통권 No.57 2020년 1/2월호

CNP CNP 차앤박피부과

HAPPY NEW YEAR

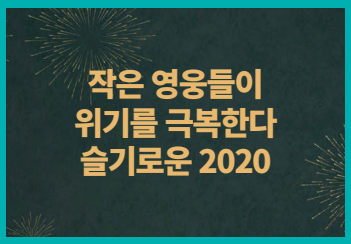
2020



CNP CLINIC
준비하는 자만이 주인공이 될 수 있다
설렘지수 가득할 피부 솔루션

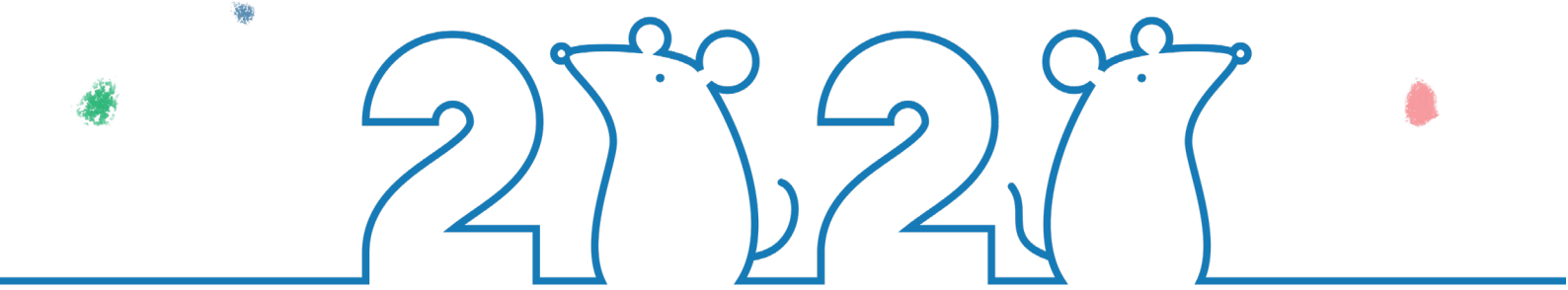


CNP STORY
선물 같은 피부 주치의
분당서현차앤박피부과 김홍식 대표원장



CNP NEWS
작은 영웅들이 위기를 극복한다
슬기로운 2020

준비하는 자만이 주인공이 될 수 있다



설렘지수 가득할 피부 솔루션

2020년 한 해가 밝았다. 1, 2월은 한 해를 시작하는 마중물 같은 느낌이 든다. 학생들은 방학이 있으면서 졸업과 입학을 경험하는 시기다. 한 해의 가장 큰 명절도 이 시기에 있어 오랜만에 일가 친척들을 만나기도 하며 분주하다. 피부도 마찬가지다. 한파주의보 등 일년 중 외부환경이 최악인 상황인데다가 눈치 없는 미세먼지는 때를 가리지 않는다.

바야흐로 한해를 시작하는 지금 이 시기는 온돌방에 군불을 지피는 마음가짐으로 365일 건강한 피부를 위한 피부 솔루션이 필요할 때다. 떡국 한 그릇에 나이 먹을까 걱정이 앞서는 이들이라면 피부과를 방문하여 문제를 해결할 수 있다. 이번 설 연휴 많은 친척들 앞에서 예뻐졌다는 탄성을 자아낼 수 있는 해피명절이 될 수 있다. 방학이 끝나고 새학기를 맞이하거나 새내기로서 첫발을 내딛는 이들은 이 시기가 어느때보다도 절실하다. 여드름 흔적은 다 지우고 싶고 평소 불만이었던 외모를 교정하기 위한 절호의 기회이기 때문이다.

차근차근 전문의와의 상담을 통해 체계적으로 치료 계획을 잡아야 한다. 도깨비 방망이처럼 뚝딱 해결되는 일은 없다. 설레임의 지수만큼 맑고 투명한 피부를 연출하기 위해서는 내 피부의 문제를 제대로 아는 것에서부터 시작되기 때문이다. 설렘지수 가득한 새피부를 위한 솔루션을 소개한다.



SOLUTION 01

멍게 같던 내 피부는 바이바이 여드름흉터S-DRT

손으로 짜는 행위 등을 통해 2차 감염으로 염증을 초래하거나 크게 곪은 형태의 염증성 여드름이 치료시기를 놓쳤을 때 생기는 여드름 흉터.

여드름이 난 자리의 피부 정상 조직이 손상으로 더 이상 재생이 되지 않고 패인 흉터로 남아 있게 된 경우이다. S-DRT 프로그램은 빠른 여드름흉터 치료라는 닉네임처럼 함몰된 피부에 미세한 손상을 발생시켜 새로운 살이 차오르도록 하는 방법으로 패인 흉터를 개선한다. 흉터의 모양과 깊이가 제각각 다르기 때문에 한 번의 시술로 효과를 볼 수 있는 얕은 흉터부터 여러 번의 시술을 진행해야 하는 깊은 흉터까지 시술 횟수의 차이가 발생할 수 있다.

피부와의 경계선이 뚜렷하고 깊은 흉터의 경우에는 정상 피부와 흉터 부위의 경계선을 레이저로 깎는 방법을 통해 흉터를 완화 시키는 등 흉터 모양과 깊이에 따른 1:1 맞춤 시술을 진행한다. 정확한 흉터에 대한 진단과 그에 따른 시술 방법의 선택, 의사의 숙련도, 흉터 시술 후 사후관리가 가장 중요한 요인이 된다. 1, 2월에 꼭 받아야 하는 명불허전 시술이다.



SOLUTION 02

맑고 투명한 피부를 위한 밀크필플러스

밀크필은 부드러운 밀키텍스처의 3가지의 필링 성분을 황금비율로 배합한 필링제다. 글라이콜릭산, 살리실산, 락틱산 성분이 각질제거, 수분공급뿐만 아니라 피부대사를 촉진시켜 건강한 피부를 유지시켜 준다. 필링제 도포 후 2분 30초내 빠르게 피부 기저층까지 침투하여 시술시간은 짧지만 브라이트닝 효과를 낸다. 무엇보다 민감하고 예민한 피부에도 시술이 가능할 정도로 자극이 적어 부담없이 받을 수 있으며 시술 직후에 촉촉함을 느낄 수 있다. 또한 필링 자체의 효과로 과도한 각질을 제거하여 면포의 생성을 줄일 수 있고, 염증성 여드름 병변에 대한 진정효과를 기대할 수 있어 여드름 피부에도 좋다. 시술 후 각질탈락이나 홍반이 없는 깔끔함으로 일상생활에 지장이 없다. 특히 차앤박피부과의 밀크필플러스는 개개인의 피부고민을 근본적으로 치료해 줄 수 있는 레이저 및 다양한 시술들과 병행하여 그 효과를 극대화한다. 새해 인간관계가 새롭게 시작되는 이들의 환하고 트러블 없는 피부를 위해 밀크필을 강력 추천한다.



SOLUTION 03

가장 안전하고 자연스러운 성형 쁘띠 시술

뭔가 예쁘게 달라지기는 했는데 딱히 꼬집어 말할 수 없이 자연스러운 미인을 만드는 쁘띠 시술. '쁘띠(PETIT)'는 프랑스어 '작은, 귀여운'이란 뜻으로 칼을 대지 않고 주사만으로 하는 가벼운 시술을 말한다. 일반적으로 봤을 때 티 안나는 시술인데 성형으로 얼굴이 지나치게 달라졌을 경우 주변의 시선이 부담스러운 주부나 직장여성, 여대생들에게 특히 인기이다. 최근에는 남성들에게도 소문난 시술이다.

10분 정도의 시술시간과 시술 후 효과가 빨리 나타나고, 일상생활에 지장이 없는 쁘띠 시술은 코를 살짝 올릴 수도 있고, 입술을 도톰하게 하거나, 팔자주름을 없애고 꺼진 볼을 채우며 무턱을 교정할 수도 있다. 필러 시술과 함께 쁘띠 시술의 대표적인 주자는 보톡스이다. 보톡스는 표정주름, 즉 인상을 찡그릴 때 생기는 미간주름, 눈을 치켜 뜰 때 생기는 이마주름, 눈웃음때 생기는 눈가주름에 효과적이며 주사 후 1주일 지나면 효과가 나타난다. 보톡스는 또 주름 제거 이외에도 사각턱 근육에 주사하여 얼굴을 작게 하거나 종아리 알통에 주사하여 날씬한 다리를 만들 수도 있다. 다양한 쁘띠시술로 조금은 더 특별해진 한해를 시작하기 바란다.



'아름다움의 완성'이라는 고지에 도달하기 위해 목적지로 제대로 안내하는 나침반과 같은 길라잡이가 필요하다. 자신의 미적 고지에 도달하기 위해서 체계적인 계획을 세워서 실천하고 꾸준히 관리하는 것은 필수이며 피부 전문가의 도움은 성과를 높이는 지름길임을 기억하자. 한해를 준비하기 위한 피부솔루션, **셀렘지수 UP UP**

피부건강은 삶의 활력을 선물한다

긍정에너지 뿜뿜! 선물 같은 피부주치의

분당서현 차앤박피부과 김홍식 대표원장



함께 있으면 기분이 좋아지고, 긴 시간인데도 순간처럼 느껴지는 만남이 있다. 2020년 1월, 만으로 개원 16주년이 되는 분당서현점에서의 웹진취재에서 천재 물리학자 아인슈타인의 상대성이론을 경험하게 될 줄은 몰랐다. 김홍식 대표원장님과의 순삭 인터뷰에 이어 예정에 없던 전 직원과의 촬영이 원장님의 긴급 제안으로 진행되었다. 전 직원들과의 '하하호호' 웃음이 넘쳐났던 촬영까지 모든 것이 완벽했던 시간이었다.

Q. 2003년 개원 당시가 기억 나시나요? 20년 가까운 시간동안 분당 서현 지역의 피부주치의로 함께하고 계십니다. 소회를 말씀해주세요.

(미소) 2003년 개원해서 지금까지 한결같이 믿고 찾아와 주신 고객님들께 진심으로 감사한 마음입니다. 개원당시 병원을 방문한 고객님들의 니즈를 최대한 만족시켜 드려야 한다는 생각뿐이었습니다. '내 가족 같이 대하자'는 마인드를 되새기며 하루 하루를 시작했던 기억이 나네요.

더불어 짧지 않은 시간동안 함께 수고해 준 직원들에 대한 고마움을 꼭 이야기하고 싶습니다. 진료와 상담 그리고 시술의 모든 과정에서 직원들과 호흡이 잘 맞아야 치료 효과도 극대화되고 시술받는 고객님들도 심리적으로 편안함을 느끼는데요. 그동안 좋은 팀웍을 보여준 직원들이 있었기에 가능했습니다.

Q. 개원 초기와 지금은 어떤 차이가 있을까요? 진료현장에게 느끼는 부분이 있을 것 같아서 여쭤봅니다.

요즘 피부과 고객님들은 피부 미용치료에 대한 관심과 지식 수준이 상당히 높아졌습니다. 따라서 고객님들이 원하는 피부에 대한 다양한 변화를 인식하고 그에 따라 치료하는 것이 중요해졌습니다. 치료 시작 전에 피부 상태에 대한 진단과 고객님의 상황을 고려한 전문적인 치료 플랜이 필수 입니다. 또한 고객님이 정확하게 이해하실 수 있도록 설명하고, 고객의 궁금증은 바로 바로 해결해 드리려고 합니다. 예를 들어 남성 고객님의 경우에는 점점 늘고 있는 추세이긴 하지만 능동적으로 치료하고자 하지는 않습니다. 대체적으로 배우자와 함께 오는 경우가 대부분인데요. 1차적으로 색소의 문제를 해결하고, 2차적으로 주름 등의 안티에이징 플랜을 제안해 드립니다. 야외활동이 많아져 잡티 해결





만으로도 만족도가 높습니다. 이렇듯 한번에 모든 걸 해결하기 보다는 단계적으로 진행하고, 개선될 수 있다는 확신을 드리려고 노력하고 있습니다.

Q. 두번 정도 강산이 변하는 세월입니다. 여러 고객님이 기억나겠지만 특별하게 생각나는 분이 있을까요?

지난해 명절 때 다녀 가셨는데요. 개원 첫해 고3 수능 시험 후 방문한 여학생 고객이 기억납니다. 여드름 치료를 진행 후 당시에도 매우 만족스러워 했는데 대학교 졸업 후 취업했다며 첫 월급을 받고 선물까지 보내주신 분이었습니다. 시간이 지나 좋은 배필을 만나셨는데 결혼식 전날까지 피부관리를 진행해 드렸습니다. 지난 명절때는 아들과 딸 그리고 남편, 친정 부모님까지 모시고 방문하셨더라고요. 바야흐로 3대가 방문하는 병원이 된 것입니다. 제 딸이 생각나기도 했습니다. 어느때보다 반가운 기억이 있습니다.

Q. 분당서현점만의 강점, 주력하는 시술을 말씀해주세요.

차앤박피부과는 역시 여드름 치료가 주를 이루긴 하지만 최근 몇년 사이 큰 틀에서 울쎄라, 보톡스 필러 등의 안티에이징이 대세로 바뀐 건 사실입니다. 그러나 모든 일에는 기초가 중요하듯 여전히 10, 20대는 여드름, 지루성피부염 등을 제대로 관리하지 못해 파괴된 피부장벽 등으로 안면홍조, 모공, 흉터 등이 발생하게 되고 그로 인해 예민해진 피부가 되어 안티에이징에도 영향을 주는 현상이 발생하게 됩니다. 최근에는 레이저에 대한 치료비용도 부담이 많이 적어진 상황입니다. 피부장벽과 탄력의 기초를 탄탄히 하는 기본기에 중점을 두고 혈관, 색소, 피지관리, 피부 탄력 레이저 등을 복합적으로 사용하는 치료에 주안점을 두고 있습니다.

Q. 앞으로 지역의 피부주치의로 피부과전문의로 소명이랄까요. 이런 것은 꼭 이뤄보고 싶다고 하는 목표가 있나요?

병원을 찾는 분들은 자신을 위해 시간과 돈을 투자하며 고민 끝에 오는 것입니다. 그분들에게 피부 치료를 통해 삶에 활력을 찾고 자신만의 매력을 발견할 수 있도록 돕는 게 우리의 역할입니다. 나아가 분당서현 차앤박피부과에서 점점 개선되어지는 피부를 통해 긍정의 에너지를 충전받는다면 더할나위 없이 좋겠죠. 이것이 저희에게 주어진 피부주치의로서의 소명이라고 생각합니다.

Q.공식 질문입니다. 원장님께 차앤박피부과란?

차앤박피부과 브랜드내에서 좋은 의료진, 직원, 고객님들과의 만남이 가능했습니다. 의사로서 보람과 기쁨을 누리는 소중함도 안겨주었습니다. 모두가 다 '선물' 같습니다. 받는 기쁨도 있지만 주는 기쁨도 있듯이 피부고민을 하는 분들에게 선물이 되었으면 합니다.

인터뷰 내내 직원들에게 그리고 고객들을 향해 '감사', '좋은', '긍정'의 단어들이 겹친다. 한결 같은 마음이 전해지는 순간이다. 이심전심이라는 사자성어가 문득 생각난다. 서로의 마음이 통하면 이루지 못할 일이 무엇이 있을까. 행복한 긍정에너지의 기운을 충전받은 기분이다. 2020년 모두에게 이 긍정에너지를 보내 본다.

김난도 교수가 선정한
2020 트렌드코리아 10대 소비트렌드

작은 영웅들이 위기를 극복한다 슬기로운 2020

2020년은 경자년(庚子年)입니다. '경'은 하얀색을 뜻하는 '백', '자'는 '쥐'에 해당하기 때문에, 경자년은 하얀 쥐의 해입니다. 2020 트렌드 코리아에서는 이 전체를 아우른 단어로 'MIGHTY MICE(마이티 마이스)'가 제시됐습니다. 고전 만화 <마이티 마우스>에서는 쥐가 위기에 처한 양을 구하고 늑대를 혼내 준다는 내용입니다. 쥐는 작은 동물로 영웅과는 거리가 먼 것 같지만 힘을 합쳐 히어로가 되고 위기에서 벗어난다는 점에서 영감을 받았다고 하는데요. 2020년 어느때보다도 격랑의 한 해가 될 것으로 보입니다. 소비자의 마음을 읽는 것에서부터 마음가짐을 새롭게 해보아야 할 것 같습니다.

출저 : 트렌드코리아 2020

1. 멀티 페르소나 Me And Myselves

다중정체성

현대인은 하나의 개인 안에서도 다양하게 분리된 여러 정체성을 드러내기 시작합니다. 이는 상황에 맞게 다양한 SNS 플랫폼에 따라 서로 다른 정체성을 노출하는 것이죠. '멀티 페르소나'는 상황에 따라 가면을 바꿔쓰듯 태세 전환이 빠른 현대인을 나타냅니다. 모르는 사람끼리 모여 달리기만 하고 각자 흩어지는 '러닝 크루'처럼 느슨한 관계를 찾는 젊은이들의 성향도 다중 정체성에서 찾을 수 있다는 것입니다. 이 개념은 '트렌드 코리아 2020'의 다른 키워드들뿐만 아니라 디지털 허언증, 젠더프리 트렌드, 취향 정체성, 양면적 소비 형태 등 다양한 트렌드를 파악할 '만능키'입니다.

2. 라스트핏 이코노미 Immediate Satisfaction

The 'Last Fit Economy'

소비자가 얻는 최종적인 만족을 최적화한다는 뜻의 '라스트핏 이코노미'는 온라인과 비대면 사업이 늘어나면서 소비자와의 마지막 접점까지 고려해야 한다는 의미가 담겼습니다. 예를 들어, 제 시간에 배송을 받았는지, 제품은 기대했던 대로 만족스러운지 등을 파악하는 것처럼 말이죠.

라스트핏은 ①고객과 마지막 접점까지 쇼핑의 번거로움을 줄이는 '배송의 라스트핏', ② 슬리퍼 신고 갈 거리에 위치한 '슬세권'이라는 단어와 관련이 있는 '이동의 라스트핏', ③모든 구매자 여정의 마무리에 해당하는 '구매 여정의 라스트핏'으로 나눌 수 있습니다. 객관적 가치에 해당하는 기존 제품 중심의 차별화 경쟁이 주관적 가치에 해당하는 소비자 접점에서의 경험 최적화로 이어졌습니다.

3. 페어 플레이어 Goodness And Fairness

사회구조적 이슈로만 여겨졌던 공정함에 대한 열망이 이제 남녀 간, 세대 간, 지역 간 등 사회 전반으로 확산되고 있습니다. 사회 전반에서 '공정함'에 대한 열망이 눈에 띄게 중요해진 것이죠. 이를테면 가사 노동이 구성원 전원에 분배되고, 학생들은 주관식보다는 객관식 시험, 조별 과제보다 개인 과제를 원합니다. 직장에선 서포트 역할보단 주도적으로 성과를 내기 원하며, 회사에선 대표와 막내 직원이 격식없는 소통을 합니다. 소비자들은 상품의 객관적 특성 뿐만 아니라 브랜드의 도덕성까지 따집니다. 대한민국 역사상 공정함을 가장 중요하게 생각하는 세대가 시장을 평가하기 시작한 것입니다.

4. 스트리밍 라이프 Here And Now The 'Streaming Life'

'스트리밍 라이프'는 소유보다 경험을 중시하는 소비 트렌드를 강조한 말입니다. 음악이나 영화를 다운받던 시대가 스트리밍하던 시대로 변화했습니다. 하지만 이제 스트리밍은 음악과 영화에만 한정되지 않습니다. '소유'보다 '경험'을 중요시하는 세대의 특성은 렌탈, 구독, 멤버십 등 다양한 형태로 나타납니다. 채우고자 하는 욕망은 있지만 충분한 자원이 없을 때, 이를 해결하기 위해 선택한 삶의 방식은 유목민적인 라이프스타일입니다. 경험을 수집하는 소비자의 요구를 충족하려면, 더 많은 고객보단 더 세분화된 고객에 집중해야 할 때입니다.

6. 팬슈머 You're With Us, 'Fansumer'

'팬슈머'는 직접 투자와 제조 과정에 참여해 상품과 브랜드를 키워내는 소비자를 가리킵니다. '내가 키웠다'는 뿌듯함에 적극적으로 구매하는 동시에 간섭과 견제도 하는 신종 소비자를 일컫는 말입니다. 소비자가 생산 과정에 관여해 경험과 즐거움을 느끼도록 유도하는 생산자가 중요해질 전망입니다. 이것은 직접 투자, 제조, 기획함으로써 더는 주어진 선택에만 만족하지 않는 소비자의 특성을 보여줍니다. 소비자는 직접 생산 과정에 참여하여 즐거운 경험을 느끼는 생산자가 됩니다. 인플루언서와 연예인에 대한 지지와 비판, 서포터 활동, 크라우드 펀딩 등 팬슈머는 점점 더 많은 영역에 영향을 미칩니다. '고객과 함께'가 아닌, '고객에 의해' 만들어지는 시장이며, 이 시장의 소비자와 생산자는 매우 적극적인 편입니다.

5. 초개인화 기술 Technology Of Hyper-Personalization

시장세분화가 가속화되는데 아마존은 고객을 0.1명 단위로 나눌만큼 한 사람의 아침과 저녁이 다르고 평일과 휴일의 소비형태가 다르다는 것과 같은 상황입니다. 아마존이 고객을 0.1명 단위로 나눈다는 것도 무리가 아닙니다. 이런 구분은 고객의 소비 패턴 정보를 24시간 수집·분석하는 5G, IOT, 빅데이터, AI … 등등 최첨단 기술이 있기에 가능한 것입니다. 또한 실시간으로 소비자의 상황과 니즈를 파악하고 예측하기 위한 기술이 될 겁니다. 개별 상황을 세분화하여 분석하고 최적의 순간에 가장 원하는 경험을 제공합니다. 구매자 행동을 예측하여 물건이나 서비스를 추천하는 기술은 이미 구현되어 있습니다. 넷플릭스에서 추천 영화를 보여줄 때도, 쿠팡에서 관련 상품을 보여줄 때도 마찬가지입니다.

김난도 교수가 선정한 2020년 10대 소비 트렌드		2019년 10대 트렌드 상품
멀티 페르소나	회사와 집의 나는 달라 '다중 가면'	괴식이색 상품
라스트핏 이코노미	마지막 접점에서의 만족 중시	대형 SUV
페어 플레이어	선한 영향력과 공정성 중시	배송 서비스
스트리밍 라이프	차도 집도 물건도 '소유 대신 경험'	에어프라이어와 3신가전
초개인화 기술	0.1명 단위로 세분화된 시장	인플루언서
팬슈머	적극적으로 관여하는 팬+소비자	재출시 상품
특화생존	니치한 것이 리치한 것이 된다	지역 기반 플랫폼
오팔세대	청년처럼 소비하는 신중년층	친환경 아이템
편리미엄	시간 아껴주는 '편리함'이 프리미엄	한 달 살기
업글인간	승진보단 성장이 중요한 직장인	호캉스

자료 : 트렌드 코리아 2020

7. 특화생존 Make Or Break, Specialize Or Die

보다 정밀한 타겟팅을 위해 반드시 필요한 것이 '특화 전략'인데요. 소비자 니즈가 갈수록 파편화되는 변화의 소용돌이 속에서 기업들은 더 쪼개고, 나누고, 집중하는 데 여념이 없습니다. 더 이상 특별하거나, 보편적이거나 하는 상품이 살아남기 힘들게 됐습니다. 이제는 특화될때 입니다. 보다 세분화된 고객을 정밀하게 공략하기 위해 선택된 소수의 확실한 만족을 유도해야 합니다. 기업들은 어떻게 더 고객을 세분화하고, 개인화된 소비자의 선택을 받을 것인가 고민합니다. 특화라는 점이 상품이나 서비스에 선택이 아닌 필수가 되어가고 있습니다. 리치(rich)함을 위한 니치(niche)함 입니다.

8. 오팔 세대 Iridescent OPAL

OPAL은 'Old People with Active Lives(활발한 인생을 사는 신노년층)'의 약자인 동시에, '58년생'의 '오팔'을 의미합니다. 베이비붐 세대의 대표적인 5060세대를 의미하는 오팔 세대는 자신들만의 콘텐츠를 구매하고, 활발한 여가 생활을 하고, 새로운 일자리에 도전합니다. 신기술과 유튜브 등 인터넷을 밀레니얼 세대 만큼이나 활발히 사용하며 다채롭게 자기만의 색을 드러냅니다. 이제 이들에게 실버나 그레이의 색이 어울리지 않게 되었습니다. 유튜브 등 인터넷을 자유롭게 사용하는 신중년들이 사회의 주축으로 등장하면서 정체된 시장에 활력을 넣어줄 것이라는 예측입니다.

9. 편리미엄 Convenience As A Premium

'편리 = 프리미엄' 입니다. 구매의 기준이 더 이상 가성비에만 머물지 않고 프리미엄으로 이동하고 있습니다. '시간이 돈이다'라는 옛말이 그대로 적용되고 있는 겁니다. 부족한 시간에 나 대신 줄 서기, 집안일, 심부름해줄 제품과 서비스를 최대한 활용합니다. 이는 현실적으로 많은 노동이 투입되기 어려운 맞벌이 부부, 1인 가구 등에서 확산하고 있습니다. 일자리는 부족하지만, 수시로 노동을 제공하고자 하는 '가교형 노동자'라는 공급을 프리미엄 수요와 연결하여 기회를 만들어낸 것입니다. 현대의 소비자들의 스마트함을 반영하는 것이라 볼 수 있습니다.

10. 업글인간 Elevate Yourself

업글인간은 자신을 업그레이드하고 어제보다 나은 나를 지향하는 젊은이를 뜻합니다. 성공보다는 성장을, 남들보다는 어제의 나보다는 더 나음을 추구하지요.
더 이상 남들과의 경쟁에서 이기기 위한 경쟁은 이 시대를 대변하지 못합니다. 남들보다 못한 내 모습보다 어제보다 못한 내 미래에 불안함을 느낍니다. 단순한 스펙도 중요하지만, 이는 단기간의 사회적 지위를 보장할 뿐, 영원히 의미 있는 미래를 보장하지 않습니다. 사라지지 않고 남아 삶의 질을 보장할 경험을 찾는 소비자는 성장으로써의 재미와 경험수집으로써의 의미를 동시에 추구합니다.