

#3 HOW - 자기다움의 언어

업사이클 브랜드의 코어를 설계하다

연사1



지상욱_ 스위치컴퍼니 대표

16년차 가방 브랜드 'SWEETCH(스위치)'를 이끄는 대표. 브랜드가 나이 들며 흐려진 '자기다움'을 다시 소비자의 언어로 되돌리는 리브랜딩을 직접 통과했다. 제품이 아니라 브랜드의 코어에서 출발해야 오래 살아남는다고 믿는다. 디자인런 3회차에서 그 과정을 실전 사례로 풀어낸다.

연사2

데릭킴_ 브랜딩와이 대표

‘왜(Why)’에서 출발하는 브랜딩을 표방하는 대표. 코넬대 경영학부를 나와 KOTRA·해외 공공기관의 글로벌 마케팅을 컨설팅해 왔다. 한국관광공사·네이버·CJ올리브네트웍스·서울시의 스타트업을 멘토링하고, 나이키·이화여대·쿠켓 등에서 브랜딩을 강연했다. 디자인런 3회차에서 업사이클 브랜드가 자기다움을 코어로 세우는 법을 짚는다.

