

## 도대체 브랜딩이 왜 필요한 거예요?

사람들이 마케팅 좀 도와달라고 나를 찾아오곤 해. 그때마다 나는 내세울 포인트가 무엇인지부터 물어보는데, 가장 답답한 대답이 뭘지 아니?

‘우리 화장품은 정말 좋아요’, ‘우리 음식 다들 맛있다고 해요’ 같은 거야. 품질이 좋다고 이미지가 저절로 좋아지면 품질 좋은 건 모두 잘 팔리게? 품질이 좋은데 폭망한 것도 많잖아.

물론 품질이 좋아야지. 평생 합죽선을 만들어오신 명인이 하시는 말씀이 “하나를 만들어도 욕심나게” 만들라 하시더군. 그런 마음자세는 필요하다고 봐.

그렇게 해서 좋은 제품을 만들었다고 하자. 그럼 이미지는 시간이 갈수록 점점 좋아지겠지?

그럴 수도 있고, 아닐 수도 있어.

좋은 제품은 ‘필요’조건이지만, 그것만으로는 ‘충분’하지 않아. 좋은 제품을 만들었으면 그에 걸맞은 이미지를 만들어야지. 그 인식(perception)을 심는 작업이 바로 브랜딩의 역할이야.

미국의 유명 작가인 스콧 피츠제럴드가 ‘웨스트에그의 트리말키오(Trimalchio in West Egg)’라는 제목의 소설을 써서 출판사에 보냈어. 웨스트에그는 뉴욕주의 부자들이 사는 동네고 트리말키오는 로마시대의 벼락부자 이름이야. 그런데 자네라면 이런 제목의 책을 읽고 싶겠어? 판매가 바닥이었지.

그래서 저자의 고집을 무릅쓰고 출판사가 제목을 바꿔. 그게 바로 《위대한 개츠비(The Great Gatsby)》야. 자네도 알다시피 이 책은 엄청난 베스트셀러가 되고 영화로도 여러 차례 만들어졌어. 내용은 그대로이고 제목만 바꿨는데 독자들이 반응한 거야.