

---

슬로건이 멋있다 한들 소비자들이 눈여겨보거나 하나요?

아주 중요한 지적이야. 슬로건이 구호에 그쳐서는 안 돼. 고객들이 그 컨셉을 오감으로 체험할 수 있어야 해. 그런 면에서 이 여섯 글자를 잘 기억해두게.

의·식·주·휴·미·락(衣食住休美樂).

입고, 먹고, 머물고, 쉬고, 꾸미고, 즐기는 각 영역에서 어떻게 체험하게 할지 고심해야 해.

백화점이라면, 20대를 위해 어떤 입을거리 브랜드를 준비해야 고객이 ‘이거 정말 잘 샀어. 신나, 내 삶은 러블리해’라고 느끼게 될까? 30대를 위해서는? 40대는? 50대는? 또 무슨 먹을거리를 갖다놓으면, 무슨 꾸밀거리를 갖다놓으면 ‘러블리하다’는 반응을 얻을까?

연령뿐 아니라 소득별로도 생각해보고, 성별이나 지역별로도 생각해보고, 그렇게 노력하다 보면 우리 고객에게 어떤 제품이나 브랜드나 서비스가 필요한지 정리돼 만족을 배가시킬 수 있겠지.