

## 독특하다...강렬하다... 우리를 사로잡은 이름들

고객이 기업에 주목하는 순간은 참나에 가깝다. 이 짧은 순간에 기업이 가진 가치를 이해시키기 위해서는 독특하고 강렬한 브랜드가 필요하다. 생전의 스티브 잡스 애플 최고경영자(CEO)도 이러한 점을 간파했다. 애플이라는 브랜드가 어떤 지향점을 향해 나아가고 있는지 각인시켜야 한다고 주장했다. 고객과 회사가 브랜드라는 매개체를 통해 서로 소통한다고 믿었기 때문이다.

조선미디어그룹 경제전문매체인 조선비즈가 마련한 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'은 소비자의 마음을 사로잡은 대표적인 브랜드를 소개한다. 조선비즈가 주최하고 조선일보사, TV조선, 산업통상자원부, 농림축산식품부가 후원한 브랜드 대상은 소비자 설문조사와 학계의 엄정한 심사를 통해 총 57개 브랜드를 선정했다. 사랑받는 브랜드의 마케팅 전략을 소개해 브랜드 육성의 모범 가이드라인을 제시한다.

### ◇어떻게 선정했나

브랜드 대상 기업은 산업군별 브랜드 사전조사, 수상후보를 대상으로 한 소비자 온라인 설문조사, 수상후보가 제출한 자료 전문가 심사 등 3단계에 걸쳐 진행됐다. 사전조사는 '한국 산업의 브랜드 러브(KBL·Korea Brand Love) 지수'를 토대로 했다. KBL지수는 브랜드 인지도, 호감도, 구매율, 만족도, 신뢰도, 충성도 등 총 6가지 항목으로 구성됐다.

온라인 설문조사는 1월5일부터 1월18일까지 14일 동안 전국 10대~50대 남녀 8만1708명(남자 3만5952명, 여자 4만5756명)을 대상으로 실시했다. 응답자 가운데 30대가 가장 많고, 이어 40대와 20대, 50대, 10대 순이었다.

전문가 심사는 '브랜드 경영'과 '소비자 경영'으로 나눠 진행됐다. 브랜드 경영은 중·장기 브랜드 경영전략, 브랜드 관리 전담조직 현황, 동종 브랜드와의 차별성 및 창의성, 대외 수상 경력, 특허 등을 기준으로 했다. 소비자 경영은 제품 기획 단계에서 소비자의 의견을 얼마나 반영했는지, 사후 관리 서비스는 어떤지 등을 평가 기준으로 삼았다.

### ◇소비자의 사랑을 받은 기업과 브랜드는

'2015 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'은 23개 분야 203개 부문, 1027개 브랜드를 대상으로 심사가 이뤄졌다. 유창조 동국대 경영학과 교수를 위원장으로 한 심사위원회가 브랜드별로 산업군을 먼저 나누고 그 산업군 안에서 다시 개별 기업들을 선별했다. 이를 통해 54개 기업 브랜드, 3개 지방자치단체 등 총 57개 브랜드를 선정했다.

안석현 조선비즈 기자

### 57개 브랜드 대상 기업 선정

산업군별 사전조사→소비자 온라인 설문→전문가 심사 3단계 거쳐  
8만1708명 온라인 설문... '브랜드 경영' '소비자 경영'으로 나눠 심사



### 2015 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상

부문	기업명	브랜드	연속
금융	KB금융그룹	KB금융그룹	5
세탁제	애경산업	리큐	5
전자제품전문점	롯데하이마트	하이마트	5
도시락프랜차이즈	한솔	한솔도시락	4
맥주	오비맥주	키스 후레쉬	4
사이버대학	한양사이버대학교	한양사이버대학교	4
신용카드	KB국민카드	KB국민카드	4
와인	아영 FBC	티나베로	4
이유식	일동후디스	프리미엄산양유아식	4
결혼정보서비스	듀오정보	듀오	3
알로에건강기능식품	그린알로에	그린알로에	3
주스	휴롬	휴롬	3
체인호텔	한국관광공사	베니키아	3
헬스케어	바디프랜드	바디프랜드	3
공기청정기	LG전자	LG공기청정기	2
농산물온라인쇼핑몰	농협하나로유통	농협a마켓	2
대형할인점	홈플러스	홈플러스	2
백화점	현대백화점	현대백화점	2
베이커리	파리크라상	파리버게트	2
병원전용화장품	디엔컴퍼니	이지듀	2
아기물티슈	몽드	몽드	2
에어컨	LG전자	LG WHISEN	2
오픈마켓	이베이코리아	옥션	2
자동차	르노삼성자동차	르노삼성자동차	2
자동차금융	JB우리캐피탈	JB우리캐피탈	2
제습기	LG전자	LG WHISEN제습기	2
착취관찰병원	달라병원	달라병원	2
천연라텍스 매트리스	바디프랜드	리클라우드	2
O2O커머스	애플퍼니	애플	
간편결제서비스	LG유플러스	페이니우	
금연보조제	한국존슨앤드존슨 판매	니코레트	
기능성배	티엔아이	가누다	
레스타랑	엠에프지코리아	매드포컬릭	
상조서비스	재향군인회 상호회	재향군인회 상호회	
아파트	호성	호성해링턴 플레이스	
어학연수/유학	이에프에듀케이션 파스투코리아	EF Education First	
여행사	롯데제이티비	롯데홀리데이	
영어교육	EBS한국교육방송공사	EBSIang	
오랄케어	파나소닉코리아	제트워셔	
온라인증권거래서비스	대신증권	크레온	
원구	영실업	도봉	
위장약	글락소스미스클라인	잔탁(75mg)	
인터넷증권방송	세계로TV	세계로TV	
자동차웹서비스	기아자동차	기아레드멤버스	
전기압력밥솥	리움쿠첸	쿠첸	
정수기	바디프랜드	W(웰니스 워터)정수기	
제과	해태제과식품	히니버티즌	
티어전문점	금호타이어	타이어프로	
특산물	NH순한한우조합	지리산순한한우	
패스트푸드	한국맥도날드	맥도날드	
팻푸드	롯데네슬레코리아	팬시팻푸드	
핀테크	티모넷	티모넷	
필러	JW중외제약	엘란세	
홈케어 서비스	한경희생활과학	한경희 홈케어	
도시브랜드			
귀농·귀촌도시	고창군청	고창군	3
문화교육선도도시	철국군청	철국군	3
힐링관광도시	단양군청	단양군	3
특별상			
브랜드관리 최고경영자 박세준 한국임베이지 사장			

### “누가 소비자를 행복하게 하나”

### 최고 브랜드 비결은 정서적 소통 심사평

'한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'이 올해 5회를 맞이했다. 조선비즈는 지속적으로 일관성 있게 브랜드 전략을 전개한 우수 사례를 알리고자 매년 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상을 선정해 시상하고 있다.



브랜드 대상 선정위원회는 후보 브랜드들을 엄격하게 심사해 대상 브랜드를 선정했다. 1단계로 산업군별 브랜드를 사전 조사했고 2단계로 수상 후보들을 대상으로 온라인 소비자 조사를 실시했다. 3단계에선 수상 후보가 제출한 자료를 전문가가 심사해 57개 브랜드를 부문별 대상으로 선정했다.

KB 금융지주, 애경산업, 롯데하이마트는 5년연속 수상하는 영광을 차지해 브랜드 관리의 우수성을 인정받았다. 올해에도 고창군청, 철국군청, 단양군청 등 지방자치단체가 브랜드 대상을 수상했다. 수상한 지자체들은 지역 특성에 맞는 주제를 선정하고 잘 구현해 특성 도시로서 브랜드 경쟁력을 확보했다고 평가받았다. 이 과정에서 단체장의 행정력도 돋보였다.

사랑받는 것보다 더 좋은 느낌은 없다. 사랑 받으려면 상대방을 행복하게 해야 한다. 브랜드가 소비자에게 행복을 줄 수 있다면 최고의 브랜드 관리라 할 수 있다. 그 비결이 무엇일까.

최근 브랜드 행복에 관한 연구가 진행되면서 그 단서가 밝혀지고 있다. 첫째, 브랜드는 소비자에게 목표를 달성했다는 성취감, 남보다 낫다는 우월감, 조직의 일원이라는 소속감과 바르게 살고 있다는 사회적 규범 같은 심리적 가치를 전달해야 한다. 둘째, 브랜드는 소비자에게 기대와 설렘, 흥분과 즐거움, 안정과 따뜻한 같은 긍정적인 정서를 느끼게 해야 한다. 셋째, 브랜드는 소비자가 소비하는 동안 지루함이나 식상함, 짜증, 우울이나 허탈 같은 부정적 정서를 느끼지 않도록 주의해야 한다.

수상 업체들은 소비자의 삶의 질 향상에 기여하고 어려운 경제 환경 속에서 국민에게 즐거움과 희망을 줘 타 기업의 모범이 됐다고 평가 받는다. 올해도 체계적이고 지속적으로 브랜드를 관리해 내년에도 수상의 영예를 차지하기를 기원한다.

유창조 2015 한국의 가장 사랑 받는 브랜드대상 심사위원장 (동국대학교 경영학과 교수)