 고객들에게 마케팅 한다면 더 나은 성과를 기대해 봄직함.		

[실 습 일 지]

실습기관명	실습지도	소 속	직 위	성 명
큰옷크레빅	책 임 자	부산당리점	점 장	노수정 (인)

실습일자	2020 년 5 월 16 일 토요일	실습부서	큰옷크레빅 부산당리점
실 습 내 용 및 느 낀 점	◎ 고객 수선 접수시 처리방법 고객불량으로 방문 → 전산(XMD)고객 구매일 확인 → 불량부분 확인 → 고객응대의 중요성 환불, 교환의 규정대로 고객 앞에서 불량부분을 고객이 가져온 상품에 대하여 상품 구매 후 2주가 지났는지 정확히 확인한다. 선불리 불량으로 판단하거나 전산상에 구매일자를 확인한다. 처리기간,결과,비용 등에 대하여 임의로 고객에게 말한 부분에 대해서는 반드시 책임이 따른다. 접수증작성 → 전산(XMD) 등록 → 포장(본사)행낭으로 발송 접수증은 본사 기준에 따라 접수증에 기재한 내용에 따라 상품이 훼손되지 않도록 본사 포장방법에 따라 빠짐없이 정확하게 내용을 반드시 XMD에 등록을 완료한다. 포장하여 발송한다. ◎ 고객 불만처리 및 거절(교환, 반품시) 고객이 불쾌한 감정이 확대되지 않도록 신속히 응대하며 성실한 태도로 경청한다. 경청하는 동안 원인을 파악, 분석한다. 불평 내용 중 일부가 오해 또는 고객의 착각에서 오는 부당한 것이라고 생각되더라도 중간에 변명하거나 고객의 잘못을 지적해서는 안 된다. 절대로 고객의 불평을 회피하려고 해서는 안 되며 과소평가나 성급하게 해결하려는 인상을 주어도 안 된다. 환불시 환불사유를 물어보고 어떤 문제가 있는지 파악해야 한다. 다른 제품을 관심있게 보신다면 교환을 권유해 본다. 고객이 요구하는 바가 무엇인지 신속하게 판단하되 가급적이면 고객의 뜻에 따른다. 다른 고객이 옆자리에 있다는 것을 인식하고 고객의 언성이 격해지지 않도록 최대한 노력하여 해결한다. 본인이 해결하기 힘든 사항일 경우에는 신속히 점장에게 보고하여 조치한다.		
실습지도자 평가	불만을 제기하는 고객은 대부분 본인의 주장이 받아들여지지 않을 것을 미리부터 걱정해 공격적인 어투와 태도를 보이므로 먼저 고객의 불안감을 해소해 주는 것이 언쟁을 줄이는데 필요함.		

< 의류패션학 실습 정리 및 결론 >

이번 실습을 통해 그동안 기존에 해왔던 매장정리와 운영, 고객응대와 관리방식이 다소 체계적이고 효율적이지 못했고 전체적으로 미숙한 부분이 있었음을 깨달았다.

매장의 청결도와 쾌적한 분위기가 오프라인 영업에서의 첫번째 필수조건이라는 점이 더 더 느끼게 되었고 의류패션적인 전문적 지식을 바탕으로 고객관리를 접목한 판매 전략과 고객 응대 서비스 등 현장에서 전문적인 판매기술이 보다 체계적이고 효율적으로 이루어져야하고 그러려면 체계적인 매뉴얼을 작성해서 그것을 토대로 판매원에 대한 충분한 교육이 선행되고 지속적인 점검과 재교육의 필요성을 느꼈다. 또한, 고객에게 단순한 판매영역을 넘어 감성 서비스를 제공하고 제품의 가치를 더해 브랜드 이미지를 메이킹 할 수 있는 의류판매 전문가로서의 자긍심과 긍지를 심어 줄 수 있는 시스템적 관리방식도 필요함을 느꼈다.

기존에 매장을 운영해 오면서 그냥 익숙한 방식으로 타성에 젖은 영업마인드였다면 이번 실습을 통해 마케팅 여러 부분에서 체계적으로 접근할 수 있는 계기가 되었다.



<참고문헌>

- 손미영, 이운정, 이규혜 공저. 패션마케팅. 한국방송통신대학교출판문화원.

의류패션학실습 결과보고서

윤리 협약서

패션산업현장 실습 참가자(☒)

※선택해주세요

패션컬렉션제작 실습 참가자(☐)

소 속 한국방송통신대학교 (부산) 지역대학

생활과학과 의류패션학 전공

학 번

성 명

연 락 처 휴대폰 번호 (

이메일 (

실 습 기 간 2020년 5 월 4 일 ~ 2020년 5 월 16 일

본인은 의류패션학 실습의 정해진 규정과 실습윤리를 모두 준수하였으며, 사실에 근거하여 패션산업현장실습 보고서 및 패션컬렉션제작 보고서를 작성하였음을 확약합니다.

2020년 5 월 16 일

실습자 성명 :

노수정 (서명)

한국방송통신대학교 생활과학과 학과장 귀하

【붙임 4】

패션산업현장실습 평가서(지역대학 송부용)

1. 실습기관명 : 큰옷크레딧 부산당리점
2. 실습기관주소 : 부산광역시 사하구 낙동대로 367 (당리동)
(☎ : 051 - 201 - 3216)
3. 실습기간 : 2020년 5 월 4 일부터 5 월 16 일까지
4. 지도내용

실습지도자명	지 도 내 용	비 고
노수정	매장관리	

5. 실습내용

제 1 주	매장관리, 고객센터 서비스 관리, 상품관리
제 2 주	VM관리, 재고관리

6. 실습생 평가

학번	201733-151242	성명	노수정
근무 태도 (10점)	업무 처리 능력 (10점)	전공분야 응용 능력 (10점)	총평 (30점)
10	10	9	29

- ※실습생 평가점수 위에 투명테이프를 붙여주십시오.
※평가점수 수정 시에는 반드시 평가자의 인장을 찍어주십시오.

위 사실을 증명함.

2020년 5 월 16 일

평가자

노수정



【붙임 5】

패션산업현장실습 평가서(실습기관 보관용)

1. 실습기관명 : 큰옷크레딧 부산당리점
2. 실습기관주소 : 부산광역시 사하구 낙동대로 367 (당리동)
(☎ : 051 - 201 - 3216)
3. 실습기간 : 2020년 5 월 4 일부터 5 월 16 일까지
4. 지도내용

실습지도자명	지 도 내 용	비 고
노수정	매장관리	

5. 실습내용

제 1 주	매장관리, 고객센터 관리, 상품관리
제 2 주	VM관리, 재고관리

6. 실습생 평가

학번	성명		
근무 태도 (10점)	업무 처리 능력 (10점)	전공분야 응용 능력 (10점)	총평 (30점)
10	10	9	29

※실습생 평가점수 위에 투명테이프를 붙여주십시오.
※평가점수 수정 시에는 반드시 평가자의 인장을 찍어주십시오.

위 사실을 증명함.

2020년 5 월 16 일

평가자 노수정

