

팬데믹서 빛난 30개 브랜드... 친밀감 높이는 기업 경쟁력

미국 스포츠 의류·용품 브랜드 나이키가 올해 영국 컨설팅 회사 브랜드 파이낸스가 선정한 패션 브랜드 가치 순위에서 8년 연속 1위에 올랐다. 나이키의 브랜드 가치는 332억 달러로, 2위 루이비통(234억 달러), 3위 구찌(181억 달러)를 크게 앞섰다.

나이키가 명품보다 더 높은 가치를 인정받은 이유는 소비자들과 끊임없이 교감하고 디지털 전환과 직접 판매(DTC)로 팬덤을 확보했기 때문이다. 그 결과 나이키는 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 인한 글로벌 공급난에도 2022년 회계연도 3분기(작년 12월~올해 2월) 매출이 전년 대비 5% 증가한 108억7000만 달러를 기록했다. DTC 매출은 46억 달러로 전년 대비 17% 증가했다.

브랜드 가치는 기업의 지속가능성을 높이는 필수 요소다. 강력한 브랜드를 가진 조직은 위기에 살아남지만, 그렇지 못한 조직은 시대의 변화에 흔들리고 무너진다. 조선비즈가 매년 선정하는 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'이 올해로 12회를 맞았다.



조선비즈가 주최하고, 조선일보, TV조선, 산업통상자원부가 후원하는 브랜드 대상은 소비자를 대상으로 한 설문조사와 전문가 심사를 통해 수상자를 선정했다. 올해 브랜드 대상 선정에는 2만 명이 넘는 소비자와 전문가가 참여해 20개 분야 241개 부문에 대한 조사를 진행했다. 지난해 12월 13일부터 14일간 진행된 소비자 조사에는 대한민국에 거주하는 만 16세 이상 남녀 2만1262명이 참여했다. 조사 결과는 '대한민국 브랜드 사랑 지수(KBL-I·Korea Brand Love Index)'를 산출하는 자료로 사용했다. 700점 만점의 KBL-I는 브랜드에 대한 인지도와 호감도, 구매 경험, 만족도, 신뢰도, 충성도를 객관적인 수치로 보여준다.

한국의 가장 사랑받는 브랜드는 이렇게 산출된 KBL-I에 전문가 점수 300점을 더해 선정했다. 전문가 심사는 브랜드 경영과 소비자 경영 등 두 가지 측면에서 진행됐으며, 이를 통해 총 30개 브랜드가 '2022 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'으로 선정됐다. 김은영 기자

간편결제에 상품추천까지 온라인몰 고객 맞춤 서비스

롯데하이마트 국내 1위 전자제품 유통기업인 롯데하이마트는 자사 온라인몰에 자체 간편결제 서비스 '하이마트페이'를 도입하는 등 고객 편의 기능을 강화했다.

하이마트페이는 신용카드 등 지불수단을 미리 등록하면 로그인이나 카드번호 기입 등 번거로운 절차 없이 손쉽게 결제할 수 있도록 개발됐다. 롯데멤버스 엘페이(L.pay)와는 별도로 롯데하이마트 온라인몰에 맞게 최적화했다.

맞춤형 상품 추천 서비스인 날씨 기반 상품 추천 모듈도 개발했다. 사용자가 위치한 지역의 날씨에 맞춰 인기 상품을 추천한다. 날씨 기반 상품 추천 시 구매전환율(해당 기간 접속 고객 수 대비 상품 구매까지 이어진 고객의 비율)은 일반 구매전환율보다 약 4배 높은 것으로 집계됐다.

아울러 전자제품 동영상 리뷰, 사용법 등을 제공하는 비디오 전용관 '하트ON TV'도 구축했다. 배동주 기자



제12회 2022 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상 연속 부문명 순				PB서비스			신원은행			신원PVM			토커		
부문	기업 가관명	브랜드	연속	초고속 불렌더	에피콜	역술림	5	프리미엄 마스크	참존	참존 플립핏 마스크	5	하이엔드 주거형 오피스텔	건영	라포르테 불랑 서원	
전자제품전문점	롯데하이마트	롯데하이마트	12	패션소품물	마리오스핀	마리오아일랜드	5	종합 모바일 금융플랫폼	신원금융그룹	신원플러스	4				
도시락프랜차이즈	한솔	한솔도시락	11	피자프랜차이즈	피자스쿨	피자스쿨	4	한돈	대전충남왕돈농협	포크빌도덕은돼지	3				
헬스케어	바디프렌드	바디프렌드	10	하이엔드 오디오	디아이	오드(OOD)	2	하이엔드 오디오	디아이	오드(OOD)	2				
베이커리	파리바게뜨	파리바게뜨	9	결혼정보서비스	디노블	디노블	2	힐드 매트리스	바디프렌드	리콜리우드	9				
취수관결빙원	달라라빙원	달라라빙원	9	정수기	바디프렌드	W정수기	8	정수기	바디프렌드	W정수기	8				
침대 매트리스	바디프렌드	리콜리우드	9	제과	해태제과식품	홍관봉	8	공기살균기	케스피온	클리리우오	8				
경수기	바디프렌드	W정수기	8	기능성 배개	티앤아이	가누다	7	가능성 배개	티앤아이	가누다	7				
제과	해태제과식품	홍관봉	8	금융합병서비스	하나금융그룹	하나머니	6	금융합병서비스	하나금융그룹	하나머니	6				
외식 프랜차이즈(차킨)	제니시스비유	BBQ	6												



'국산 김치' '1.5배 굵은햄살'로 지은 도시락... ESG경영 선도

한솔 '한솔도시락' 창립 이후 도시락을 6억개 판매했다. 치킨마요는 1억5000만개, 동백도시락은 7000만개 판매했다. 전국 매장 절반이 5년 이상 운영한 장기 매장으로 10년 넘은 매장은 전국 매장의 30%다. 29년 동안 가맹점과 분쟁 및 법적 소송이 한 번도 없었을 정도로 상생 경영 철학을 이어가고 있다.

한솔은 최근 동해안 산불 피해 현장 복구를 위해 2000만원을 기부했다. 한솔은 지난해 유엔(UN) 식량 시스템 정상 회의의 중소 기업 행동 공약에 등재됐다. 지난 2019년부터 3년 연속 유엔에서 모범 경영 기업으로 인정받아 유

다. 창립 이후 도시락을 6억개 판매했다. 치킨마요는 1억5000만개, 동백도시락은 7000만개 판매했다. 전국 매장 절반이 5년 이상 운영한 장기 매장으로 10년 넘은 매장은 전국 매장의 30%다. 29년 동안 가맹점과 분쟁 및 법적 소송이 한 번도 없었을 정도로 상생 경영 철학을 이어가고 있다.

한솔은 최근 동해안 산불 피해 현장 복구를 위해 2000만원을 기부했다. 한솔은 지난해 유엔(UN) 식량 시스템 정상 회의의 중소 기업 행동 공약에 등재됐다. 지난 2019년부터 3년 연속 유엔에서 모범 경영 기업으로 인정받아 유



엔 지원 SDGs협회가 발표한 '글로벌 지속 가능한 브랜드 40'에 선정됐다. 홍다영 기자

브랜드 사랑은 미래관리 기업 보호하는 면역체계

심사평 '미래 관리'는 생존과 성공의 필수 전제다. 이는 '지나간 미래의 날들', 즉 '과거'가 미래로 부르는 과거에 대한 깊은 성찰로부터 시작된다.

코로나 팬데믹(감염병 대유행)의 이틀과 추운 겨울이 지나고 이제 희망의 봄이 움트는 봄의 문턱에 들어섰다. 사회적 거리두기가 해제된 지금, 눈길을 끄는 조사 결과가 하나 있다. 사회적 거리두기가 소비자와 브랜드 간 정서적 연계를 오히려 강화한다는 것이다.

마케팅 전문 조사기업인 엠블럼(MBLM)의 2021년 조사에 따르면 소비자는 자신이 평소 애용하는 브랜드에 대해 팬데믹 기간 중 더 높은 친밀감(Brand Intimacy)을 보였다. 주로 애플, 아마존, 디즈니, 유튜브, 월마트, 코스트코, 할리데이비슨, 구글 등 하이테크, 소매, 엔터테인먼트, 미디어 업종의 친밀감이 높았는데, 이들 브랜드는 경쟁사에 비해 매출, 순이익, 주가 등 재무성과가 월등히 높았다. '친밀감 1위 브랜드'인 애플의 경우 세대, 성별에 구분 없이 소비자와 브랜드 간 관계성이 공유되는 혼연일체의 단계로까지 발전한 것으로 평가되고 있다.



임영균 광운대 경영학부 교수

브랜드 사랑은 예기치 못한 위기로부터 기업을 보호하는 면역체계로 작용한다. 조선비즈의 영예로운 '2022 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'을 수상한 기업에 존경과 축하를 드리며, 앞으로도 선도적 경영을 통해 고객의 일상에 스며들어 위기를 극복하고, 우리 국민과 세계인 모두의 소중한 삶의 일부로 오래 기억되길 기대한다.

손 마사지 구현한 '핑거무빙' '닥터스 코딩' 기술로 승부

바디프렌드 바디프렌드는 2016년 3월 '메디컬R&D센터'를 설립한 이래 안마의자의 건강 증진 효과를 검증하고 '세상에 없던 헬스케어 기술' 개발에 매진해왔다. 정형외과, 정신신학과, 이비인후과, 한방재활의학과, 신경과 등 각 분야 전문의와의 공학자가 이 연구개발 센터에 포진해 있다.

바디프렌드가 직접 개발한 '닥터스 코딩' 프로그램의 핵심은 손맛에 가까운 마사지를 구현하는 '핑거 무빙(Finger Moving)' 기술이다. 성인 평

균 엄지손가락 너비의 10분의 1보다 작은 1.25mm씩 움직이며 정교한 마사지를 제공하는 이 기술은 타사의 모방이 불가능하다. 바디프렌드의 대표 제품인 더파라오, 더팬텀 등에 적용됐다. 바디프렌드는 안마의자가 '가정의 건강 플랫폼'이라는 점에 착안, 디지털 헬스케어 산업에도 관심을 쏟고 있다. 실제 'CES 2022'에서 안마의자로 생체 데이터를 수집해 질병을 예측하는 인공지능(AI) 소프트웨어를 시연한 데 이어 심전도와 혈압 측정 제품을 출품했다. 이로써 '홈 헬스케어 허브'로서 새로운 미래상을 제시하는 기업으로 부상했다. 이슬기 기자



무안 양파·논산 딸기 활용한 빵 만들어 지역 농가와 상생 행보

파리바게뜨 70% 폭락하고, 햇양파 수확으로 어려움을 겪는 무안 양파 농가와 협력했다.

농산물 신상품 확대, 청년농부 육성 등 농가의 경쟁력을 강화하기 위한 활동도 진행했다. 논산 청년농부들이 키운 '비타베리' 품종의 베이커리 제품 최적화를 위한 연구 개발에 참여하고, '비타베리 생딸기 프레지에'를 선보였다. 이를 통해 농가 신상품 재배 확대 및 품질개선에 제투자하는 선순환 구조가 이뤄지도록 힘을 보태고 있다. 이신혜 기자

70% 폭락하고, 햇양파 수확으로 어려움을 겪는 무안 양파 농가와 협력했다.

농산물 신상품 확대, 청년농부 육성 등 농가의 경쟁력을 강화하기 위한 활동도 진행했다. 논산 청년농부들이 키운 '비타베리' 품종의 베이커리 제품 최적화를 위한 연구 개발에 참여하고, '비타베리 생딸기 프레지에'를 선보였다. 이를 통해 농가 신상품 재배 확대 및 품질개선에 제투자하는 선순환 구조가 이뤄지도록 힘을 보태고 있다. 이신혜 기자

