

어떻게 하면 디자인의 효과를 십분 살릴 수 있을까요?

보드카 가끔 마시나? 그 술이 독하기만 하지 별 특징은 없어. 술에 관한 미국연방규범(27 CFR 5.22)에 의하면 보드카는 뚜렷한 향이나 맛, 색이 없는 알코올(alcohol without distinctive aroma, taste or color)이어야 하거든.

보드카의 원조가 러시아잖아. 모스크바의 슈퍼마켓에 가봤더니 큰 병이 120~220루블이더라. 환율에 따라 다르지만 1,800~3,200원, 좌우간 싸구려 술이야. 도수는 40도 이상이니 한잔하면 온몸에서 열이 훅 나지. 한마디로 보드카 벨트 Vodka Belt라고 북위 43도 위의 추운 지방에서나 팔리는 그저 그런 술이야.

이런 술을 앵솔루트 Absolut가 어떻게 세계적인 히트 상품으로 만들었을까? 그들이 교과서적으로 잘했으니, 그 과정을 찬찬히 살펴보자.

보드카는 맛이나 향에 특색이 없으니, 무엇과 섞어도 칵테일로 마시기 좋다는 점에 착안했어.

1단계는 타깃팅이야. 타깃을 누구로 잡느냐와 아울러 T.P.O. 즉 언제(time) 어디(place) 어떤 상황(occasion)에서 소비하느냐를 봐야겠지. 이 맥락을 잡아주는 게 중요해.

위스키나 브랜디는 어떤 T.P.O.에서 마실까? 보통은 여성들보다 40대 이상의 남성이, 저녁 식사 후에, 술집이나 바에서, 이런저런 대화를 나누며 스트레이트나 온더락으로 마시겠지.

보드카로는 어떤 그림을 그릴 수 있겠니? 여성을 포함한 20대가 칵테일로, 간혹 점심에도, 또는 클럽에서 파티를 즐기며 마시는 그림은 어때? 가격은 위스키의 3분의 1 정도.