

롤모델에 관심이 많다는 걸 느꼈어. 여성으로서뿐 아니라 ‘한 인간으로서 잘 사는 법’을 보고 배우려는 거지.

한마디로, ‘당당한 삶을 사는 여성’을 추구한다는 걸 새삼 느끼게 돼. 자네나 나나 남성이니 이런 정보들을 보면서 트렌드를 이끌어가는 여성들의 생각 변화와 라이프스타일 그리고 새로운 가치관을 조금이나마 알 수 있겠지. 기자들이 요즘 가장 앞서가는 것들을 취재해서 만드는 것이 잡지이니, 자네 관심사에 맞는 다른 잡지들도 구독해봐. SNS나 유튜브 정보도 도움 되지만, 잡지 기사들이 더 정선되지 않았나 싶어.

잡지나 SNS를 통해 트렌드를 읽었으면 트렌드를 몸소 체험해봐야겠지. 말하기 조심스럽지만, 돈을 좀 써봐. 마켓오, 비비고, 계절밥상, 호면당, 제일제면소 등 수많은 신제품과 색다른 식당들의 성공을 이끈 노희영 대표에게 어떻게 새로운 생각을 계속 해내냐고 물었더니, 유행하는 제품을 직접 체험해보래.

“돈 아껴서 뭐 하려고 그래요? 마케팅하는 사람들은 비싼 거면 ‘왜 비싸지?’ 하면서 사서 써봐야 해요.” 맞는 말 같아. 비싸든 싸든 내 돈 내고 사서 자꾸 경험해봐야 감각이 늘어.

성수동에 오르에르, 자그마치, LCDC 등 이름난 핫플레이스를 여러 개 기획한 김재원 대표는 <롱블랙>과의 인터뷰에서 “제 감도의 비결은 어릴 때부터 물건을 많이 사봤다는 겁니다. 한마디로 수업료를 많이 지불한 거죠. 우선 경험을 많이 해봐야 내 취향을 알 수 있습니다”라고 하던데, 마케터들도 감도를 높이기 위한 투자가 필요해. 제니 홀저Jenny Holzer라는 유명 작가의 미술작품 중에는 “Money Creates Taste”, 이 세 단어만 덩그러니 쓰여 있는 게 있어. 돈이 취향을 창출한다는 말이지.

물론 내 말은 돈을 함부로 쓰라는 게 아니라, 허락하는 범위에서 새로운 체험을 많이 하라는 거야. 돈을 써본 마케터와 그렇지 않은 마케터는 체감이 다르거든. 눈으로만 하는 소비가 아니라 내 돈으로 해보는 소비가 필요하다네.

예술을 많이 접하라는 말은 이미 여러 번 했어. 한국에 좋은 전시회, 훌륭한 공연이 얼마나 많니. 기왕이면 그 분야에 밝은 친구와 함께 가든지, 도슨트가 해설하는 시간에 예약해서 설명