

2011

# IPS 기업브랜드 자산가치 평가 보고서 안내문

## IPS 기업브랜드 자산가치평가

### 결과 보고서 제공 가능 기업

#### 전기 · 전자/ 운송



#### 항공



#### 정유



#### 패션



#### 은행



#### 보험



#### 백화점



#### 할인점



#### 통신



#### 인터넷포털



#### 산업재



\* SK네트웍스는 2011년과 2010년, 대한항공, 제일모직, SK이노베이션은 2011년, 기타 나머지 기업들은 2009년, 2010년, 2011년 3개년간의 데이터 제공이 가능함.

## | IPS 기업브랜드 자산가치 평가 보고서 목차

### 보고서 내용구성

#### PART 01: IPS 브랜드 자산가치 평가 모델

1. 브랜드 자산의 정의
2. IPS 브랜드 자산가치 평가 모델 소개

#### PART 02: 기업브랜드 자산가치 평가분석 결과

1. 브랜드 자산가치 평가 결과

#### PART 03: 기업브랜드 파워분석 결과

1. 브랜드 파워지수 구성 요소 별 시계열 분석
2. 브랜드 독점적 자산
3. 지각된 품질
4. 충성도
5. 연상 이미지

#### PART 04: 2011년 경쟁사 대비분석 결과

1. 브랜드 파워지수 구성 요소 별 비교
2. 브랜드 파워지수 세부항목 별 결과 비교 분석
3. 브랜드 파워지수 세부항목 별 순위 비교 분석

#### PART 05: 전략적 제언

## | PART 01: IPS 브랜드자산가치 평가 모델

### 1. 브랜드 자산의 정의

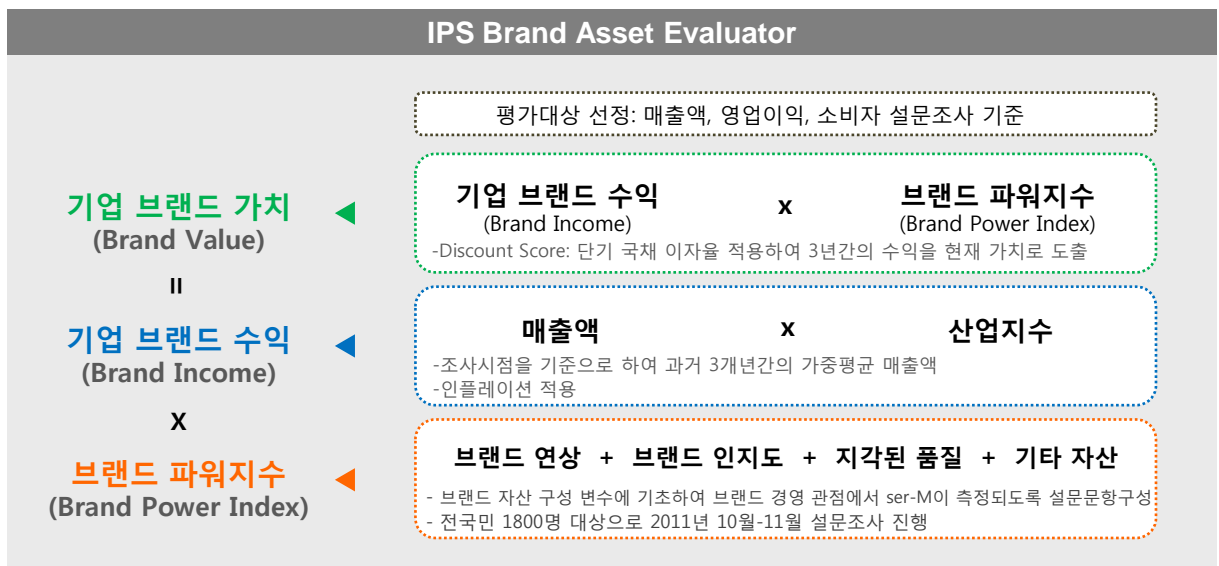
브랜드 자산은 ‘소비자, 유통경로구성원, 그리고 기업의 입장에서 무(無) 브랜드보다 더 높은 매출액과 이윤을 보장해 주며, 경쟁자에 비해 강하고 지속적이며 차별화된 우위를 제 공해 줄 수 있음.

### 2. IPS 브랜드 자산가치 평가 모델 소개

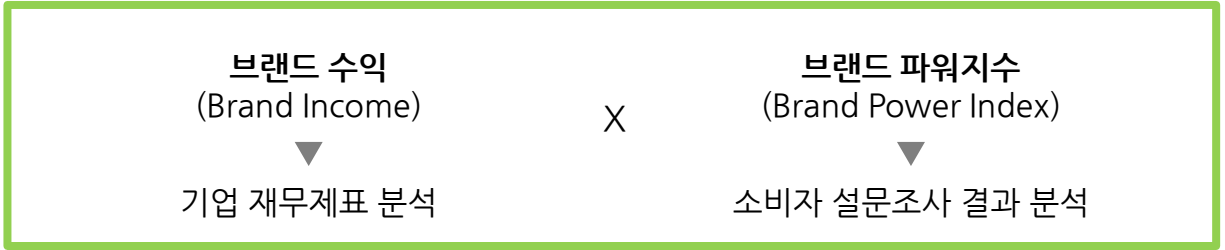
기업브랜드 가치 평가는 매년 한국을 대표하는 기업 브랜드의 가치를 화폐금액으로 평가 발표하는 것으로 재무적 접근법과 마케팅적 접근법을 통합한 모델임.

재무적 접근법으로는 각 연도별 물가상승률을 적용해 평가 기업의 3개년 가중 평균 매출 액을 도출한 후 각 산업별로 브랜드 의존도를 나타내는 산업지수(Industry Index)를 적용 해, 1차적으로 브랜드 수익을 산출하였음.

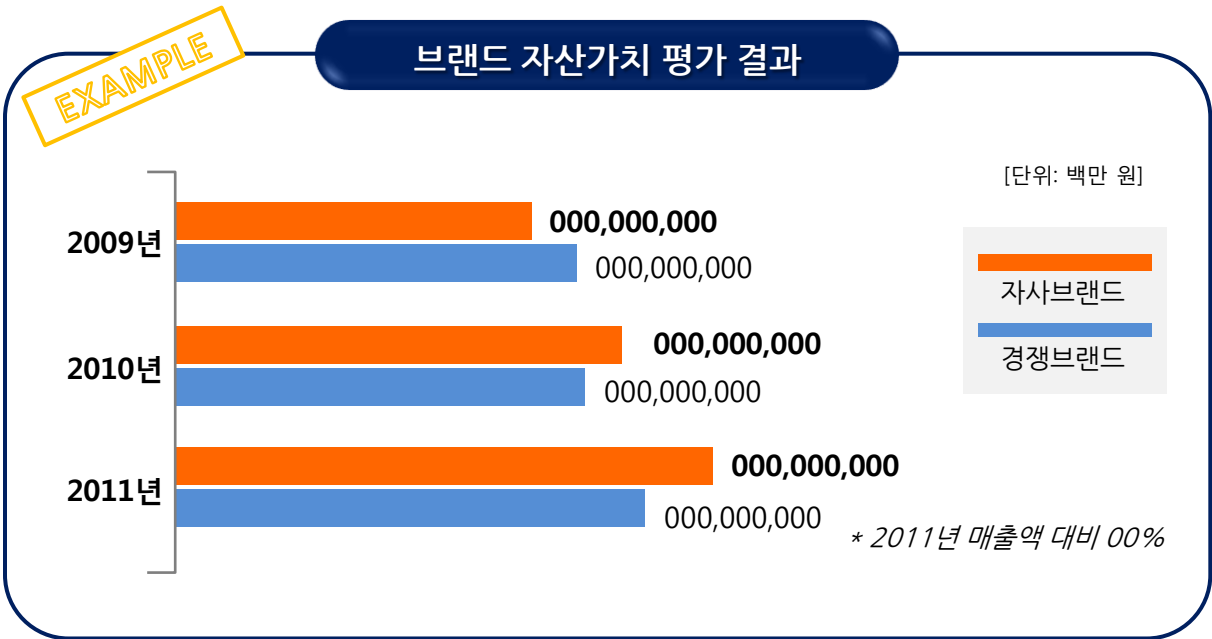
마케팅적 측면에서는 브랜드 파워 지수를 소비자 조사를 통해 산출하는데 이는 해당 브랜드가 현재 시장 내에서 지니고 있는 마케팅 수준과 소비자들에게 형성돼 있는 이미지, 그리고 향후 구매로 연결될 수 있는 브랜드의 잠재적 능력까지를 포함하는 개념. 그리고 최종적으로 브랜드 수익에 브랜드 파워 지수를 적용해 브랜드 자산 가치를 산출하였음.



| PART 02: 기업브랜드 자산가치 평가분석 결과



OO  
브랜드 자산가치 평가 결과



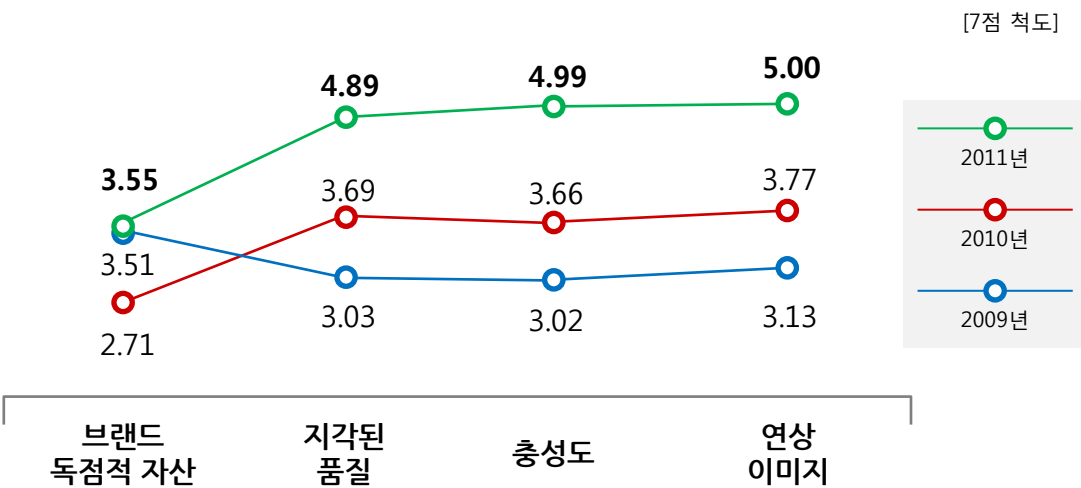
| PART 03: 기업브랜드 파워분석 결과

브랜드 파워지수(Brand Power Index)

- 브랜드 자산 구성 요소에 기초하여 브랜드 경영 관점에서 ser-M(주체, 환경,자원,메커니즘)이 측정되도록 설문문항 구성.
- 전 국민 1800명 대상으로 2011년 10월-11월 설문조사 진행.

EXAMPLE

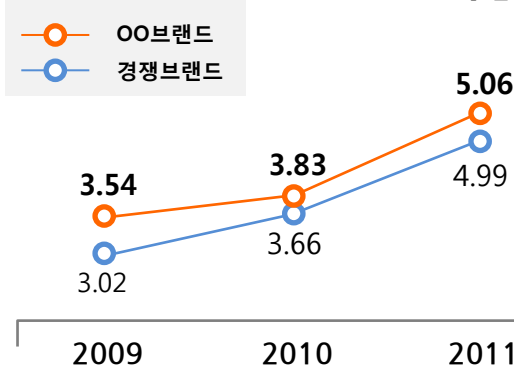
브랜드 파워지수 구성요소 별 시계열 분석



EXAMPLE

## 1. 브랜드 독점적 자산

[7점 척도]



### 세부 평가 항목

#### 로고

기억용이성

유의미성

#### 슬로건

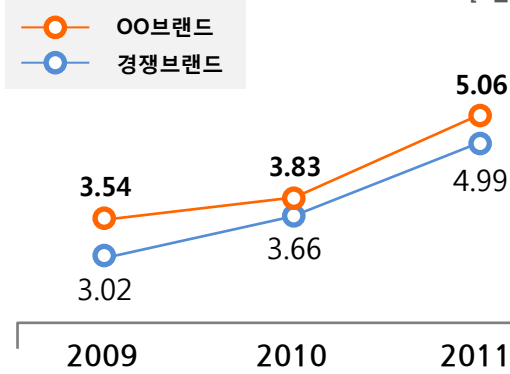
상징성

유의미성

EXAMPLE

## 2. 지각된 품질

[7점 척도]



### 제공하는 제품 (또는 서비스)

우수성

일관성

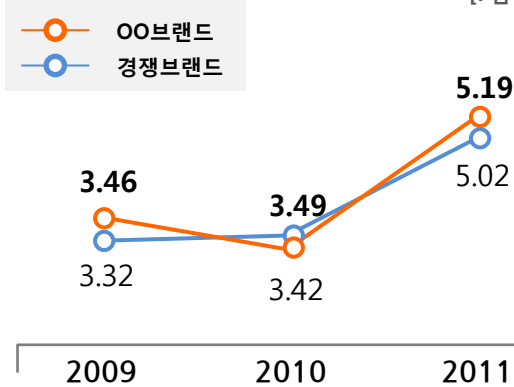
편의성

혁신성

EXAMPLE

## 3. 충성도

[7점 척도]



### 충성도

기업선호

입사선호

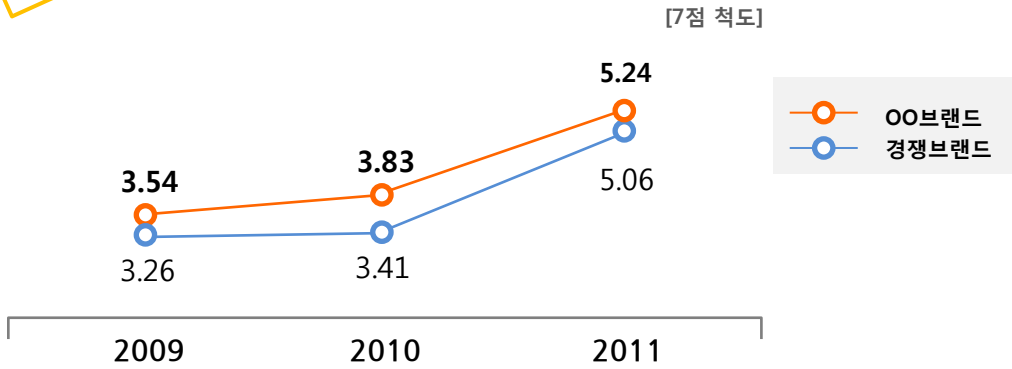
구매의도

관계유지

\* 세부 평가 항목별 결과 제시

EXAMPLE

#### 4. 연상 이미지



#### 세부 평가 항목

##### 비전과 리더십

동종업계에서의 주도성

명확한 비전

CEO의 탁월한 리더십

CEO의 브랜드 관리 의지

국제적 경쟁력 / 글로벌 기업

##### 감성적 매력 및 근무환경

느낌이 좋은 기업

신뢰가 가는 기업

직원을 잘 관리하는 기업

조직 융화가 잘 되는 기업

구성원(임직원)들의 이미지

##### 재무성과 및 사회적 책임차원

매출 / 수익률

성장가능성

환경적 책임감

사회공헌

도덕적 윤리

경영 투명성

##### 커뮤니케이션 및 브랜드관리 능력

커뮤니케이션의 활발성

긍정적인 언론보도

위기 대처능력

고객 니즈 반영

체계적인 브랜드 관리활동

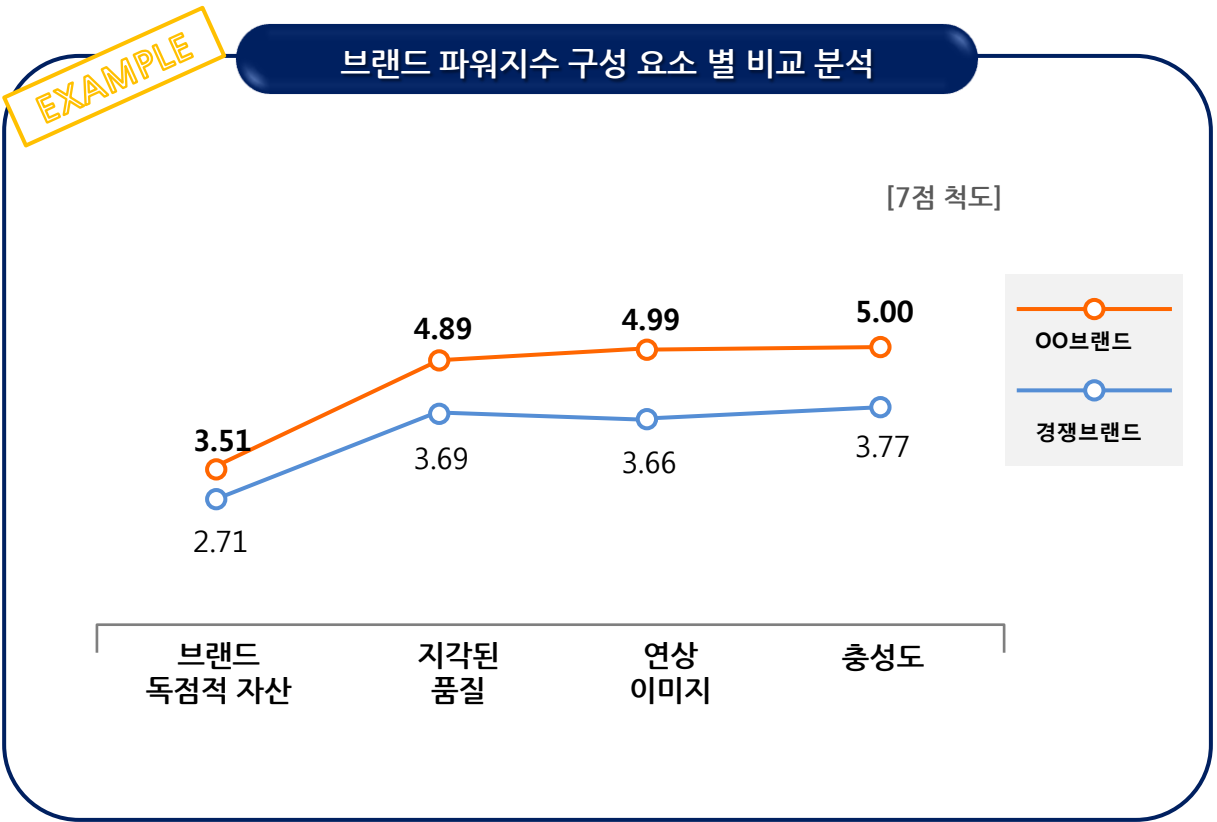
직원들의 자사 브랜드 이해력

\* 세부 평가 항목별 결과 제시



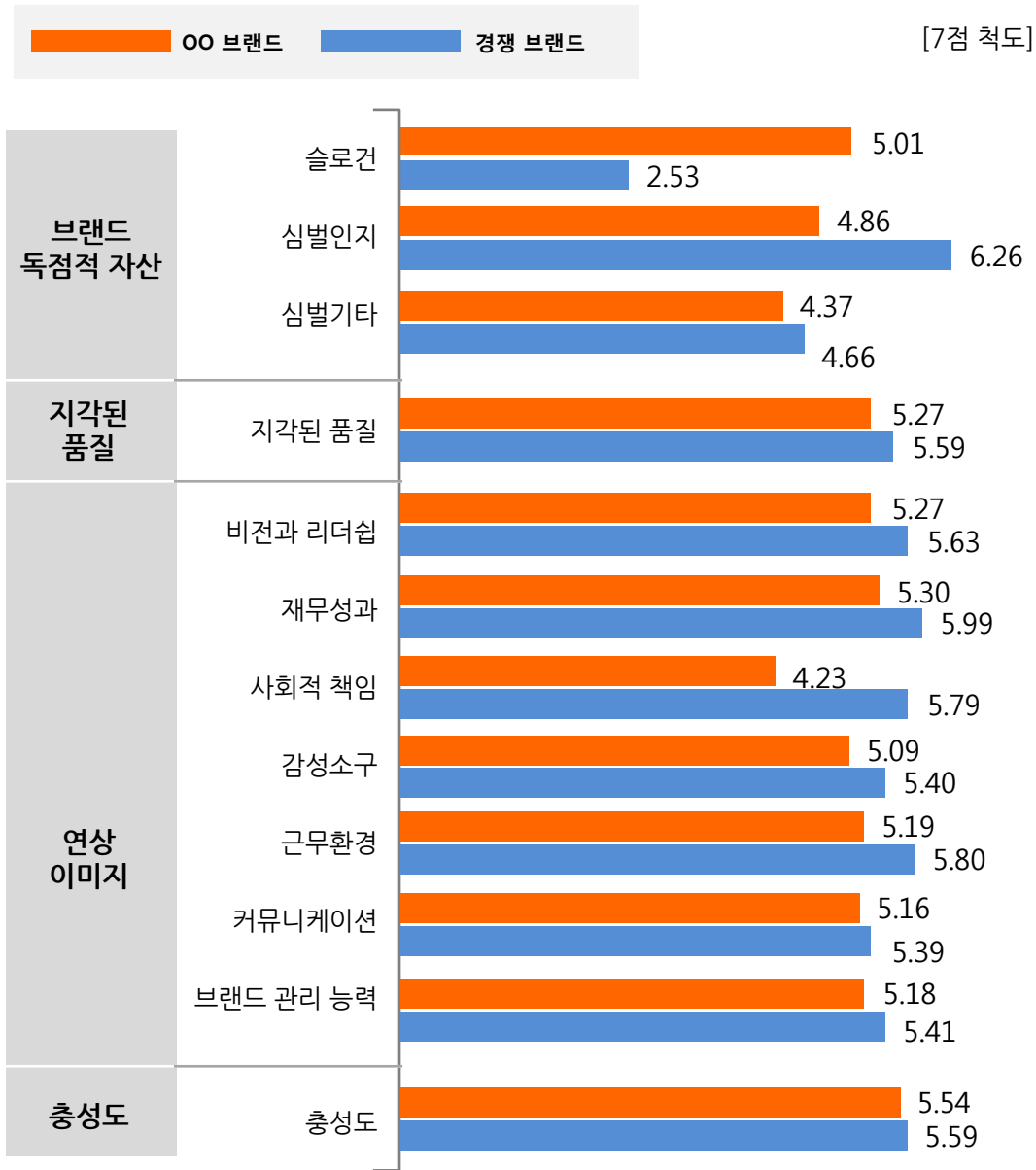
| PART 04: 2011년 경쟁사 대비분석 결과

국내 주요 기업(기업브랜드가치평가 기업)과 동종업계의 경쟁 기업과의 비교·분석을 통해 자사 브랜드의 현재 위치를 파악.



EXAMPLE

1. 브랜드 파워지수 결과 비교 분석



EXAMPLE

## 2. 브랜드 파워지수 세부 항목별 순위 비교 분석

커뮤니케이션		감성소구		근무환경	
1위		1위	 현대자동차	1위	
2위	 LG전자	2위		2위	
3위	 현대자동차	3위	 LG전자	3위	 LG전자
4위		4위		4위	 현대자동차
5위	 KIA MOTORS	5위		5위	
⋮		⋮		⋮	
7위	OO 브랜드	9위	OO 브랜드	8위	OO 브랜드
⋮		⋮		⋮	
사회적 책임		브랜드 관리 능력		리더쉽	
1위		1위		1위	
2위	 현대자동차	2위		2위	 현대자동차
3위	 LG전자	3위	 LG전자	3위	
4위		4위	OO 브랜드	4위	 LG전자
5위	OO 브랜드	5위		5위	 KIA MOTORS
⋮		⋮		6위	OO 브랜드
				⋮	

\* 브랜드 자산가치 평가 상위 기업 및 동종업계 경쟁기업 10개 이상의 기업과의 비교

\* 브랜드 파워지수 세부항목 18개 에 대한 비교 분석

## | PART 05: 전략적 제언

브랜드 자산가치 평가 결과는  
다음과 같이 자사의 브랜드 자산가치 관리 방향을 제시함.

01

브랜드가 갖고 있는 기능적, 상징적 이미지 등의 명확한 진단을 기반으로  
향후 브랜드 이미지 전략의 방향성 제시.

02

소비자의 KEY BUYING IMAGE FACTOR 파악 가능.

03

경쟁 기업 대비 자사 브랜드자산 구성요소 별 평가와  
브랜드 이미지 제고 방안을 위한 커뮤니케이션 방향성 제시.

04

이러한 종합적인 진단 과정을 통해  
자사의 브랜드 자산가치 증대 및 이미지 제고를 위한 방향성 제시.



브랜드 자산가치 증대 및 이미지 제고

## 문의처

산업정책연구원(IPS)\_브랜드디자인본부\_이화진 본부장

☎ 02-360-0785    Fax: 02-456-2044    E-mail: [hjlee@ips.or.kr](mailto:hjlee@ips.or.kr)