

그런 취지로 두낫띵클럽(Do Nothing Club)을 만들고, 그냥 하고 싶은 일들을 마구 했어. 인스타그램에 사진과 글을 올리고, 굿즈도 만들어 팔고, 모베러웍스와 콜라보해서 파티도 열고 했더니 사람들이 엄청나게 호응하더라. 이게 요즘 코드라니까. 별 의미가 없더라도 새로운 도전이 주는 뜻밖의 재미!

프린츠커피에 가봤지? 늘 고객이 가득하잖아. 커피도 진지하게 만들고 빵도 물론 맛있어. 그런데 커피 회사 로고에 웬 물개? 프린츠(Fritz)란 말의 의미도 모르겠고, 한글 맞춤법에 맞지도 애매해. ‘매일을 소풍처럼 살자(Live everyday like a picnic)’가 슬로건인데, 막상 가보면 오래된 한옥이 카페?

이런 모순적인 것들이 뜻밖의 재미를 주니 프린츠커피의 인기가 좋은 거지. 뭔가 재밌는 일을 벌이는구나 싶어 호기심을 자아내잖아. 메뉴의 커피 이름도 ‘잘 되어 가시나’, ‘서울 시네마’, ‘올드독’ 등 기존 커피 브랜드와 차원이 달라.

그래서 어떻게 됐어? 요새 가장 핫하다는 방탄소년단 소속사 건물에도 입점했지. 방탄소년단도 프린츠커피를 마시는 거 아닐까? 같은 물에서 놀잖아.

자네 브랜드에는 쓸데없어 보이는 잉여짓에서 나오는 ‘뜻밖의 재미’로 고객에게 행복을 더해줄 게 없는지 생각해보시게. 그게 이 시대의 성공 코드야.