

“네, 교수님. 인기 있다는 강의도 많이 듣고, 좋다는 책도 많이 읽긴 했는데, 그때마다 마치 제 몸에 예쁜 깃털을 붙여 화려한 새가 되는 것 같은 느낌이었어요. 그런데 뭔가 허전했죠. 교수님과의 대화를 통해 뼈대를 제대로 잡았다고 생각합니다.”

이 똑똑한 제자의 말에 웬일인지 내가 감동받고 눈물이 글썽여졌다.

그 12주의 이야기, 즉 마케팅, 브랜딩, 창업 후 살아남기 등에 대해 우리가 대화한 대로 공개하니, 여러분에게도 조금이나마 도움이 되길 기대해본다.

이 책을 시작하게 된 것은 제자 덕분이니 마땅히 공저로 책을 내야 했다. 그런데 제자가 성공가도에 오르려면 한참 멀었으니 아직은 자신이 나설 때가 아니라고 한사코 사양하는 바람에 내 이름만으로 책을 낸다. 다시 한 번 제자에게 심심한 고마움을 전한다.

실제 대화를 담은 것이어서 이야기 듣듯 편한 구어체이지만, 제자가 실무 중에 맞닥뜨린 고민에 대한 대답이어서 내용은 전문적이며 구체적이다. 꼭지마다 멈추어 생각하며 여러분의 브랜드에 어떻게 적용할지 고심해보면 해결의 단초가 조금이나마 보이리라 기대한다.

형식에 얽매이지 않고 실용적이고 현실적인 콘텐츠를 담으려다 보니 미리 몇 가지 양해를 구하고 싶은 점이 있다. 제자와 친근하게 대화하는 모습을 그대로 담느라 반말 투의 책이 되었다. 책에 거론되는 분들의 실명(實名)에도 개인적인 존경의 마음은 잠시 묻어두고 존칭을 상당 부분 생략했다. 교만하게 보지 마시고 편하게 읽어주시길 바란다. 아울러 세상의 흐름을 가장 빠르게 반영하는 마케팅 분야의 책이니만큼 외국어와 외래어, 신조어를 자유롭게 섞었다. 이 분야의 현실적인 느낌을 살리기 위해 구태여 한글로 풀지 않았음을 이해해주시기 바란다.

본문에 〈도덕경〉을 인용한 부분이 가끔 나온다. 〈도덕경〉은 엄청난 지혜를 주는 인생의 필독서이지만 어려워서 다가가기 쉽지 않다. 그런데 우리나라 최고의 광고인인 이용찬 훈장님이 자신의 크리에이티브 업무에 평생의 지침으로 삼은 게 〈도덕경〉이라며, 그 인사이트를 《노자 마케팅》이란 책으로 썼다. 이 책에서 인용한 〈도덕경〉의 문구들은 《노자 마케팅》의 해석과 프레임을 참고로 한 것이니, 함께 읽어보길 강추한다.