

고상한 품위와 유서 깊은 문화(grace and culture)를 판매합니다.

이제 자네 브랜드를 대입시켜 답을 찾아보게. 사람들에게 물건이나 서비스를 판다고 생각하지 말고, 상상의 날개를 한껏 펼쳐서 그들에게 ‘꿈과 느낌과 자부심과 일상생활의 편리함 등을 제공하겠다’고 생각해보렴.

단순히 멋진 표현을 찾으라는 게 아냐. 사업에 대해 자기 나름의 정의가 있어야 한다는 뜻이지. 방탄소년단이 빌보드 뮤직 어워드를 처음 받고 나서 기자회견을 했는데, 가사를 쓸 때 무엇을 가장 염두에 두냐고 누가 물었어. 그러자 멤버 RM이 “저희가 가사 내용을 진심으로 느끼고 있느냐는 점입니다. 그리고 청중이 공감할 수 있어야 합니다”라고 대답하더라.

업의 본질을 정의할 때도 마찬가지야. 그야말로 나의 확신과 영혼이 업의 본질에 흠뻑 젖어 있어야 하고, 그것이 소비자의 마음에 전해질 때 성공을 기대할 수 있겠지.