

고객에게 더 깊이 **관여**하는  
브랜드 아이덴티티 상상하기

Sep 11 2018

slowalk.

# 목차

열기 | 20분

강사 소개

여러분 소개

이해하기 | 40분

브랜드도 사람이다

NPO와 브랜드

우리다운 시장 찾기

페르소나 깊이 있게 상상하기

(부록) 인터뷰

브랜드와 고객과의 관계 키워드와 이미지매핑

해보기 | 20분

우리다운 시장 찾기 작성하기

닫기 | 10분

소감 나누기

## 김한솔. 이강원.

### Be팀 소개

브랜드는 사랑받고 선택되어야하는 수동적 운명을 가지고 태어났습니다. 경쟁사보다 더 좋아야 하고, 더 저렴해야 하고, 더 편리해야 하고, 더 예뻐야하는 운명의 무게 아래서 브랜드는 자신만의 **존재**가치를 잃어버리고 사용성의 도구로 변해 갑니다.

우리는 브랜드가 수단으로서 선택되는 Thing이 아닌 주체로서 다른 이를 사랑하는 **Being**이 되어야 한다고 믿습니다.

사랑하는 존재로서 브랜드는 우리 사회의 소중한 가치를 지키고, 더 나은 공동체의 변화를 위해 사람(고객)과 함께 **살아가는 존재**입니다. 누군가의 선택을 기다리는 도구를 넘어 세상을 향해 새로운 가치와 이상을 선포하고 실현해가는 철학자이자 혁명가가 될 수도 있습니다.

우리는 더 나은 세상을 꿈꾸는 사람들과 같은 곳을 바라보며 ‘존재로서 사랑하는 브랜드’를 만들어 갑니다.

**Let Brand be!**

# 여러분 소개

내 빠띠 바로가기

- 새로운 발견
- 빠띠 찾기
- 내 홈

## 기술 X 디자인 X 활동 그룹 5

고객에게 더 깊이 관여하는 브랜드 아이덴티티 상상하기 ★ 1

## 이슈와 관심사

- 쉬운요리쉐어
- 페미니즘
- 더 보기
- 설정

## 슬로워크 그룹 3

- 제로
- 항해일지 1
- 더 보기
- 설정


Parti! 팀과 커뮤니티를 위한 민주주의 플랫폼, 빠띠


- 빠띠 소개
- 이용 약관


# 열기


Powered by Parti!


- 빠띠 소개
- 이용약관
- 개인정보취급정책
- 오류 및 버그 신고
- 제안 및 의견
- 빠띠 민주주의 리포트 받아보기


- 


**parkgc** 박근찬 - 상지대학교 - pkc422@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 


**sekiller** 최승희 - 상지대학교 - bluesky8831@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 


**박재현** 박재현-상지대학교-cjdqo123456@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 

**sapgreen** 홍예진-서울시립대학교-sapgreen@daum.net  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 

**김동관** 김동관 - cattree1116@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 

**권도형** 권도형 - dhkwon0116@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 

**saadi** 채진백 - ja00054@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 


**조은미** 조은미-상지대학교-qrnlduqmsdms@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 


**junhan0604** 김준한-상지대학교-junhan0604@hannail.net  
공감해요 댓글달기 2018.09.06


# 여러분 소개


- 내 빠띠 바로가기
- 새로운 발견
- 빠띠 찾기
- 내 홈
- 기술 X 디자인 X 활동 그룹 5
- 고객에게 더 깊이 관여하는 브랜드 아이덴티티 상상하기 ★ 1
- 이슈와 관심사
- 쉬운요리쉐어
- 페미니즘
- 더 보기
- 설정
- 슬로워크 그룹 3
- 제로
- 항해일지 1
- 더 보기
- 설정


# 열기


- 


**성수** 최성수-상지대학교-josan8520@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 


**신정현** 신정현 - 상지대학교 -dltk1407@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 


**한소현** 한소현-상지대학교-abezee@naver.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 

**정용원** 정용원-imj.aaa.08@gmail.com  
공감해요 댓글달기 2018.09.06
- 

**pipi** 장진경 부스러기 cloz2you@naver.com  
공감해요 댓글달기 3일 전
- 

**hyun** 이소현 thgusnlwid@naver.com  
공감해요 댓글달기 2일 전
- 

**펑도** [공지] "고객에게 더 깊이 관여하는 브랜드 아이덴티티 상상하기" 워크숍 신청은 이것으로 마감하겠습니다.  
공감해요 댓글달기 하루 전
- 

**cisilee** 김길지 cisilee@hanmail.net  
공감해요 댓글달기 약 3시간 전
- 

댓글을 입력하세요

# 여러분 소개

내 빠띠 바로가기

- 새로운 발견
- 빠띠 찾기
- 내 홈

## 기술 X 디자인 X 활동 그룹 6

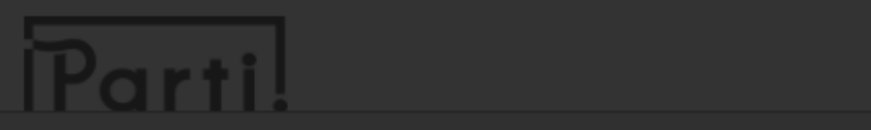
**B** 고객에게 더 깊이 관여하는 브랜드 아이덴티티 상상하기 ★ 1

## 이슈와 관심사

- 쉬운요리쉐어 1
- 페미니즘
- 더 보기
- 설정

## 슬로워크 그룹 5

- 제로 1
- 향해일지 1
- 더 보기
- 설정



빠띠 민주주의 리포트 받아보기

# 열기



**gemini** -권혜라 -동물권행동 카라 -gemini@ekara.org

공감해요 댓글달기 2018.09.06



**흠어진구름** 김선민 생태보전시민모임 df333@nate.com

공감해요 댓글달기 2018.09.06



**ha2ha12** 박영화 성내종합사회복지관 ha2ha12@naver.com

공감해요 댓글달기 2일 전



**이네스** 고우현 세이브더칠드런 woohyun.koh@sc.or.kr

공감해요 댓글달기 하루 전



**haruhana** 노재옥 굿네이버스 ezra2001@gni.kr

공감해요 댓글달기 약 4시간 전



**펍도** [공지] 본 워크숍이 "고객에게 더 깊이 관여하는 브랜드 아이덴티티 상상하기" 워크숍(<https://techdesign.parti.xyz/p/brand1>)과 통합됩니다. 위에 남겨주신 분들은 자동으로 통합된 워크숍에 신청되었습니다. 그리고 참가신청은 마감합니다.

공감해요 댓글달기 약 3시간 전



댓글을 입력하세요

**“브랜드도 사람이다.”**

**인간은 따뜻하고 유능한 사람을 신뢰하고 존경하며  
그들과 지속적으로 만나기를 원한다. 따뜻하더라도  
무능한 사람은 동정하고 측은하게 여길 뿐이며,  
유능하지만 차가운 사람은 시기하고 의심한다.  
차갑고 무능하기까지 하다면 멸시와 경멸을 할 것이다.**

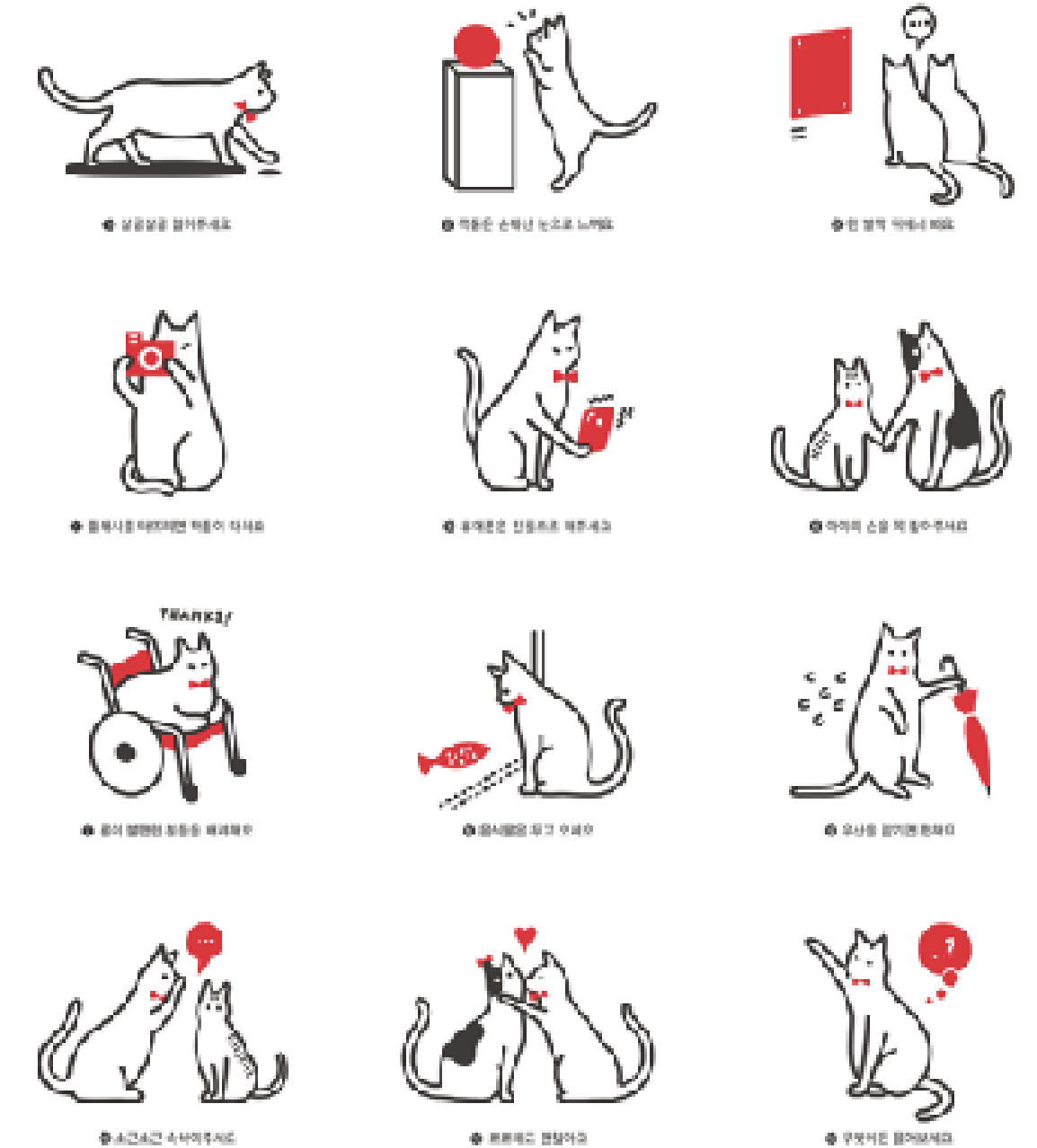


# 국립현대 미술관 - 관람예절 캠페인

# MUSEUM MANNER

 에티켓(eti'cat)

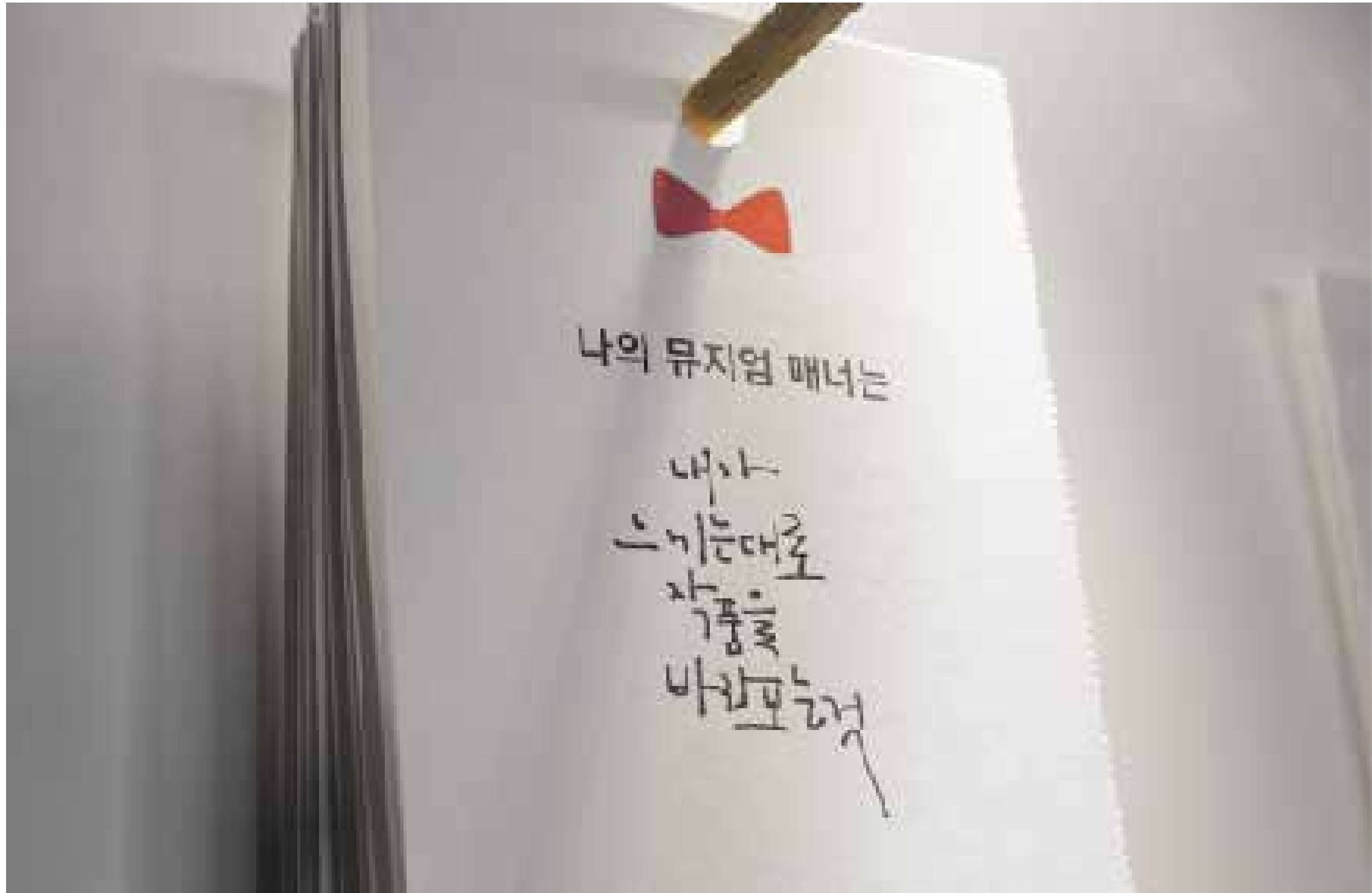
에티켓은 '뮤지엄 매너'의 마스코트입니다. 여러분과 같이 미술관 관람예절을 지키는 고양이입니다.



## MUSEUM MANNER

국립현대미술관  
공자관 4층 404호  
MUSEUM MANNER  
2018

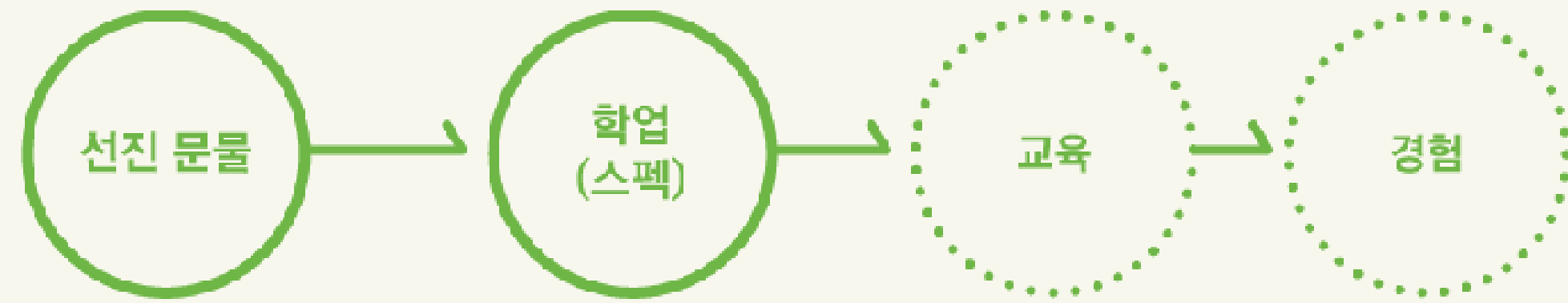
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.
- 관람할 때는 정면 손잡이를 잡고 오른쪽 방향으로 걷습니다.



# 유학원 브랜드의 리브랜딩

---





education is morning  
education is mom  
education is music  
education is mentor  
education is mate  
education is map  
...

참여형 프로모션

콘텐츠 마케팅

...





**patagonia®**

**DON'T BUY  
THIS JACKET**



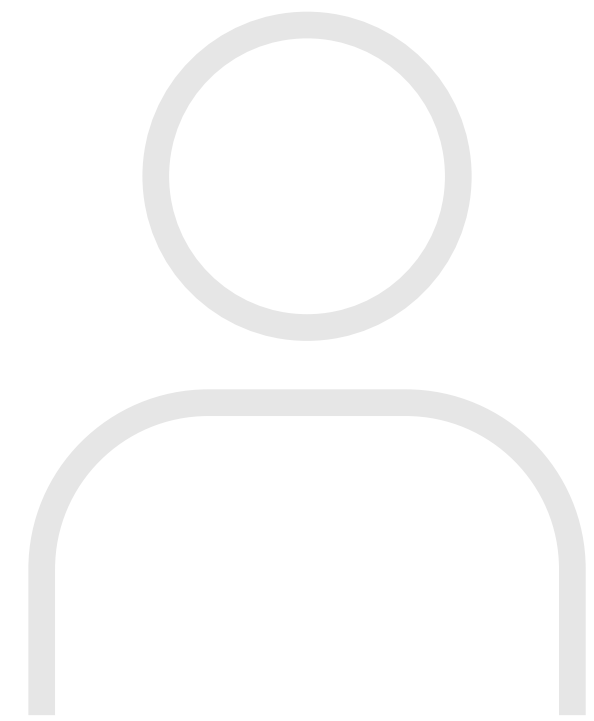
# Non-profit organization

영리를 목적으로 하지 않고,  
공동의 이익(共益)을 목적으로 하는단체

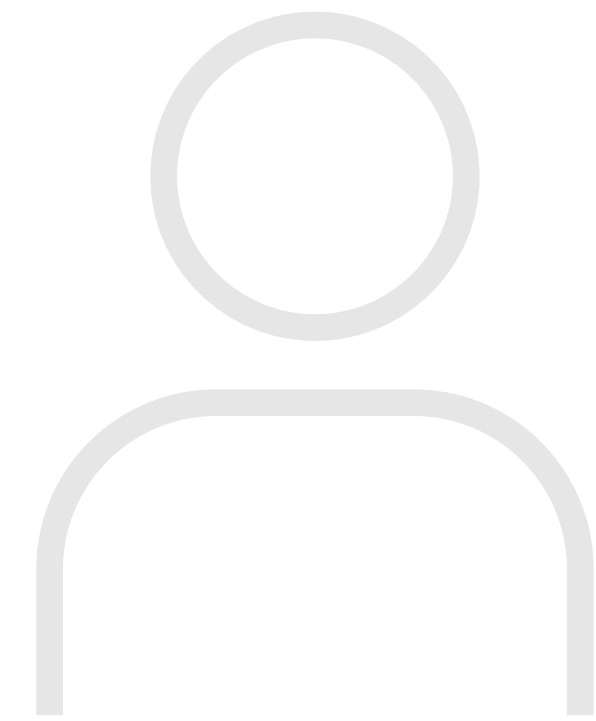


# Non-profit organization

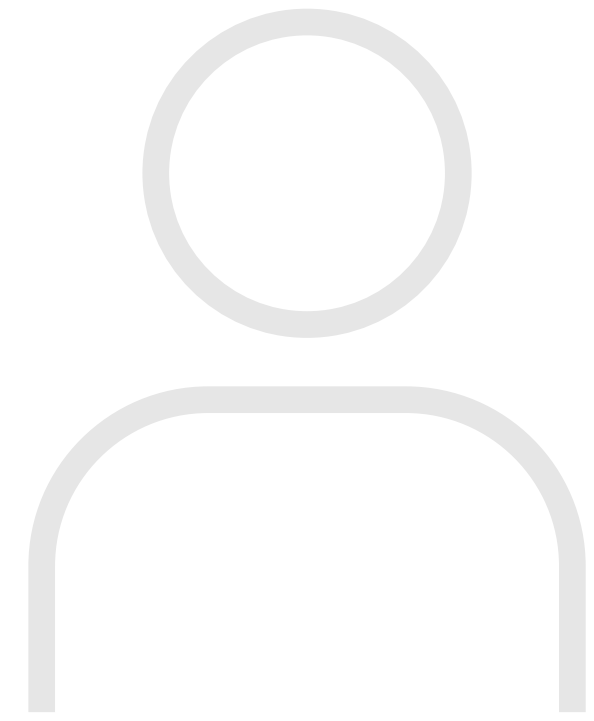
조직원의 자발적인 의지가 중요한 조직



**브랜드**



**고객**



**브랜드**



**고객**



## POTENTIAL / POWER

나/브랜드는 어떤 잠재력과 역량을 가지고 있는가?

## PLEASURE

나/브랜드는 무엇에 기쁨을 느끼는가?  
나/브랜드는 무엇을 소중하게 여기는가?

## PAIN

나/브랜드는 무엇에 아픔을 느끼며, 안타까워 하는가?  
나/브랜드는 세상을 어떻게 바꾸고 싶은가?

## PASSION

나/브랜드는 무엇을 할 때, 열정이 솟아나는가?

## PURPOSE

나/브랜드는 인생의 목적은 무엇인가?

**당신의 사업에 맞는 가치를 창출하기 위해서는  
당신의 고객에 맞는 가치를 창출해야 한다**



**당신의 고객에게 맞는 가치를  
지속적으로 창출하기 위해서는  
당신의 사업에 맞는 가치를 창출해야 한다**



## 사례



백다방

VS



땡굴시장



마르쉐

땡굴시장은 어떻게 살림러들이 가장 가고 싶은 플리마켓이 됐을까?

**‘도대체 어떤 이유로  
고객이 특정 제품 혹은 서비스를  
고용하게 하는가’**

주요 고객의 특징을 직접 그리거나, 잡지, 이미지 검색, 픽토그램 등을 활용하여 자유롭게 표현한다.	이름	
	성별	
	연령	
	직업	
가치관, 사회적 배경, 성격		
활동, 하는 일, 능력		
보고 살아가는 것, 주위를 둘러싼 것		
생각, 사고, 관심사		

## 나쁜 예시

뻔한 패턴, 뻔한 목표를 갖는 페르소나  
 나홀로 퍼소나

행동 패턴이 아닌 단순한 직업에 따른 페르소나

## 좋은 예시

중대한 특징을 가짐

퍼소나 간 행동 패턴의 차이가 분명함

전형적인게 아니라 원형적임

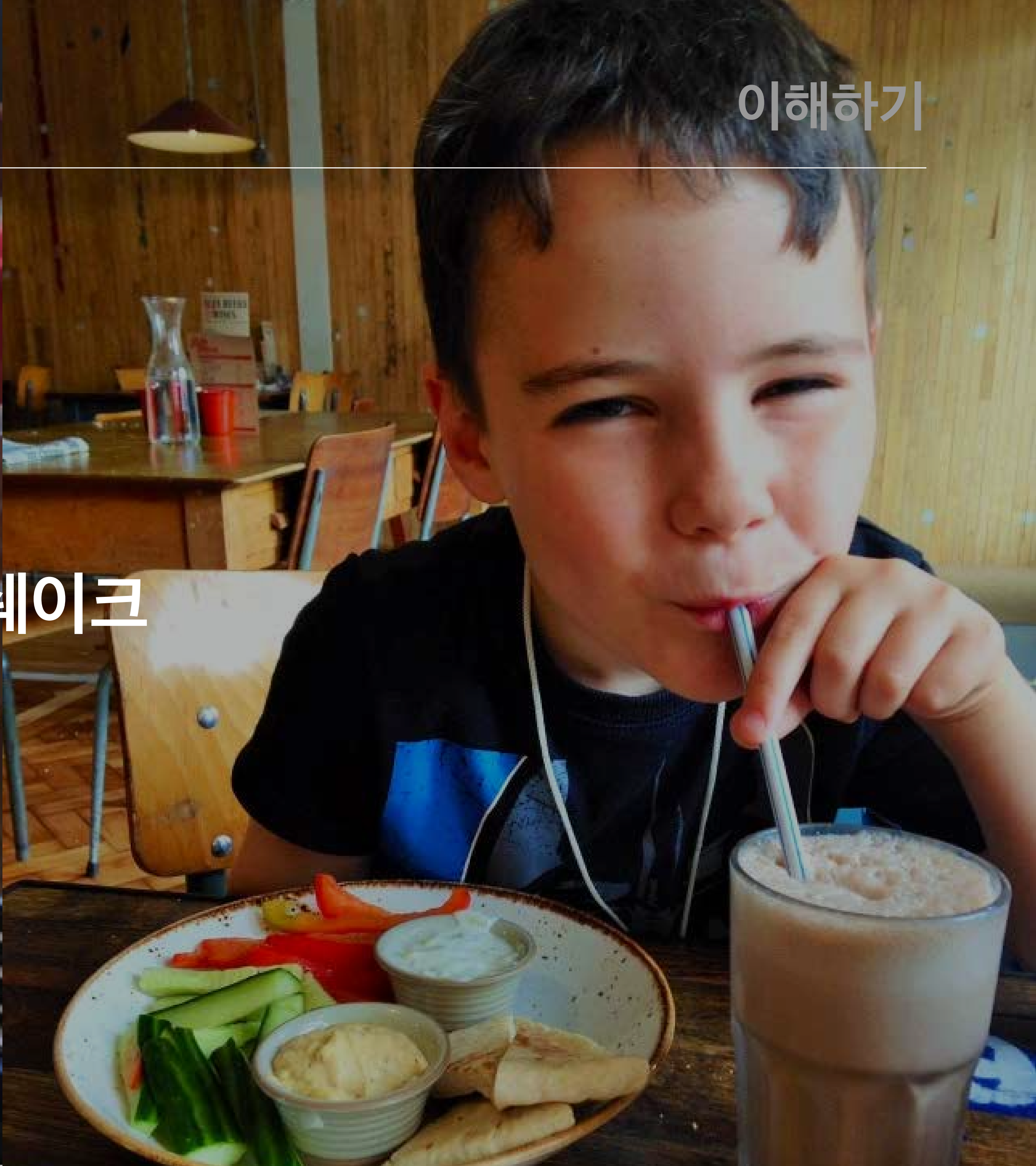
실제 사람처럼 생생함



페르소나 깊이 있게 상상하기



이해하기



밀크셰이크


# 페르소나 깊이 있게 상상하기

## 이해하기

주요 고객의 특징을 직접 그리거나, 잡지, 이미지 검색, 픽토그램 등을 활용하여 자유롭게 표현한다.	이름		Time & Place
	성별		
	연령		
	직업		Occasion
가치관, 사회적 배경, 성격			
활동, 하는 일, 능력			Unmet Needs
보고 살아가는 것, 주위를 둘러싼 것			
생각, 사고, 관심사			

# 페르소나 깊이 있게 상상하기

## 이해하기

	이름	황미영	Time & Place
	성별	여	한가한 주말 오후에 가장 좋아하는 카페에 와서 최근 트렌드의 코딩을 공부 중이다. 공부한 내용을 블로그와 깃헙에 공유한다.
	연령	27	
	직업	개발자	Occasion
가치관, 사회적 배경, 성격	나는 우주의 먼지 누가 뭐라하든 상관없어		지금 있는 회사에 만족하지 못해 이직을 준비하고 있다. 남들보다 늦게 개발자에 입문했기 때문에 나의 이력이 보다 잘 드러날 수 있게 하는 플랫폼을 찾고 있다.
활동, 하는 일, 능력	장고걸스, 해외 개발자 컨퍼런스, 강남의 개발 회사 재직 중		Unmet Needs
보고 살아가는 것, 주위를 둘러싼 것	디제잉하는 독일인 개발자 남자친구, 음악, 춤, 이태원, 연희동		내가 학습한 것, 내가 이뤄낸 것들을 모두 한 곳에 모아 놓고 볼 수는 없을까? 플랫폼이 다 각자 성격이 달라서 내 정보를 제대로 보여줄 수 없는 것 같아 아쉽다. 내 학력, 이력 말고 깊이있게 내가 프로젝트를 수행했던 경험을 사람들에게 알리고 싶다.
생각, 사고, 관심사	개발 능력치 키우기, 혼자 예쁜 카페 가서 코딩하기 고양이, 피자		

**인터뷰**  
**SNS**  
**사진 검색**  
**해시태그**  
**관찰하기**  
**대화 엿듣기**  
**⋮**

## 좋은 인터뷰를 위해서는 준비가 필요하다

### 인터뷰 이전

- 해당 주제와 관련한 철저한 공부로가 필요하다
- 프로젝트에 따라서는 알아도 거의 모르는 것처럼 질문하면 상대는 기본적인 사항들부터 친절하게 설명해준다
- 상대를 파악하고 공부하고 인터뷰 설계를 명확히 한다  
그 사람 회사의 업무, 프로젝트 성격, 그 사람의 일, 취향, 학교, 전공, 취미 때론 가족관계까지
- 큰 카테고리에 대한 질문부터 세부 내용으로 영역별로 구조화한다

### 인터뷰 중

- 인터뷰 녹취는 사전 동의를 받아야 한다
- 가볍게 타이핑하거나 메모한다
- 인터뷰한 내용은 가급적 그날 녹취를 풀어놓고 내용을 요약 정리한다
- 충분한 대화가 될 수 있도록 인터뷰이에게 생각할 시간을 주어야 한다
- 인터뷰지는 아무리 늦어도 2~3일 전에 보낸다
- 상대가 대화에 집중할 수 있도록 시선이 차단된 곳에 앉게 유도한다

## 브랜드와 고객과의 관계

브랜드가 고객 사이에 어떤 관계를 형성하고 싶은가?  
고객이 브랜드를 접하고 있을 때 어떤 느낌을 주고 싶은가?  
고객이 자신에 대해 어떻게 생각하고 느끼고 싶어 하는가?  
어떤 유형의 자기자각을 갖도록 독려하고 싶은가?  
브랜드에 관해 묻는 질문에 고객이 어떻게 대답하기를 원하는가?

고객 이미지	라이프 스타일	브랜드의 의미

고객 이미지	더 깊이 관여하기 위한 라이프 스타일	브랜드의 의미
<p>독립적인 얽매이지 않는 이성적 혁신적인 까다로운 자주적인 DIY 대담한 전문적인</p>   	<p>덕후 괴짜(Geek) 너드 도시 별난 진취적 변화무쌍 갈망하는 흥미로운 유연한 도전적인 오픈마인드 버닝</p>   	<p>효율적인 네트워크 신뢰 뻘하지 않은 노동 아닌 놀이 공존 서로 영향을 미치는 가능성 있는 사교적인 가치있는 광활한</p>   



**자, 이제 궁금한 거 물어보세요**

End of Docs.

---

Sep 11 2018

slowalk.