

소비자·전문가가 뽑은 45개 '하트 상품'

올해 2월 서거한 독일 출신의 디자이너 칼 라거펠트(Lagerfeld)가 프랑스 명품 기업 샤넬(Chanel)로 둠지를 옮겼던 때는 1983년이였다. 당시 샤넬은 창업자 가브리엘 코코 샤넬이 1971년 세상을 떠난 이후 내리막길을 걷던 신세였다. 새로운 인물의 등장을 부정적으로 바라보는 시각도 있었지만, 샤넬의 소유주 알랭 베르트하이머는 과감하게 라거펠트에게 회사의 운명을 맡겼다.

라거펠트는 브랜드 로고부터 손냈다. 요즘 명품의 대명사로 여겨지는 알파벳 'C' 2개가 겹쳐 있는 샤넬 로고는 그의 손에서 탄생했다. 라거펠트는 "로고는 세계 어디서나 통하는 일종의 공용어"라고 강조했다. 그는 시대 변화에 맞춰 현대적으로 재해석한 핸드백과 재킷, 원피스 등에 샤넬 로고를 부착했다. 라거펠트가 온 이후 전 세계 샤넬 매장은 22곳에서 200여곳으로 늘었다. 소비자들은 샤넬을 표현하는 새로운 로고에 열광했다.

명품 패딩 업계에서 독보적인 입지를 구축한 몽클레르(Moncler)는 과거 스포츠용품 소재로만 여겨지던 거위 털 재킷을 패션 소재로 '재정의' 했다. 세계 최고의 거위털 브랜드라는 새로운 정체성을 구축한 몽클레르는 고객의 머릿속에 '최초이자 독보적인'이라는 이미지를 심었다. 경영악화로 시장에 매물로 나왔을 당시 3500만유로(약 451억원)에 팔렸던 회사는 2017년 11억9370만유로(1조5369억원)의 수익을 기록했다. 회사 자산은 13억8004만유로(1조7769억원)로 불어났다.

브랜드 파워는 기업 생존의 필수 요소다. 강력한 브랜드를 갖춘 조직은 위기를 극복하고 살아남지만, 그렇지 못한 조직은 시대 변화의 기류에 흔들리기 일쑤다. 국내외 대학에서 브랜드 마케팅의 중요성이 부각되고, 많은 기업이 브랜드 마케팅 부서를 핵심 조직으로 관리하는 것도 같은 맥락이다.

20개 분야 238개 부문서 후보 선정
16세 이상 소비자 3만7431명 참여
인지도·호감도 등 설문조사
전문가들 점수 더해 최종 선정



'한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'은 올해로 9회를 맞았다. 조선비즈가 주최하고 조선일보, TV조선, 산업통상자원부, 농림축산식품부가 후원한 브랜드 대상은 소비자를 대상으로 한 설문조사와 전문가의 심사를 통해 수상자를 선정했다.

올해 브랜드 대상 선정에는 3만7000여명의 소비자와 전문가들이 참여했다. 수상자 선정 작업은 가구나 가전, 교육, 금융, 지방자치단체 등 20개 분야 238개 부문에서 후보 브랜드를 고르는 것으로 시작했다. 이후 지난해 말부터 12일간 진행된 소비자 조사에는 대한민국 거주 만 16세 이상 남녀 3만7431명이 참여했다.

조사 결과는 '대한민국 브랜드 사랑 지수(KBL-I·Korea Brand Love Index)'를 산출하는 자료로 사용했다. 700점 만점의 KBL-I는 브랜드에 대한 인지도, 호감도, 구매율, 만족도, 신뢰도, 충성도를 객관적 수치로 보여준다.

인지도는 소비자가 얼마나 쉽게 브랜드를 떠올리는지, 호감도는 구매에 직접적인 영향을 끼치는 정도가 어느 수준 인지를 나타낸다. 구매율은 실제로 해당 브랜드를 구매했는지를 살펴보는 항목이다. 만족도는 브랜드를 사용해 본 후의 느낌으로 브랜드에 대한 신뢰도로 이어진다. 마지막으로 충성도는 소비자가 계속해서 해당 브랜드의 제품을 구매할지를 가능해줄 수 있는 지표다.

한국의 가장 사랑받는 브랜드는 이렇게 산출된 KBL-I에 전문가 점수 300점을 더해 선정됐다. 전문가 심사는 브랜드 경영과 소비자 경영 등 두 가지 측면에서 진행했다. 만점은 1000점이다. 2019 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상에는 39개 기업 브랜드와 6개 지방자치단체 브랜드 등 총 45개가 선정됐다. 심사위원장은 임영균 광운대 경영학부 교수가 맡았다.

심사평

심사평

임영균 광운대 경영학부 교수



상징적 의미와 사회적 가치를 브랜드에 담아야

지기 때문에 고객의 브랜드 사랑(brand love)은 기업 성장의 필수 조건이다. 브랜드가 고객의 사랑을 얻기 위해서는 다차원적이고 복잡한 고객의 마음을 이해하고 체계적인 전략을 통해 상징적 의미와 사회문화적 가치를 브랜드에 담아야 한다. 여기에는 많은 시간과 노력이 필요하다.

올해 수상한 브랜드는 모두 고객 만족을 목표로 기술과 디자인의 혁신뿐만 아니라 다양한 사회공헌 활동을 전개해 경제적 가치와 사회적 가치를 함께 구현하고 있다.

브랜드 상을 받은 기업에 대해 그동안의 노력에 경의를 표하며, 향후에도 고객의 삶의 질을 향상시켜 한국의 대표 브랜드로 성장해 국민경제 발전에 크게 기여하길 기대한다.

2019 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상 연속 부문명 순

부문	업체명	브랜드	연속
전자제품 전문점	롯데하이마트	롯데하이마트	9
도시락 프랜차이즈	한솔	한솔도시락	8
유아식	일동후디스	프리미엄산양유아식	8
알로에 건강기능식품	그린알로에	그린알로에	7
헬스케어	바디프랜드	바디프랜드	7
베이커리	파리크라상	파리바게트	6
척추 관절 병원	달려라병원	달려라병원	6
침대 매트리스	바디프랜드	라플라우드	6
여행사	롯데제이티비	롯데제이티비	5
오랄 케어	파나소닉코리아	제트워셔	5
정수기	바디프랜드	W정수기	5
제과	해태제과식품	맛동산 옥당소콜라맛	5
주방 가전	쿠첸	쿠첸	5
기능성 베개	티앤아이	가누다	4
민감성 스킨케어	보령메디앙스	닥터아토	4
유아동복	보령메디앙스	타티네소콜라	4
유아 생활 위생용품	보령메디앙스	비엔비(B&B)	4
커피 전문점	스타벅스커피코리아	스타벅스	4
틀니	GSK컨슈머 헬스케어코리아	폴리덴트	4
세제제/부착제	해태제과식품	해태제과식품	3
금융 통합 멤버십	하나금융그룹	하나멤버스	3
수유 용품	보령메디앙스	유피스	3
종합병원	가톨릭대학교 인천성모병원	가톨릭대학교 인천성모병원	3
PB 서비스	신한은행	신한PWM	2
개인용 의료 기기	세라켄	세라켄	2
독서실 프랜차이즈	하우스터디	하우스터디	2
블렌더	해피콜	해피콜 엑셀림 S	2
저축은행	KB저축은행	KB착한뱅킹	2
패션 쇼핑몰	마리오쇼핑	마리오아울렛	2
사이버 대학교	서울사이버대학교	서울사이버대학교	2
시니어 콘텐츠	LG유플러스	U+tv 브라보라이프	2
에어프라이어	보토코리아	보토케어	2
온라인 쇼핑몰	롯데쇼핑 e커머스 사업본부	롯데닷컴	2
운동복 브랜드	인지엑티브	인지엑티브	2
저비용 항공사	제주항공	제주항공	2
중식 프랜차이즈	이비가푸드	이비가푸드	2
치약	GSK컨슈머 헬스케어코리아	센소다인	2
키즈 콘텐츠	LG유플러스	U+tv 아이들나라	2
피자 프랜차이즈	피자스쿨	피자스쿨	2
한돈	대전충남양돈농협	포크빌도덕은돼지	2

2019 한국의 가장 사랑받는 도시 연속 부문명 순

부문	기관명	브랜드	연속
귀농·귀촌 도시	고창군청	고창군	7
문화 교육 선도 도시	칠곡군청	칠곡군	7
힐링 관광 도시	단양군청	단양군	7
복지 행정 우수 도시	영암군청	영암군	2
공공 행정	서울특별시청	안심이, 시민대표 호신엽	2
태양광에너지 선도	서울특별시청	태양의 도시 서울	2

KB금융그룹 | 국민과 함께 금융파트너

신청 후

대출금 수령까지 1시간
(온라인햇살론)

*대출신청이 성공 경우 지면일 수 있습니다

온라인햇살론

신청대상 : 5개월이상 계속 근로중인 근로자로서, 연소득 4,500만원 이하이며 개인신용등급 6~10등급인 자 또는 신용등급과 무관하게 연소득 3,500만원 이하인 자
 대출금리 : 연 7.91% ~ 8.31% (2019년 2월 적용기준, 변동금리) · 대출기간 및 상환방법 : 3년 또는 5년, 매월 원금균등분할상환(중도상환가능) · 이자부과시기 : 매월 후회
 대출한도 : 최대 1,500만원 (신용도에 따라 차등 적용) · 연체이자율 : 대출금리(약정이자율) + 연체가산이자율 3% (* 연체가자를 상환 시 연 24%이내) · 대출관련 수수료(보증비용) : 보증금액의 연 1% (보증비용 : 대출금액의 90%)

KB착한대출

신청대상 : 연소득 1,200만원 이상 직장인, 자영업자, 프리랜서, 연금소득자 · 대출금리 : 연 6.5% ~ 19.9% (신용도에 따라 차등 적용) · 대출기간 및 상환방법 : 6개월~60개월 (6개월단위 운영), 매월 원리균등분할상환(중도상환가능)
 이자부과시기 : 매월 후회 · 대출한도 : 최대 3,000만원 (신용도에 따라 차등 적용) · 연체이자율 : 대출금리(약정이자율) + 연체가산이자율 3% (* 연체가자를 상환 시 연 24%이내)
 대출관련 수수료(중도상환수수료) : 상환원금의 2% 이내 (중도상환금액*2%*대출잔액일수/대출기간)

대출성용 이용시 귀하의 신용등급이 하락할 수 있습니다. 신용등급이 하락하면 추가대출이 제한되거나, 대출금리 상승, 대출한도 감소 등 불이익이 발생할 수 있습니다.
 대출관련 자세한 사항은 KB저축은행 홈페이지 http://www.kbsavings.com 참조바랍니다.

저축은행중앙회 심의필 2019-00138호(2019.03.05) KB저축은행 준법감시인 심의필 제63호(2019.02.26)