

---

브랜딩을 한다는 게, 구체적으로 무엇을 하는 거예요?

요즘 다들 브랜드가 중요하다고 하잖아. 왜 그런 것 같아? 브랜드 가치를 올려서 기업을 비싸게 팔려고? 팔기 위해 브랜드를 키우는 건 진정한 사업이 아니지. 아니면 브랜드 순위 때문에? 언론에서 자꾸 순위 비교하는데, 그런 것에 신경쓰는 건 그냥 시간낭비야.

브랜드가 중요한 것은 어떤 브랜드를 들었을 때 딱 떠오르는 이미지(image) 때문이야. 심리학 용어로는 퍼셉션(perception), 마케팅 용어로는 컨셉(concept)이라 하지.

KFC가 무엇의 약자야? 맞아, Kentucky Fried Chicken.

도대체 왜 ‘켄터키’일까? 창업자 커넬 샌더스Colonel Sanders의 고향인가? 그는 인디애나에서 태어났는데.

그럼 1호점이 시작된 곳? 그가 젊어서 사업하다 한번 망한 곳이 켄터키이긴 하지만, KFC 1호점은 유타주의 솔트레이크시티였어.

KFC 치킨 먹을 때 켄터키주를 떠올려본 적 있어? 없지. 그런데 ‘KFC’ 하면 커넬 샌더스를 비롯해 떠오르는 냄새와 기억이 있잖아. 이처럼 어떤 브랜드를 말했을 때 떠오르는 이미지의 총합을 어떻게 관리하느냐가 브랜딩의 핵심이야.

자네는 지금 브랜드를 몇 개나 관리하고 있어? 창업한 회사 브랜드 하나?

그렇지 않아. 누구나 수십 개의 브랜드를 관리하고 있어. 우선, 자네 이름 석 자가 브랜드지. 자네가 지금 정도의 성공만으로도 편하게 살 텐데, 왜 마케팅 공부하러 다니고 사업을 키워