

도 사게' 되고.

유희성 제품인 경우엔? 레고라면 '또 다른 모형을 사게' 만들고, 바비돌이라면 인형에 입을 옷이라든지 장신구 등 '관련 제품을 사게' 만들지.

예컨대 쓰레기통을 판다고 치자. 뚜껑을 기울여서 쓰레기 버리기 편리하게 디자인해서 사게 만들 것(기능성)인지, 거실에 놓기에 예뻐서 사지 않아도 될 걸 사게 만들 것(과시성)인지, 쓰레기통과 세트로 나온 흥미로운 청소도구들도 사게 만들 것(유희성)인지 등을 점검해보면, 거꾸로 어떤 욕구를 충족시키는 브랜드로 포지셔닝할지도 알 수 있어.

궁극적으로는 기대치 않았던 탄성, '와우(Wow)'를 자아내는 게 디자인의 목적이야.