

:

:

EXECUTIVE SUMMARY

·
- 가
- ,
·
1.
-
·
- 가 가 100% ,
·
2.
- 가
·
- () 가 , , 가
·
- () ,
- () ,
·

:

.

1.

- () 가
- () , ,
- () ,

2.

- () 가 ,
- () ,
- () ,

3.

- () , ,
- () ,
- () , IR

4.

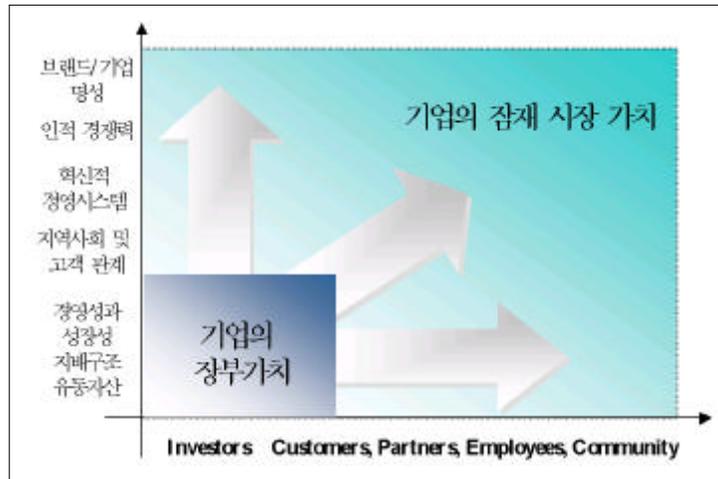
- () , ,
- () 가 ,

5.

-
- .
- .
-
- .
- 가

가 가 4 가 가

< 1 >



가	가	2001 7	‘ 가 가 ’
計上	가	28	가
가			3,785

50%

가

:

가 ,

< 1>

46.1% 가

< 1>

(: *, , %)

	3.32	1,019	2.8	18.6	32.5	35.9	10.2	
	3.37	684	1.8	18.9	31.9	35.3	12.1	
	3.22	335	4.8	18.0	33.8	37.1	6.3	
20	3.28	142	2.3	19.0	37.8	30.0	10.9	
30	3.37	448	2.8	15.1	33.1	40.1	8.8	
40	3.24	317	4.0	21.3	31.3	34.0	9.5	
50	3.41	111	.0	24.5	26.6	32.1	16.9	

: HRI Consumer Research(, 2002)

: * 5

가

가

< 2>

가



가
 700 가 가 가

가

< 2> 10 가	가
	725
	702
IBM	532
	390
	385
GE	381
	364
	336
	279
AT&T	255

: Interbrand (2000)

가 가
 가 가
 가

:



•

○

-

.

가

.

가

.

가

100%

,

가

-

,

.

()

가 가

,

.

-

-

,

.

(Life Cycle)

,

.

,

가

-

,

가

.

가

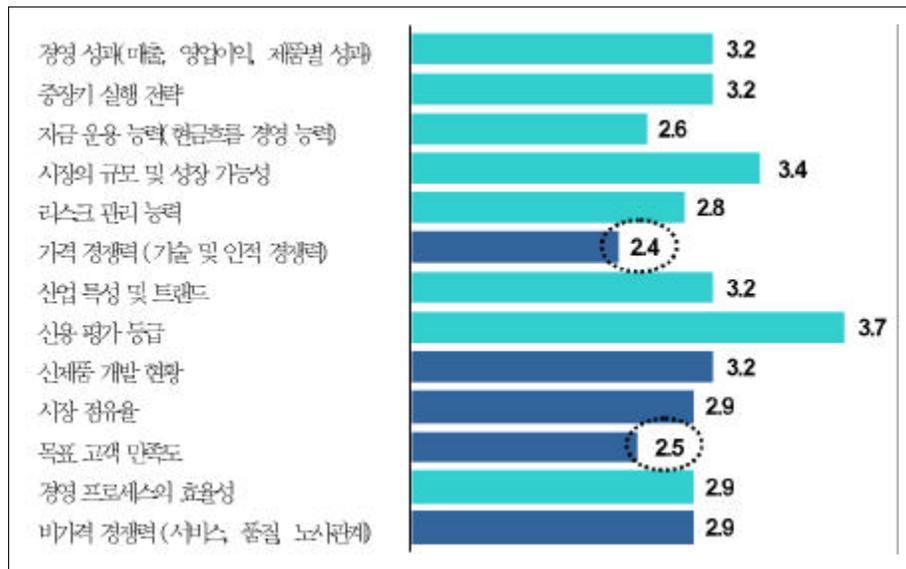
.

,

가

가 100% , 가 ,
 . 가
 . < 3> 가
 가

< 3> (5)



: IR (, 2001)

○

-

.

.

-

,

:

1.

(Brand Life Cycle)

가 , 가

4

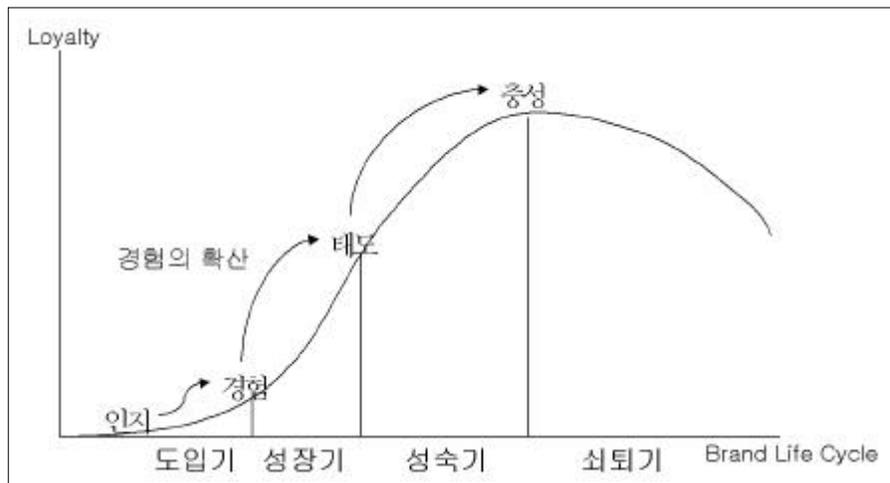
가

가

가

가

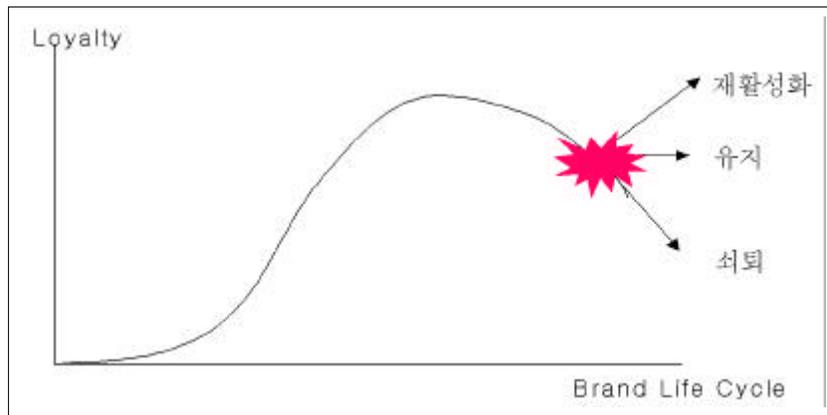
< 4 >



-
- .
- .
- .

가
가

< 5 >



2.

-
- .
- .
- .

< 3 >

-
- .

가

:

· ,

·

,

< 3 >

()

가	(가 or 가, 가)	가	가	가

-

·

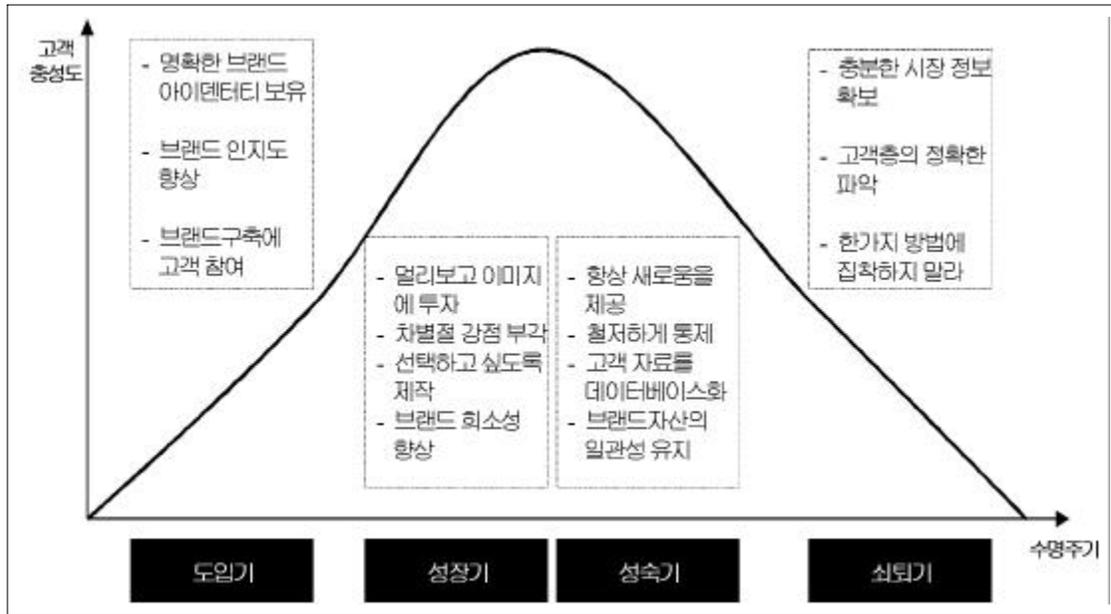
· , 가

가

-

, , , ,

< 6 >



1)

○

가

가

:

- ,

.

,

.

,

- ,

가

.

.

○

-

· '日

가

'1)

64%

.

가

- ()-

-

가

.

,

.

, 가 ,

가

化

·

-

· 가 , 가
· 가 가

-

· 가 ,
· 가
· , 1/2 가 4

2)

○

- 가 , ,

- , ,
· 가 ,
· 가 가 가
· 가 가

- , ,
· 가 가 ,
· ,

:

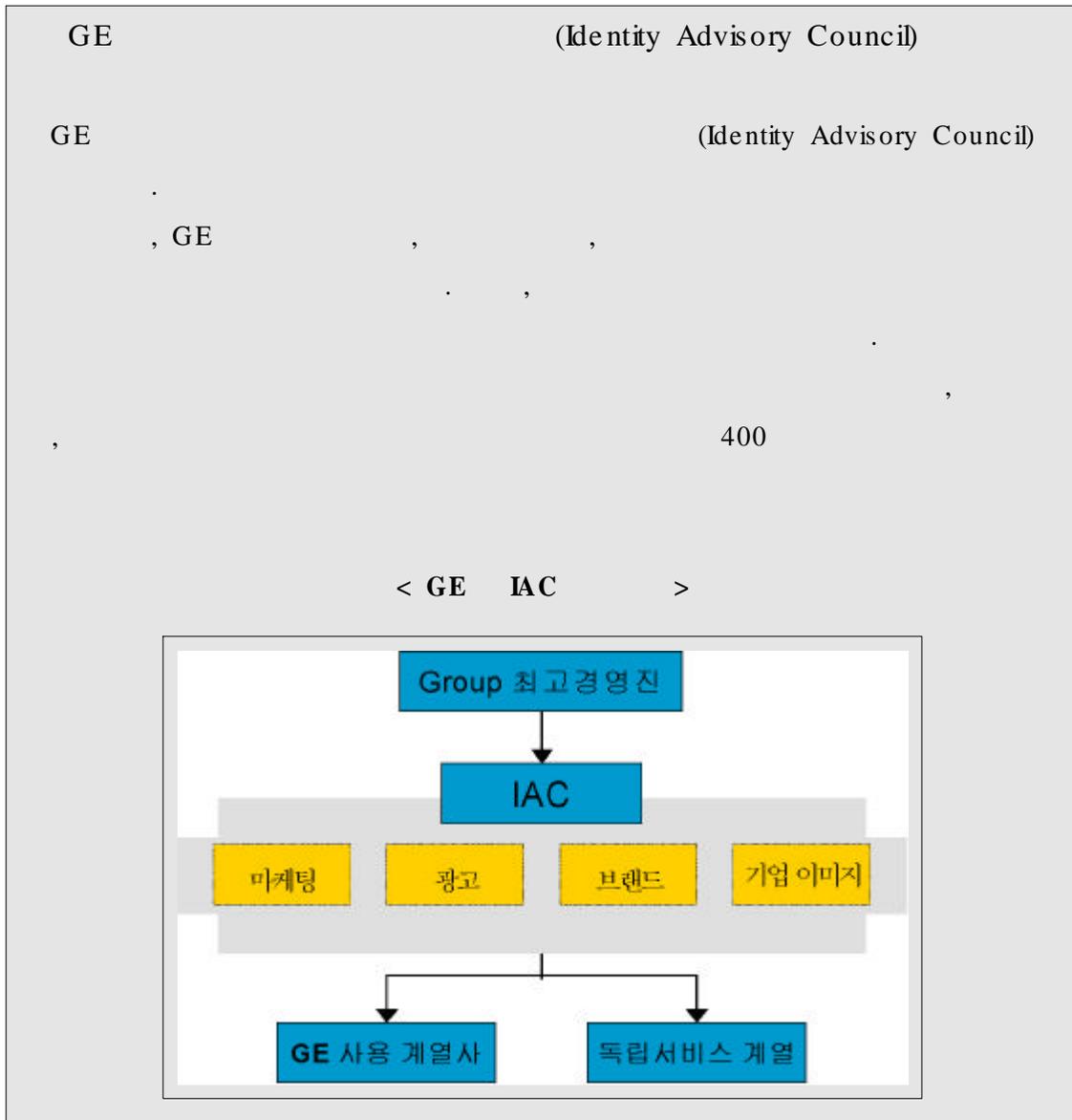


. 가
,
- , 가
. 가
. 가 가 가
. 가
- , 가
. 가
. 가
O
- 가
. 가
. 가
CRM ,
-
. 60% ,
. 40%
.

가

· GE

가
가



:

3)

○

-

,

,

,

,

-

,

가

,

가

.

-

,

가

.

가

가

가

,

.

.

가

,

-

,

가

,

.

가

가

가

.

가

○

-

.

- . 가 (boom-up)
- . 가 ,
- . ,
- . 가 , 가
- (IR PR)
- . , , , ,
- . , IR
- 가 가

4)

○

- , ,
- ,
- . 가 ,

:

가 가
가

< 4> 가

	, , , 가 ,	1 2 1
	, 가 (fitness)	1
		1 3 1
	, 가 ,	1
	가	1

- , 가
.
,
.
,

- , 가
.
.
, 가

○

- 가

. 60% 가 가 ,
 가 가
 - 가 가
 . 5 19.3%
 .
 ,

가
 - 가 (CF) (Brand Score)

$$B V = CF \times \frac{1}{d}$$
 - (A) 100 가 (T) (S) 5 9가 1000

$$S = \frac{2A T}{100A + 45 T} \times 1000$$
 (loyalty)
 (coverage)
 가
 (bargaining power)
 가
 가
 가 /

:

•

-

•

•

가 , 가
가

-

가

•

()

가

•

(Brand Equity)

EX-MT(Executive

Management Team)

-

•

(long-seller)

'

,

,

•

, 가

,

'

(Plan) -

(Do) -

가(See)'

-

•

, 3가

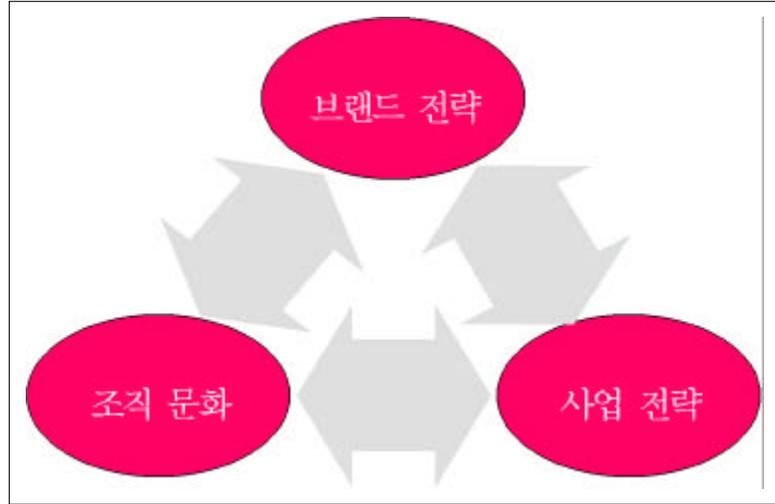
,

가

가

•

< 7 >



- ,

.

. , , , ,

- 가

.

가

. ,

가

PR IR

(: chahus@hri.co.kr 031)288-7352)

(: frontier@hri.co.kr 031)288-7348)