



두산백화 와인브랜드 마주앙 리뉴얼 디자인

신동민/ 크로스포인트 팀장

1. 서론

크로스포인트(대표 손혜원)는 두산 백화의 와인 브랜드인 마주앙의 B를 리뉴얼 디자인 했다.

이번 프로젝트는 국내 와인생산 1위로 이미 소비자들에게 인지도가 높은 마주앙을 기존 브랜드는 유지한 채 디자인의 개선을 통해 점차 확대되고 있는 와인 시장에서 해외 수입브랜드들과의 경쟁에 당당히 맞설 수 있는 브랜드 파워를 갖추기 위한 목적으로 리뉴얼 되었다. 전체적으로 Gold와 Silver로 고급스러움을 부각시킨 심벌은 정성들여 빚은 와인을 한병한병 담아 봉하고 있는 장인

의 모습을 표현했고 이와함께 깔끔한 세련미가 돋보이는 로고는 전통과 현대가 조화를 이루어 깊은 맛이 우러나는 와인으로 마주앙의 새로운 이미지를 만들어내었다.

2. 마주앙에 대한 소비자의 일반적 인식

기본적으로 와인의 Meaning과 부합하지 못하는 저가라는 점과 촌스럽다는 인식이 있었다.

3. 마주앙 M/S 감소의 근본문제

브랜드로서 마주앙 제품은 부동의 1위이지

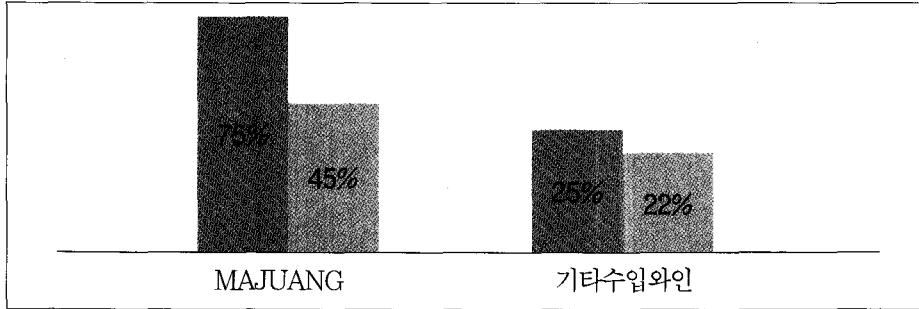
[그림 1] 마주앙 수정전 로고



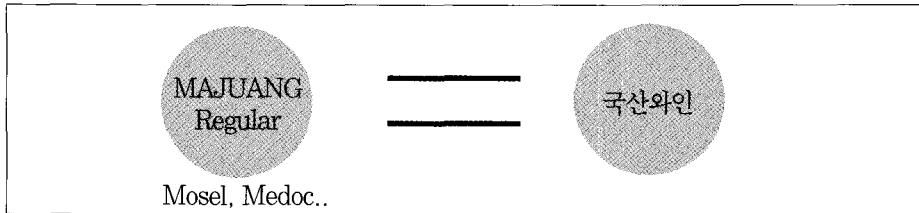
[그림 2] 마주앙 수정후 로고



[그림 3] 마주앙 MS 감소의 근본문제



[그림 4] 마주앙에 대한 소비자의 일반적 인식



[그림 5] 마주앙 리뉴얼 이전 패키지



[그림 6] 마주앙 리뉴얼 패키지



만, 구매장소에서는 다양한 수입 브랜드의 유혹과 함께 매장 프로모션, 가격, Appearance 등으로 오히려 수입와인을 구매하게 되는 경우가 자주 발생하곤 했다.

4. 마주앙의 개선방향

마주앙 Quality의 실체를 소비자에게 알리고 그것으로 좋은 와인의 품질기준이 되도록 한다. [ko]