

:

:

## EXECUTIVE SUMMARY

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

:

.

1.

- ( ) 가 , , ,
- ( ) , ,

2.

- ( ) 가 , ,
- ( ) , ,

3.

- ( ) , ,
- ( ) , , IR

4.

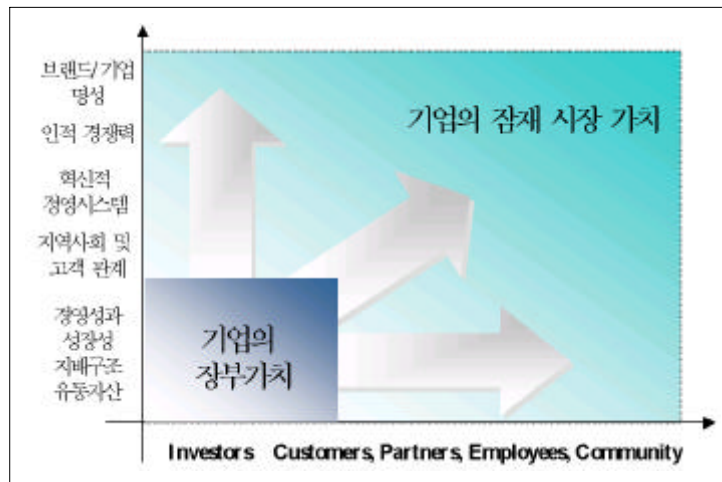
- ( ) , ,
- ( ) 가 ,

5.

- . 가
- .
- . 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

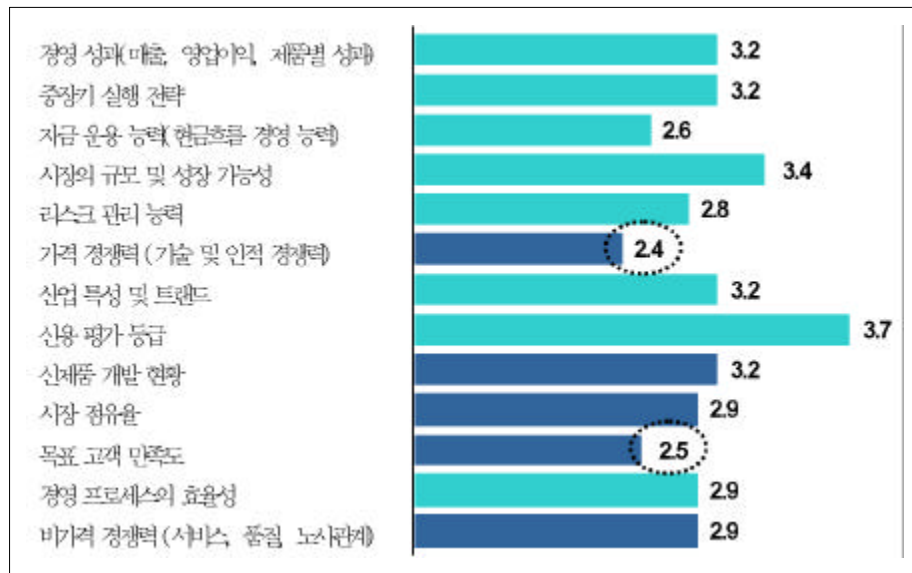
.

,

가

가 100% , 가 ,  
 가,  
 < 3> 가

< 3> (5 )



: IR ( , 2001)

○

-

.

.

-

,

:

1.

(Brand Life Cycle)

가 , 가

4

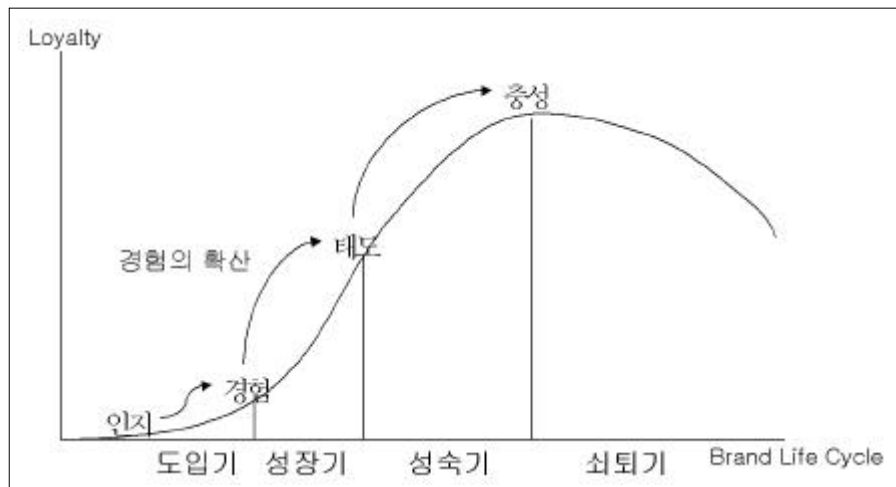
가

가

가

가

< 4 >

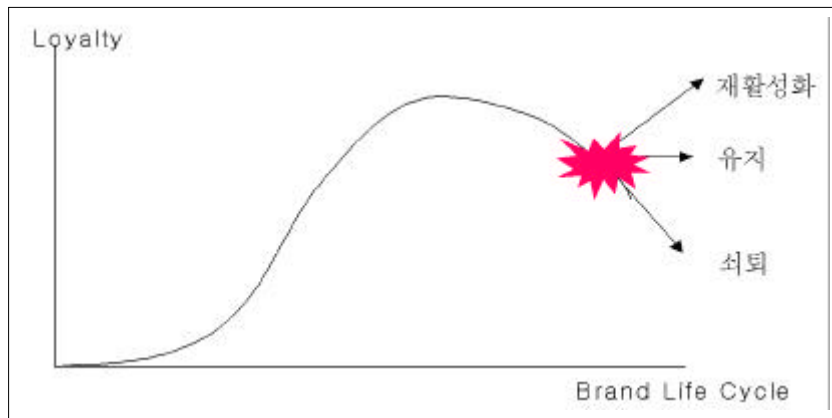




- 
- .
- .
- .

가  
가

< 5 >



2.

- 
- .
- .
- .

< 3 >

- 
- .

가

:

· ,

·

,

< 3 >

( )

가	( 가 or 가, 가 )	가	가	가

-

·

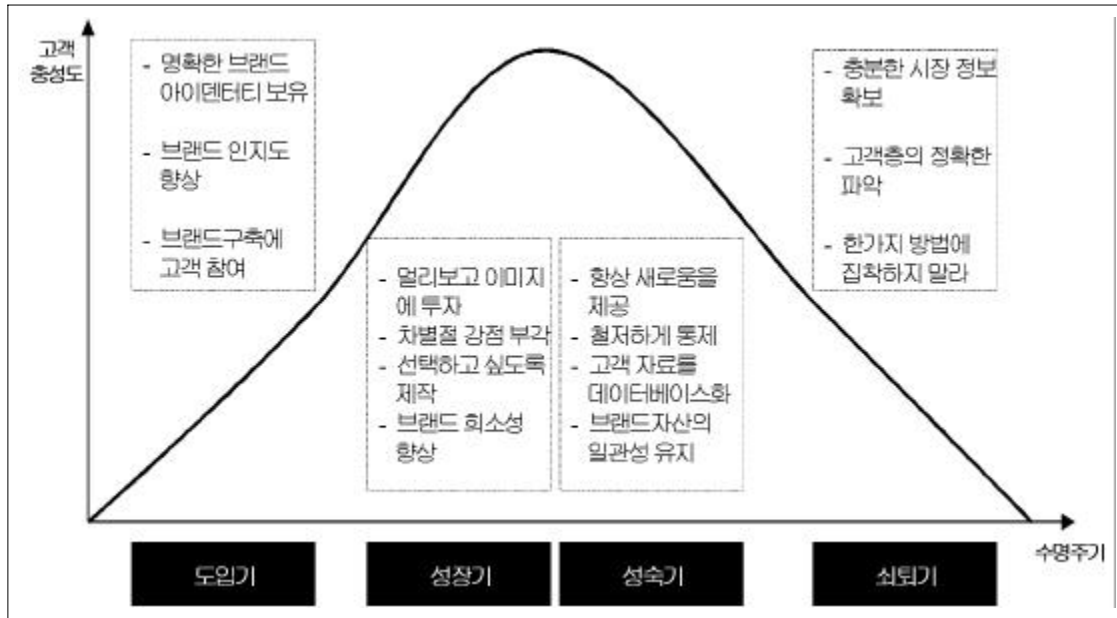
· , 가

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 ,

:

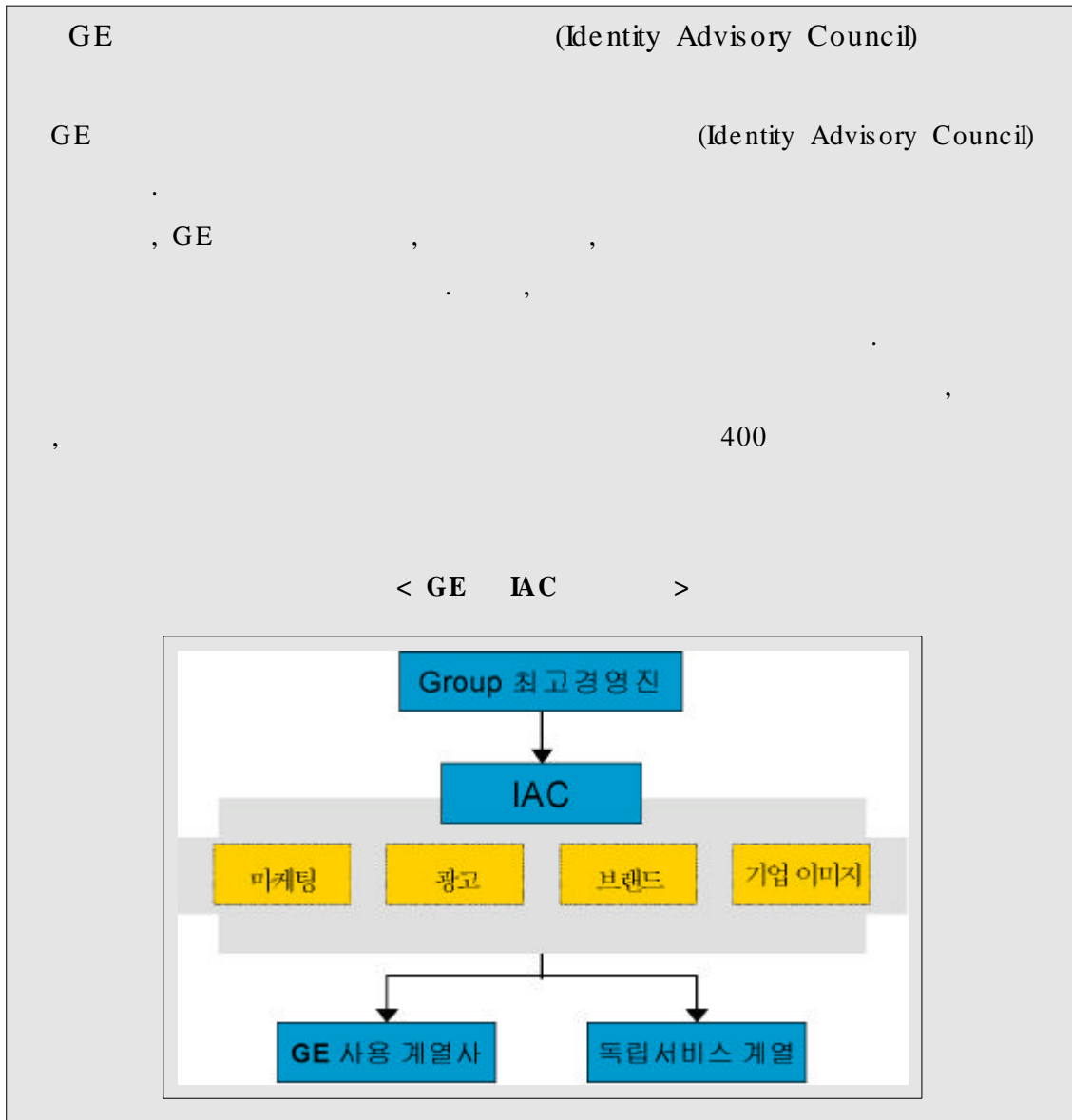


. 가  
,  
- , 가  
. 가  
. 가 가  
. 가  
- , 가  
. 가  
, 가  
. 가  
O  
- 가  
. 가  
. 가  
CRM ,  
-  
. 60% ,  
. 40%  
.

가

· GE

가  
가



:

3)

○

-

,

,

,

,

-

,

가

,

가

.

-

,

가

.

가

가

가

,

.

.

가

,

-

,

가

,

.

가

가

가

.

가

○

-



.

---

. 가 (boom-up)  
가

. 가 ,

-

. ,

. 가 , 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

•

(Brand Equity)

EX-MT(Executive

Management Team)

-

•

(long-seller)

'

,

,

•

, 가

,

'

(Plan) -

(Do) -

가(See)'

-

•

, 3가

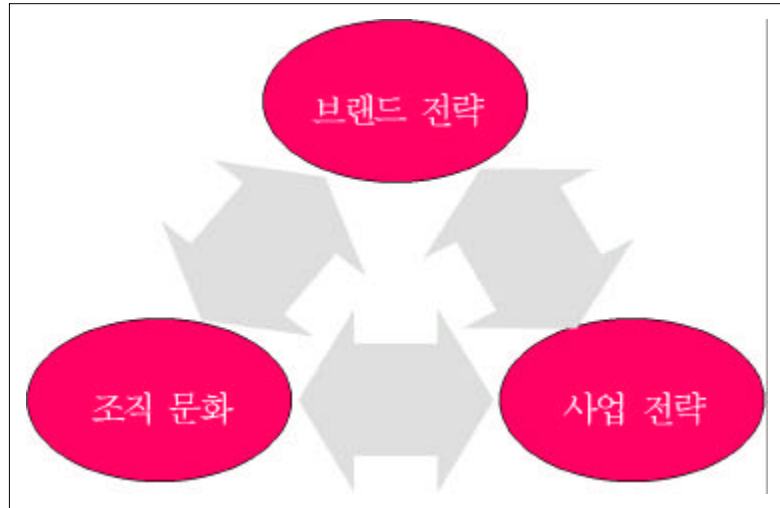
,

가

가

•

< 7 >



- ,

.

. , , , ,

- 가

.

가

. ,

가

PR IR

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

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