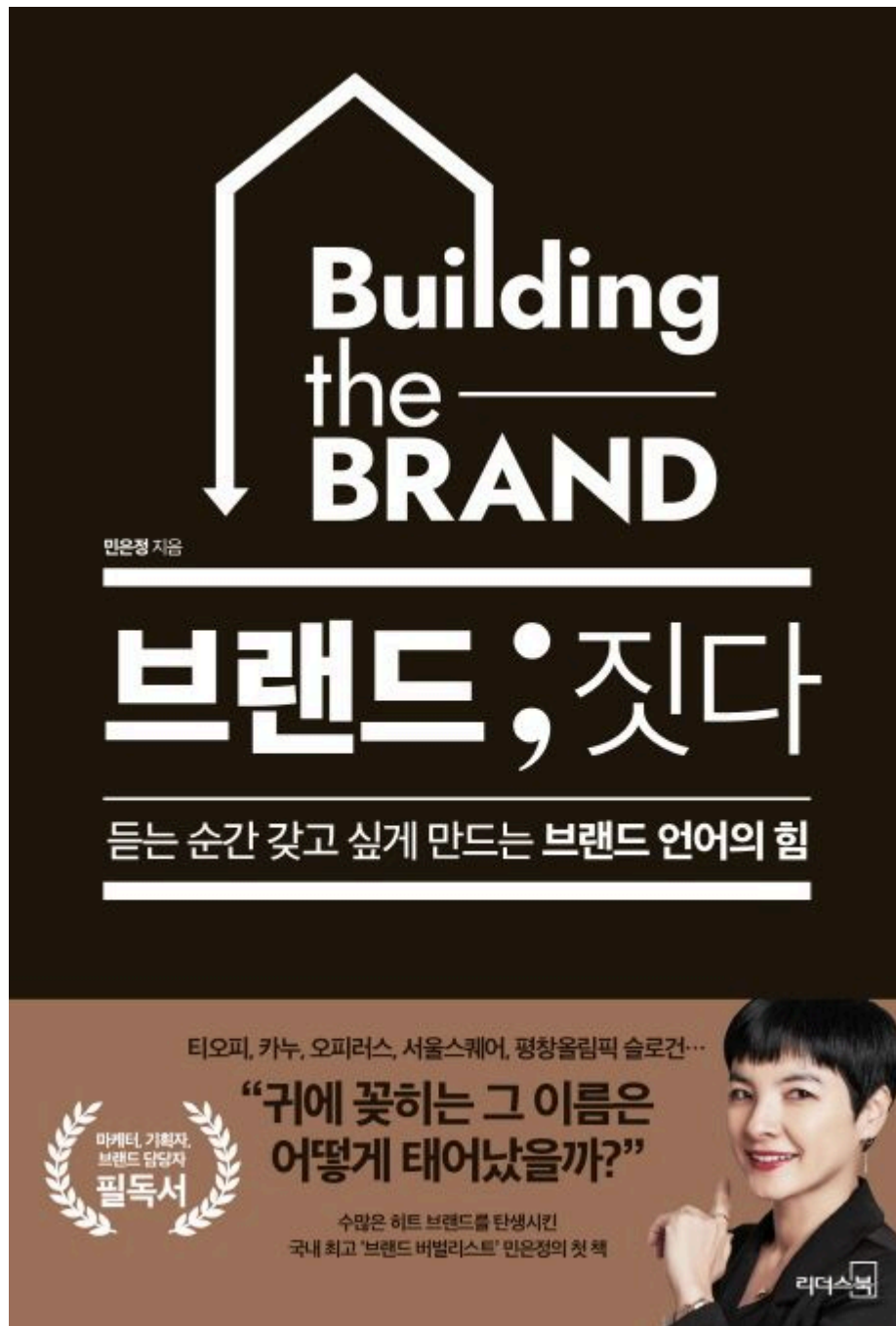


# 브랜드;짓다

|          |                             |
|----------|-----------------------------|
| ≡ 작가     | 민은정                         |
| ⌵ Status | 정리 끝                        |
| 📅 독서 기간  | @2025년 2월 5일 → 2025년 2월 11일 |
| ⌵ 별점     | ★★★★                        |
| ≡ 분류     | 마케팅/브랜딩                     |
| ≡ 출판사    | 리더스북                        |



- 브랜드의 네이밍 : 이름 그 자체가 주는 의미 << 이름에서 오는 느낌(발음, 세기 등)
  - ex) 차 브랜드 - 네이밍 할 때 “티”가 들어가지 않더라도 “트”이 들어가면 그런 느낌을 줌
  
- 어떤 이름으로 불리느냐 → “인식”
  - 냉커피vs아이스아메리카노 / 계피vs시나몬 / 내복vs히트텍

인식을 변화시킬 수 있는 것이 바로 이름이다!

- 브랜드 언어가 중요하다. 소비자에게는 그 기업의 주요 상품을 카테고리화해서 각인이 된다. (ex, 화장품회사, 자동차 회사 등등)
- 브랜드 언어를 잘 지으려면? → 브랜드 퍼스널리티를 잘 세워야 한다. 어떤 브랜드인지, 그 브랜드의 정체성은 어떤지 등등
- 브랜드의 중심에 '제품'을 놓지 말고 '철학'과 '취향'을 놓아야 확장성이 좋아진다. 확고한 철학과 취향으로 그에 대한 독심을 박고 팬을 모으는 것이 핵심
- 브랜드 스토리 - 인물, 배경, 사건이 있어야 하는데 인물만 있는 경우 多 ⇒ 기업의 입장에서 만들기 때문  
: 그러므로 고객의 입장에서, 브랜드 언어로 브랜드 스토리를 만들어야 한다!
  - 인물 : 브랜드. 브랜드를 주인공에 두고 매력적인 캐릭터로 만들기
  - 배경 : 주인공이 사는 세계 창조하기. 브랜드만의 관점이 있어야 한다. 브랜드의 가치관 묘사하기
  - 사건 : 그 가치관을 표현하기 위해 어떤 행동을 하는가?