

Noto Serif KR using Sharp Black

바이젠 수제맥주 성장 전략: 제품을 넘어 브랜드로

지속 가능한 가치 축적을 위한 기준과 구조의 설계



이것은 ‘잘 파는 방법’을 제안하는 프로젝트가 아닙니다.

The Problem

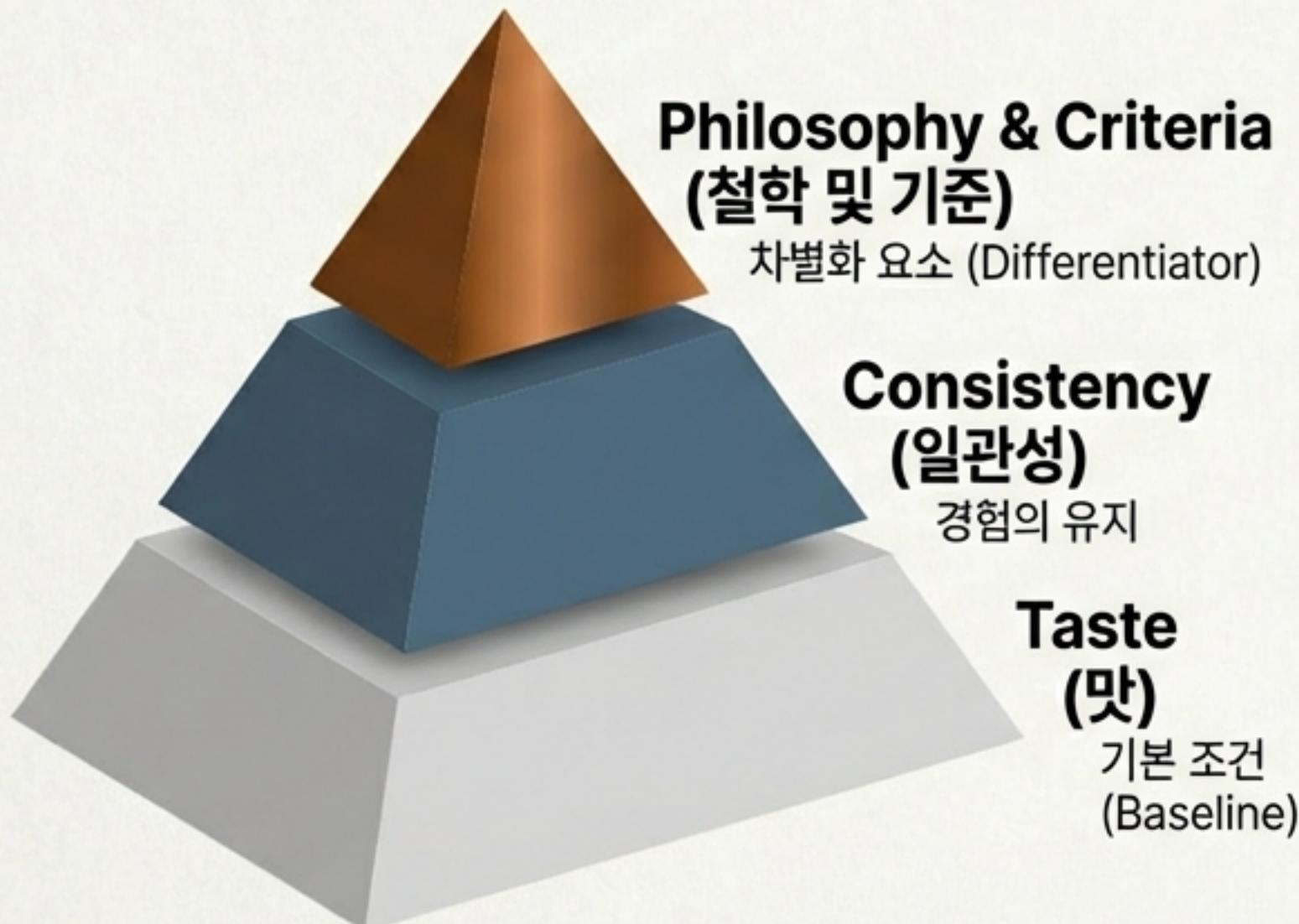
일시적인 매출 상승이나 단기적인 판촉 성과는
현재의 경쟁 환경에서 지속가능한 해법이
될 수 없습니다.

The Goal

본 컨설팅의 핵심은 **바이젠**을 단순한 ‘제품’이
아니라, 시간이 지날수록 **가치가 축적되는**
‘브랜드’로 성장시키는 구조를 설계하는 것입니다.

Sales (판매)  Accumulation (축적)

시장은 '맛있는 맥주' 그 이상을 요구합니다.



수제맥주 시장에서 '맛'은 이제 차별화 요소가 아닌 기본 조건입니다. 소비자는 맥주의 맛뿐만 아니라, 그 브랜드가 가진 철학, 기준, 그리고 경험의 일관성을 바탕으로 선택합니다.

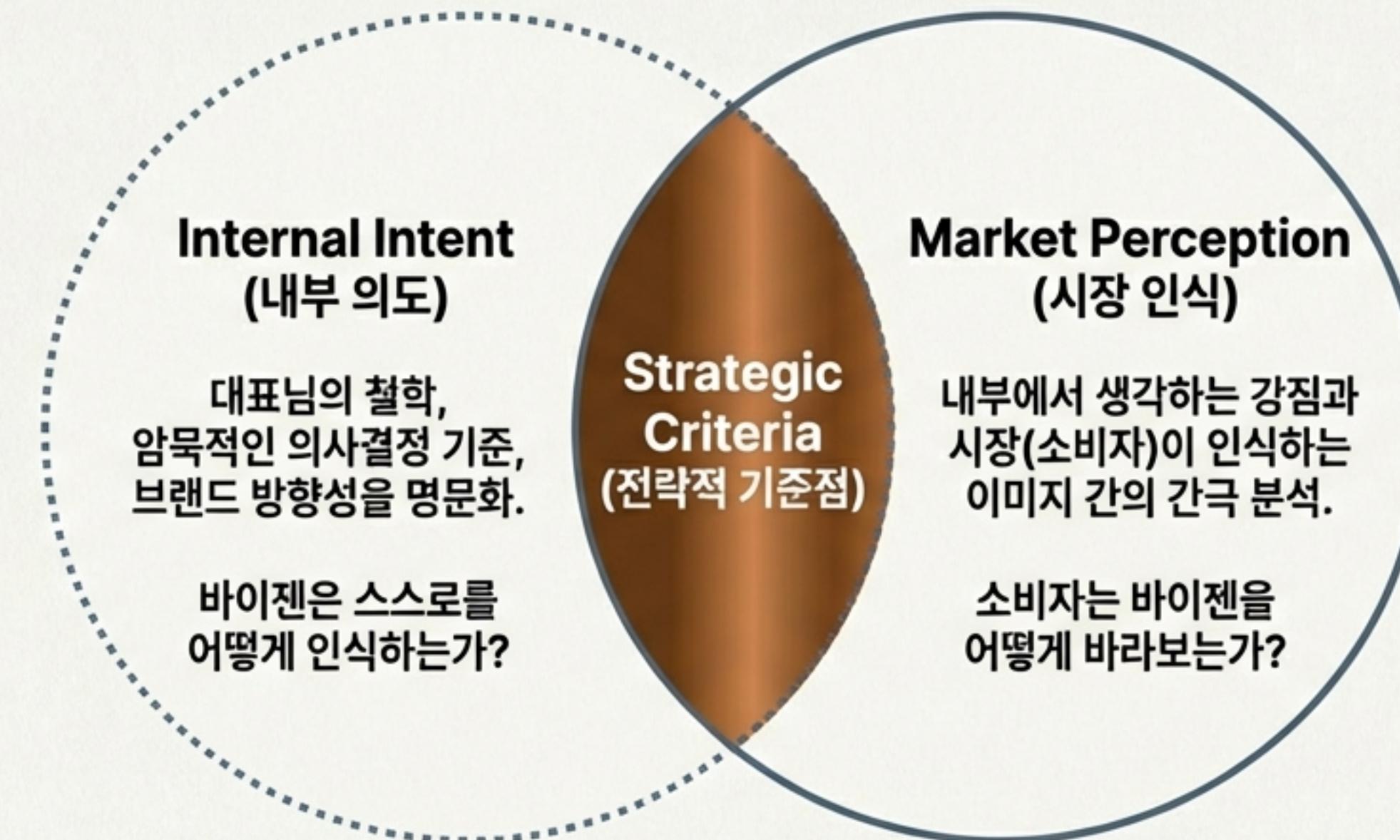
흩어져 있는 강점(기술, 장인정신)을 하나의 기준과 구조로 묶어주는 전략적 설계가 필요합니다.

3단계 성장 전략 프로세스

본 컨설팅은 명확한 3단계 흐름으로 진행되며, 각 단계는 다음 단계의 완성도를 결정합니다.



모든 전략의 출발점: 내부의 의도와 시장의 인식 동기화



이 단계가 흔들리면 이후의 모든 전략은 무의미합니다.

감각이구각이 아닌, 데이터와 기준에 의한 성장

Growth Roadmap



Turbocharged
Edition: DA

↓

Pretandard

단순한 시간 경과가 아닌,
브랜드와 조직이 도달해야 할 '상태'를
기준으로 3단계 로드맵 수립.

KPI Definition



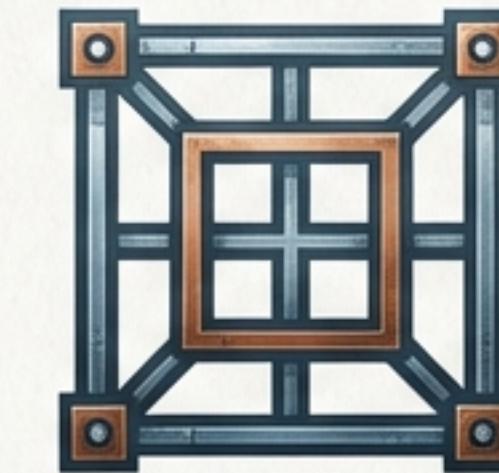
Turbocharged
Edition: DC

↓

Pretandard

성과를 객관적으로 판단할 수 있는
핵심 지표(KPI) 설정.

Outcome



Turbocharged
Edition: CE

↓

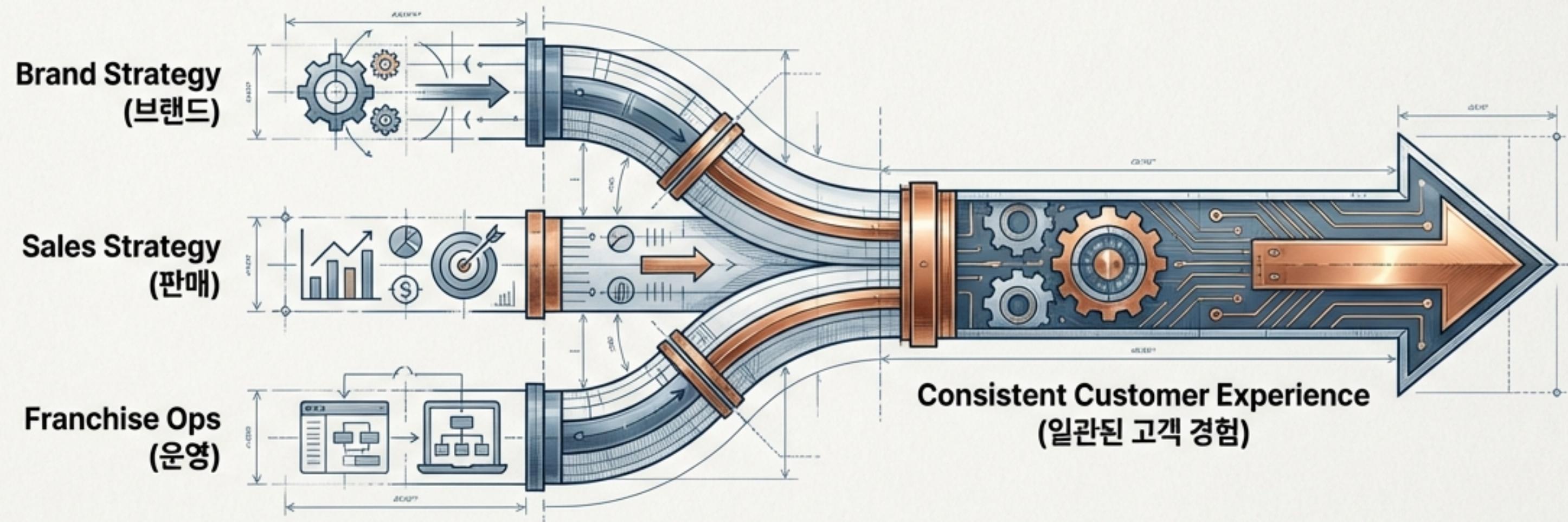
Pretandard

추상적인 방향 제시가 아닌,
실행과 점검이 가능한
구체적 구조 마련.

리스크를 최소화하는 확장 시나리오

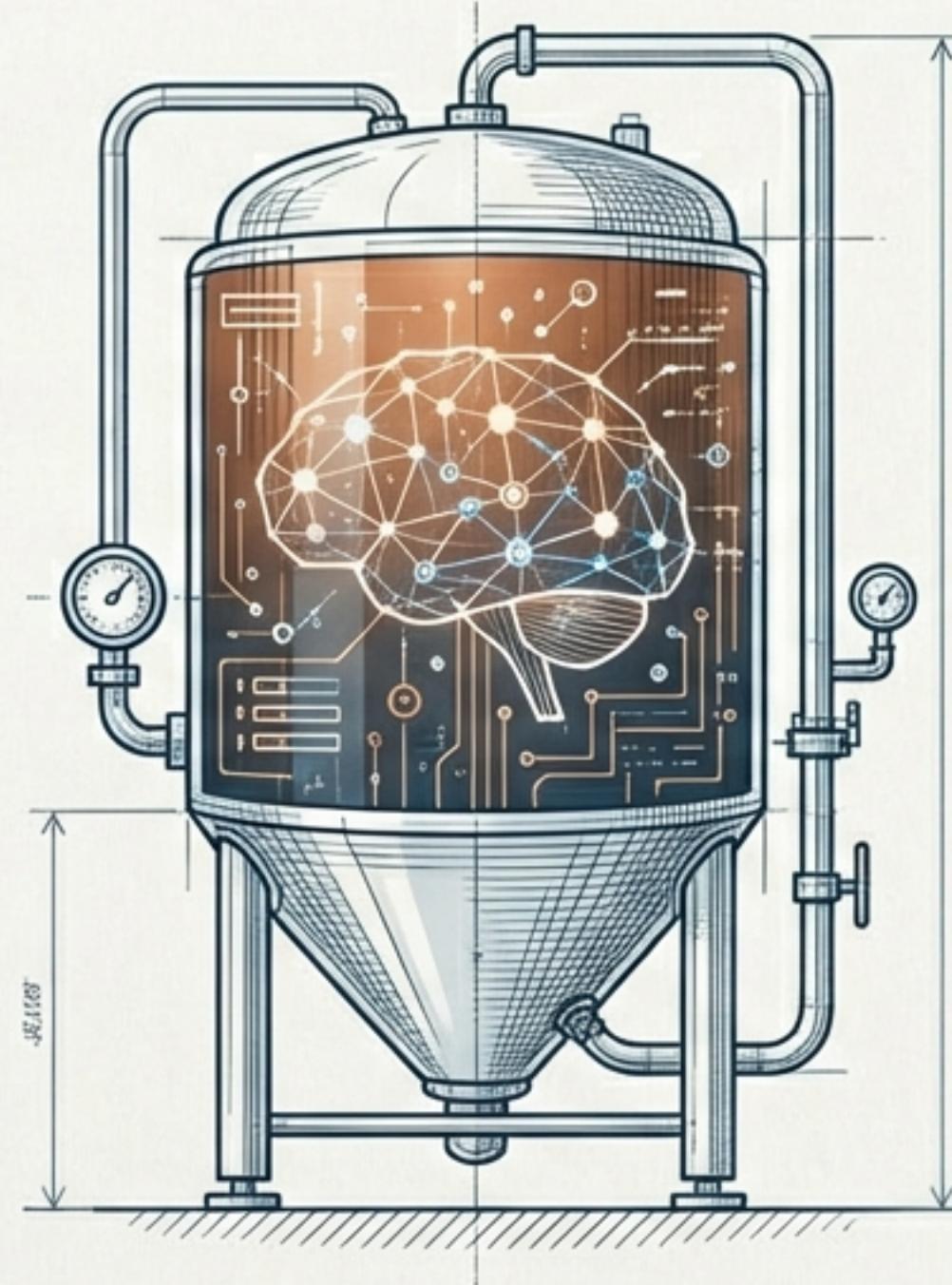


전략이 현장에서 작동하도록 만드는 통합 연결



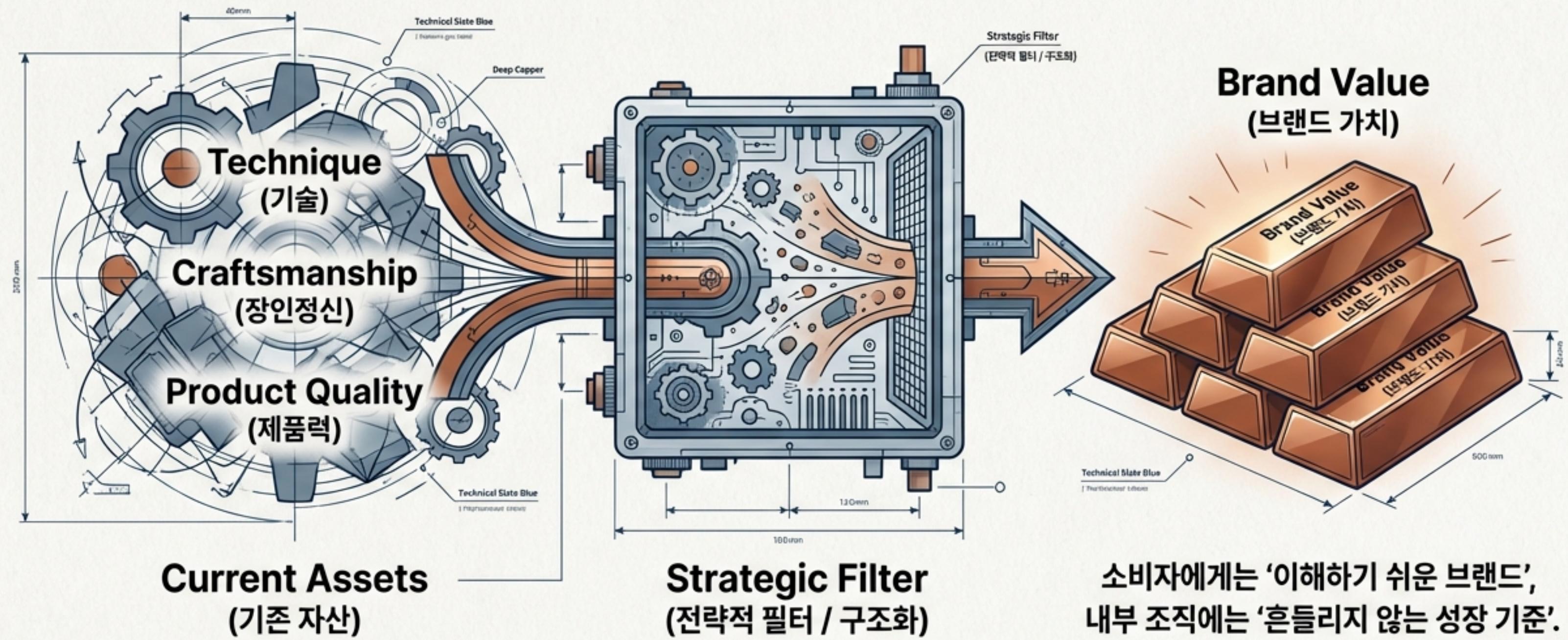
- 브랜드 전략, 판매 전략, 프랜차이즈 운영이 단절되지 않고 하나의 흐름으로 연결.
- 소비자가 접하는 모든 접점(콘텐츠, PR, 매장)에서 동일한 메시지와 경험 전달.
- 문서상의 전략을 실제 작동하는 현장의 시스템으로 전환.

운영 효율과 확장성을 위한 AI 도입

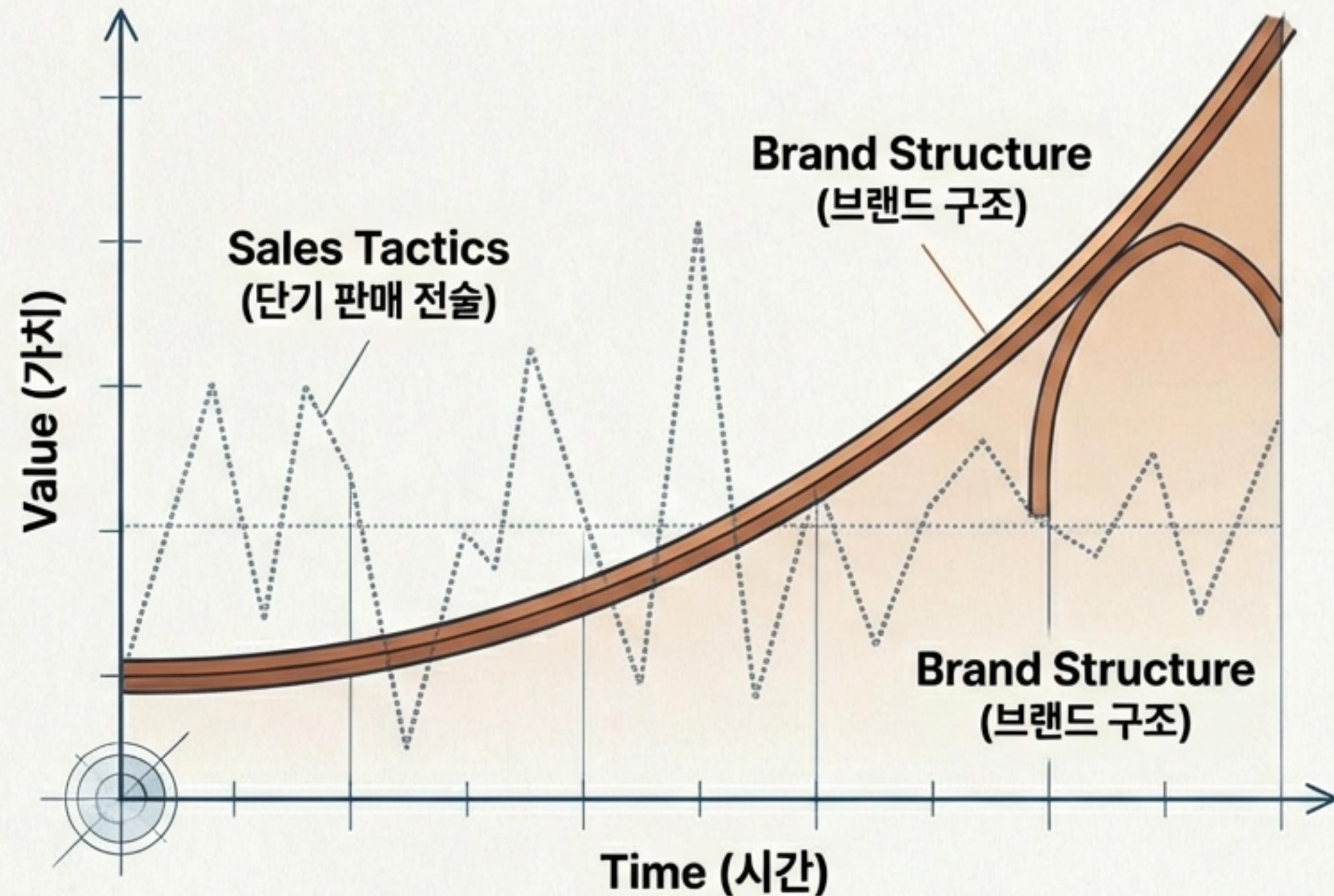


- **Application Areas:** 콘텐츠 관리, 고객 반응 분석, 판촉 운영 자동화 등.
- **Approach:** 바이전의 상황과 필요에 따라 단계적으로 적용하여 리소스 낭비 최소화.
- **Value:** 적은 인력으로도 고도화된 전략 실행과 관리가 가능한 환경 구축.

자산의 재정렬: 숨겨진 강점을 구조화하다

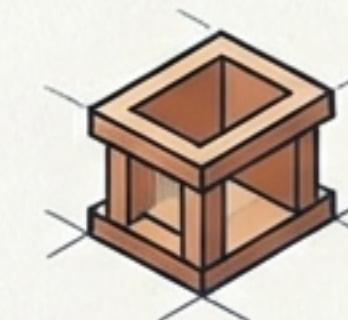


시간이 지날수록 신뢰와 가치가 누적되는 브랜드



우리는 무엇을 더 할 것인가(Doing More)를 넘어, 무엇을 기준으로 성장할 것인가(Growing Right)를 정의합니다.

단기 유행에 흔들리지 않고,
벽돌을 쌓듯이 가치가 축적되는
바이전을 만듭니다.



성장의 기준과 구조를 함께 설계합니다.

바이젠 수제맥주의 다음 단계를 위한 전략적 파트너

[Contact Details Placeholder]