

온기답다 대표 김종완

나의 경험은 어떤 가치를 만 들 수 있을까

온기답다



브랜드는 어떻게 만들어질까요?



이 캐릭터는 어떻게 만들어졌을까요?



온담이 캐릭터 소개

- 온기닭다의 대표 캐릭터 '온담이'
- 따뜻함과 나눔을 상징하는 캐릭터
- 사람과 사람을 연결하는 매개체
- 브랜드의 핵심 정체성을 담은 IP



뽕송뽕송
하루 시작



캐릭터 탄생 배경

- 제품이 아닌 캐릭터부터 시작
- 경험과 가치를 캐릭터로 구현
- IP 기반 비즈니스의 출발점
- 브랜드 철학을 시각화한 결과

온담이의 핵심 가치



따뜻함

- 온기를 닮은 따뜻한 감성
- 차가운 세상에 온기 전달
- 감성적 교감의 시작점



나눔

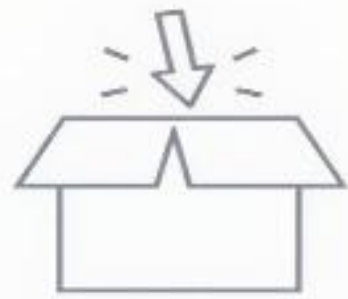
- 함께 나누는 기쁨의 가치
- 선물을 통한 마음 전달
- 나눔으로 행복 확산



사람을 연결

- 사람과 사람의 관계 연결
- 감정과 경험의 공유
- 공동체 의식 형성

많은 회사들은 제품을 먼저 만듭니다



전통적인 사업 방식

- 일반적인 창업 프로세스
- 제품 개발이 최우선
- 시장 조사 후 제품 출시
- 단기 수익 중심



제품 중심 접근법

- 제품 기능과 품질 강조
- 경쟁사 제품과 비교
- 가격 경쟁력 확보
- 판매량 중심 전략



아이디어와 자본 중심 사고

- 아이디어 실현에 집중
- 빠른 시장 진입 추구
- 제품 중심 사고방식
- 비용 최소화

하지만 저는 다르게 생각했습니다



1

새로운 관점의 필요성

- 기존 방식의 한계
- 새로운 시각 필요
- 가치 중심 사고
- 장기적 관점

2

성장 중심 사고방식

- 씨앗에서 나무로
- 지속 가능한 성장
- 브랜드 자산 구축
- IP 가치 확장

3

차별화된 접근법

- 캐릭터 우선 전략
- IP 기반 비즈니스
- 경험의 가치화
- 독창적 접근

캐릭터 → 브랜드 → 제품

캐릭터가 먼저

- 전통적 방식과 달리 캐릭터를 최우선으로 개발
- 온답이 캐릭터의 정체성과 가치를 먼저 확립
- 캐릭터가 모든 비즈니스의 출발점



브랜드 형성

- 캐릭터를 기반으로 브랜드 아이덴티티 구축
- 따뜻함, 나눔, 연결이라는 핵심 가치 전달
- 브랜드 철학과 캐릭터의 일체화



제품 개발

- 브랜드가 확립된 후 제품 기획 시작
- IP를 활용한 다양한 제품 라인 개발
- 제품은 캐릭터 가치를 담는 그릇



온기담다 사업 구조

캐릭터 IP 개발

- 온담이 캐릭터를 중심으로 IP를 개발합니다
- 따뜻함, 나눔, 연결의 가치를 담은 캐릭터
- IP는 모든 사업의 출발점입니다

제품 기획 프로세스

- 캐릭터 IP를 기반으로 제품을 기획합니다
- 제품이 아닌 IP가 먼저입니다
- 캐릭터의 가치를 제품에 담습니다

ODM/OEM 생산 방식

- ODM/OEM 방식으로 제품을 생산합니다
- 제조는 파트너와 협력합니다
- IP 관리에 집중합니다

브랜드 제품 출시

- 온담이 브랜드 제품으로 출시합니다
- 양말 케이크, 수건 롤케이크 등
- IP 가치를 담은 브랜드 제품입니다

온기답다는 IP 회사입니다



회사의 본질적 정체성

- 캐릭터 IP 기반 회사입니다
- IP가 회사의 핵심입니다
- 제품은 IP의 결과물입니다



IP 중심 사고방식

- 제품이 아닌 IP를 먼저 생각합니다
- 캐릭터가 모든 것의 시작입니다
 - IP는 확장 가능합니다
- 지속 가능한 가치를 만듭니다



장기적 브랜드 전략

- IP는 장기적 자산입니다
- 브랜드는 시간과 함께 성장합니다
 - 온답이는 계속 확장됩니다
- 캐릭터 브랜드로 성장합니다

온담이의 미래

캐릭터 브랜드로의 성장

온담이는 단순한 캐릭터를 넘어 지속 가능한 IP 브랜드로 성장하고 있습니다
캐릭터가 가진 따뜻함과 나눔의 가치를 바탕으로, 다양한 콘텐츠와 제품으로 확장하며 사람들과 더 깊이 연결됩니다. 온
기답다는 온담이를 통해 경험이 만드는 가치를 지속적으로 전달할 것입니다.

