



프린츠

새로운 관점 [觀點]을 담는 브랜드
: 프린츠 브랜드 소개서

연세대학교 브랜드 매니저 40기 5조



CHAPTER 01.

프릴츠 소개

CHAPTER 02.

브랜드 성장

CHAPTER 03.

브랜드 차별성

CHAPTER 04.

독자적인 홍보 채널 이용방식

CHAPTER 05.

핑크펭귄 전략

CHAPTER 06.

브랜드 제안점



1. 브랜드 탄생 스토리

2. 브랜드를 만들어가는 사람들

1. 브랜드 탄생 스토리



마포의 갈비집에서 “최고의 커피와 빵”의 성지로



2014년 여섯 명의 커피 & 베이커리 전문가가 모여 마포구 뒷골목 부영이 갈비집이었던 오래된 한옥을 개조해 1호점인 마포 도화점을 오픈 이후로 종로 원서점, 양재점을 오픈하였다.

1. 브랜드 탄생 스토리



상권은 중요한 것이 아니다



1. 상권보다는 사계절 일정한 품질로 빵과 커피를 만들 수 있는 곳이 중요.
2. 상권이 비싼 부동산 임대료를 피하며 이사를 다니는 것은 매번 빵과 커피의 품질 관리 기준을 다시 잡아야 하는 힘든 일.

1. 브랜드 탄생 스토리



프린츠 시그니처 '물개' 디자인의 진짜 스토리



“아무거나 상관 없다, 빵과 커피와 연관만 없다면 무엇이든 좋다”

2. 브랜드를 만들어가는 사람들



External Branding

'어디에도 없는 고유명사'

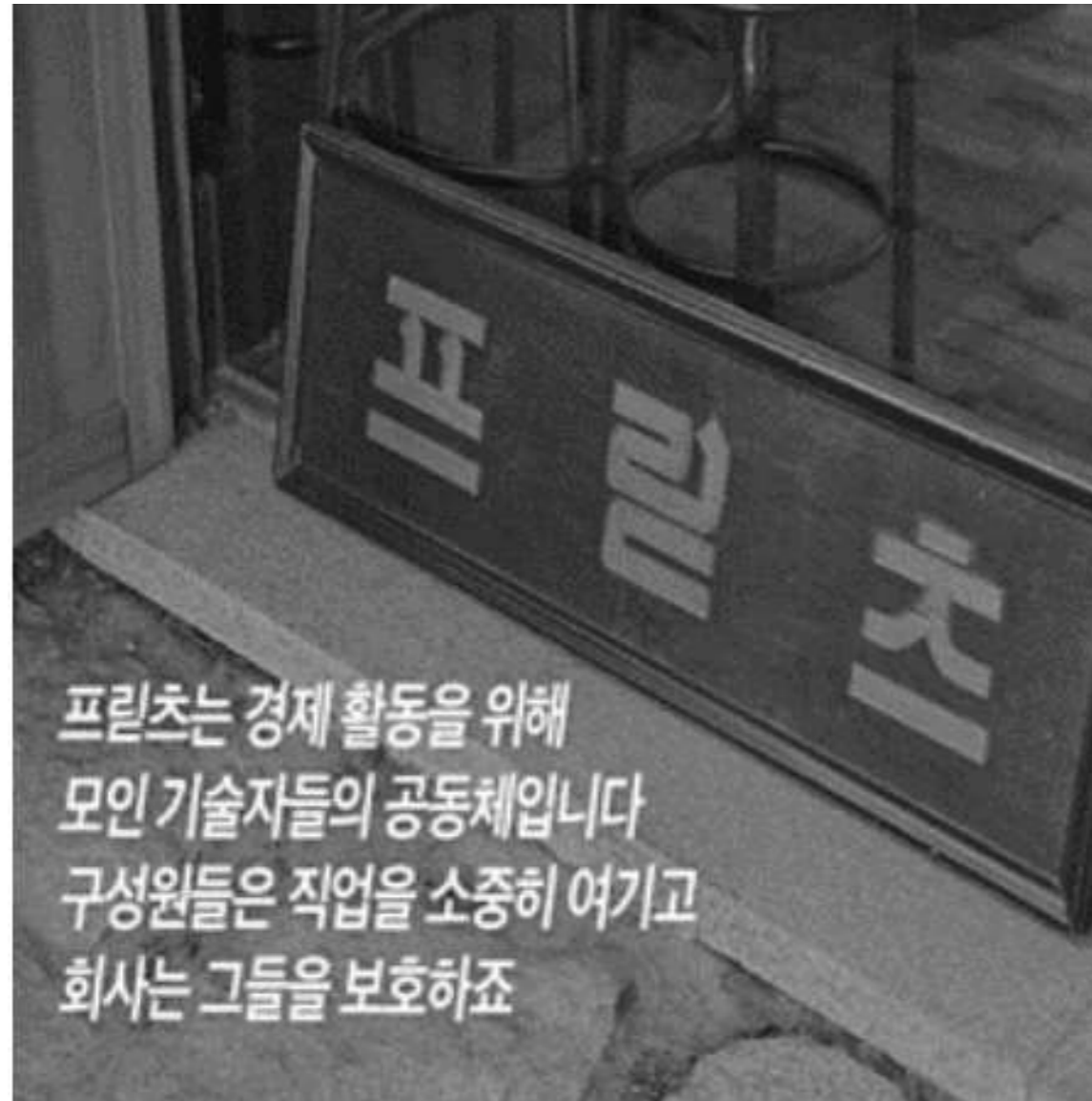
2. 브랜드를 만들어가는 사람들



프린츠의 시그니처
'물개' 굿즈



2. 브랜드를 만들어가는 사람들



Internal Branding

"기술자들의 공동체적 삶을 만들어가는 것"

2. 브랜드를 만들어가는 사람들



새로운 노동의 패러다임: 삶의 질 향상에 대한 노력

5월 노동절 맞이 '영차영차'



'커피'에 대한 긍정적 메시지 전달



'캐릭터'를 통한 소비자와의 소통





3. 브랜드가 취하고 있는 성장 전략

4. 전달하고자 하는 브랜드 메시지

3. 브랜드가 취하고 있는 전략



MZ가 선호하는 '가치 소비' 트렌드



1. 프린츠가 2030 세대에게 인기를 얻을 수 있었던 것은 이 브랜드만이 가진 윤리적 가치와 독창성.
2. 스페셜티 커피를 다루고 있지만, 친근한 캐릭터로 어렵지 않고 편안하게 접근할 수 있도록 한 강점.
3. 지속 재 생산이 가능한 물개 로고의 독창적이고 개성 있는 굿즈들로 취향 저격.

3. 브랜드가 취하고 있는 전략



누구나 쉽게 접근할 수 있는 '스페셜티'



서촌 카페 Club Spectre



서울 반야트리 클러앤스파 Festa by Mingoo



강릉 카페 이진리



송파 카페 Coulou Bagels

낯설게 느껴지는 스페셜티 '영차영차', '서울시네마' 등 쉽게 기억할 수 있는 프림츠 만의 언어로 소비자들에게 다가감.
전국 550여곳의 카페에서 프림츠 원두를 사용하고 있어, 프림츠를 방문하지 않아도 다양한 곳에서 프림츠를 맛보고 느낄 수 있다.

3. 브랜드가 취하고 있는 전략



'함께' 성장하는 프린츠



프린츠 근무자의 80%가 정규직으로 근무하고 있으며, 누구보다 직원의 복지와 성장을 위해 충분한 보상과 노력을 하고있다.
또한 프린츠 대표들의 주도로 이뤄진 교육을 통해 직원들의 역량향상을 도모한다.

4. 전달하고자 하는 브랜드 메시지



한국적인 커피와 빵을 만드는 기술자들의 건강한 공동체

"ALL FOR ONE, ONE FOR ALL"

WITH COFFEE & BREAD

4. 전달하고자 하는 브랜드 메시지



기술자들의 '건강한 공동체'

- 차별성 있는 그들만의 메시지와 비전,
그들의 비전이 5년 이내 국내 TOP 5 카페 브랜드로 성장하기였다면?
- 커피와 빵의 맛을 판단하는 요소는 복합적이며,
가장 중요한 요소는 '사람' 브랜드를 구성하는 구성원, 직원들의
일에 대한 태도가 본인들을 특별하게 만든다는 믿음
- 공정이나 원료에 차별점이 있다면 금방 모두가 비슷해진다.
빵과 커피의 컨셉보다도 일에 최선을 다하는 태도가 브랜드를
특별하게 만든다는 믿음





5. 프린츠 만의 브랜드 차별성

5. 브랜드 차별성



1. 원두

커피 농가에 방문하여 좋은 원두를 수급하는 '그린빈 바이어'



다른 로스터리 브랜드와 최고의 원두를 수입하여 함께 로스팅 하여 판매하며, 프린츠는 한국의 대표 로스터리 산업을 이끌고있다.

5. 브랜드 차별성



1. 원두

프린츠만 브랜드 정체성을 녹여낸 '스페셜 원두'



“서로 관계없는 것, 낯선 것들을 고집”

한국의 정서로 외국의 커피를 함께 풀어낸 프린츠만의 정체성 & 프린츠의 물개와 레트로 감성을 녹여 만들어낸 스페셜 원두.

5. 브랜드 차별성



2. 디자인 & 컨셉

특별하면서도(SPECIALTY) 고풍스러운(VINTAGE), 복고풍의(Retro) 매력



프릴츠의 한국적인 고풍스러움과 레트로 감성을 매장 비주얼 디스플레이로 느낄 수 있다.

5. 브랜드 차별성



2. 디자인 & 컨셉

특별하면서도(SPECIALTY) 고풍스러운(VINTAGE), 복고풍의(Retro) 매력



오픈 바를 통하여 프린츠 구성원들이 업에 대한 가치와 일하는 즐거움을 소비자들과 소통하고 전달함.

5. 브랜드 차별성



3. 프리츠의 약속

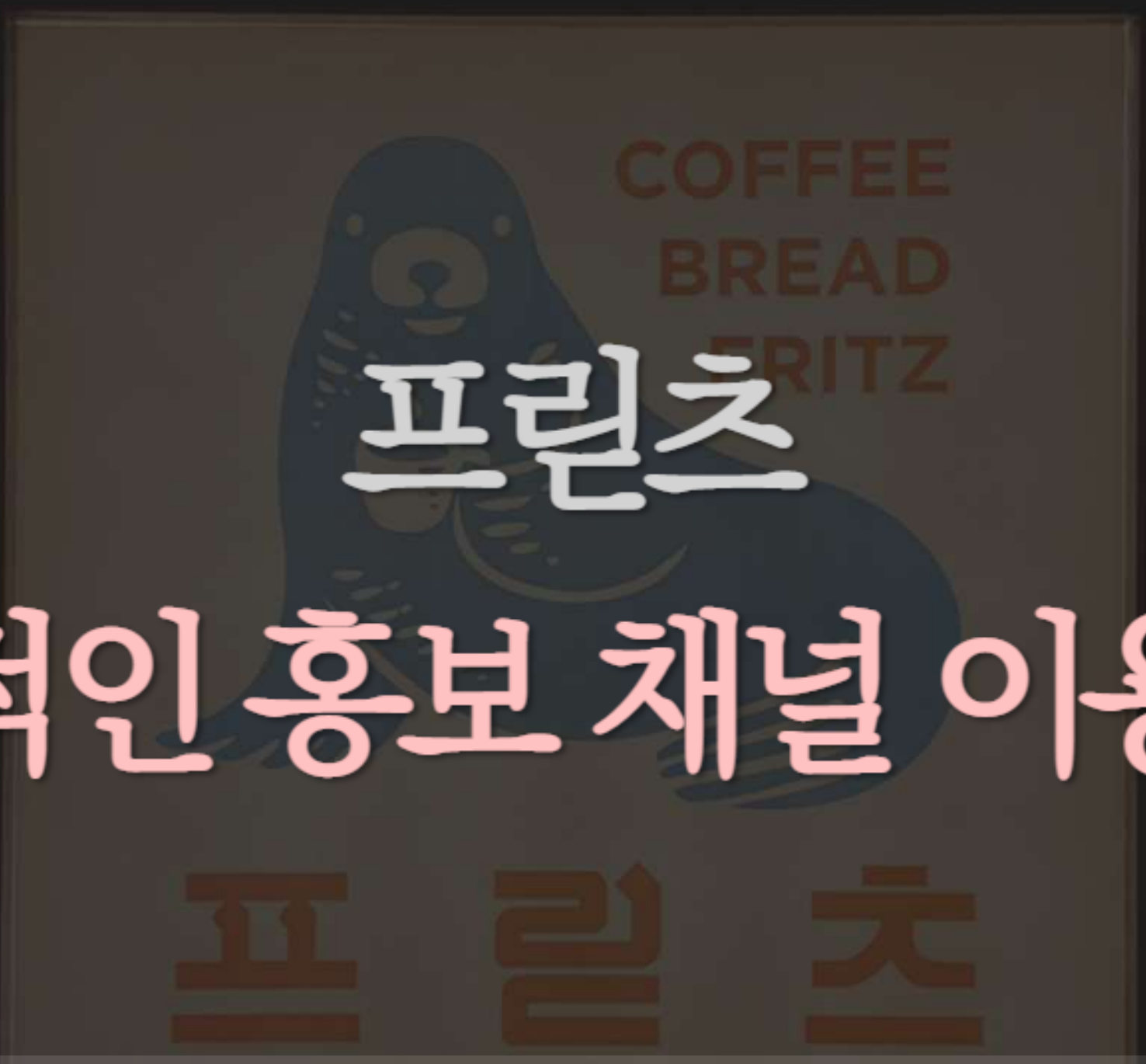
브랜드를 만드는건 결국 '사람'들



“ 프리츠에는 약속이 있습니다.지각하지 않기, 반갑게 인사하기!”

프리츠는 소통이란 단어 대신 “약속”이라는 단어를 사용한다.
그 약속 안에는 “지각하지 않기, 반갑게 인사하기” 같은 약속의 정의가 있다.
이 약속은 프리츠 구성원과 손님에게 공통된 약속이다.

“프리츠의 소통의 정의는 약속”



독자적인 홍보 채널 이용방식

6. 커피 클럽

7. 커핑 클래스

8. 프린츠 인스타그램

9. 콜라보 & 협업 프로젝트

6. 커피 클럽



일반 소비자를 위한 원두 정기 배송 서비스

커피클럽 주간 원두 노트 “각 원두의 캐릭터들이 정말 쉽고 뚜렷하게 표현”

NO.	DATE	SINGLE ORIGIN
1	07	케냐 카림가 AA 워시드
2	13	인도 칼레데바라푸라 빌루르 S9 워시드
3	20	에티오피아 메가체프 게렘 워르카 사카로 워시드
4	27	콜롬비아 라마나 카스티요 나라하 워시드

1. 매주 어떤 원두를 받을지 기대감
2. 다양한 원두의 맛을 경험
3. 나만을 위한 특별한 원두 배송
4. 기대가 되는 이번 주의 원두 노트

5. 커피에 대한 쉬운 이해와 지식
6. 그라인더가 없어도 분쇄 서비스
7. 싱글 오리진과 블렌딩 원두 선택
8. 집에서 즐기는 스페셜 커피

7. 커피 클래스



COFFEE CUPPING

커피의 맛을 감별하는 것,
커피 한잔에서 수십 가지의 맛을 찾아 내는



1. 커피의 이해, 목적, 언어, 기초 커피
2. 대표적인 스코어 시트 설명 및 커피
3. 커피 품종별 커피



4. 전통적 가공 방식에 따른 커피
5. 새로운 가공 방식에 따른 커피



6. 산지에서 이루어지는 일 - 나라별 커피
7. 대회 연습 (Triangulation) 및 컵 테이스팅
8. 수강생이 선택한 주제로 구성한 커피 및 토론



"지속 가능한 기술자를 양성하기 위하여"

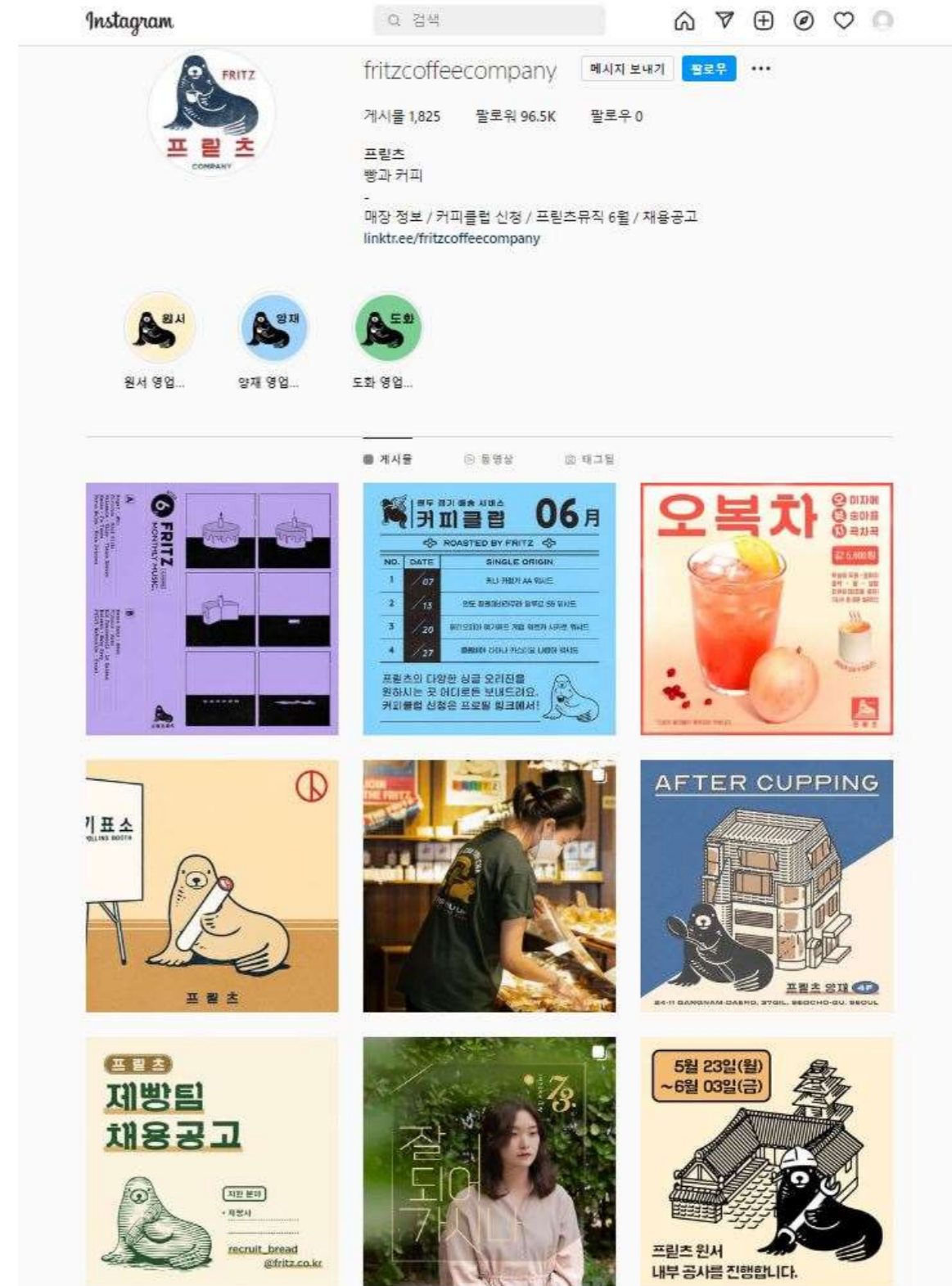
AFTER CUPPING

- 한 달에 1회 주제별 커피 "커피는 반드시 꾸준히."
- 분기별 세미나
원두 평가 (로스터와 함께), 컵 테이스팅 (바리스타와 함께),
프린츠 QC 시스템, 새로운 커피 품 소개, 산지 세미나 등

8. 인스타그램



@fritzcoffeecompany



출처. 프릴츠 인스타그램

8. 인스타그램



프린츠의 음악 플레이리스트

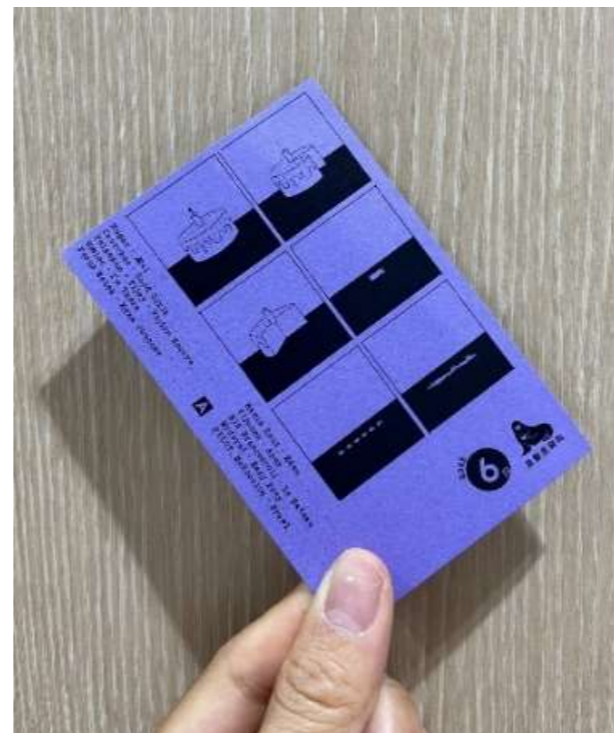
JUNE 6. FRITZ Music List

2022 6 FRITZ 10 CHOICE MONTHLY MUSIC.

A	B
Hugar - Ævi	Hania Rani - Eden
Chvrches - Good Girls	Vijunns - Apex
Felmann + Tiley - Vision Encore	Kid Francescoli - Le Bateau
Hælos - I'm There	Moderat - Easy Prey
Ferus Melek - Hexa Outcome	PYLOT, McRocklin - Brawl

“매달 1회 업로드되는 음악 콘텐츠”

1. 한 달에 대한 프린츠 인상을 심어줄 수 있다.
2. 프린츠만의 음악 플레이리스트를 알린다.
3. 플레이리스트를 임팩트 있게 시각적으로 보여준다.
4. 프린츠 브랜드 안에 또 다른 콘텐츠로 만들어진 음악이 새로운 브랜드를 나타냄.



2022 5 FRITZ MONTHLY MUSIC. 40 CHOICE 영차영차노동요

A	B
Hælos - I'm There	Kalandra - Borders
Sigur Rós - Miland	Ólafur Arnalds - The Bottom Line (feat. Josia)
Hugar - Waves (feat. Arnór Dan)	Hania Rani - Eden
Ramoco - Afraid To Go Home	Wojciech Golewowski - Transmission 01
Grandbrothers - Nowth	Explosions In The Sky - First Breath After Coma
B	C
Silk Sonic - Silk Sonic Intro	John Vasson - Caravan
Justin Hurwitz - Overture	Louis Cole - Things
Club Kuru - Giving In	Phoenix - Trying To Be Cool
Luis Bonfá - Bambolero	ITZY - SURF
John Coltrane - My Favorite Things	홍요계이스크 - 홍요계
C	D
Black Eyed Peas - Action	The Weeknd - Out Of Time
Not U - 90's Love	The Weeknd - Blinding Lights
Liam Payne - Back It Up	아이비 - 러빙가
태현우 - 러빙가 - LOVER-LOVER	Lil Nas X, Jack Harlow - INDUSTRY BABY
김민수남민 - Run	홍명걸, 아문기 - 우리들 함께
D	E
Mr. Big - To Be With You	Mr.오 - 하얀 겨울
AC/DC - Back In Black	성민호 - 나의 겨울의 소리
영미 스텔리아 - 크릭	김민지아 - Everything
Maverick Sabre - Into Nirvana	Boyz n the Bay - Young, Wild & Free (feat. Drizzy)
김승민 - 겨울에 걸린 크릭	21on.T - Sleep Talk



8. 인스타그램



잘 되어 가시나

프린츠에서 함께하는 사람들에게 안부 묻기 인터뷰


“ 잘 되어 가시나 ”

안부 · 직업 · 변화 · 목표 · 동기부여

- 1. 자신의 업을 통해 세상에 기여하고자 하는 영향력
- 2. 비전을 구성원들과 같이 공유하고 성장해 나가는 것
- 3. 가슴 뛰는 일을 함께하는 열정적인 공동체



브랜드 철학을 바탕으로 단단한 공동체, 프린츠의 진심과 생존의 내면을 알 수 있다.

 fritzcoffeecompany 우리는 어쩌면 가족들보다 더 자주 만나고 더 많은 이야기를 나눕니다. 함께하는 구성원이 그렇고, 여러 가지 방법으로 프린츠를 찾아주시는 손님들이 그렇습니다. 그래서 시작했습니다.

프린츠에서 함께하는 사람들에게 안부 묻기, <잘 되어 가시나>, 일흔세 번째로 모신 분은 제빵사 오운주 님입니다.

1. 잘 되어 가시나, 사소한 것들에 집중하자면 내가 생각하던 방향과 다르게 흘러가는 일들이 대부분이지만, 한발 물러나 크게 바라보면 결국 원하는 목표를 향해 가는 중이다. 잘 되어가고 있고 앞으로 더 잘 될 것이다.
2. 제빵사라는 직업을 택하고 프린츠를 선택한 계기가 무엇인가. 열심히 노력하고 도전을 계속할 만큼 제빵 일에 애정이 있어서 선택하게 되었다. 빵이란 기호식품이 될 수도 있지만 주식이 되기도 하기에 강하고 화려하기보다는 오래 질리지 않고 먹을 수 있어야 한다고 생각한다. 이런 나의 생각과 잘 맞는 곳이라 생각해 프린츠에 찾아왔다. 하지만 한편으로는 지금의 직업이 영원하지 않을 거라는 생각이 들기도 한다. 그래서 먼 미래를 꿈꾸기 보다 현재에 집중하고 있다.
3. 제빵사가 되길 잘했다는 생각이 가장 많이 들 때는 언제인가. 갓 구운 빵을 한입 가득 먹을 때!
4. 프린츠 입사 후 삶의 변화가 있는지, 있다면 어떠한 변화인가. 고등학교를 졸업하자마자 준비가 되지 않은 채 사회생활을 시작했었다. 그때는 많이 불안정했고 마음의 상처도 쉽게 받았다. 아직 갈 길이 멀기는 하지만 함께 일할 때 응원해 주고 지지해 주는 동료들과 즐겁게 일하다 보니 정서적으로 많이 성장하게 되어 점점 단단해지고 있다.
5. 요즘 집중하고 있는 것은 무엇인가. 자격증 취득에 집중하고 있다. 사회생활을 하면서 나를 모르는 사람들에게 나를 설명할 유형의 무언가가 필요하다고 생각했고, 또 끊임없이 도전해야 하는 시기라 다양한 자격증에 도전 중이다. 가끔 좌절하기도 하지만 꽤나 삶에 활력을 넣어주는 요소이다.



8. 인스타그램



프린츠 소식 공유

1. 믹싱포럼

우리는 궁금증을 해결하고 문제점을 개선해 가면서, 어제 보다 더 나은 빵을 만들기 위한 프린츠만의 레시피를 믹싱 포럼을 통하여 공유한다.

1. 제빵사A 의견

스팀을 쏘면 반죽 표면에 수분이 맺혀 오븐스프링 시간이 늘어나 반죽이 더 크게 팽창하게 하고, 전분의 덩스트린화로 광택을 부여한다. 스팀을 주로 사용하는 하드계열의 Lean Bread는 호화된 밀 전분의 단맛과 장시간 발효에 의한 풍미, 오븐스프링으로 인한 볼륨감, 크러스트의 바삭한 식감을 즐기는 빵인데, 스팀의 효과가 크게 발현된다. 반면, 크루아상은 버터 함량이 높아 습도에 예민한 제품이라 스팀으로 인해 표면에 물방울 모양이 남거나 주글주글한 완제품이 나올 가능성이 있다.

참고 자료

- 프린츠 제빵 교본 1호 / p.3, 14, 20
- 새로운 제빵 기초 지식 / p.186, 187
- 빵 만들 때 곤란해지면 읽는 책 / p.193

프린츠 제빵

믹싱포럼

: 더 나은 기술자가 되기 위한 토론의 장

21년 9월 24일

■ 크루아상을 구울 때 스팀을 쏘지 않는 이유

1. 제빵사A 의견
2. 제빵사B 의견
3. 제빵사C 의견
4. 도출된 결론

프린츠 제빵

2. 제빵사B 의견

스팀을 쏘면 반죽의 표면이 촉촉하게 만들어 후속물이 오래 활동할 수 있어 더 풍부한 예를 만든다. 반죽 표면의 신장성을 유지시키고 딱딱한 크러스트 생성을 저지해 빵의 볼륨을 크게 만든다. 발효를 내리는 것 또한 스팀과 깊은 효소를 볼 수 있다. 발효 노른자의 카르보나이드 효소로 인해 표면에 얇은 기름을 칠해 건조하고, 발효물로 표면을 촉촉하게 만들어 반죽이 후속이 된다. 케네시카 구워지는 것을 늦추고 빵의 볼륨을 크게 만든다. 스팀과 깊은 효소를 내는 발효물을 얇은 크루아상에 스팀을 쏘면 크루아상이 무르고 있고 식감의 역효과가 나타날 것이다.

참고 자료

- 교재 / p.44, 45
- 교재 / p.251
- 빵 만들 때 곤란해지면 읽는 책 / p.193

프린츠 제빵

3. 제빵사C 의견

리드 케일 원두는 우븐에 예전 공는 경우가 많은데, 굵기 조정에 적합한 양의 스팀을 가해 곁들 목적에 맞는 무 기술에 크러스트를 만들고, 속이 익을 정도로 구워 겉은 바삭하고 속은 촉촉하게 구울 수 있다. 제빵을 할 때는 온도와 함께 볼륨이 생기면 스팀과 온도의 깊은 볼륨감을 볼 수 있고, 오래 구우면 케일 내부 인해서 제빵부의 스팀 시공이 어렵다. 다양한 재료와 유지를 이용해 맛과 향을 끌어내고 장시간 구울 필요도 없는 크루아상은 짧은 시간 동안 온도를 가해 빵을 내기 위해 케일을 사용이 적절하다.

참고 자료

- 실용 제빵은 실용주의 프레스 / p.31
- 교재 / p.44, 45
- 빵의 과학 / p.170
- 빵 만들 때 곤란해지면 읽는 책 / p.193

프린츠 제빵

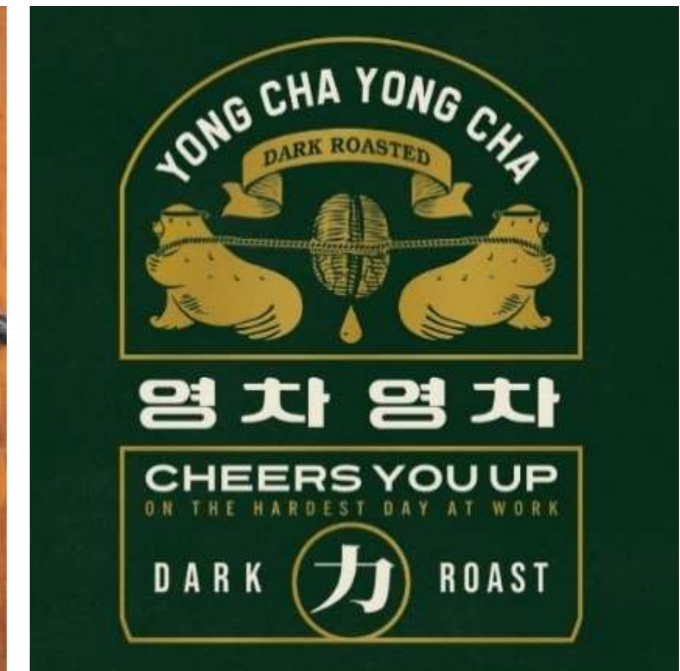
4. 도출된 결론

- 스팀을 주로 사용하는 하드 계열의 원두는 제빵과 크루아상과 속에는 케일이나도 모두 케일과 생김은 다르다. 따라서 굵기 조절을 포함한 각 공정에서 일어나고자 하는 효과 또한 다르다.
- 발효를 바라는 것이 스팀을 주는 것과 비슷한 효과를 주는 하나 온도의 고다고는 볼 수 없다. 각 재료의 특성에 맞는, 적절한 방법을 택한다.
- 크루아상에 케일 스팀을 분사하는 것보다, 빵을 굽기 전 건조한 온도에 수분을 증폭해 열전도를 높이는 방법이 더 적절하다.

프린츠 제빵

2. 영차 영차

일은 고되지만 그 보상은 달콤하다. 매년 5월 프린츠의 노동절 맞이 '영차영차'. 진한 블렌딩의 영차영차 원두로 5월의 노동을 위해 더 열심히 일해보자. 5월의 프린츠 영차영차 에너지 넘치는 노동요를 들으며 하루하루 힘차게 일할 수 있도록.



9. 콜라보 & 협업 프로젝트



BGM Magazine X FRITZ

5월 근로자들을 위한 커피와 음악, 프린츠 X BGM, 미니 플레이리스트북



“Work Song”

“다양한 직업을 가진 10명이 일할 때 즐겨 듣는 노동요 플레이리스트 10개, 노동요를 배경삼아 영차영차 활기찬 일과 보내시길!”

5월 노동절을 맞아 BGM 매거진이 프린츠의 ‘영차영차’와 협업으로 진행된 인터뷰와 플레이리스트 북이다.

BGM Mix Vol.1 Work Song
카세트테이프 콘셉트의 미니 플레이리스트 북.
매 이슈 다양한 인물들의 짧은 일상 이야기와 주제별 플레이리스트.

- WORKERS
- Editor 김해서
- Photographer 임수민
- Baker 조성현
- Writer 태재
- Barista 박근하
- Gardener 이구름
- Marketer 서솔
- Spatial Designer 조남인
- Painter 켈리 박
- Brand Director 김병기



9. 콜라보 & 협업 프로젝트



Wonderwall X FRITZ

Wonderwall X 프린츠 “서로가 해석한 서로의 스토리, 원더월 블렌드 커피 패키지”



새로운 세상으로 길을 열어주는 통로, Wonderwall 의미를 프린츠 식으로 해석하고 담아낸 “원더월 블렌드 커피 패키지”.
프린츠의 모든 과정을 영화같은 클래스와 함께 프린츠의 비주얼팀이 Wonderwall의 스토리를 어떻게 해석했는지, 클래스를 통하여 그 과정을 들여다본다.

9. 콜라보 & 협업 프로젝트



KAKAO FRIENDS X FRITZ

라이언 X 프린츠 “리미티드 에디션 굿즈 출시”

세련되면서도 한국적인 프린츠의 코리안 빈티지 감성을 그대로 살려 라이언의 새로운 매력을 느낄 수 있는 굿즈 제작, MZ 세대의 인기 열풍



9. 콜라보 & 협업 프로젝트



SAMSUNG BESPOKE X FRITZ

Woderwall X 프린츠, "MZ 밀리니엄 세대를 겨냥한"



Q. 왜 삼성은 프린츠를 선택하였나?

"냉장고 자리에 대한 편견을 깨는 공간"
"MZ 세대의 개성 있는 핫 플레이스 프린츠"
"레트로 감성과 물개 캐릭터로 MZ 취향 적중"

Q. 프린츠가 MZ 세대를 어떻게 매혹시켰나?

1. 독보적인 캐릭터 물개로 MZ 세대 뇌리에 금방 각인되는 프린츠.
2. 한국의 정서가 가득한 공간과 모든 세대의 감성을 자극하는 레트로 컨셉.

9. 콜라보 & 협업 프로젝트



MAGPIE BREWING X FRITZ

맥파이 X 프린츠가 선보인 "첫차"



맥파이 브루어리'와 '프린츠 커피 컴퍼니'가 만든 '첫차'

프린츠 원두 캐릭터와 '발틱포터(Baltic Porter)' 스타일의 흑맥주 캐릭터가 묻어나오는 맥주.

프린츠의
COFFEE
BREAD
FRITZ

Pink Penguin strategy



핑크펭귄 전략



프린츠

PREMIUM

결국 커피의 본질은

커피의 '품질'

프린츠는 직접 커피 농장과 계약을 맺고
유기농 커피만 고집하다

프린츠
DIRECT TRADE

FRITZ COFFEE COMPANY

핑크펭귄 전략



프린츠

INNOVATIVE

결국 혁신은

'사람'에게서 온다

결국 브랜드의 차별성을 만드는 것은
구성원들의 인식의 혁신과 브랜드 메신저로
성장시키는 것이다



핑크펭귄 전략



프린츠

NEWNESS

익숙함에서 관점의

'새로움'을 주다

빵을 파는 곳이 아닌 빵을 만드는 곳에 집중
레트로의 의미를 프린츠식으로 재해석



핑크펭귄 전략



프린츠

KNOWLEDGEABLE

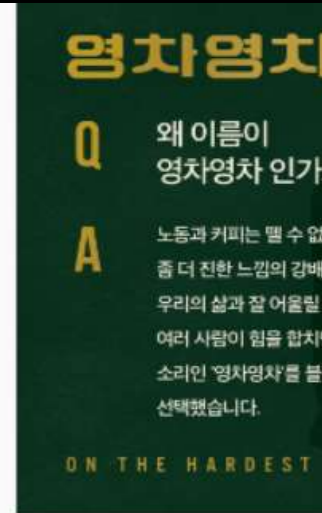
인스타그램이라는

'미디어'로 특별함을

인식시키다

남들이 SNS라고 볼 때, 미디어로 활용하다:

- 캐릭터를 이용한 원두 보관법, 콜드브루 맛있게 즐기는 법 공유
- 이번달 프린츠에서 흘러나오는 음악 리스트 공유
- 프린츠에서 일하는 사람들의 인터뷰 시리즈 전달



원두 정기 배송 서비스 **커피클럽 05月**
ROASTED BY FRITZ

NO.	DATE	SINGLE ORIGIN
1	02	콜롬비아 라이다나 카스티요 워시드
2	09	코스타리카 메르바수 리마 헤니
3	16	코스타리카 라 크루스 데 타라수 카루라-카루아미 블렌디드
4	23	콜롬비아 라 라구나 핑크 부르봉 내추럴
5	30	코스타리카 카일 데 일무라 비다 사모지 메르바수 내추럴

프린츠의 다양한 싱글 오리진을 원하시는 곳 어디로든 보내드려요. 커피클럽 신청은 프로필 링크에서!





YLABAM COMBEE COO

FRITZ



프림츠

YEONSEI
BM
40기 5조