



고객의 마음 여는
최고의 기술
믿음

토박이마

소비자, 품질뿐 아니라 기업과 제품이 가진 '이미지'로 가치 판단



한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상
KBL지수 토대로 산업군별 사전조사 후
전국 6만8794명 대상 온라인 설문조사
전문가 심사 거쳐 총 46개 브랜드 선정

경기 침체가 이어지면서 전세계 기업이 소비자의 '믿음'을 얻기 위해 절치부심하고 있다. 불경기에 씀씀이를 줄인 소비자는 여간해선 품질이나 디자인에 혹하지 않는다. 오랜 기간 기업과 제품이 축적한 이미지가 소비자의 믿음으로 연결됐을 때 비로소 지갑을 연다. 브랜드가 기업과 제품의 핵심가치인 시대가 된 것이다. 따라서 브랜드 전략이 기업의 성과와 직결되고 있다.

현대자동차가 지난해부터 전 세계에서 벌이는 '리브 브릴리언트(Live Brilliant)' 캠페인은 '브랜드 경영'의 대표적 사례라 할 수 있다. 현대차는 '당신의 자동차 안에 당신의 빛나는 인생이 있다'는 뜻을 담은 슬로건으로 세계 자동차 시장에 이름을 새기고 있다. 아반떼의 경우 지난해 '북미 올해의 차', '남아프리카공화국 올해의 차', '캐나다 올해의 차'에 선정되기도 했다.

조선미디어그룹 경제전문매체인 조선비즈가 마련한 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'은 소비자의 마음을 사로잡은 대표적인 브랜드를 소개한다.

조선비즈가 주최하고 조선일보사, 산업통상자원부, 한국마케팅학회가 후원한 브랜드 대상은 소비자 설문조사와 학계의 엄정한 심사를 통해 총 46개 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 진행했다.

사전조사는 '한국 산업의 브랜드 러브(KBL·Korea Brand Love) 지수'를 토대로 했다. KBL지수는 브랜드 인지도, 호감도, 구매경험, 만족도, 신뢰도, 충성도 등 총 6가지 항목으로 구성됐다.

온라인 설문조사는 2월21일부터 3월6일까지 14일 동안 전국 만 16세 이상 남녀 6만 8794명(남자 3만1142명, 여자 3만7652명)을 대상으로 실시했다. 응답자 가운데 30대가 가장 많고, 이어 40대와 20대, 50대, 10대 순이었다.

전문가 심사는 '브랜드 경영'과 '소비자 경영'으로 나눠 진행했다. 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

'2013 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'은 19개 분야 176개 부문, 852개 브랜드를 대상으로 심사가 이뤄졌다. 한국경영학회장을 맡고 있는 박홍수 연세대 경영학과 교수와 유창조 동국대 경영학과 교수 등으로 구성된 심사위원회는 브랜드별로 산업군을 먼저 나누고 그 산업군 안에서 다시 개별 기업들을 선별해 총 46개 브랜드를 선정했다. KB금융그룹, 애경산업 리큐, KB국민카드, SK텔레콤, 하이마트 등은 3년 연속 대상 수상의 영광을 차지했고 듀오정보와 금호타이어는 각각 결혼정보서비스, 타이어 부문에서 브랜드 대상 기업으로 선정됐다.

이성기 조선비즈 기자

2013 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상

★는 3년 연속 수상 브랜드, ☆는 2년 연속 수상 브랜드

부문	업체명	브랜드
금융	KB금융그룹	KB금융그룹★
세탁세제	애경산업	리큐★
신용카드	KB국민카드	KB국민카드★
오픈마켓	SK플래닛	11번가★
이동통신	SK텔레콤	SK텔레콤★
전자제품전문점	롯데하이마트	하이마트★
패밀리레스토랑	이랜드파크	애슐리★
남성화장품	한국피앤지	SK-II MEN★
도시락프랜차이즈	한솔	한솔도시락★
맥주	오비맥주	카스★
민감성스킨케어	보령메디앙스	닥터야도★
사이버대학	한양사이버대학교	한양사이버대학교★
아웃도어	블랙야크	블랙야크★
와인	아영BFC	빌라엠★
은행연계 증권계좌	한국투자증권	BankIS★
이유식	일동후디스	프리미엄산양유아식★
저비용항공사	제주항공	제주항공★
종합병원	연세대학교 강남세브란스병원	연세대학교 강남세브란스병원★
척추전문병원	나누리병원	나누리병원★
프라이빗뱅크	하나은행	하나골드클럽★
결혼정보서비스	듀오정보	듀오
대형할인점	롯데마트	롯데마트
면세점	롯데면세점	롯데면세점
비타민영양제	유한양행	베컴씨
생명보험	우리아비비생명	우리아비비생명
중형자동차	현대자동차	아반떼
소형경차	한국지엠	쉐보레파크
스마트폰	삼성전자	갤럭시노트2
아기물티슈	몽드	몽드
안마의자	바디프랜드	바디프랜드
알로에건강기능식품	그린알로에	그린알로에
여성화장품	한국피앤지	SK-II
원액기	휴롬	휴롬
증권MTS	KB투자증권	KB스마트S
천연기능성화장품	엔오티에스	넛츠
친환경식품	올가을푸드	올가
타이어	금호타이어	금호타이어
호텔	더시티세븐 풀만	풀만
학술공헌상	광운대학교 경영학부	임영균 교수
공공금융서비스	한국주택금융공사	주택연금
콘텐츠산업지원	한국콘텐츠진흥원	한국콘텐츠진흥원
호텔체인	한국관광공사	베니키아
귀농·귀촌도시	고창군청	고창군
문화교육선도도시	칠곡군청	칠곡군
산림휴양도시	봉화군청	봉화군
해양관광도시	영덕군청	영덕군
힐링(힐링·웰빙)관광도시	단양군청	단양군

소비자 삶의 질 향상시킨 46개 브랜드 꾸준하고 체계적인 관리로 차별화 이뤄

심사평

지속적이고 일관성 있는 브랜드 전략 우수 사례를 발굴해 전파하기 위해 조선비즈가 주최하고 조선일보사, 산업통상자원부, 한국마케팅학회가 후원한 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'이 올해로 3회를 맞이하게 됐다.

누군가에게 사랑받는다는 것은 인간이 느낄 수 있는 최고의 감정이듯, 브랜드 관리자 입장에서는 소비자들로부터 사랑받고 있다는 것보다 더 큰 성과는 없다.

최근 정부가 국민행복시대를 약속하는 상황에서 오늘 수상하는 기업과 기관들은 국민행복시대의 선봉장이 됐다는 것을 의미한다. 소비자들은 일상생활보다 소비에서 더 큰 행복을 느낀다는 연구결과가 있고, 소비는 이제 우리 일상생활의 일부가 되고 있다. 따라서 좋은 브랜드를 관리하는 마케팅의 노력은 국민에게 행복을 전달하는 유효유가 될 것이고, 이러한 행복감은 브랜드에 대한 사랑으로 다시 돌아올 것이다.

'한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'을 선정하기 위해 많은 후보기업들을 대상으로 엄격한 심사가 진행됐다. 1단계로 산업군별 브랜드에 대한 사전조사가 진행됐고, 2단계로 수상후보들을 대상으로 온라인상에서 소비자 조사가 실시됐다. 3단계에서 수상후보가 제출한 자료에 대한 전문가 심사를 통해 최종 46개 브랜드가 부문별 대상을 수상하게 됐다.

특히 KB금융그룹, 애경산업 리큐, KB국민카드, SK플래닛의 11번가, SK텔레콤, 하이마트, 이랜드파크 애슐리는 3년연속 수상의 영광을 차지했다. 이들 브랜드는 브랜드 관리의 핵심인 지속성과 일관성을 인정받은 것이다.

한편 조선비즈는 올해부터 도시의 브랜드 경쟁력 확보를 통한 글로벌 도시 육성과 지방경제시대 활성화의 일환으로 각 분야별 '한국에서 가장 사랑받는 도시'를 새롭게 선정했다. 올해의 수상 지방자치단체는 고창군, 칠곡군, 봉화군, 영덕군, 단양군이다. 이들은 각 지역 고유의 도시 브랜드를 차별화한 성공적인 사례로 인정받았다.

올해 수상하는 모든 브랜드들은 체계적인 브랜드전략을 통해 소비자 삶의 질 향상에 기여해왔다. 수상자로 선정된 기업들은 고객을 위한 다양한 마케팅 활동을 지속적으로 전개해 어려운 경제환경에 처한 국민에게 즐거움과 새로운 희망을 전해주고, 더 나아가 기업 활동의 모범이 되어 국내외의 수많은 기업들에게 새로운 목표와 도전을 주는 신선한 자극제가 될 수 있기를 기대한다.

유창조 2013 한국의 가장 사랑받는 브랜드대상
심사위원장·동국대 경영학과 교수

