

매장디스플레이에 나타난 컬러마케팅전략연구 - Brand Shop을 중심으로

A study on the Strategy of Color marketing for the Brand shop Display

신진영

숙명여자대학교 제품공간연출디자인

Shin, Jin-Young

Dept. of Product &Space Display Design, SMU

김흥렬

숙명여자대학교 디자인학부

Kim, Heung-Ryeol

Division of Design, SMU

• Key words: Display, Color Marketing

1. 서론

사람이 다른 사람들을 볼 때 첫인상이 가장 중요하듯 제품을 볼 때도 시각을 통한 첫인상이 제품에 대한 평가에 가장 큰 영향을 미치며, 구매행동과도 연결될 수 있다고 한다. 따라서 컬러의 중요성이 높아지고 브랜드마다 컬러마케팅에 대한 관심도 높아지고 있다. 본 연구는 필자가 선정한 3개의 브랜드숍 디스플레이에 나타난 컬러전략과 앞으로의 컬러 전개방향에 대해 연구해보고자 한다.

1-1. 연구방법

현재 기업이나 브랜드들의 성공적인 컬러마케팅전략에 대해 알아보고 우리나라의 브랜드숍 중에서 컬러로 대표되는 3개의 브랜드숍(iriver, DASHING DIVA, o'sulloc)을 선정하여 그 브랜드숍들의 디스플레이에서 나타난 각각의 컬러전략과 컬러 아이덴티티를 분석한다.

2. Brand Shop의 의미와 디스플레이

2-1. Brand Shop 의미

기본개념은 시대와 상황을 꿰뚫고 이에 대응하는 것으로 브랜드의 이미지를 가장 잘 담고 있는숍을 말한다.

2-2. 디스플레이

1) DISPLAY란

- 상품을 연출하고 진열하는 것을 말한다.
- 연출: 상품이 가지고 있는 특성을 표현 (코디네이션)
- 진열: 상품을 정리정돈 해주는 것 (상품의 정리)

2) DISPLAY의 목적

구매 판매가 즐거운 매장의 환경을 조성하여 매출 증대 효과를 극대화시킴에 있다.

3) DISPLAY의 기본요소

- ① 대상물 (target): 보이고자 하는 내용물, 전달의 본체
- ② 고객 (customer): 전달받은 대상, 디스플레이의 존재를 결정 짓는 요소 즉 사람
- ③ 공간 (space): 전달행위가 이루어지는 장소, 상품전시 장소
- ④ 시간 (time): 전달행위가 이루어지는 시기 (시대, 계절, 발표기, 발매기)
- ⑤ 소도구 (props): 분위기 연출용 부수적 도구
- ⑥ 조명 (lighting): 특정상품의 강조 주목
- ⑦ 쇼카드 (show card): 판매상품 정보를 전달하는 사인(sign)

3. 컬러마케팅의 이론적 고찰

3-1. 컬러마케팅의 개념과 등장배경

1) 컬러마케팅의 개념

컬러마케팅이란 그 명칭에서 암시하듯이 색상이 중심이 된 마케팅으로 상품이미지 정책, 상품 차별화, 상품의 기호도, 광고 선전의 효과를 올리기 위하여 색의 기능을 구사하는 것 또는 그것을 위한 일관된 색채계획을 말한다.

2) 컬러마케팅의 등장배경

기업에서의 컬러마케팅의 시초는 1920년 미국 파커사의 빨간색 만년필이었다. 당시만 해도 여성용 만년필은 남성용 만년필보다 조금 가늘었을 뿐 검은색과 갈색이 전부였다. 파커사는 립스틱을 연상하는 빨간색 만년필을 내놓음으로써 만년필 시장에서 엄청난 매출 신장을 기록했다.

3-2. 색채심리 전략에 따른 컬러마케팅

일반적으로 제품의 시각적 요소는 형태, 색채, 재질로 구분할 수 있으며 이 중 색채는 다른 요인보다 즉각적이고 감성적인 면이 강하다.

[표 1] 컬러의 연상과 상징표

청색	구상성	바다, 창공, 물, 호수, 제복, 액체, 여름하늘,
	추상성	희망, 이성, 잔잔함, 정의, 슬픔, 젊음, 광대, 과거
자색	구상성	와인, 뽕나무 열매, 날이 저문 하늘, 등나무 꽃
	추상성	슬픔, 거만, 신비, 숭고함, 고독, 격식, 우아함
백색	구상성	구름, 토끼, 창문, 간호사, 이, 화장지, 국화
	추상성	평화, 냉기, 정숙, 가능성, 공간, 결백, 순결, 자유
흑색	구상성	석탄, 구멍, 비구름, 경유, 기관차, 그림자, 눈동자
	추상성	악마, 폐쇄, 사심, 오점, 고통, 후회, 외치, 범죄,
적색	구상성	피, 와인, 해, 립스틱, 심장, 신호, 딸기, 장미꽃
	추상성	정열, 에너지, 위험, 폭발, 투쟁, 사랑, 열광, 정지,
등색	구상성	태양, 감, 굴, 등대, 불꽃, 열화, 당근, 아침노을
	추상성	명량, 즐거움, 희망, 신선, 정열, 행운, 우정, 전진
황색	구상성	레몬, 별, 해바라기, 바나나, 태양, 달, 장미
	추상성	교통안전, 광기, 행동, 미래, 경쾌, 용기, 우울,
녹색	구상성	잔디, 공원, 오아시스, 바다, 진행신호, 참외, 초목
	추상성	평화, 생명감, 안전, 춘풍, 온화, 경쾌, 정의, 안식,

3-3. 컬러마케팅의 성공적 적용사례

① 코카콜라

빨간색의 강렬함과 코카콜라의 짜릿한 맛이 하나로 잘 어우러져 소비자들은 콜라라고 하면 빨간색을 떠올린다.

② 포카리스웨트

'포카리스웨트 = 갈증을 풀어주는 음료'라는 공식이 자연스럽

게 성립한 것은 이 제품의 파란색 패키지가 시원한 느낌, 갈증을 해소시켜주는 차가운 음료라는 이미지를 심어주었다.

③ 베네통

United Colors of Benetton 이라고 불리는 원색의 다채로운 컬러감각은 베네통의 소량 다품종 전략과 잘 부합되어 전 세계적인 인기를 끌고 있다.

4. Brand Shop을 중심으로 컬러마케팅 분석

4-1. 각 브랜드의 대표적인 컬러의 특징

1) 아이리버 (iriver)

iriver	
Exclusive Color 강렬한 에너지와 무한한 즐거움을 상징하는 새로운 스타일을 개척해 나가는 문화리더들의 감성을 상징한다.	

2) 대싱디바 (DASHING DIVA)

	Think Pink Color 
여성만을 위한 타겟에 꼭 맞는 핑크컬러. 완전 촌스러울 수도 있는 컬러이지만 각기 다른 재료의 물성이 컬러와 어우러지면서 독특한 대담함과 개성이 잘 표현되었다.	

3) 오설록 (o'sulloc)

	GREEN COLOR 
'차(茶)'라는 순수 자연 식물을 마시는 일상 속에서 여유.메인컬러인 초록색은 초록이 주는 여유와 안정을 이곳에서의 인테리어와 차를 통해 잘 느낄 수 있게 해준다.	

4-2. 매장 디스플레이에 나타난 컬러마케팅 전략분석

매장마다 고유의 색으로 컬러마케팅을 전개하고 있는 3개의 다른 브랜드 숍들의 디스플레이에 나타난 컬러전략을 분석해본다.

4-2-1. iriver

(주)아이리버는 디지털 컨버전스의 세계적인 브랜드 창출을 목표로 (주)레인콤의 자회사로 설립된 브랜드회사이다.

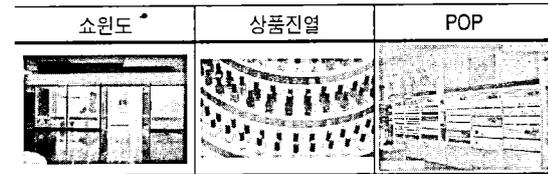
[그림4-1] 부분별 디스플레이컬러



4-2-2. DASHING DIVA

뉴욕에서 온 네일 숍 대싱디바.

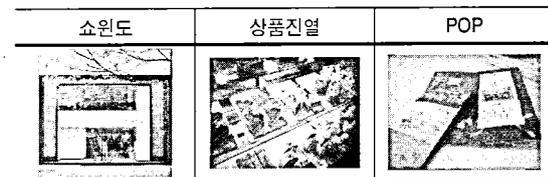
[그림4-2] 부분별 디스플레이컬러



4-2-3. o'sulloc

도심 속의 다원 '오설록 티하우스'는 녹차와, 녹차를 이용한 한국적인 먹거리를 제공하는 문화 체험 공간이다.

[그림4-3] 부분별 디스플레이컬러



4-3. 컬러마케팅 전략에 따른 분석 결과

BRAND NAME	MAIN COLOR	LOGO	컬러마케팅 전략
iriver		iriver	강렬한 레드컬러로 대표되는 아이리버는 매장디스플레이에서 브랜드 컬러를 적용시켜 브랜드 아이덴티티를 높였다.
DASHING DIVA			브랜드컬러인 핑크는 네일 뿐만 아니라 여성의 마음을 핑크빛으로 물들이는데 성공하였다.
o'sulloc			녹차색 즉 그린계열의 컬러가 복잡한 도시를 거니는 사람들의 발길을 그곳으로 끌어들이는데 손색이 없다.

5. 결론

오늘날 마케팅 관리의 패러다임은 소비자의 감성을 자극하는 컬러를 빼고는 마케팅 자체가 성립하지 않는다. 즉 컬러마케팅의 핵심은 제품의 선택에 있어 구매력을 증가시키는 변수중의 하나가 아니라 가장 중요한 변수로서 구매력 그 자체를 결정짓는 컬러를 내세우고 있다. 소비자 선호 변화에 맞추어 기업에서는 컬러마케팅의 활용사태가 더욱 증가할 것으로 예상되기 때문에 이에 대한 실무적, 학문적 연구들이 더욱 많이 체계화된 구조로서 연구 정립되어 현상성 있는 적용모듈이 만들어져야한다.

참고문헌

- 심낙훈 팔리는 매장을 위한 디스플레이 마케팅 도서출판국제
- 김훈철 장영렬 컬러마케팅 커뮤니케이션선북스
- 권영걸 성공하는 기업의 컬러마케팅 도서출판 국제
- I.R.I 색채연구소 유행색과 컬러마케팅 영진닷컴
- 금모레 TV 광고에 나타난 컬러마케팅 효과 연구

www.iriver.co.kr

www.dashingdiva.com

www.osulloc.co.kr

www.color21c.co.kr

www.interiorkorea.com