6차시
우피치 미술관에서 배우는 고객확보전략

학습 내용

1. 들어가기 힘들어 매력적인 우피치 박물관
2. 성공하고 싶다면 손님을 힘들게 하라
3. 심리적 저항을 활용하라

1. 들어가기 힘들어 매력적인 우피치 박물관

- 이탈리아 피렌체의 가장 중심가에 있는 우피치 미술관은 원래 이곳을 지배했던 메디치 가문의 수장 코지모1세가 피렌체 정부 청사로 이용하기 위해 지었던 사무실이었다.

- 르네상스 시기 이탈리아 회화 등 수많은 걸작 등을 소장하고 있는 우피치 미술관에는 바사리의 복도로 불리는 회랑 형태의 폐쇄적인 전시공간이 있다.

- 약 700여 점의 유명한 초상화 작품들이 전시된 그곳은 반드시 사전 예약을 통해 가이드의 안내와 통제에 따라 방문할 수 있다. 그토록 **방문이 어려움에도 불구하고 사람들은 그에 입장하기 위해 줄을 선다.** 이에 대해 심리학자들은 **<심리적 저항이론>**으로 설명하기도 한다.

- 가격한정, 수량한정 판매를 하는 홈쇼핑 업체들이나 돈이 있다고 해도 구입할 수 없게끔 판매량 조절을 하는 명품 업체들이 대표적인 사례가 되겠다.

2. 성공하고 싶다면 손님을 힘들게 하라

- '손님은 왕이다', '손님을 편하게 모셔야 돈을 번다'라는 고정관념과는 달리, **현대의 고객들은 가치 있는 제품이라는 판단이 들면 사소한 불편함 쯤은 과감하게 무시**하거나, 오히려 그런 **불편함을 매력적**으로 받아들이기도 한다.

- 장시간 기다려야 하고 일반인들은 상상할 수 없을 정도로 고가이지만, 예약까지 해야 할 정도로 인기를 끌고 있는 갖가지 **비스포크(장인 맞춤 제작) 제품들**이 대표적이다.

3. 심리적 저항을 활용하라

- 얼스터 대학의 리차드 린 교수 등에 따르면 일반적으로 **사람들은 같은 물건이라도 쉽게 얻을 수 있는 것보다 어렵게 얻은 것을 훨씬 더 가치 있게 여기는 경향**이 있다고 한다.

- 인간은 어떤 외부적 영향으로 욕구가 제한될 때 그를 훨씬 더 강력하게 갈구하게 되는데, 그러한 심리적 저항현상을 활용하여 많은 기업들이 다양한 마케팅, 프로모션 전략을 구사하고 있다.