

브랜드 경영진단 체크리스트

소속회사명 : _____ 업 종 : _____ 주요브랜드 : _____

아래 각 항목에 대해 평소에 생각하시는 바를 보기에서 골라 해당 번호를 적어주십시오.

<보기> 1----- 2----- 3----- 4----- 5
 전혀 그렇지 않다 그렇지 않다 그저 그렇다 그렇다 매우 그렇다

1. 고객지향성

- ☐ 1-1. 고객의 다양한 욕구에 대응하기 위하여 고객의 욕구와 필요를 끊임없이 조사하고, 그 결과를 반영하기 위해 최선의 노력을 기울이고 있다.
- ☐ 1-2. 항상 새로움(newness)을 주기 위해 주기적으로 제품 개선 및 디자인 리뉴얼을 한다.
- ☐ 1-3. 제품 및 서비스에 대한 소비자의 지각된 품질을 향상시키기 위해 노력하고 있다.

2. 브랜드 전략

- ☐ 2-1. 세분화된 특성의 시장에 집중화(focus) 된 전략을 가지고 있고 이를 유지하기 위해 노력하고 있다.
- ☐ 2-2. 경쟁브랜드와 차별화(divergence) 된 브랜드 컨셉을 가지고 있고 이를 유지하기 위해 노력하고 있다.
- ☐ 2-3. 브랜드의 컨셉을 짧은 메시지로 강력하게 전달할 수 있는 멋진 슬로건을 가지고 있다.

3. 브랜드 관리

- ☐ 3-1. 우리 기업과 소비자가 이해하기 쉬운 수직적 및 수평적 브랜드 구조를 가지고 있다.
- ☐ 3-2. 브랜드 네임, 심벌, 로고, 캐릭터 등 독특하면서도 인상적인 브랜드 구성 요소들을 가지고 있다.
- ☐ 3-3. 브랜드 운영을 전담하는 조직 및 담당자들이 브랜드의 비전, 목표, 컨셉 및 방향성에 대해 분명한 인식을 가지고 있다.

4. 브랜드 전달 능력

- ☐ 4-1. 소비자에게 한 브랜드 약속(혜택, 신뢰 등)을 이행할 수 있도록 구성원(종업원, 채널 파트너 등)들에게 능력을 부여하거나 충분한 교육훈련을 시키고 있다.

- ☐ 4-2. 전체 임직원들(CEO부터 모든 사원에 이르기까지)은 우리 브랜드의 의미(비전, 컨셉, 이미지, 상징성 등)에 대해 명확하게 이해하고 있으며, 전달하고 있다.
- ☐ 4-3. 우리 브랜드를 판매하는 유통경로상의 구성원(channel partners)들이 우리 브랜드를 충분히 이해하고 브랜드의 의미를 전달하는데 공감하고 있다.

5. 브랜드 전개 활동

- ☐ 5-1. 브랜드 컨셉을 통해 제시된 메시지를 일관되게 커뮤니케이션하고 있다.
- ☐ 5-2. 제품, 가격, 유통, 촉진 등 마케팅 믹스 구성 요소들이 적절하게 기획되고 실행되고 있다.
- ☐ 5-3. 광고, PR, 영업, 판매촉진, 다이렉트 마케팅, 웹 커뮤니티 등 모든 커뮤니케이션 믹스 구성 요소들이 통합적으로 기획되고 실행되고 있다.

6. 브랜드 관계

- ☐ 6-1. 소비자들이 우리 브랜드를 좋아 한다.
- ☐ 6-2. 소비자들이 우리 브랜드를 믿을 수 있는 브랜드로 인식하고 있다.
- ☐ 6-3. 소비자들이 자신을 표현하는 수단으로 종종 우리 브랜드를 사용하고 있다.

7. 브랜드 로열티

- ☐ 7-1. 소비자들은 우리 브랜드에 대해 만족해 한다.
- ☐ 7-2. 소비자들은 우리 브랜드를 계속 구매하고자 한다.
- ☐ 7-3. 소비자들은 우리 브랜드를 다른 사람들에게 추천해 주고 있다.

8. 브랜드 성과

- ☐ 8-1. 우리 브랜드는 강력한 브랜드 파워(좋은 이미지 및 가격 프리미엄 등)를 가지고 있다.
- ☐ 8-2. 우리 브랜드는 시장 지배력(dominance, 별 의심 없이 구매)을 가지고 있다.
- ☐ 8-3. 브랜드 투자에 대한 성과(매출액, 점유율, 이익, 고객만족도 등)가 높게 나타나고 있으며, 그 결과를 브랜드경영 활동에 반영하고 있다.

전년도 매출액 : _____백만원 전체종업원수 : _____명 소속부서 : _____