

# 개인 역량에서 브랜드 구조로

바이젠(Weizen) 수제맥주를 위한 전략 컨설팅 제안서



This document outlines the strategic pivot from a hustle-based operation to a system-based legacy.

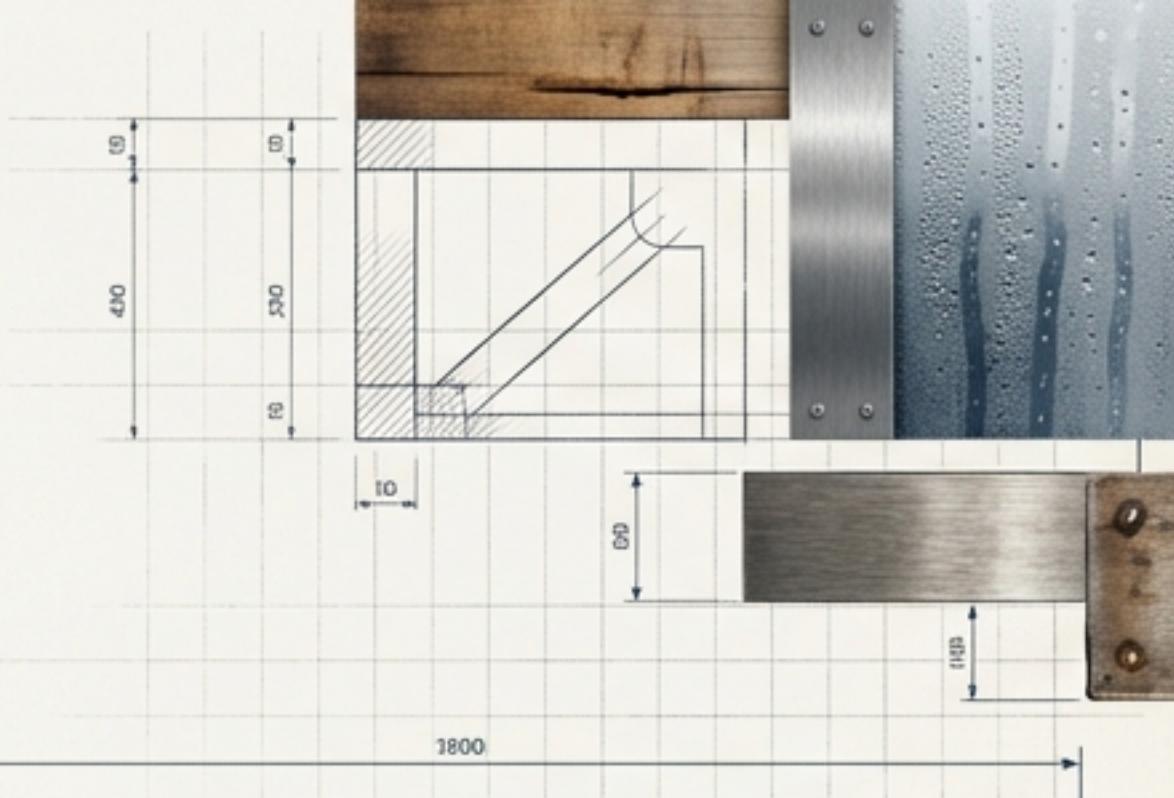


# 전략 요약: 본질적 변화의 방향

배경  
(Context)



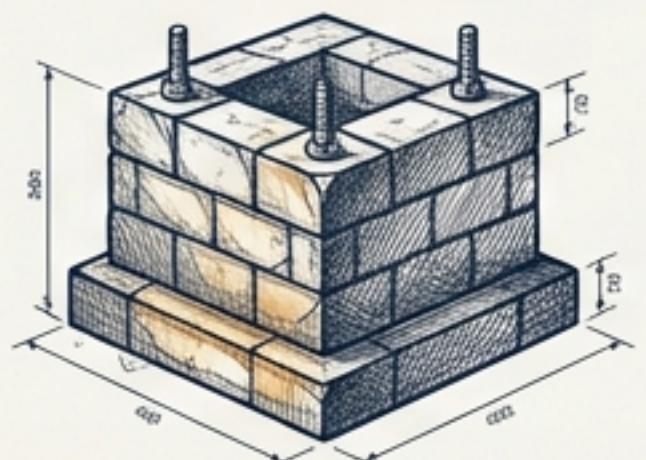
일시적 유행과 개인의 설명 능력에 의존



핵심 변화  
(Core Shift)



목표  
(Goal)



특정 인물에 의존하지 않고 시간이 지날수록  
가치가 축적되는 구조적 브랜드 완성



# 매출은 결과일 뿐, 출발점이 아닙니다



## The Misconception

단기적인 매출 증대가 아닌  
본질적 구조 변화



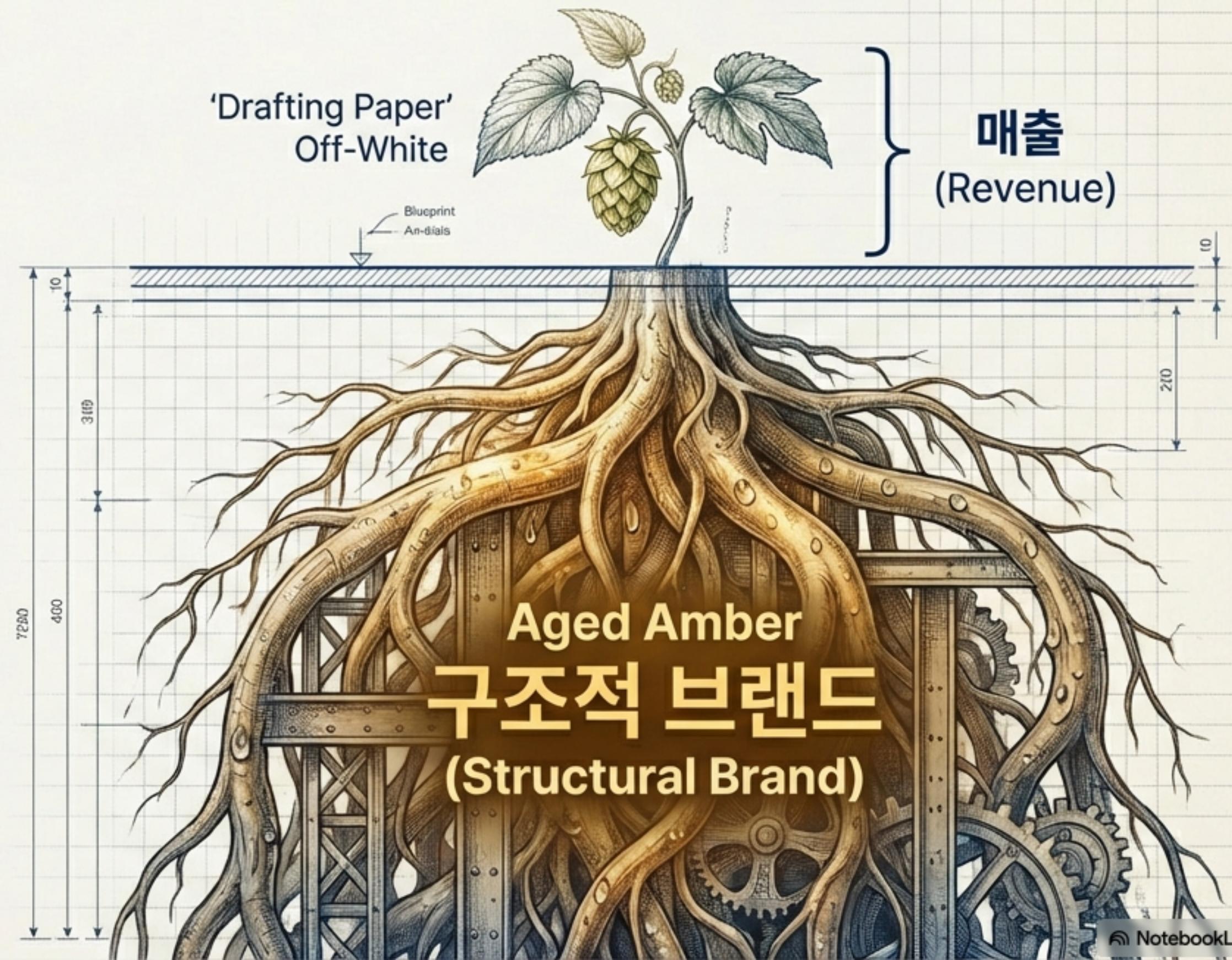
## The Reality

매출은 구조를 따릅니다.  
개인의 '노력(Hustle)'에 의존하면  
확장할 수 없습니다.

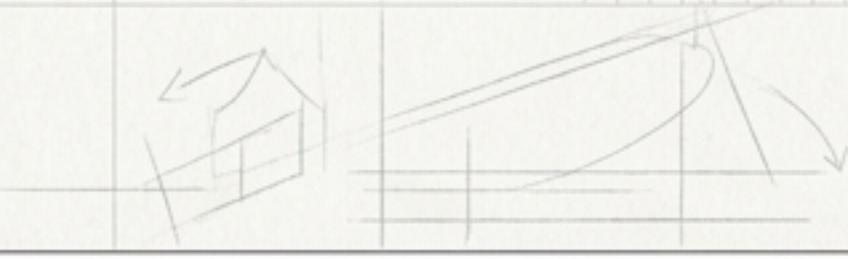


## The Objective

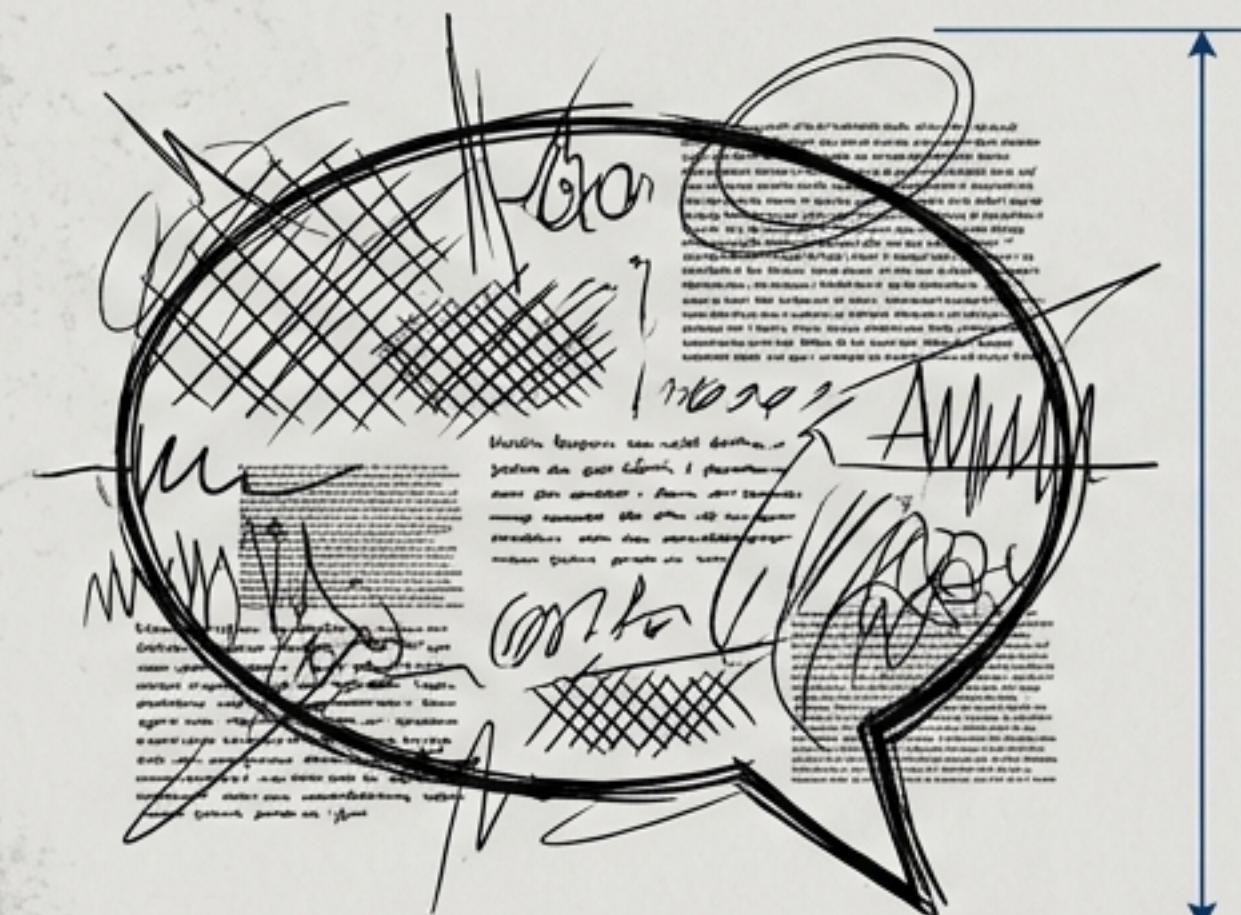
시간이 지날수록 신뢰와 가치가  
축적되는 구조적 브랜드



# 목표 I: 설명하지 않아도 이해되는 브랜드



## AS-IS: Explained Brand



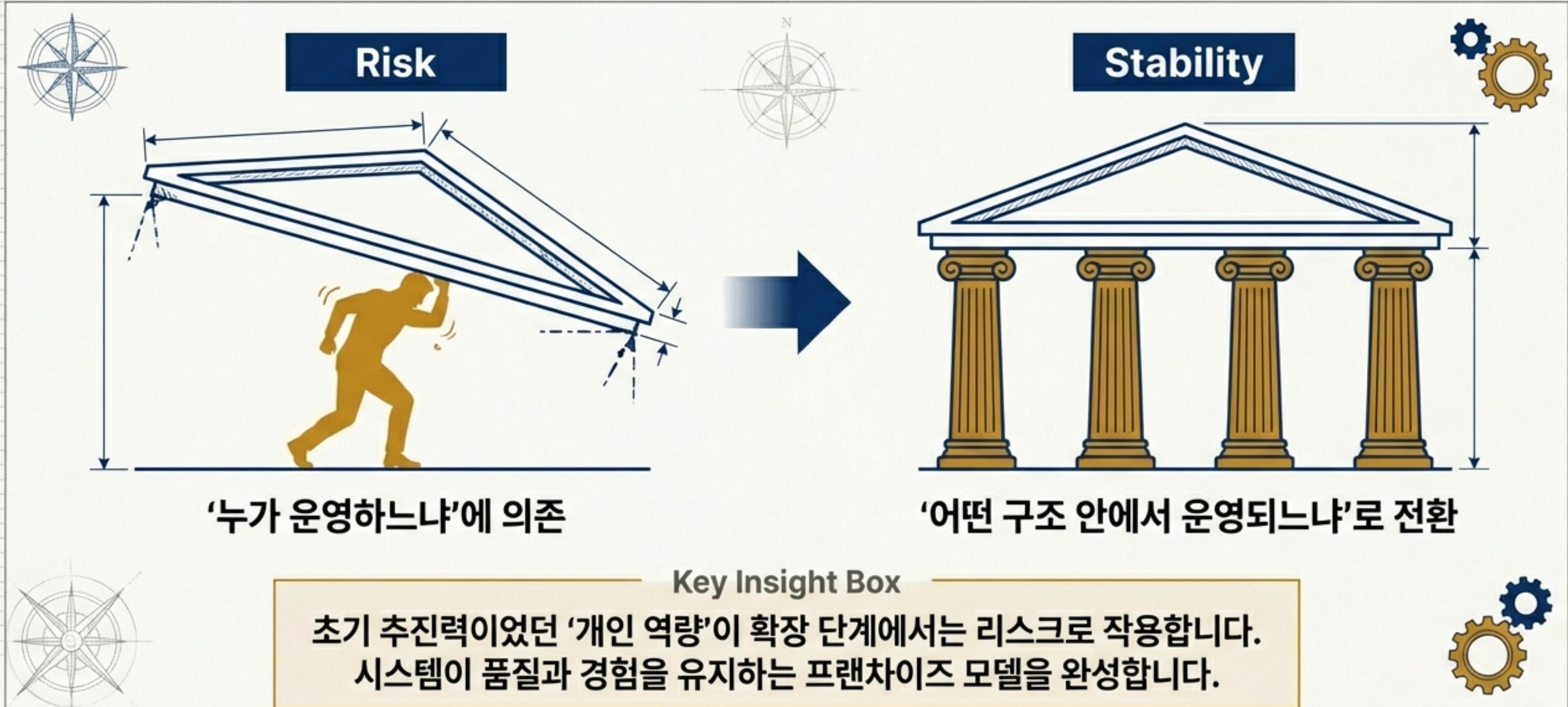
강점을 설명해야만  
이해받는 구조

## TO-BE: Intuitive Brand



- 효모가 살아있는 맥주
- 마셔도 부담이 덜한 맥주
- 장인 정신이 분명한 맥주

# 목표 II: 사람 의존도가 낮은 시스템 성장





# 4대 전략 컨설팅 범위

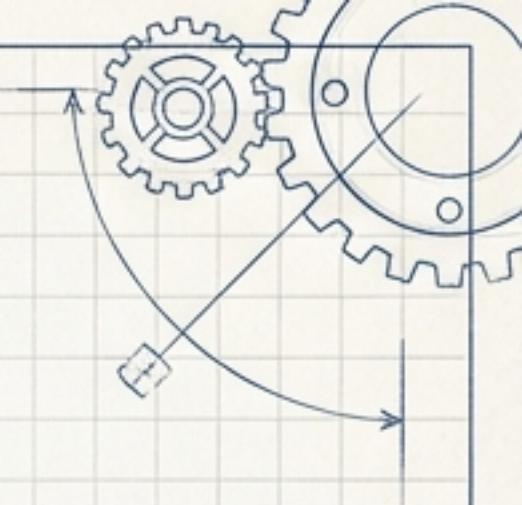
기존 자산을 기반으로 브랜드, 시장, 운영, 확장을 유기적으로 정렬





# 01. 브랜드 전략: 정체성의 자산화

기존 자산을 기반으로 브랜드, 시장, 운영, 확장을 유기적으로 정렬



## 정체성 재정의 (Redefining Identity)



단순 슬로건이 아닌,  
제품/매장/콘텐츠 전반에 적용되는  
'운영 기준'으로서의 정체성 확립.

## 리스크 관리 커뮤니케이션 (Risk Management)

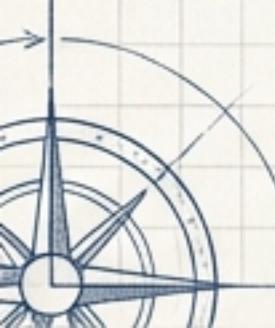


효모·장·통풍 등 민감한 키워드를  
법적·의학적 리스크 없이  
신뢰로 연결하는 안전한 화법 설계.

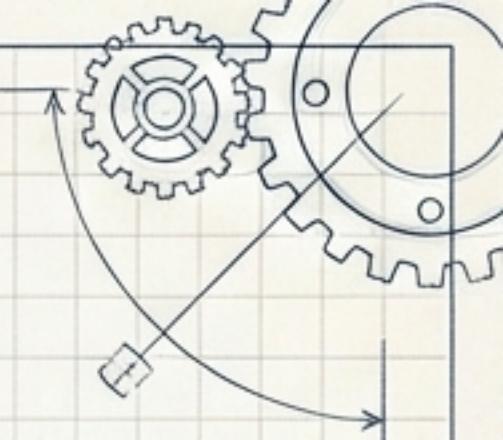
## 스토리의 자산화 (Assetizing Story)



독일 유학 및 학위 기반 장인 스토리를  
감성을 넘어 출판, 언론 등  
실체적 브랜드 자산으로 전환.



## 02. 포지셔닝: 시장 내 역할의 명확화

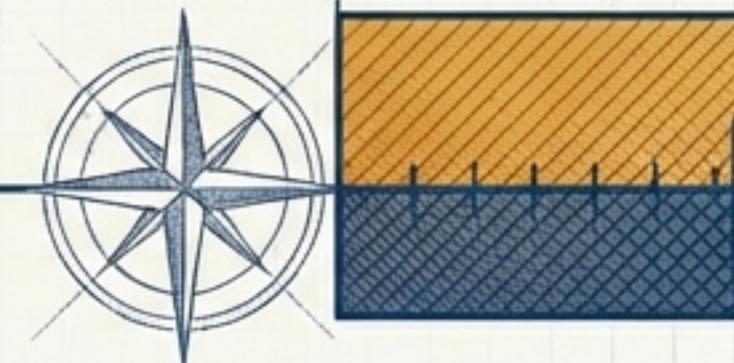


Mass Market  
(대중형)



WEIZEN  
TARGET ZONE

Mania/Geek Market  
(매니아형)

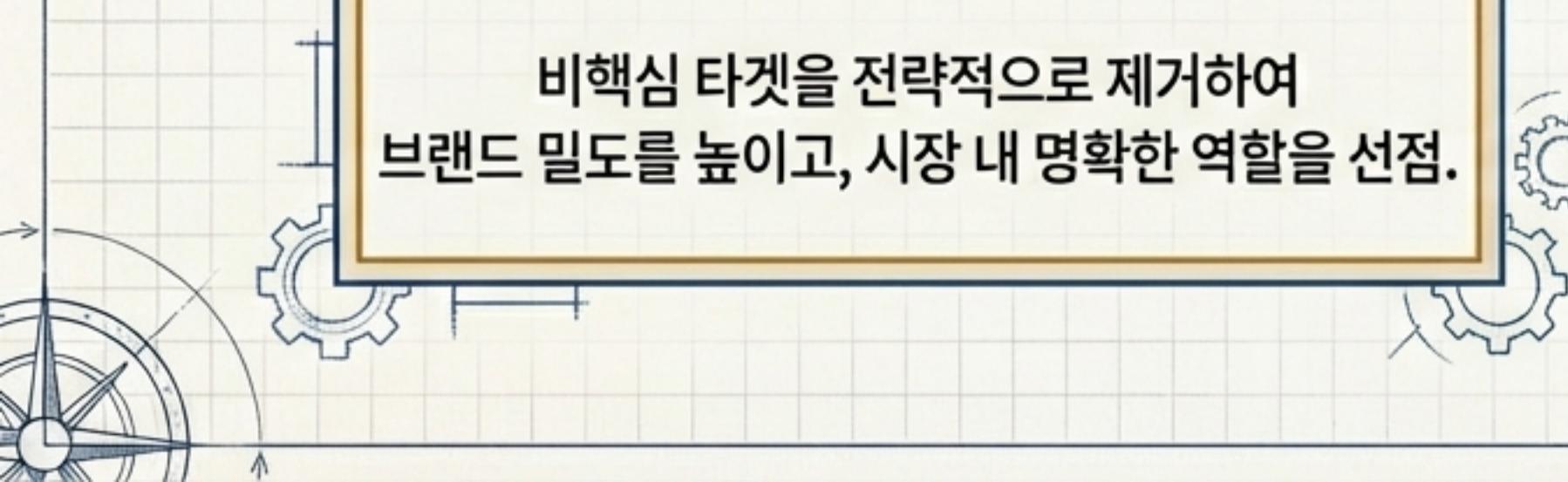


### 경계 설정 (Defining Boundaries)

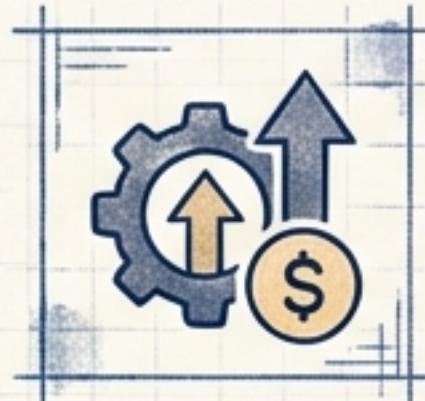
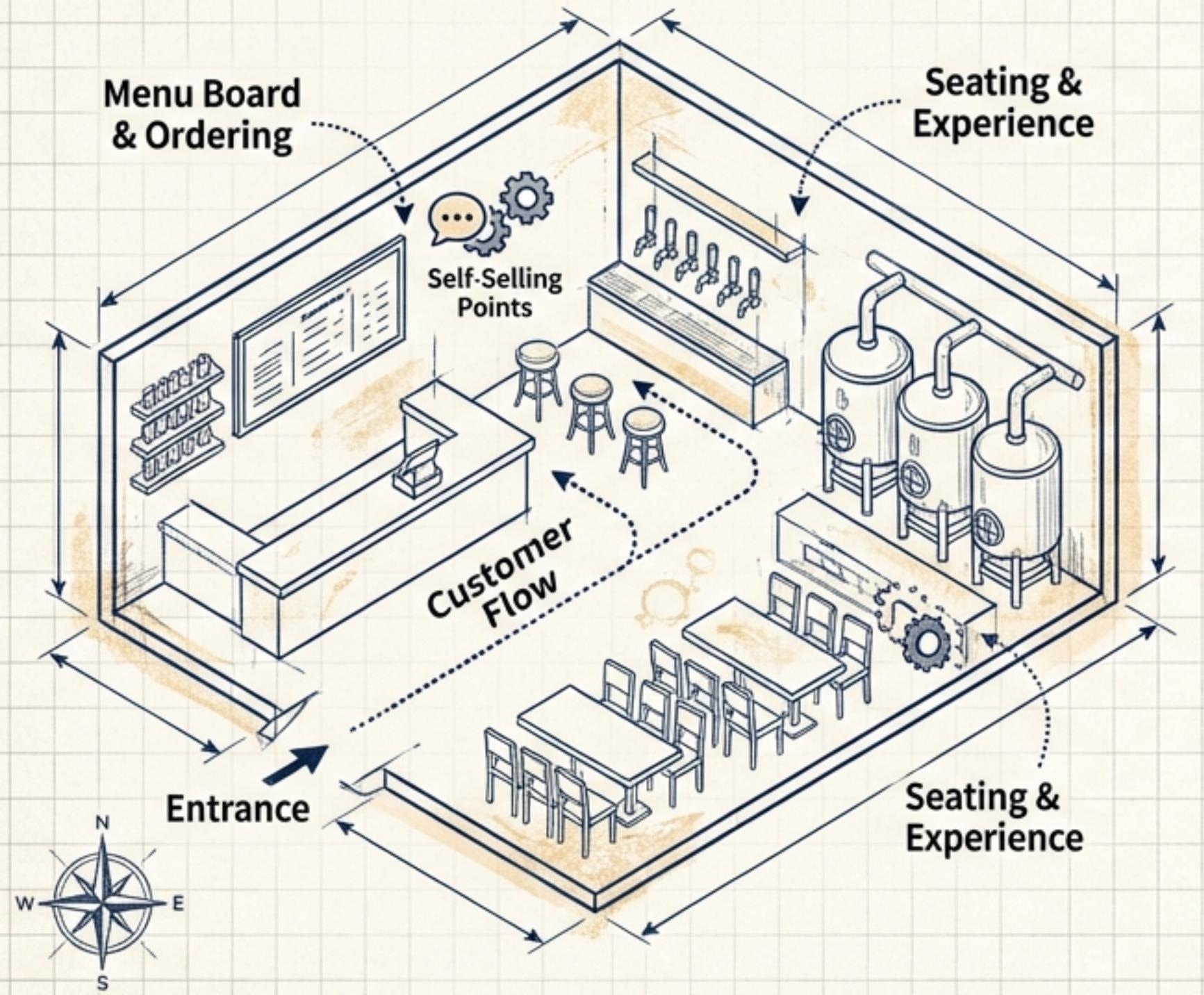
비핵심 타겟을 전략적으로 제거하여  
브랜드 밀도를 높이고, 시장 내 명확한 역할을 선점.

### 가치 인식 (Value Perception)

단순한 가격 경쟁이 아닌, ‘제공 가치’ 대비  
합리성을 느끼게 하는 가격 구조 설계.



# 03. 판매 및 프랜차이즈: 설명이 필요 없는 매장



## 자연 판매 구조 (Self-Selling)

직원 설명 없이도 가치가 전달되는  
메뉴, 동선, 디자인 구성.



## 가맹점주 친화적 프레임 (Franchise Friendly)

운영 복잡도를 낮추어 점주의  
숙련도와 무관하게 성공하는 모델



## 앵커 제품 (Anchor Products)

핵심 드라이버 제품 중심의  
매출 믹스 설계

# 04. AI 기반 확장 전략: 데이터와 시스템

Human Effort → System & Data



콘텐츠 자동화  
(Content Automation)



고객 반응 데이터 활용  
(Customer Reaction Data)

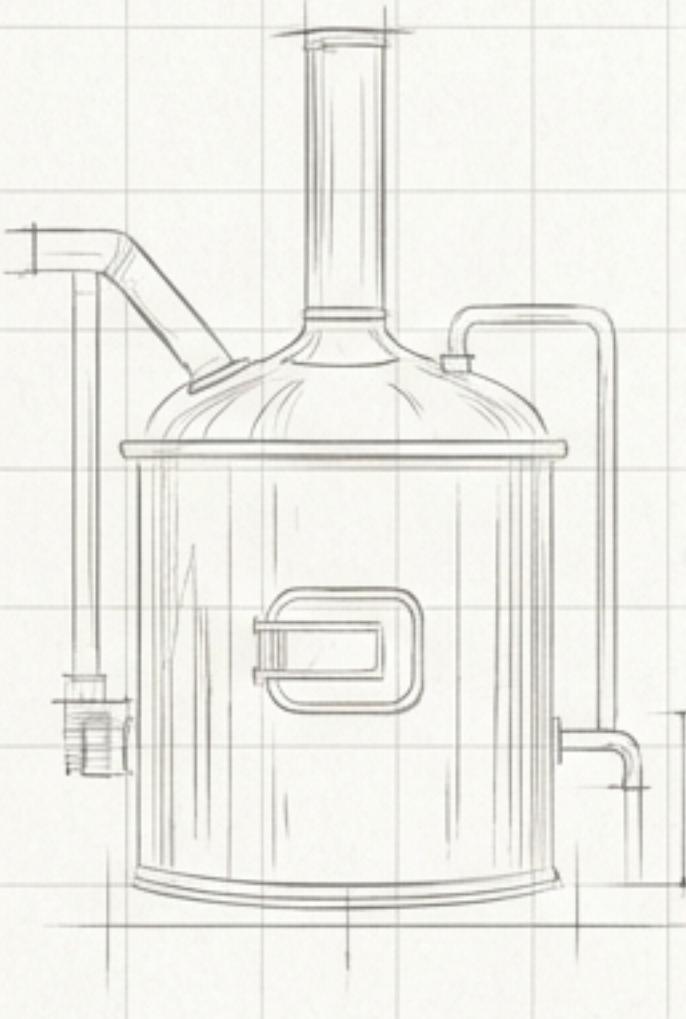


판촉 및 이벤트 최적화  
(Promotion Optimization)

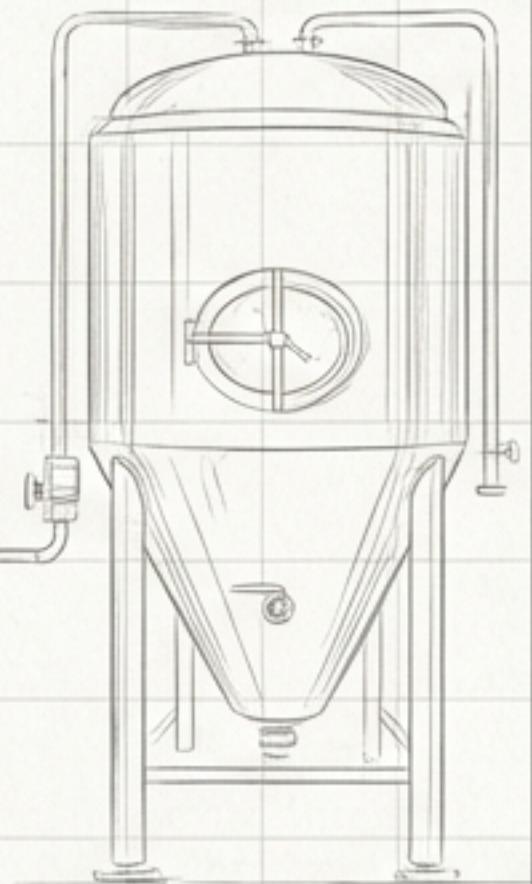
본 단계에서는 AI 도입을 위한 논리적 기반과 방향성을 수립합니다.

# 05. 3주체가 만족하는 가치의 선순환

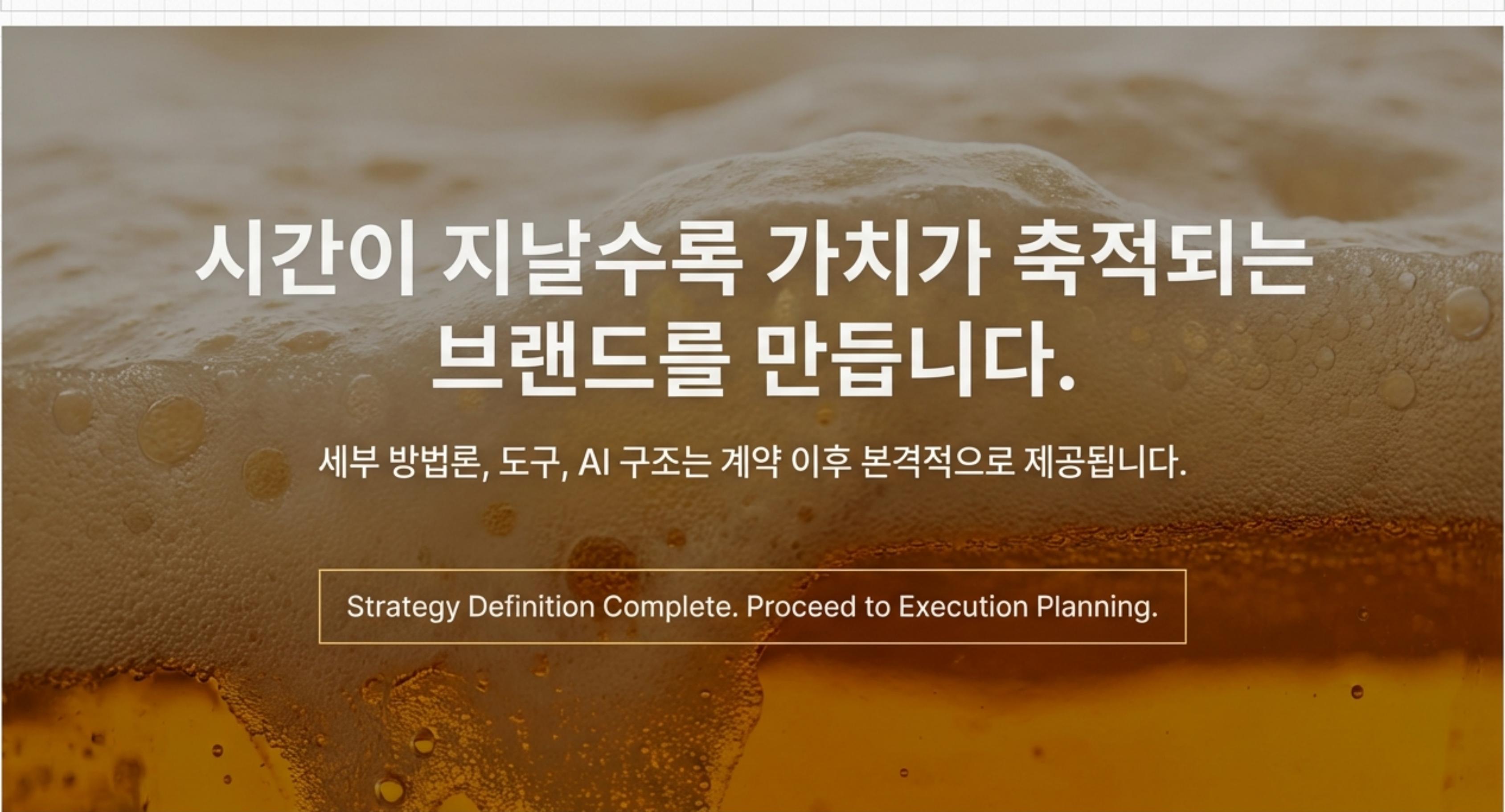
가맹점, 본사, 소비자의 상생 구조



**Brand HQ (본사)**  
사람이 바뀌어도  
흔들리지 않는 성장 구조



**Franchisee (가맹점주)**  
예측 가능한 사업 모델



# 시간이 지날수록 가치가 축적되는 브랜드를 만듭니다.

세부 방법론, 도구, AI 구조는 계약 이후 본격적으로 제공됩니다.

Strategy Definition Complete. Proceed to Execution Planning.