

작은 기업을 위한

# 스몰 브랜딩 워크숍 제안

Brand Story Finder

비버 커뮤니케이션즈

# 작은 기업을 위한 스몰 브랜딩 워크샵 제안



지금까지 ‘브랜드’는 소수의 대기업을 위한 로고나 슬로건, 이미지 개선 작업 등으로 잘못 알려져 왔습니다. 하지만 ‘브랜딩’은 한마디로 ‘차별화’입니다. 수많은 제품과 서비스 가운데서 선택 받기 위해 소비자들과 특별한 관계를 맺어 가는 일련의 과정을 말합니다.

이제 작은 기업들에도 브랜드가 필요합니다. 자신의 제품과 서비스에 담고 싶은 가치를 충분히 이해하고, 이를 바탕으로 차별화된 마케팅 전략을 실행할 수 있어야 합니다. 이를 위해 브랜드의 원리에 대한 정확한 이해는 물론, 비슷한 업종의 사례를 바탕으로 한 학습 과정이 반드시 따라야 합니다.

‘작은 기업을 위한 스몰 브랜딩 워크샵’은 다양한 소규모 기업들이 자신에 업계 당면한 다양한 문제들을 브랜드의 원리를 바탕으로 직접 해결할 수 있도록 돕는 전문화된 ‘브랜딩 솔루션 프로그램’입니다.

## 주요 커리큘럼 소개

### <1주차 - 브랜드란?>

- 강의 - 브랜드란 무엇인가?
- 세어링 - 가치 키워드 도출을 브랜드 자서전
- 워크샵 - 압축된 핵심 단어 및 가치 키워드 도출

### <2주차 - 가치 키워드>

- 강의 - 가치 키워드 강의
- 세어링 - 브랜드 가치 키워드 리딩
- 워크샵 - 가치 키워드 그룹핑, 압축, 나만의 정의

### <3주차 - 컨셉힐>

- 강의 - 컨셉힐 미니 강의
- 세어링 - 가치 키워드 과제물 발표
- 워크샵 - 브랜드 컨셉힐 작성

### <4주차 - 가치 제안 캔버스>

- 강의 - 가치 제안 캔버스 (Value Proposition Canvas)
- 세어링 - 컨셉힐 세어링 및 주제글
- 워크샵 - 가치 제안 캔버스 작성

### <5주차 - 브랜드 플랫폼>

- 강의 - 브랜드 플랫폼과 경험 설계
- 세어링 - 브랜드 플랫폼 사례 발표
- 워크샵 - 브랜드 플랫폼 설계 및 실습

### <6주차 - 브랜드 스토리텔링>

- 강의 - 브랜드 네이밍 및 스토리텔링
- 세어링 - 네이밍 및 스토리 작성
- 워크샵 - 개별 브랜드 네이밍 및 스토리 탐색



## 1주차 - 브랜드 자서전

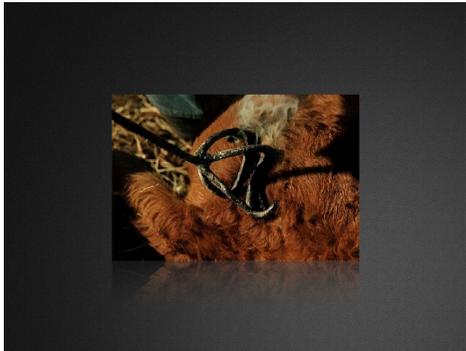
- 강의 - 브랜드란 무엇인가?
- 세어링 - 가치 키워드 도출을 브랜드 자서전
- 워크샵 - 압축된 핵심 단어 및 가치 키워드 도출



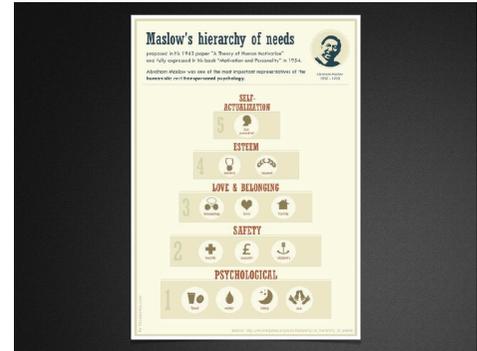
1  
week

왜 사람들은 8,000원 짜리 은반지에 40만 원 이상의 가격을 지불하는 것일까요?  
 특히 고장 나는 오토바이의 로고를 왜 자신의 몸에 문신으로 새기는 것일까요?  
 트럭의 방수천으로 만든 가방에 왜 수십 만원의 비용을 아낌없이 지불하는 것일  
 까요?

바로 이것이 **‘브랜드’의 힘**입니다. **사람들의 ‘필요’를 넘어서는 ‘가치’를 담아낸  
 브랜드**들은 소비자와의 특별한 관계를 통해 엄청난 부가가치를 창출해낼 수 있  
 습니다. ‘셀프 브랜딩 워크샵’ 첫 번째 시간은 이러한 **브랜드의 중요성과 필요성  
 을 인식**하고, 정확한 이해를 바탕으로 한 놀라운 브랜드의 가능성을 확인하는 시  
 간으로 구성됩니다.

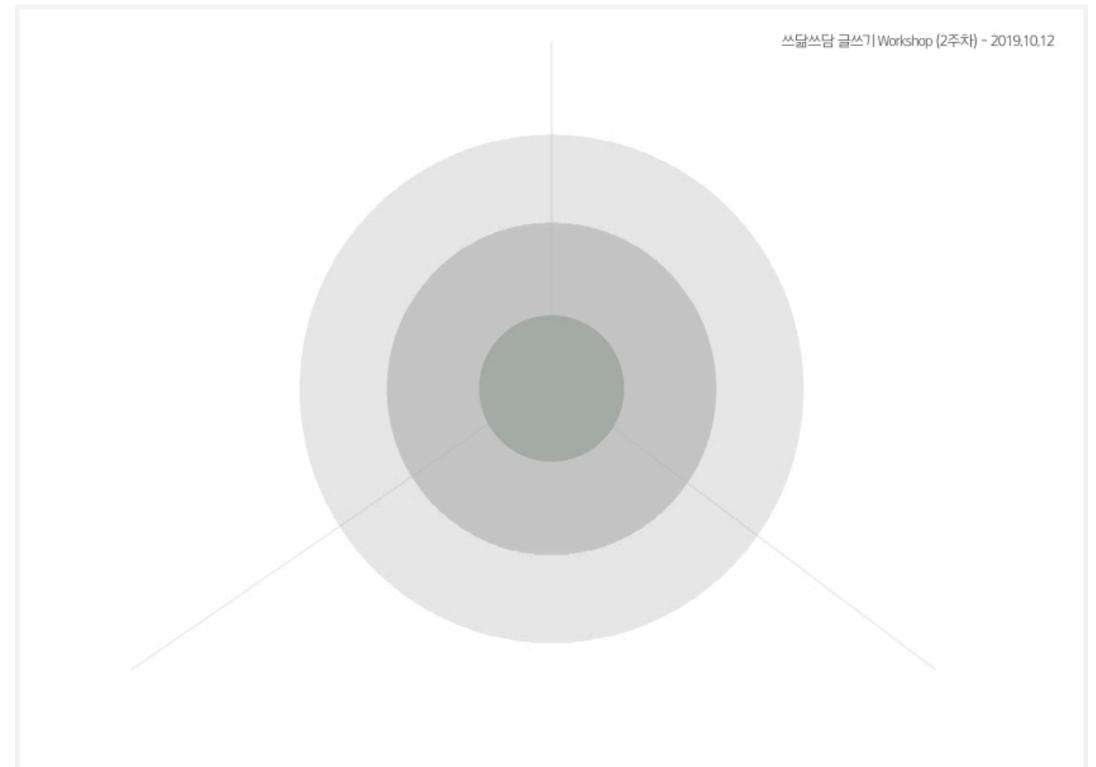


가치(價値)  
 명사  
 1. 사물이 지니고 있는 **유용**.  
 - 상품 가치  
 - 가치가 높다  
 - 가치가 있다  
 2.. <철학> 대상이 인간과의 **관계에 의하여** 지니게 되는 **중요성**.  
 3. <철학> 인간의 **욕구나** 관심의 대상 또는 목표가 되는 진, 선, 미 따위를 통틀어 이르는 말.



## 2주차 - 가치 키워드

- 강의 - 가치 키워드 강의
- 세어링 - 브랜드 가치 키워드 리딩
- 워크샵 - 가치 키워드 그룹핑, 압축, 나만의 정의

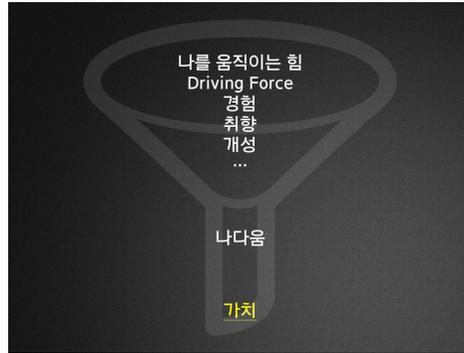


2 week

**브랜딩이란 어떤 제품과 서비스에 ‘가치’를 더하는 일입니다.** 그 가치는 창업자의 마인드에서부터 시작됩니다. 자신의 업을 통해 세상에 어떤 유익을 줄 것인가를 먼저 고민해야 합니다. 그리고 이러한 질문에 답하기 위해서는 **자신을 움직이는 욕구(Driving Force)**에 정확히 답할 수 있어야 합니다.

소비자 역시 자신들의 욕구를 채우기 위한 방식으로 제품과 서비스를 소비합니다. 이처럼 창업자와 소비자들의 욕구, 즉 가치다 맞닿아 관계를 맺을 때 비로소 하나의 브랜드가 만들어지기 시작합니다. 이처럼 좋은 브랜드는 **정확한 ‘자기 발견’이 선행**되어야 합니다. 2주차는 이와 같은 자신의 가치(욕구, Driving Force)’를 발견하는 워크샵으로 진행됩니다.

질서	효율	사랑	신뢰	혁신
충성	은유	평안	질계	인내
일관성	공률	정의	정직	도움
관조	간결	회복	성실	균형
책임	목표	참조	기쁨	포용
자유	열정	용기	도전	통찰
감사	명예	다양성	한신	지혜
섬김	친절	조화	연합	아름다움
나눔	겸손	배려	존중	소통
여유	소신	진정성	공간	



스탈링글랜드의 워크샵 2주차 - 2019.10.12

Q. 다다음의 **관정할 관성**을 작성하세요.

지금까지 살면서 가장 가까이 있는 친구는 \_\_\_\_\_ 이다. 내가 그 친구를 좋아하는 이유는 \_\_\_\_\_ 때문이다. 이 친구만큼이나 내가 좋아했던 사람이 있다. 행복과 같은 분노로 그날이 내게 어떤 영향을 주었는지 \_\_\_\_\_ 이다. 나를 제외한 모습으로 생각하게 했던 것은 바로 어떤 사람 때문일 것이다.

특히나 기억하는 이이다. 어렵고 고충스러웠던 순간도 분명 있었다. 그 고통에 승인을 지킬 수 없다. 하지만 나는 그 고통을 계기로 \_\_\_\_\_ 해낼 수 있었다. 물론, 고충스러웠던 일만 있었던 것은 아니다. 인생에 있어서 내가 살아있음을 느끼게 했던 순간을 꼽아주고 싶다. \_\_\_\_\_ 순간이다. 이때 내 인생의 구체적인 목표를 세웠던 것 같다. 그래서 내가 생각했던 미래의 모습은 \_\_\_\_\_ 이다.

인생에 좌우영여할지, 그것은 \_\_\_\_\_ 이다. 이런 좌우영여에서 비롯된 나의 행동을 때문에 사생활을 내를 따를 어떤 \_\_\_\_\_ 이 생각났다고 한다. 그리고 보면 나의 강점은 \_\_\_\_\_ 이다.

나는 사람들을 만날 때면 항상 \_\_\_\_\_ 관심이 많다. 그래서 내가 자주 하는 대화의 주제는 \_\_\_\_\_ 이다. 내가 가지고 다니는 수첩을 보면 \_\_\_\_\_ 에 대한 메모가 많다. 그 이유는 \_\_\_\_\_ 때문이다.

인생의 활동기에 참여했음을 해 나는 사생활은부터. \_\_\_\_\_ 라고 할 거고 싶다. 이러한 평가를 듣기 위해 나는 \_\_\_\_\_ 을 연구 중이다.

스탈링글랜드의 워크샵 2주차 - 2019.10.12

Q. **자기 자신**을 생각하면 어떤 이미지 혹은 단어가 떠오르시나요?

질러 대어버린 손을 생각하면 '자화'가 떠오르고, 문방방을 떠올리면 '행복'이 생각나고, **자기 자신을 떠올렸을 때 생각나는 이미지나 단어들**을 여기에 적어주세요.

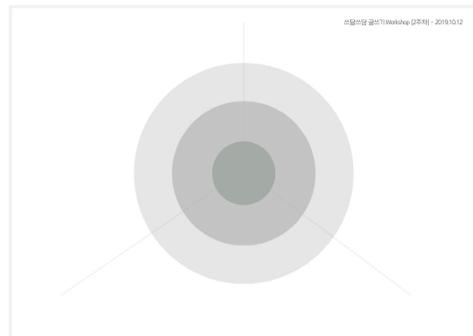
반드시 연사로 표현하지 않아도 됩니다. '심재'와 같은 형용사로 적어도 좋습니다. 미니-자서전을 참고하여 **최소 10개의 단어**를 써주세요.


스탈링글랜드의 워크샵 2주차 - 2019.10.12

Q. 최종적으로 선택된 3개의 단어를 아래에 다시 적어주세요.

- 그리고 단어를 대한 자신의 정감이나 **자기 자신의 추구하고자 하는 단어의 의미**가 무엇인지 직접 정리해보세요.
- 최종적으로 선택한 3개의 단어가 반영되어야 한다는 수첩할 수도 있습니다.

단어	정의	수정된 단어
아름다운	있는 그대로의, 가장 자기다운 모습을 스스로 받아들이고 사랑할 수 있는 것	지존감



# 3주차 - 컨셉 힐



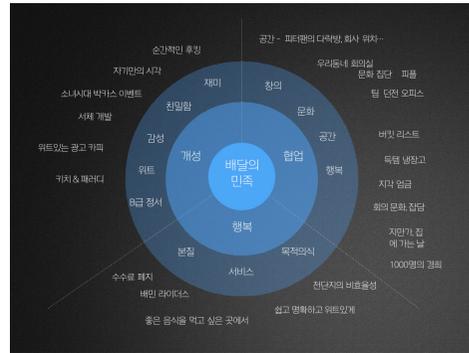
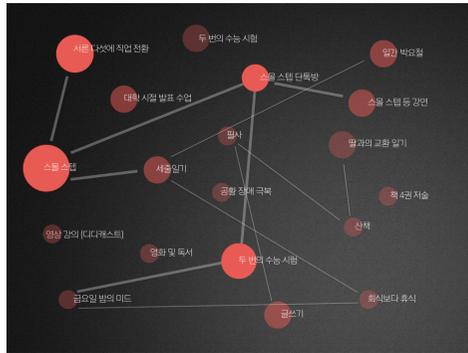
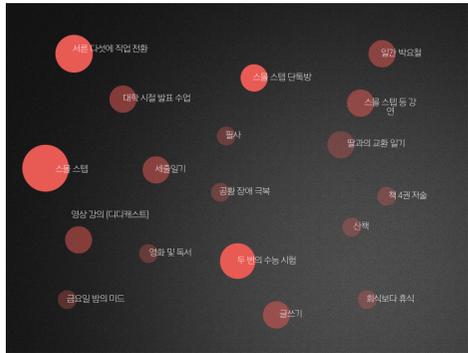
- 강의 - 컨셉힐 미니 강의
- 셰어링 - 가치 키워드 과제물 발표
- 워크샵 - 브랜드 컨셉힐 작성



3 week

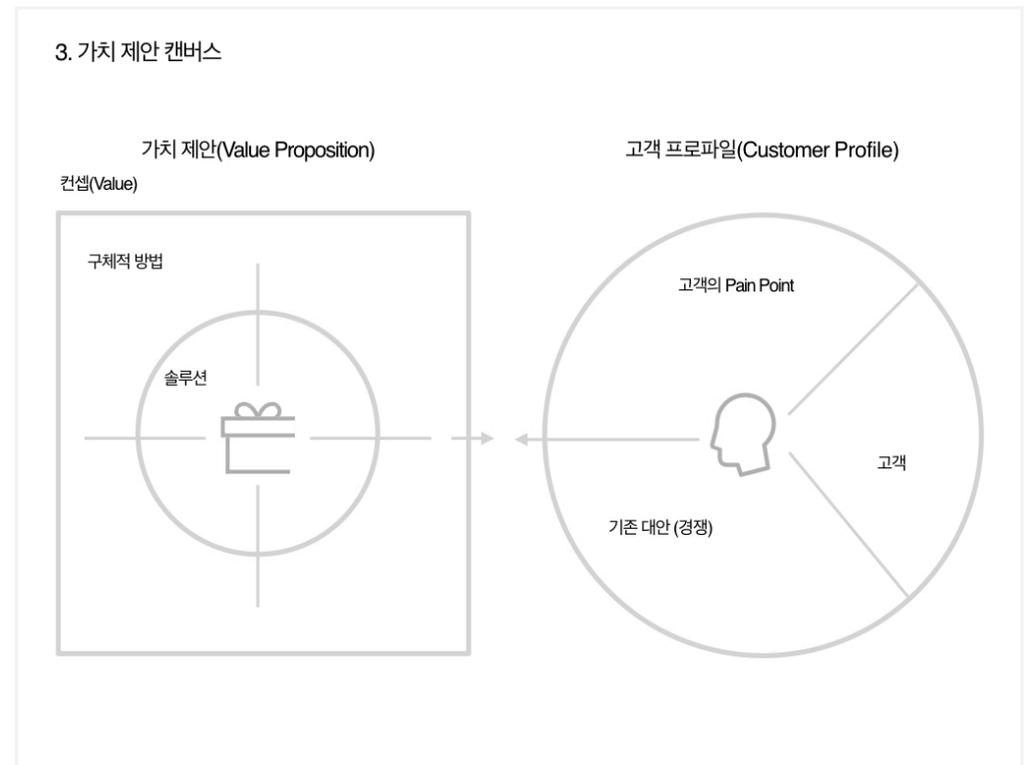
이렇게 발견된 자신의 '가치'는 다양한 방식으로 실행될 수 있어야 합니다. 우선 일하는 방법이 달라야 합니다. **자신의 제품과 서비스를 만들고 제공하는 남다른 방식**을 발견하고 강화할 수 있어야 합니다. 이렇게 만들어진 내부 가치는 기업 문화로 표현됩니다.

또한 이 가치는 소비자들에게 효과적으로 전달될 수 있어야 합니다. 이 때 필요한 것은 좋은 질문입니다. **소비자들이 무엇을 필요로 하는지(Pain Point)**를 정확히 알고 **그에 맞는 답(Solution)**을 제공할 수 있어야 합니다. 이 두 가지가 어우러질 때 강력한 브랜드로 지속가능한 성장을 도모할 수 있게 됩니다.



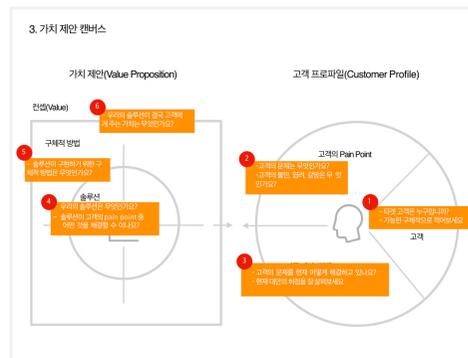
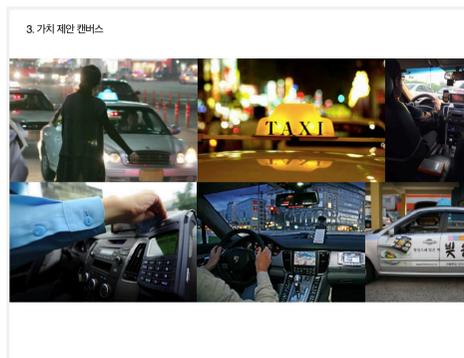
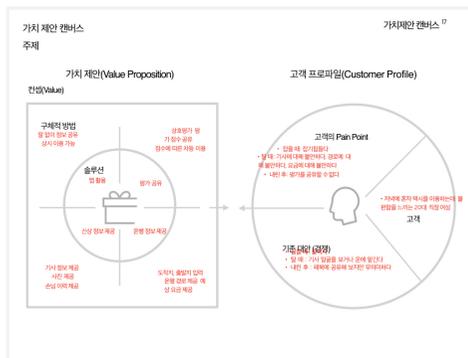
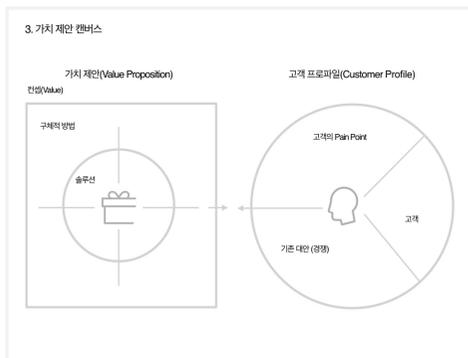
# 4주차 - 가치 제안 캔버스

- 강의 - 가치 제안 캔버스 (Value Proposition Canvas)
- 셰어링 - 컨셉홀 셰어링 및 주제글
- 워크샵 - 가치 제안 캔버스 작성



비즈니스는 고객에게 가치를 제공하고 이익을 얻는 활동입니다. 고객에게 가치를 제공하려면 먼저 (1) 고객이 누구인지, (2) 고객이 어떤 문제(pain point)를 갖고 있는지, (3) 지금은 그 문제를 어떤 식으로 해결하고 있는지 파악해야 합니다. 그리고 나서 (4) 우리만의 해결 솔루션은 무엇인지, 그리고 (5) 우리 솔루션이 고객에게 주는 가치가 무엇인지를 생각해야 합니다. 이런 과정을 통해 고객에게 가치를 제공하는 활동을 제대로 할 수 있습니다.

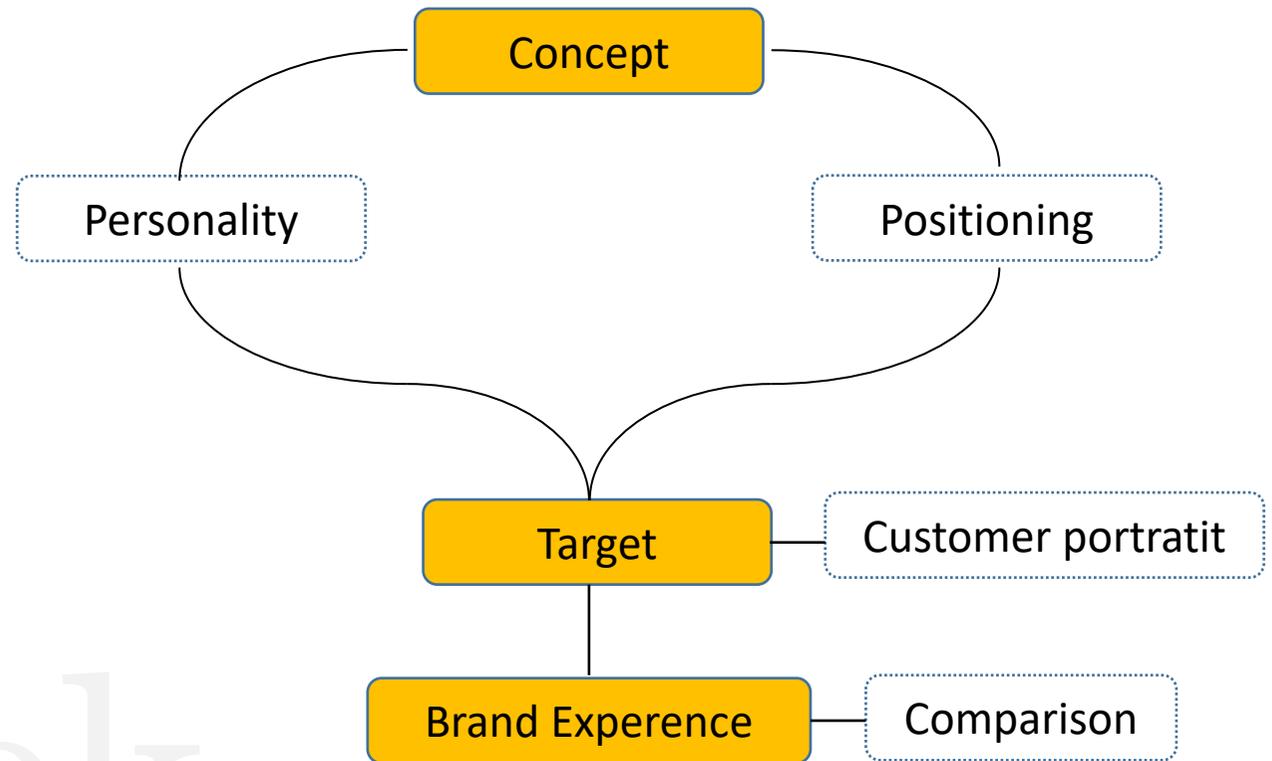
고객을 만나고 그동안 간과하고 있었던 부분을 다시 찾아 넣으면서 우리 솔루션을 통해 정말로 고객에게 제공하고 있는 가치(value)가 무엇인지를 고민하고 재해석하면서 새롭게 만 들어보는 것입니다. 이 고객가치 창출 흐름을 체계적으로 생각할 수 있도록 돕는 도구가 바로 '가치제안캔버스(Value Proposition Canvas)'입니다.





## 5주차 - 브랜드 플랫폼

- 강의 - 브랜드 플랫폼과 경험 설계
- 세어링 - 브랜드 플랫폼 사례 발표
- 워크샵 - 브랜드 플랫폼 설계 및 실습



5  
week

코스트코의 브랜드 컨셉은 미국에서 경험한 '완벽한 미국 life experience'을 지향합니다. 문제는 이것을 어떻게 브랜드 경험으로 풀어내느냐에 있습니다. 코스트코는 투박한 American Standart 변기를 통해 터질 것 같은 물소리로 미국을 재현해냅니다. 갓 구운 버터 맛 강한 크로와상, 베이글, 치즈케이크이라는 냄새를 통해, 유니폼을 입지 않은 점원과 XXL 사이즈의 제품, 완벽한 미국 인테리리를 통해 마치 미국에 다시 온 듯한 경험을 제공하고 있습니다.

브랜드의 컨셉을 명확하게 한 후 이를 경험할 수 있도록 하는 것이 브랜드 플랫폼과 경험의 핵심 내용입니다.

## Brand Platform

### Concept

저렴한 면세점, 고급 도깨비 시장, 미국에 대한 향수

### Personality

까도남, 도도, 자기 멋이 있는, 카우보이

### Positioning

부부 합산 소득 4천 만원 이상의 대도시 주거 가족

### Comparison

이태원과 면세점





## 6주차 - 브랜드 스토리텔링

- 강의 - 브랜드 네이밍 및 스토리텔링
- 셰어링 - 네이밍 및 스토리 작성
- 워크샵 - 개별 브랜드 네이밍 및 스토리 탐색



브랜드 스토리는 가장 효과적이면서도 강력한 홍보 도구입니다. 잘 만들어진 브랜드 스토리는 끊임없이 사람들의 입에 오르내리며 제품과 서비스의 가치를 전파할 수 있습니다. 그러나 일관성이 없거나 설득력이 없는 스토리는 오래지 않아 사람들의 기억 속에서 사라지고 말 것입니다.

좋은 네이밍과 스토리텔링에는 몇 가지 원칙이 있습니다. 그 원칙을 지키는 브랜드 스토리는 더 오래, 더 강력하게 사람들의 뇌리 속에 살아남을 수 있습니다. 그런 브랜드의 공통점에는 무엇이 있을까요? 다양한 스토리텔링 사례와 실전을 통해 개별 브랜드에 가장 어울리는 스토리를 함께 찾아봅니다.



# 비버커뮤니케이션즈



*beaver Communications*

7년간 브랜드 전문지의 에디터로 일해왔습니다. 브랜드를 좋아합니다. 때로는 사랑합니다. 크고 화려한 브랜드보다 곳곳에 숨은 작지만 매력있는 브랜드 스토리를 발굴하는 일이 가장 즐겁습니다. 오늘도 자신만의 이야기를 가진 개인과 회사를 찾아 그들과 함께 일하는 '브랜드 스토리 파인더 (Brand Story Finder)'로서의 삶을 살아가고 있습니다.



## 대표 컨설턴트 소개

**박요철**

1997.03~2001.02

부산대학교 | 사회학과 학사 졸업



## 주요 레퍼런스 소개

### <주요 프로젝트이력>

- 아모레퍼시픽, 키자니아, 데싱디바, 드래곤플라이, 레슨포케이아트, 마이티솔, 마실, 갈비본질, 스킨미소, 유닉스전자, 펫모두, 스마트카라, 슬림엠, 아마시아, 위시컴퍼니, 골드넥스, 메를로랩, 엑사브라, 레슨포케이아트, 더퍼품, 컨트롤나인, 한울 등 30여개 이상의 기업 카피라이팅, 네이밍, 브랜딩 및 교육, 단행본 제작

- 2018 브런치북 프로젝트 '은상' 수상
- 단행본 '스몰스텝', '작은 브랜드, 작지 않은 이야기', '스몰 스테퍼' 출간
- '작가 박요철의 비범한 글쓰기' 팟캐스트 운영
- '월간서른X스몰스텝' 자기발견 워크샵 진행
- 브랜드 전문지 <유니타스브랜드> 팀장, 편집 및 기획
- 유니타스브랜드닷컴, 카카오페이지, 리디북스 등 전자책 콘텐츠 개발
- 유니타스브랜드 SNS 콘텐츠 개발 및 운영
- 성주그룹 20년 미션 개발 및 비전북 콘텐츠기획
- 아모레퍼시픽 기술 히스토리북 콘텐츠 기획
- 서울시 해외 홍보북 콘텐츠 기획
- 다큐매거진 <오스티엄> 편집 및 기획 등...

### <주요 강의 이력>

비크라우드, 유니타스클래스, 2018 국제도서전, 아이보스, 성결대학교, 강의총남연수원, 해군3함대, 휴넷, 스타트업얼라이언스, '개뿔콘' 컨퍼런스, 에가든, 위시컴퍼니, 아이보스, 휘닉스 홀딩스, 유니타스클래스, 스킨미소, 트렌드와칭, 경기콘텐츠랩, 포스코, 기상청, GSN, SBA 창업스쿨 등 강의

## 비버커뮤니케이션즈 대표 (2017.01~)

### <주요 컨설팅 프로젝트>

- 아모레퍼시픽, 키자니아, 데싱디바, 성남문화재단, 드래곤플라이, 레슨포케이아트, 마이티솔, 마실, 갈비본질, 스킨미소, 유닉스전자, 핏모두, 스마트카라, 슬림엠, 아마시아, 위시컴퍼니, 골드넥스, 메를로랩, 엑사브라, 레슨포케이아트, 더퍼품, 컨트롤나인, 한울 등 30여개 이상의 기업 카피라이팅, 네이밍, 브랜딩 및 교육, 단행본 제작

### <단행본 기획, 편집 및 제작>

- 아모레퍼시픽 '거인의 대장정' 기획 및 편집
- 키자니아 10주년 기념 브랜드북 기획 및 편집
- 단행본 '왜 연극영화과인가' 기획 및 편집
- 단행본 '박노진의 식당공부' 기획 및 편집
- 단행본 '디지털 브랜딩' 기획 및 편집
- 단행본 '마이티솔 브랜드북' 기획 및 편집
- 단행본 '스몰 스텝' 출간
- 단행본 '프랜차이즈를 이기는 스몰 브랜드의 힘' 출간 예정
- 단행본 '스몰 스테퍼스; 평범한 사람들의 비범한 이야기' 출간
- 단행본 '매일 글쓰는 습관(가제)' 출간 예정

<브랜드 및 SNS 운영 강연 및 강의>

- 중소기업인희망재단 블로그 '소리소문' 운영 대행
- '레슨포케이아트' 학원 소셜 미디어 운영
- 더브릿지 이노포트 브랜드 강연
- '남원화장품지원센터' 브랜드 강연
- '위시컴퍼니' 브랜드 강연 및 워크숍 진행
- '엑사브라' 브랜드 교육 및 컨설팅
- '컨트롤나인' 소셜 미디어 운영
- '빅클라우드 브랜드' 교육
- '사칙연산 소셜 브랜딩' 실전 워크숍 프로그램 개발 (유니타스클래스)
- '자기고용학교' 개인 브랜딩 교육 프로그램 개발 및 강의
- '위시컴퍼니' 브랜드 강연
- '아이보스' 브랜드 강연
- '휘닉스 홀딩스' SNS 운영 강연
- '유니타스클래스' SNS 운영 강연
- '스킨미소' 브랜드 강연 및 워크숍 진행
- '트렌드와칭' SNS 운영 강연
- '경기콘텐츠랩' SNS 운영 강연
- '포스코' SNS 운영 강연
- '기상청' SNS 운영 강연
- 'GSN' SNS 운영 강연
- 'SBA 창업스쿨' SNS 운영 강연 등 다수

<기타 출간 관련 활동>

- 2018 브런치북 프로젝트 '은상' 수상
- 글쓰기 교실 '쓰담쓰담' 기획 및 운영 중
- '코오롱' 소셜 콘텐츠 작법 교육 프로그램 진행
- '아이보스' 칼럼 및 소셜 콘텐츠 작법 교육 프로그램 개발
- 글쓰기 관련 팟캐스트 '비범한 글쓰기' 방송 진행

<스몰 스텝 관련 모임 및 강연>

- '도레이 첨단소재' 스몰 스텝 강연
- 이우중학교 '스몰 스텝' 강연
- '2019 생활예술인 페어' 강연
- '스몰스텝' 단톡방 운영 (20여 개, 500여 명 참여)
- '스몰스텝' 정기 모임(1년 이상) 및 다양한 개별 모임 운영
- '동부 발전' 스몰 스텝 강연
- '충남연수원' 스몰 스텝 강연
- '해군 3함대' 스몰 스텝 강연
- 2018 국제도서전 강연
- '휴넷' 스몰 스텝 강연
- '스타트업 얼라이언스' 스몰 스텝 강연
- '평생직장 개별; 개인의 시대' 컨퍼런스 스몰 스텝 강연
- '에가든' 스몰 스텝 강연
- '월간서른X스몰스텝' 자기발견 워크숍 진행 및 강연 등 다수

## 아보다스퀘어 이사 (2014.08~2016.12)

- 스타트업 '마리몬드' 브랜드 컨설팅
- 기업 대상 소셜 미디어 브랜딩 강의
- 자기발견학교(개인 아이덴티티) 교육 프로그램 개발 및 운영 등 다수

## 유니타스브랜드 에디터 및 편집팀장 (2008.06~2014.07)

- 브랜드 전문지 <유니타스브랜드> 편집 기획
- 유니타스브랜드닷컴, 카카오페이지, 리디북스 등 전자책 콘텐츠 개발
- 유니타스브랜드 SNS 콘텐츠 개발 및 운영 전담
- 성주그룹 20년 미션 개발 및 비전북 콘텐츠 기획
- 단행본 '자기다움' 기획 편집
- 아모레퍼시픽 기술 히스토리북 콘텐츠 기획 및 편집
- 서울시 해외 홍보북 콘텐츠 기획 및 편집
- 다큐매거진 <오스티엄> 기획 및 편집 등 다수

