브랜드 네이밍, 이렇게 진행합니다

후보안을 보시기 전에 드리는 안내 · 이름을 짓는 관점

1 이름의 역할과 유형

2 좋은 이름의 조건

3 짓고 거르는 절차

4 설문이 정한 기준

CBC그룹 team@cbcgroup.co.kr

2026. 10. 26

이름의 역할과 유형 이름이 하는 일은 세 가지입니다

1 · 구분한다

다른 병원과 헷갈리지 않게 합니다. 간판에서, 검색창에서, 소개하는 대화에서 "거기"가 바로 우리여야 합니다. 포에버를 검색하면 본진이 먼저 나오는 지금의 혼선이 이 역할이 비어 있는 상태입니다.

2 · 느낌을 만든다

이름을 듣는 순간 첫인상이 정해집니다. 고급스러운지, 전문적인지, 가벼운지. 설명하지 않아도 전해지는 느낌이 이름의 두 번째 일입니다. 원장님이 꼽으신 아만 · 제네시스 · 벤틀리 · 로로피아나가 모두 이 쪽입니다.

3 · 자산이 된다

상표권 · 도메인 · 계정 ID로 우리만 쓰는 재산이 되고, 10년 뒤에도, 아카데미나 해외 환자 앞에서도 그대로 쓰입니다. 흔한 단어는 이 자산이 되지 못합니다.

이름이 하지 않는 일

무엇을 하는 곳인지 설명하는 일은 이름의 몫이 아닙니다. 그 일은 뒤에 붙는 '의원'과 간판 문구, 홈페이지가 맡습니다.

1 설명형

하는 일을 그대로 말하는 이름

바로 알아듣습니다. 대신 누구나 쓸 수 있는 말이라 상표도 검색 독점도 거의 되지 않고, 진료과목 표시 규정에 걸릴 수 있습니다.

구분	느낌	자산
○	○	○

예

○○피부과, ○○ 리프팅의원

이번 후보에서 제외

2 흔한 단어형

좋은 뜻의 일반 단어

친숙하지만 같은 이름이 많아 검색에서 우리만 나오기 어렵고 상표가 약합니다. 체인 느낌이 나기도 쉽습니다.

구분	느낌	자산
○	◐	○

예

포에버, 스킨, 뷰티 계열

이번 후보에서 제외

3 암시형

뜻을 품되 설명하지 않는 이름

이야기가 있고 고급스럽습니다. 뜻은 한 번 들려드려야 하지만, 한 번 들으면 오래 남습니다.

구분	느낌	자산
●	●	◐

예

아만(평화), 제네시스(기원)

후보 갈래 B · 짧은 울림형

4 조어형

뜻을 가진 글자를 엮어 새로 만든 단어

사전에 없어 우리만의 이름이 되고 상표 · 검색 독점이 쉽습니다. 처음에는 낯설 수 있어 발음과 뜻을 함께 설계합니다.

구분	느낌	자산
●	◐	●

예

한자 두 글자를 엮은 새 단어

후보 갈래 A · 개념 한자 조어형

후보는 암시형과 조어형 사이에서 짓습니다

왼쪽일수록 바로 알아듣기 쉬움 — 오른쪽일수록 상표 보호 · 검색 독점이 강함

그 밖의 유형

창업자 이름형(벤틀리, 로로피아나)은 사람이 품질을 보증하지만 성함을 넣지 않기로 하셨고, 약자 · 숫자형(4ever)은 체인 연상과 중국어 숫자 4 문제로 제외했습니다.

● 강함 ◐ 보통 ○ 약함 · 유형 분류는 상표 실무의 식별력 기준(설명적 → 암시적 → 조어 · 임의)을 쉬운 말로 옮긴 것

좋은 이름의 조건 원장님이 매기신 순서 그대로, 실무 기준으로 풀었습니다

1 부르기 쉽고 기억에 남는가

- 2~3음절, 받침이 적고 소리가 부드러운가
- 전화로 말해도 한 번에 알아듣는가
- '○○의원'을 붙여도 자연스러운가
- 비슷한 다른 병원 이름과 헷갈리지 않는가

원장님 1순위 · 소개 · 입소문으로 커 온 병원에 가장 중요

2 고급스러운 느낌인가

- 짧고, 무엇을 파는 곳인지 설명하지 않는가
- 할인 · 이벤트 · 뷰티숍 · 체인이 떠오르지 않는가
- 유행어가 아니라 10년 뒤에도 쓸 수 있는가
- 로고 글자만 놓아도 품격이 전해지는가

원장님 2순위 · 아만 · 제네시스 · 벤틀리 · 로로피아나의 공통점

3 중국어 · 영어로도 자연스러운가

- 한자로 옮겼을 때 뜻이 좋고 발음에 숫자 4가 섞이지 않는가
- 영문은 들은 소리 그대로 철자를 칠 수 있는가
- 영어권에서 엉뚱한 뜻으로 읽히지 않는가
- 세 표기가 한 가족으로 보이는가

원장님 3순위 · 먼저 닿을 환자가 중국 · 영어권

4 뜻이 분명한가

- 이름의 뜻을 한 문장으로 들려드릴 수 있는가
- 그 문장이 진료 철학과 이어지는가
- 아카데미 · 학술 이름으로 넓혀도 어울리는가

원장님 4순위 · 상담실에서 설명할 수 있는 이야기

5 상표 · 도메인을 바로 잡을 수 있는가

- 특허청 44류 의료업에 같거나 비슷한 상표가 없는가
- .com · .co.kr 중 둘 이상 확보되는가
- 인스타그램 · 유튜브 · 카카오톡 채널 ID를 같은 이름으로 쓸 수 있는가

순위와 별개로 통과 조건 · CBC가 점검

6 검색했을 때 우리만 나오는가

- 네이버 · 구글 첫 화면에 다른 병원이 없는가
- 인스타그램 해시태그를 우리가 차지할 수 있는가
- 같은 이름의 다른 업종 브랜드가 검색을 나눠 갖지 않는가

순위와 별개로 통과 조건 · CBC가 점검

병원 이름만의 조건

일반 브랜드 네이밍에 더해 세 가지를 더 봅니다

의료기관 명칭 규정

이름 뒤에 '의원'이 붙고, 진료과목이나 질환명을 떠올리게 하는 이름은 제한됩니다. 다른 의료기관과 혼동되는 이름도 안 됩니다. 보건소 변경신고 때 심사하므로 확정 전에 먼저 확인합니다.

의료광고 심의

효과를 보장하거나 최고 · 완벽처럼 과장하는 말은 이름에도 쓸 수 없습니다. '재생 · 복원'처럼 결과를 단정하는 단어도 피합니다.

세 언어 환자

한글 · 한자 · 영문을 한 세트로 짓습니다. 나중에 따로 옮기면 발음과 뜻이 어긋나고, 중국 환자가 부르는 이름과 간판 이름이 달라집니다.

1 ~ 4는 원장님이 판단하시는 기준, 5 · 6과 병원 이름만의 조건은 CBC가 점검해 통과한 안만 올립니다

짓고 거르는 절차 타입별 40안에서 20안, 10안, 3안, 그리고 하나로

1

기준 세우기

설문 · 인터뷰 · 홈페이지 구조 논의에서 나온 원장님 말을 방향서 한 장으로 정리합니다. 이름은 이 기준에서 나옵니다.

완료 · 방향서 확정안

2

뿌리 고르기

방향서의 개념(구조 · 층 · 지지, 본연 · 절제, 결 · 질감, 1:1 진료)에서 이름의 뿌리가 될 글자와 뜻을 고릅니다.

완료

3

넓게 짓기 · 40안

두 갈래(개념 한자 조어형, 짧은 울림형)의 타입별로 40안을 짓습니다. 이 단계에서는 많이, 가볍게 만듭니다.

이틀 뒤 보여드립니다

4

거르기 · 20안 → 10안

금지어(영한 · 소믈리에 · 포에버), 발음, 나쁜 연상, 이미 쓰는 의료기관 여부를 보고 원장님과 함께 20안으로, 다시 10안으로 좁힙니다.

40안 리뷰 뒤

5

10안 → 3안

지은 이유, 한 · 중 · 영 표기, 잘 맞는 기준과 주의할 점을 붙인 10안에서 원장님이 3안으로 좁히십니다.

기준표로

6

CBC 정밀 점검

3안을 특허청 44류 상표, 도메인 · 계정 ID, 네이버 · 구글 검색, 보건소 명칭 규정, 세 언어 발음 · 뜻으로 점검합니다.

3안 압축 후

7

현장 테스트

가족과 실장님께 소리 내어 불러 보고, 전화로 말해 보고, '○○의원'으로 적어 봅니다. 최종 결정은 원장님이 하십니다.

3안으로

8

확정 · 출원

확정 당일 도메인과 SNS 계정 ID를 잡고, 다음 날 상표 출원을 접수합니다.
접수만으로 출원일 기준 순위가 생깁니다.

11월 초 목표

이름은 고르는 것이 아니라 좁히는 것

10안 가운데 마음에 드는 하나를 찍는 방식이 아니라, 기준에 비춰 3안으로 좁히고 점검을 통과한 안 중에서 정합니다. 그래서 후보마다 기준표를 붙였습니다.

첫인상보다 기준

새 단어는 처음에는 낯선 것이 정상입니다. 지금 익숙한 이름들도 처음에는 모두 낯설었습니다. 한 달쯤 부르면 자기 이름이 됩니다.

로고 전에 글자만으로

로고와 색이 입혀지면 인상이 크게 달라집니다. 지금은 소리와 뜻, 세 언어 표기만으로 판단하시고 로고는 이름이 정해진 뒤 3안으로 그립니다.

확정 당일에 상표 · 도메인

상표는 먼저 출원한 쪽이 앞섭니다. 좋은 이름일수록 다른 곳도 노리고 있으니, 확정과 동시에 도메인 · 계정 · 출원을 같은 날에 끝냅니다.

설문이 정한 기준 10월 14일 답변에서 읽은 것과, 그 뒤에 더해진 것

설문의 목적

이름은 저희가 떠올린 예쁜 말이 아니라 원장님과 직원들이 실제로 하는 말에서 나와야 합니다. 그래서 병원의 지금과 5년 뒤, 담을 느낌과 피할 것을 먼저 여쭈었습니다.

설문에서 읽은 병원

- **학술과 꼼꼼함** · 학회 활동으로 쌓은 전문성, 생활습관까지 묻는 상담 (1 · 3번)
- **티 나지 않는 결과** · "시술은 아무도 모르게"에 매우 그렇다 (2 · 16번)
- **소개로 불리는 이름** · 입소문으로 커 온 병원, 앞으로는 중국 · 영어권 · VIP (2 · 15번)
- **아카데미까지 담을 이름** · 청담 한 곳 · 해외 · 교육기관 (5번)
- **조용한 하이엔드** · 고급스러운 · 전문적인 · 클래식한, 아만 · 제네시스 · 벤틀리 · 로로피아나 (6 · 13번)
- **피할 것** · 영한 · 소믈리에 · 포에버, 흔한 단어, 뷰티숍 · 체인 느낌, 에그 · 미드나잇 · 채올 (7 · 14 · 22번)

원장님이 매기신 순서 (20번)

1. 부르기 쉽고 기억에 남는가
2. 고급스러운 느낌인가
3. 중국어 · 영어로도 자연스러운가
4. 뜻이 분명한가
5. 상표 · 도메인을 바로 잡을 수 있는가
6. 검색했을 때 우리만 나오는가

5 · 6은 순위와 별개로 통과 조건으로 두었습니다. 검색 혼선이 이번 독립의 첫 번째 이유이기 때문입니다.

두 갈래로 짓는 이유 (8 · 12번)

한글 조어 · 우리말과 개념 단어를 고르셨고, 중국어는 뜻을 옮긴 한자를 원하셨습니다. 순우리말만으로는 중국 · 영어권 환자가 부르기 어려워, 한자 뜻을 품은 새 단어로 세 언어를 한 세트로 맞춥니다.

A · 개념 한자 조어형
뜻이 먼저 들리는 이름. 중국어는 같은 글자. 뜻 · 중국어 · 아카데미 확장에 강함

B · 짧은 울림형
소리가 먼저 남는 이름. 아만처럼 짧고 단정함. 부르기 쉬움 · 고급 · 로고에 강함

설문 뒤에 더해진 뿌리

설문 때는 '균형 · 결 · 비례'를 적으셨습니다. 그 뒤 홈페이지 구조를 함께 잡으며 구조미학 · Layer by Layer · 인대 지지 구조가 또렷해졌고, 유지인대 강화 시그니처와 초음파 층별 진단까지 한 줄로 이어지는 더 강한 뿌리라 첫 자리에 더했습니다.

구조 · 층 · 지지
인대 · 뿌리 · 세움 · 반듯함

본연 · 절제
흔적 없이, 담백하게, 본래대로

결 · 질감
윤 · 결 · 온화함

1:1 진료
알아주는 사람 · 고요한 신뢰

답이 두 갈래로 읽힌 곳 · 이렇게 정리했습니다

1. 성함(9 · 22번) · 메인 이름에는 넣지 않고 의료진 소개와 콘텐츠로
2. 우리말과 해외 환자(8 · 15번) · 한자 뜻을 품은 조어로 한 · 중 · 영 한 세트
3. 개념 단어와 검색(8 · 20번) · 개념은 뿌리로만, 단어는 새로
4. 타깃 연령(16번) · 대외 문구에는 나이를 말하지 않고 운영 기준만 30대 후반부터
5. 상표 명의(19번) · 대표원장님 개인 명의로 출원
6. 간판 시점(18번) · 이름 확정과 출원은 11월 초, 간판은 확인되는 대로

후보를 보시면서 이 여섯 가지가 맞는지 함께 확인해 주세요. The Lifting Sommelier는 병원 이름이 아니라 콘텐츠 IP로 남기고, 작업명 '닥터H'는 후보에 넣지 않았습니다.