

반짝 컬트브랜드가 됐다가 사라지는 경우도 많던데요.

그렇지. 컬트브랜드의 존폐 여부를 결정하는 핵심은 지지고객(supportive customers)이야. 제품만 잘 만든다고 컬트브랜드가 되는 게 아니고, 고객 간에 ‘체험을 공유한다는 느낌(sense of shared experience)’과 ‘소속감(sense of belongingness)’을 느끼게 해줘야 수명이 오래 가.

나는 운동을 아주 좋아하진 않지만, 얼마 전부터는 나이키 런 클럽(NRC) 덕분에 달리기를 시작했어. NRC와 운동하면 ‘함께’란 느낌이 들거든.

예를 들어 앱 하단의 GNB(Global Navigation Bar)에는 러닝을 기록하는 탭부터 다양하게 구성된 챌린지 탭들이 러닝을 지속하게 해줘. 트레드밀에서 러닝할 프로그램 종류도 많고, ‘목표거리 달리기의 시작’, ‘힘들었던 날에는 편한 러닝(Tough day, Easy run)’ 등 컨디션에 따라 달리기 모드를 선택할 수 있지. 러닝 가이드는 마치 옆에서 코치가 전문적으로 도와주고 격려해주는 것 같아. 주별, 월별, 연간 기록이 쌓여가는 재미도 쏠쏠해. 달성 기록에 따라 배지badge를 수여받고, 러닝 레벨에 따라 색깔별 등급도 주어지거든. 한마디로 운동을 지속하게 해주는 앱이야. 물론 어떤 러닝화를 신느냐에 따라 기록이 어떻게 달라지는지 체험할 수 있고.

나이키에서 제공하는 다양한 스티커로 나의 기록 이미지를 만들 수도 있는데, 이 이미지를 SNS에 공유할 때면 새삼 나이키의 일원이라는 소속감이 생긴다니까. 가끔은 오프라인에서 다른 러너들을 만날 때가 있는데, 서로 모르는 사이인데도 행사에서 만나면 금세 유대감이 생겨. ‘와서 우리와 함께 뛰자(Come run with us)’라면서 ‘소속감’을 만들어주는 장치야.