

이고 음성검색 서비스가 일반화되는 모바일 시대인 만큼 브랜드를 지을 때 발음에도 유의해야 해. 소리를 기억하지 못하면 정보가 쉽게 기억되지 못하는데, 외국인이 우리 브랜드의 정확한 발음을 몰라 검색을 쉽게 못한다면 안타까운 일이잖아.

국내 광고에서는 브랜드의 발음을 브랜드 개념과 연결하여 기억시키려는 시도도 하지. “잇몸 튼튼, 이가 탄탄, 이가탄”이라고 외치듯이 말이야.

이렇듯 청각으로 전해지는 정보가 마케팅에서 꽤 중요하다는 점을 유의하고, 청각을 활용할 방법을 고심해보렴.