

공동브랜드(Co-branding) 사업

□ 공동브랜드(Co-branding)란?

- 한국의 유망 중소기업과 미국기업의 제품 및 서비스에 제휴형 공동 브랜드*를 개발하여 공동마케팅을 통해 미국, 중국, 인도, 필리핀 등 잠재 거대시장에 진출하기 위한 브랜드전략

: 제휴형 공동브랜드는 기존 브랜드를 사용하면서 포장, 브로슈어, 홈페이지, 명함 등에 제휴형 브랜드를 병기하여 공동 마케팅을 추진하는 전략적인 브랜드 사용 방안(신규로 개발하는 공동브랜드는 사업 대상에서 제외)

□ 공동브랜드 사업 현지 진행절차

단계	항목	내 용
1	미국기업 발굴	- 업체 발굴을 위한 광고, 미디어홍보 - 설명회 개최, 업체별 방문상담 등
2	비즈니스 미팅 주선	- 국내 중소기업과 미국기업간 미팅주선 - 제휴 및 마케팅협력 협의
3	기업간 MOU	- 국내 중소기업과 미국기업간 MOU 체결 지원 (법률문제 등)
4	글로벌 시장진출	- MOU 품목에 대한 미국 및 글로벌 시장조사 (시장현황, 바이어현황, 경쟁사 현황 등)

□ 제공 보고서

- 글로벌 혁신역량/해외진출 타당성 진단보고서
: 기업역량 진단, 기업보유 기술/제품의 미국시장사업화 성공가능성 검토
- 해외시장 심층분석 보고서
: 미국기업과의 MOU체결 제품의 글로벌 시장진출방안에 대한 조사
* 심층분석 보고서는 사업화 지원대상으로 최종 선정된 10개사에 한함

□ 공동브랜드 사용예

회사명	제품명	브랜드 제휴사	공동브랜드 예	공동브랜드 활용 예
Tenevis	STATUO	SpaceAge	Brought to you by Tenevis, Korea and certified by SpaceAge, New York	신발 제품 (아래 그림 참조)
Tenevis	STATUO	SpaceAge	Tenevis: Certified by SpaceAge in NYC	신발 제품 패키지 (아래 그림 참조)



< 공동브랜드 사업의 효과성 >

- 대기업들도 브랜드 가치를 올리기 위해 수천만 달러를 투자하지만 대한민국 상품 중 국제사회에서 브랜드 가치를 인정받은 상품들은 소수이며, 중소기업이 글로벌 브랜드로 알려지기는 매우 어려우므로 미국 회사와 함께 미국 브랜드를 빌려서 함께 브랜드 가치를 제고하기 위한 사업
- 이미 브랜드 가치가 높은 미국 대기업들은 한국 중소기업과 Co-Branding을 할 이유가 없지만, 미국의 중소기업들 중 외국에 진출하고자 기회를 찾고 있는 업체를 찾아내어, 미국(USA)이라는 자체의 브랜드 가치를 활용하여, 미국과 한국의 기업이 사업 파트너로서 포장한 제휴형 브랜드 제품을 글로벌 시장(미국, 중국 등)에 런칭함으로써 시너지 효과를 낼 수 있음
- 한국 제품의 경우에는 미국 브랜드를 활용해 보수적인 미국 고객에게 신뢰감을 줄 수 있으며, 미국 기업의 경우에도 직접 태평양을 건너 수출하는 것보다는 FTA가 이미 체결되어 있는 한국 파트너와 함께 사업을 추진하며 물량을 한국에 두고 동남아에 유통하는 것이 효율적임
- 미국 파트너의 브랜드를 빌리려면 이 브랜드가 현재 미국 시장 내에서 가치가 얼마나 되는지 자세히 연구해야 함. 또한 미국 업체도 자사 브랜드(상표)를 올려줄 한국 제품의 품질을 테스트 해보고 경우에 따라서는 직접 방문하여 제조공장을 시찰할 수도 있음. 미국의 회사들은 아무리 중소기업이라고 해도 그리 쉽게 자신의 브랜드를 빌려주지 않기 때문에 시간과 노력이 필요