

야. 그 브랜드만의 상상의 세계에서 소비자와 재미있게 소통하는 것 아니겠어?

스토리가 범람하리만치 너무 많아졌지만, 그럴수록 사람들은 스토리를 더 찾아. 그런 마당에 스토리도 없는 브랜드가 눈에 들어올까? 나아가 웬만한 스토리로는 주의와 관심을 끌기가 어려워졌어. 그래서 임팩트 있는 스토리라인이 필요하고, 그럴수록 스토리의 속성을 잘 이해하는 게 더욱 중요하단다.

인디언 금언 중에 이런 말이 있더라.

“내게 사실을 말해다오, 배울 테니.

내게 진실을 말해다오, 믿을 테니.

내게 이야기를 들려다오, 내 가슴에 영원히 남을 테니.”