

brand is the image of the product in the market. some people distinguish the psychological aspect of a brand from the experiential aspect. the experiential aspect consists of the sum of all points of contact with the brand and is known as the brand experience. the psychological aspect sometimes referred to as the brand image, is a symbolic construct created within the minds of people and consists of all the information and expectations associated with a product or service.

about design **esprit**

브랜드의 포화상태라고 이야기합니다. 시장이 빠르게 변화하는 가운데 수많은 브랜드들 역시 탄생과 퇴장을 거듭하고 있습니다. 이제 기업 마케팅 활동의 핵심은 시장을 리드할 수 있는 Power Brand를 키워 나가는 것으로 변화하였습니다. 일관성있는 Brand Identity와 명확한 Brand Personality로 강력한 Brand Image를 구축해 가야 합니다. 디자인에스프리는 브랜드가 고객의 가슴 속에 깊이 기억되고 사랑받을 수 있도록 지원하는 Branding & Communication 전문회사입니다. 우리는 전략에 기반한 크리에이티브를 통해 치열한 시장환경에서 브랜드가 성공할 수 있는 차별화된 솔루션을 제공합니다.

**시장을 선도하고 지배하는 브랜드의 구축,
디자인에스프리가 함께합니다.**

design **esprit**

integrated branding solution

디자인에스프리는 브랜드의 창조부터 전략적 육성의 모든 단계에 이르기까지 모든 서비스를 제공할 수 있는 전문가 조직입니다. 고객의 마음에 가치와 의미를 뿌리내리는 브랜드, 시장과 모든 이해관계자들이 만족하는 브랜드, 기업의 가치와 성장의 지속적인 확대 재생산이 가능한 브랜드를 창조하는 Total Branding & Identity Consulting Service를 제공합니다.

Brand Strategy

- Research & Analysis
- Positioning
- Personality
- Brand Architecture

Brand Naming

- Corporate Naming
- Brand Naming
- Slogan

Total Identity

- Corporate Brand
- Consumer Brand
- Environmental Brand
- Brand Experience

Branded Package

- PMS
(Package Management)
- Label design

Environmental Design

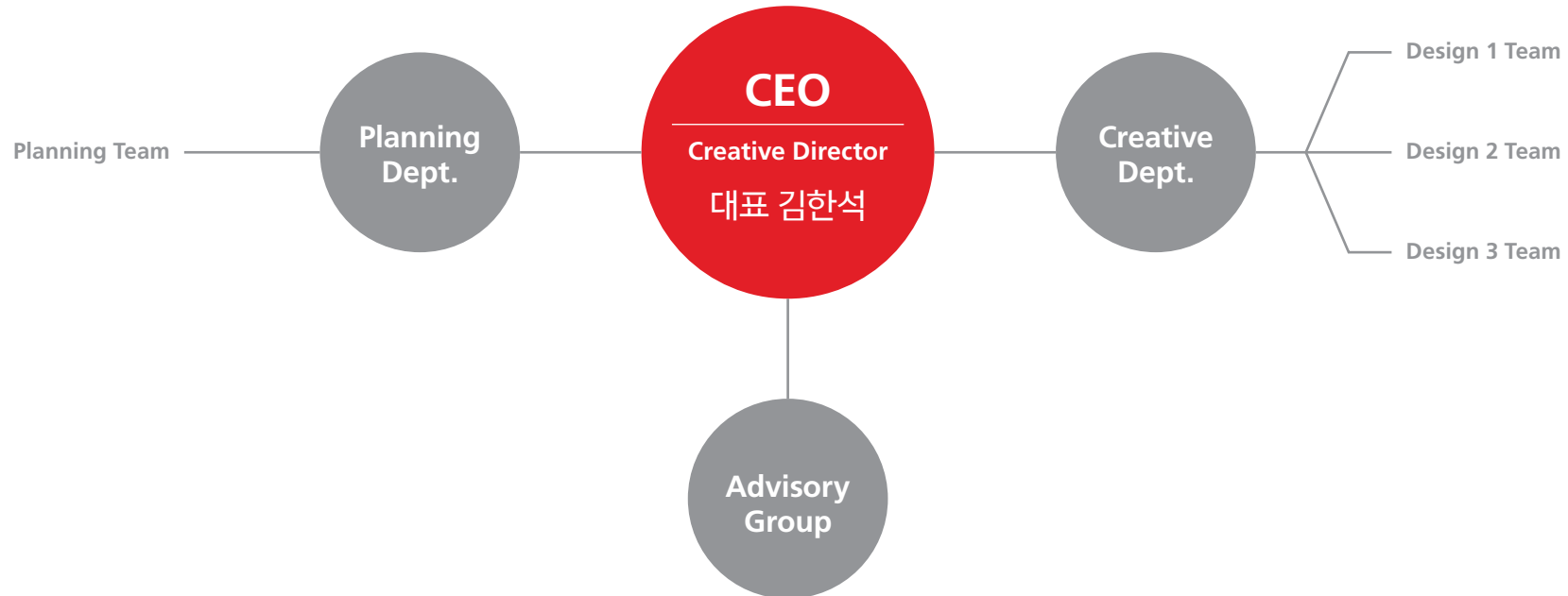
- Sign System
- Space Planning

Sales Promotion

- Annual Report
- Brochure
- Printed Material

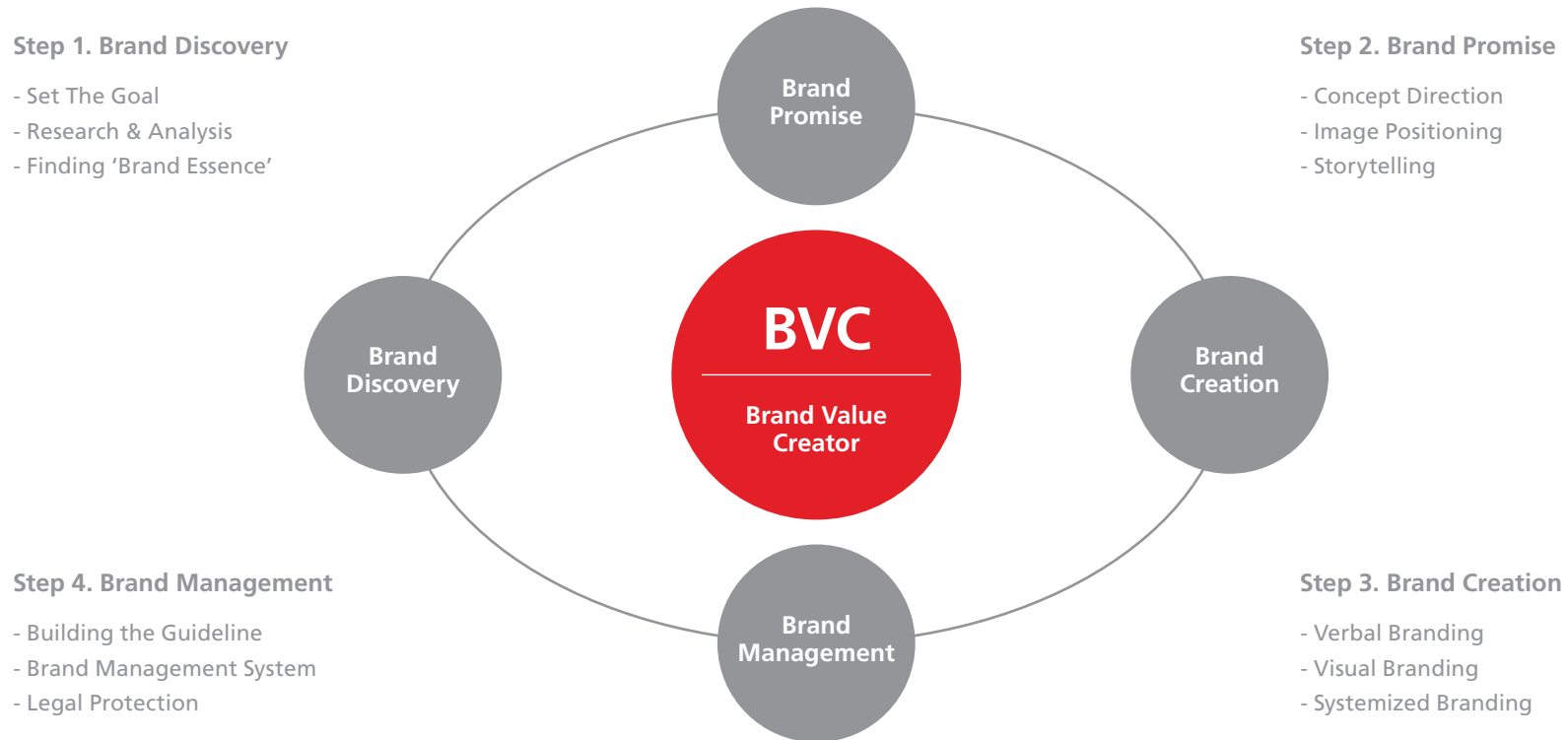
we create synergy effect

각 분야 전문가들의 개성과 유기적인 팀워크를 중시하는 문화는 디자인에스프리의 경쟁력입니다. 모든 사람들의 아이디어는 존중되고 각자의 역할은 중요시되며, 통제하는 것이 아니라 리더십을 발휘합니다. 이러한 디자인에스프리의 조직문화는 브랜드 개발 및 관리의 과정에서 큰 시너지 효과를 발휘하여 보다 완성도 높은 결과물을 도출하는 힘이 되고 있습니다.



all time with brand lifecycle

치열한 경쟁을 이겨낼 수 있는 브랜드 개발의 핵심은 고객의 마음에서 강력히 차별화될 수 있는 스토리를 담아내는 것입니다. 디자인에스프리는 브랜드를 소비자의 가슴 속에 각인시키는 전략을 실체화함으로써 브랜드의 가치를 창조합니다.



portfolio

디자인에스프리는

2007년 산업정책연구원 주관의
로고부문 대상 (KTF SHOW)

2009년 Korea Design Award

아이덴티티 부문 대상 (olleh KT)

수상으로 브랜드 전문 기업으로서의
역량과 전문성을 인정받았습니다.



2007 Brand Awards
LOGO 부문 수상 (산업정책연구원)



2009 Korea Design Award
IDENTITY 부문 대상 수상



글로벌 1등 ICT 기업에 도전하는 _ 올레케이티

새로운 Olleh KT는 새로운 세상을 향한 기업의 비전과 가치, 글로벌 기업다운 자부심을 디자인 모티브인 깃발로 표현하고 KT의 기존 이미지인 정통성과 안정성을 기반으로 열정, 혁신, 젊음, 그리고 고객을 향한 따뜻한 감성을 느낄 수 있도록 개발되었다.

Client. KT

Project. Corporate Identity Development





복잡한 브랜드 체계의 단일화 _ 올레

기존에 QOOK과 SHOW로 분리되어 복잡하고 적용이 어려웠던 KT의 서비스 브랜드를 하나로 통합한 Olleh Mark는 olleh의 이니셜인 O를 심볼마크화하여 디자인되었으며 단순화된 형태로 단말기, 대리점 등 다양한 고객접점에서 일관되게 적용될 수 있도록 개발되었다.

Client. KT

Project. Brand Identity Development



대한민국 No.1
롯데렌터카 

아시아 No.1 렌터카 _ 롯데렌터카

롯데렌터카의 브랜드 디자인은 No.1 렌터카로서의 위상을 강조하고 경쟁 브랜드와 차별화할 수 있는 슬로건 조합형으로 개발되었다. 역동적이고 독창적인 디자인을 통해 신속하고 정확한 서비스와 선도적이고 혁신적인 이미지를 표현하고 있다.

Client. LOTTE RENTAL

Project. Brand Identity Development





Brilliant H _ 해성그룹

70년 역사의 국내 대표 중견그룹인 해성그룹은 지주회사의 출범과 함께 개별적으로 적용되고 있는 계열사의 CI체계를 통합하고 그룹사로서의 시너지 효과를 강화하기 위해 새로운 CI시스템을 정립하였다. CI컨셉인 'Brilliant H'는 정직을 바탕으로 지속 성장하는 해성, 소통으로 하나되는 해성, 창의로운 생각으로 빛나는 해성을 표현하고 있다.

Client. HAESUNG GROUP

Project. Corporate Identity Development



U Planet

수도권의 새로운 랜드마크 _ 유플래닛

대한민국 최초이자 최고의 카셰어링 그린카의 새로운 브랜드는 Green의 G를 위치 표시 마크와 결합시켜 언제 어디서나 쉽게 만날 수 있는 편리한 접근성을 부각하였다. 또한 열기구의 형상으로 디자인하여 자유롭고 가벼운 자동차 생활의 새로운 패러다임을 표현하였다.

Client. TAEYOUNG E&C

Project. Brand Identity Development





화성의과학대학교
HWASUNG MEDI-SCIENCE UNIVERSITY

더 멀리, 더 높이 비상하는 학문의 전당 _ 화성의과학대학교

화성의과학대학교의 비는 미래의 의과학 인재를 키워가는 학문과 진리의 전당다운 모습을 표현했다. 학문과 진리를 상징하는 책 위에 기둥의 형상으로 세워진 HSMU는 화성의과학대학교의 영문 이니셜이며, 상단의 디자인은 알바트로스를 형상화한 것으로 더 큰 미래를 열어갈 수 있음을 상징하고 있다.

Client. 화성의과학대학교

Project. University Identity Development





사지않고 다 맛보는 _ 묘미

롯데렌탈의 라이프스타일 렌탈 플랫폼 Myomee의 브랜드디자인은 고급스러운 Violet 색상을 중심으로 선물 형태의 프레임, 심플한 로고타입으로 구성되어 단순하지만 세련된, 새롭고 고급스러운 라이프스타일에 대한 기대감을 높일 수 있도록 개발되었다.

Client. LOTTE RENTAL

Project. Brand Identity Development

사지 않고 다 맛보는 묘미가 있다

사자니 부담되고 사고나니 후회될 땐, 빌려봐!



promy

약속 그 이상의 약속 _ DB Promy

어릴적 순수한 마음으로 약속하는 손가락의 상징적 의미를 모티프로 하여, 'Promy' 고유 서체타입의 브랜드로고를 제작, 서로의 믿음을 손가락 걸어 확인할 때 형상화되는 부드러우면서도 신뢰감 있는 모습을 전체적인 로고타입에 반영한 디자인으로 제작되었다.

Client. DB Insurance

Project. Brand Identity Development





FNC
ENTERTAINMENT

기본을 지키는 선한 콘텐츠 _ FNC

창사 10주년을 맞아 발표한 FNC엔터테인먼트의 새로운 CI는 정직하고 안정적인 정사각형의 프레임과 간결하면서도 운동감있는 로고타입의 결합을 통해 기본에 충실하고 역동적이며 창의적인 종합엔터테인먼트 기업으로의 도약을 표현하였다.

Client. FNC ENTERTAINMENT

Project. Corporate Identity Development





NEXT ENTERTAINMENT WORLD

문화로 만드는 새로운 세상 _ NEW

NEW는 영화를 시작으로 음악, 방송 등 종합미디어 영역으로 확장하며 고객에게 즐거움을 주는 Total Contents Hub 기업이다. 이니셜로 구성된 세 개의 원에 각각 '변화와 새로움', '즐거움 상상', '세계를 향한 도전'이라는 기업가치를 담아 CI를 개발하였다.

Client. Next Entertainment World

Project. Corporate Identity Development





가장 가까운 복합문화공간 _ 씨네큐

씨네큐는 고객들이 언제나 편안하게 머물며 즐길 수 있는 문화공간, 영화의 근거지 등의 의미를 담고 있다. 새로운 시대와 세상으로 통하는 문과 영화축제의 상징인 레드카펫을 모티브로 개발된 비는 어디서나 쉽게 인지할 수 있도록 강렬하고 입체적인 느낌으로 디자인되었다.

Client. Next Entertainment World

Project. Brand Naming & Brand Identity Development



COCOYA

롯데홈쇼핑 반려동물 전문관 _ 코코야

롯데홈쇼핑의 반려동물 용품·서비스 전문관 브랜드 COCOYA는 진정성과 친밀함, 고급스러움을 전달하는 브랜드네임과 디자인으로 개발되었다. 또한 독창적인 캐릭터를 동시에 개발하여 커뮤니케이션과 마케팅에 적극 활용할 수 있도록 하였다.

Client. LOTTE Homeshopping

Project. Brand Identity Development



동물자유연대

대한민국 동물운동의 역사 _ 동물자유연대

설립 20주년을 맞이하여 새롭게 개발된 동물자유연대의 CI는 Animal의 “A”를 심볼마크화하여 우리나라 대표 동물운동단체다운 존재감과 상징성을 부각하였다. 또한 동물과 사람이 윤리적으로 공존하는 사회를 지향하는 단체의 가치를 따뜻한 감성의 디자인으로 표현하였다.

Client. 동물자유연대

Project. Brand Strategy & Style Branding & Corporate Identity Development



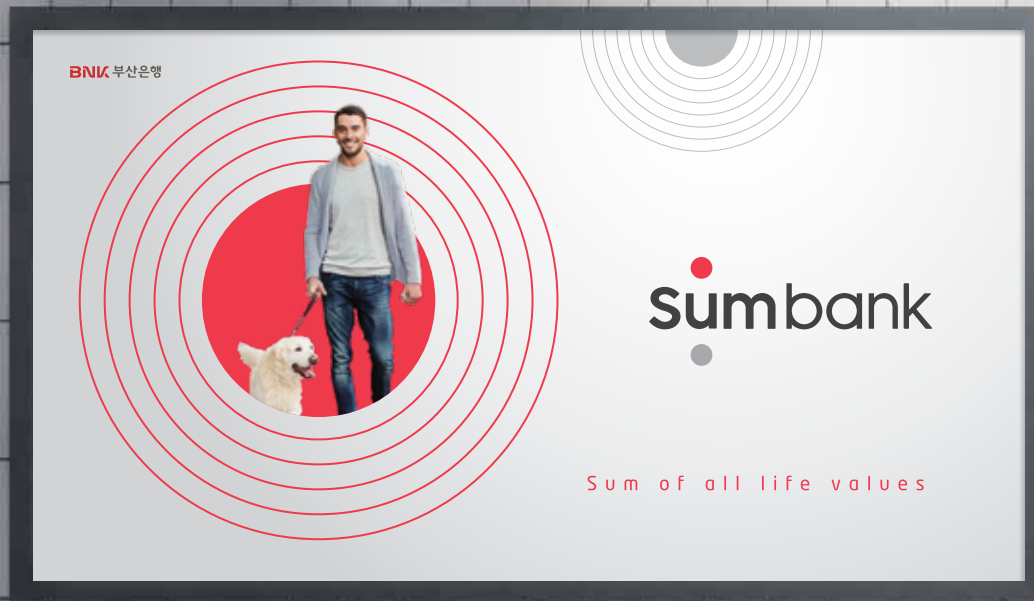


편리함에 혜택을 더하다 _ 씬뱅크

BNK부산은행의 모바일 금융 플랫폼 브랜드 Sumbank 는 단순하면서도 감각적인 디자인으로 개발되어 모바일 금융 시대를 선도하는 혁신성과 고객에게 제공되는 편리함 및 다양한 혜택 새롭고 세련된 라이프 스타일을 표현하였다.

Client. BUSAN BANK

Project. Brand Strategy & Style Branding & Brand Identity Development



SAMSUNG SECURITIES



신개념 개인자산관리 서비스 _ POP

삼성증권 POP은 과학적이고 합리적인 투자설계 System을 바탕으로 고객 니즈에 맞는 다양한 포트폴리오 투자전략을 제공하는 자산관리 서비스이다. Flow Chart를 모티브로 개발된 브랜드 디자인은 지적이고 세련된 이미지와 자산가치 상승에 대한 기대감을 동시에 전달하고 있다.

Client. SAMSUNG SECURITIES

Project. Brand Identity Development



One Shinhan

일등을 넘어 일류에 도전하는 _ One Shinhan

신한금융이 '2020년 아시아리딩금융그룹' 목표를 달성하기 위해 수립한 One Shinhan의 새로운 디자인은 그룹사의 단순한 합이 아니라 모든 계열사가 시너지 협업을 통해 성과를 극대화하고 단일한 목표를 위해 더 큰 하나가 되고자 함을 상징한다.

Client. SHINHAN BANK

Project. Brand Identity Development





신한미래설계

행복하고건강한 노후생활을 위해 _ 신한미래설계

신한은행에서 운용 중인 4065를 위한 은퇴가이드 신한미래설계의 브랜드는 풍요와 성장을 뜻하는 나무를 모티브로 개발되어 수익과 안정, 은퇴 후의 행복한 삶을 형상화하였다. Gold, Light Blue, Dark Blue의 색상 조합으로 안정감, 신뢰감, 젊음을 연상할 수 있도록 디자인되었다.

Client. Shinhan Bank

Project. Brand Identity Development





금융 포트폴리오 전문가 _ 신한PWM

신한금융그룹의 은행과 증권을 아우르는 종합자산관리 서비스 신한 PWM의 새로운 VI는 브랜드가 지향하는 앞서가는, 전문적인, 안정적인, 신뢰할 수 있는 이미지를 클래식하면서도 현대적인 모티브와 색상으로 표현하여 고객의 자부심을 느낄 수 있도록 개발되었다.

Client. Shinhan Bank

Project. Visual Identity Development



신한 FAN 클럽

그래서 탄생했습니다.
신한에선 포인트도 자산이니까
신한 FAN 클럽



포인트도 자산이다! _ 신한 FAN 클럽

신한금융그룹의 카드, 은행, 금융투자, 보험 등의 서비스를 이용했을 때 포인트가 적립되고 적립된 포인트를 현금처럼 사용하는 신한판클럽 브랜드는 이미 고객에게 친숙한 FAN을 활용하여 멤버십 서비스다운 일체감을 표현할 수 있도록 디자인되었다.

Client. Shinhan Financial Group

Project. Brand Identity Development





로보어드바이저 자산관리 서비스 _ 신한엠폴리오

Mfolio는 모바일(Mobile)로 나의 자산(Money)을 최대로(Max) 키워주는 나만의(My) 자산관리(Manage) 서비스를 의미한다. 고객들이 직관적으로 서비스를 이해할 수 있도록 가치상승의 그래프와 로보어드바이저가 접목된 디자인으로 개발되었다.

Client. Shinhan Bank

Project. Brand Naming & Brand Identity Development



GREITS

더 많은 고객과 함께 하는 새로운 부동산 투자 _ 신한 그레이츠

High-end Success Platform을 컨셉으로 하는 신한그레이츠는 REITs를 활용하여 “Great + Shinhan”을 표현하였으며, 크다를 상징하는 그레이트와 유사발음되어 크고 거대한 이미지를 나타내는 네이밍과 브랜드 디자인으로 개발되었다.

Client. 신한알파리츠

Project. Brand Naming & Brand Identity Development





Design & Detail _ 데시앙

태영건설의 주거부문 메인 브랜드인 데시앙의 브랜드 디자인은 심플함과 담백함으로 만드는 세련된 프리미엄 라이프를 표현한다. 정사각형의 프레임은 정확성과 합리성, 견고함을 나타내며 프레임 안의 여백은 쾌적하고 여유있는 삶을 느끼게 한다.

Client. TAEYOUNG E&C

Project. Brand Identity Development





판교의 스타일을 리드하다 _ 알파돔시티

알파돔 시티는 디지털 기술과 문화예술 콘텐츠가 만나 새로운 판교 스타일을 만드는 명품 복합단지 브랜드이다. 주거와 오피스, 백화점, 쇼핑몰들이 조화롭게 구성되고, 차원 높은 여가 생활 및 쇼핑을 즐길 수 있는 공간으로서의 특성을 전달하고 있다.

Client. ALPHADOM CITY

Project. Brand Naming & Brand Identity Development



La STREET

alphadom city

이탈리아 감성의 컬처 스트리트 몰 _ 라 스트리트

이탈리아의 문화와 예술을 컨셉트로 조성된 La Street는 다양한 먹거리, 트렌디한 쇼핑, 최첨단 IT기술의 체험을 모두 즐길 수 있는 복합문화 공간이다. 이탈리아 대표 색상을 모티브로 개발된 BI는 심플하고 세련된 워드마크의 형태로 표현되어 이국적 감성과 프라이드를 표현하고 있다.

Client. ALPHADOM CITY

Project. Brand Naming & Brand Identity Development





새로운 주거의 중심 _ 유니시티

창원을 넘어 영남권을 대표하는 랜드마크 주거단지로 성장한 유니시티의 브랜드는 최고의 생활환경과 품격있는 라이프스타일을 상징할 수 있는 디자인으로 개발되었다. 단순하면서도 정제된 조형미를 강조한 디자인으로 최고 주거단지의 자부심을 표현하였다.

Client. TAEYOUNG E&C

Project. Brand Identity Development





도시의 새로운 문화중심 _ 어반브릭스

쇼핑, 문화, 업무, 주거 등을 한 곳에 누릴 수 있는 새로운 복합시설 어반브릭스 브랜드는 벽돌 마감재와 테라코타 이미지로 이국적이고 클래식한 감성을 전달하고 지역의 랜드마크다운 규모감과 상징성을 표현하고 있다.

Client. TAEYOUNG E&C

Project. Brand Naming & Brand Identity Development



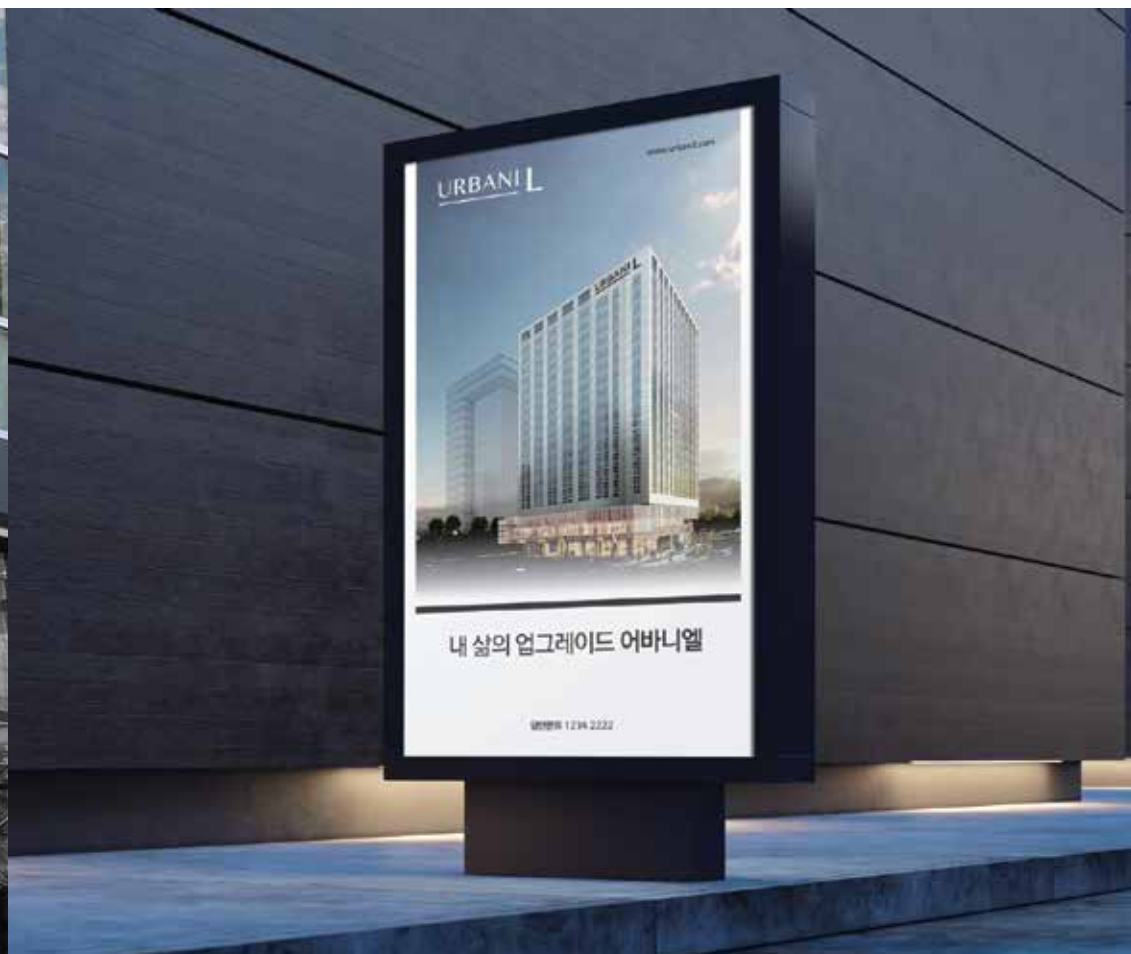
URBANI L

Urban Style Boutique House _ 어바니엘

롯데자산개발의 프리미엄 부티크 하우스 어바니엘의 브랜드디자인은 장식적인 요소를 배제한 심플함으로 도시적인 세련미와 젊은 감각을 전달한다. 또한 안정감있는 서체와 색상을 통한 차원 높은 주거생활의 고급스러움과 편안함을 느낄 수 있도록 개발되었다.

Client. LOTTE Asset Development

Project. Brand Naming & Brand Identity Development





글로벌 패션몰의 기준 _ 눈스퀘어

국내 최초의 인터넷서널 스타일의 쇼핑몰을 지향하며 다양한 패션, 엔터테인먼트, 문화 등이 어우러진 명동의 새로운 랜드마크이다. 태풍의 눈처럼 서울과 패션의 중심을 표방한 브랜드네임을 반영하고 쇼핑몰의 외관과 조화될 수 있도록 간결하고 세련된 디자인으로 개발되었다.

Client. Koramco Reits Management and Trust Co

Project. Brand Naming & Brand Identity Development





Drama, Dream, Delight _ 디큐브시티

신도림역에 위치하고 백화점, 호텔, 아트센터, 쇼핑몰 등을 갖춘 서울 서남부권 최대 규모, 최대 높이의 복합 문화/상업 시설 디큐브시티의 브랜드 디자인은 유기적이고 자유로운 형태로 Drama, Dream, Delight가 함께 있는 공간다운 재미와 운동감을 표현한다.

Client. 대성산업

Project. Brand Identity Development





국회입법조사처
NATIONAL ASSEMBLY RESEARCH SERVICE

일 잘하는 실력국회를 위해 _ 국회입법조사처

NARS 'N'을 나침반 형태와 결합하여 최고의 종합정책 분석기관으로서의 위상과 정통성, 전문성을 표현하였다. 나침반 형태를 감싸는 원은 독립적, 전문적으로 조사/연구하여 일치되는 하나의 의견, 더 나아가 온 국민의 화합을 상징한다.

Client. 국회입법조사처

Project. Brand Identity Development





고객을 향한 변화의 시작 _ LH CI Renewal

한국토지주택공사와 LH 사이의 연관성을 인지하지 못하고 현장특화된 CИА이템이 미비한 문제의 해결을 위해 기본시스템을 새롭게 정비하고 현장 시설물, 사인물 등을 새롭게 개발하여 기업 이미지를 통합적으로 관리할 수 있도록 하였다.

Client. LH

Project. Corporate Identity Renewal / Sign System Development



kai ENF KC&A

대한민국 대표 화학기업 _ KAI, ENF, KC&A

석유화학 제품 생산기업 한국알콜산업(KAI), 전자재료 정밀화학 전문기업 ENF, 종합무역상사로 발전하는 KC&A 3개 회사의 CI는 동일한 Look & Feel을 유지하여 그룹다운 통일성을 유지하면서 회사별 전문성을 느낄 수 있도록 개발되었다.

Client. 한국알콜산업주식회사

Project. Corporate Identity Development



WBS 원음방송

맑고 밝고 훈훈한 방송 _ WBS원음방송

2015년 TV채널 개국을 통해 종합방송사로 도약한 원음방송의 새로운 디는 일원상을 상징하는 아이콘을 통해 채널의 정체성을 나타낸다. 또한 가부좌를 하고 선을 수행하는 모습과 세상이 조화를 이루는 형상을 담아 마음을 밝히는 전문미디어 기업의 이념을 표현하였다.

Client. 원음방송

Project. Corporate Identity Development





THE SIGNUM
H A U S

자연을 품은 도심형 실버타운 _ 시그넘하우스

대한민국 최고의 시니어 레지던스 The Signum Haus는 품위, 보증, 권위 등의 의미를 담은 브랜드로서 품격있는 삶, 존경받는 삶을 느낄 수 있게 한다. 나무와 열매, 성대한 만찬에서의 촛대를 형상화한 심볼 마크는 시니어 세대의 건강과 행복한 삶을 위해 노력하는 브랜드의 철학을 표현한다.

Client. 주식회사 도타이

Project. Brand Naming & Brand Identity Development





천연 건강식품 전문 브랜드 _ 고려인삼공사

자연에서 추출한 천연건강물질을 연구하고 생명을 중시하는 고려인삼공사의 C는 인간의 세포가 유기적으로 연결되어 기업의 이니셜 K를 그려내는 모습으로 개발되었다. 안정감과 운동감이 동시에 느껴지는 전체적인 디자인은 기업의 미래지향적 가치관과 인간에 대한 존중을 상징한다.

Client. 고려인삼공사

Project. Corporate Identity Development



smart answer



Straight Simplicity _ SAMSUNG smart answer

삼성 SDS의 새로운 약속과 비전을 표현하는 브랜드 슬로건 'Smart Answer'의 VI는 표현전략을 Straight Simplicity 로 규정하고 최대한 절제된 디자인으로 직관을 갖춘 전문가, 앞서가고 자신감 넘치는 삼성SDS의 브랜드 이미지를 형성할 수 있도록 하였다.

Client. SAMSUNG SDS

Project. Brand Slogan Strategy / Visual Identity Development



Samsung Content & Services

Smart Icon _ SAMSUNG Content & Service

삼성의 모든 스마트 서비스 플랫폼을 통합하는 브랜드 Samsung Content&Service의 아이콘은 삼성의 스마트기기에 적용되는 잠금패턴을 연상할 수 있는 단순한 라인으로 디자인되었다. 또한 다채로운 색상의 배경으로 다양함과 풍부함, 프리미엄 이미지를 느낄 수 있도록 하였다.

Client. SAMSUNG ELECTRONICS

Project. Brand Icon Design Development

Samsung Content & Services



FUTURE
LAB

SEED

For the Next Generation _ 퓨처랩 / 씨드

스마일게이트의 사회공헌사업 브랜드인 SEED(청소년 창의 프로그램)와 FUTURE LAB의 새로운 VI는 가장 단순한 형태의 반복과 조합으로 만드는 다양한 형태의 가능성을 표현한다. 어린이, 청소년과 함께 미래를 그려 나가는 사업의 정체성을 나타낸다.

Client. Smilegate

Project. Visual Identity Development





3세대 이동통신 서비스의 등장 _ SHOW

KTF의 3세대 이동통신 서비스 브랜드 'Show'는 파격적인 브랜드네임 만큼 재미와 즐거움을 느낄 수 있는 디자인으로 개발되었다. 알파벳 'O'를 Play 버튼으로 표현하고 로고타입을 부드러운 곡선으로 처리하여 생동감 있고 다이내믹 한 브랜드 이미지를 전달하고 있다.

Client. KTF

Project. Brand Identity Development





쉽고 편한 유선통신 서비스 통합브랜드 _ QOOK

QOOK은 KT의 유선전화, 초고속인터넷, 인터넷TV 등 유선통신 상품을 통합한 브랜드이다. KT의 다양한 유선통신 서비스를 내 마음대로 요리한다는 의미와 이러한 서비스를 한번에 '콧' 눌러서 집안에서 편안하게 사용할 수 있다는 의미를 전달하고 있다.

Client. KT

Project. Brand Identity Development





이 시대의 리더들을 위한 하이엔드 골프리조트 _ 오드네이처

나의 라이프스타일에 꼭 맞춘 특화된 서비스와 여가활동을 대자연의 풍경속에서 프라이빗하게 즐길 수 있는 하이엔드 골프 리조트인 오드네이처의 이미지를, 완벽을 상징하는 'O'와 자연을 상징하는 'N'속에서 빛나는 별의 이미지로 형상화 했다.

Client. 오드네이처

Project. Brand Naming & Brand Identity Development





GAPYEONG BENEST
GOLF CLUB

자연 속의 명문 골프클럽 _ 가평 베네스트

뛰어난 조망과 코스를 자랑하는 가평 베네스트의 브랜드는 자연을 상징하는 녹색의 나무와 정통성을 강조하는 문장을 결합하여 명문 골프클럽의 자부심과 자연 속의 편안함과 여유로움을 느낄 수 있도록 디자인되었다.

Client. SAMSUNG C&T

Project. Visual Identity Development





레저문화의 새로운 트렌드 _ 블루원리조트

골프, 콘도, 워터파크를 운영하고 있는 사계절 종합리조트 블루원의 브랜드 디자인은 손글씨 느낌의 로고타입을 통해 자유로움과 편안함을 표현하고 단순한 라인과 하나의 색상 만을 사용하여 깨끗하고 쾌적한 이미지를 전달한다.

Client. BLUE ONE RESORT

Project. Brand Logo Development





산 속의 워터파크 _ 피크아일랜드

피크아일랜드는 용평리조트 단지내에 위치한 국내 최초 알파인 산장형 워터파크이다. 눈과 열대어가 결합된 스노우피시를 심볼마크로 개발하여 용평리조트와의 연관성을 나타내는 동시에 워터파크의 경쾌하고 즐거운 이미지를 느낄 수 있도록 개발되었다.

Client. YONGPYONG RESORT

Project. Brand Naming & Brand Identity Development





지속가능성을 넘어 _ 함께하는 100년 농협

농협이 '함께하는 100년 농협'의 비전을 새롭게 수립하고, 변화와 혁신에 박차를 가하고 있다. 새로운 브랜드는 농업인과 국민이 함께 할 때 가능성이 열리고 발전해 나갈 수 있음을 의미하며 다양한 색상의 조합된 형태는 여러 가치들이 한 데 모여 강력히 연대하겠다는 약속을 표현한다.

Client. NONGHYUP

Project. Slogan Brand Design Development





행복나누기 희망더하기 _ LH 나눔+

지역과의 어울림, 소외된 이웃과의 어울림을 지향하는 LH의 새로운 사회공헌 브랜드 나눔+는 이웃과의 소통을 통해 행복을 나누고 희망을 키운다는 의미를 담고 있으며 공존하고 조화되는 이미지를 표현하고 있다.

Client. LH

Project. Brand Naming & Brand Identity Development

“ 행복 나누기, 희망 더하기 ”

LH establishes a foundation for happy lives

LH has written the history of housing and land development of Korea. As we enriched people's quality of life by introducing residential stability and land development, we will give our best to satisfy you.





Seal of Happiness _ 삼성행복대상

삼성행복대상의 새로운 브랜드 디자인은 모든 사람들이 함께 어우러져 행복할 수 있는 세상, 사람들의 행복이 모여 큰 나무처럼 커가는 사회를 그리고 있다. 또한 밝은 미래를 상징하는 청색의 석판을 배경으로 활용하여 전통과 권위를 느낄 수 있도록 제작되었다.

Client. 삼성행복대상위원회

Project. Brand Identity Development





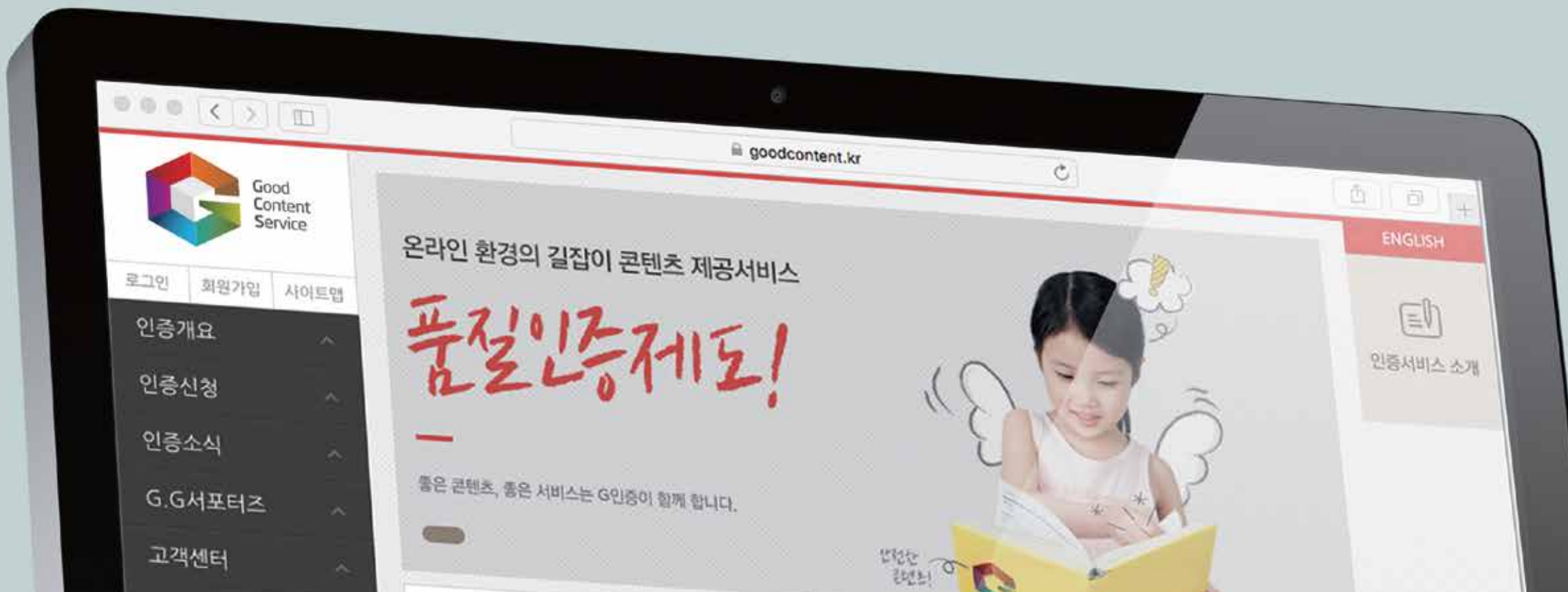
Good
Content
Service

온라인 콘텐츠 서비스의 기준 _ 굿콘텐츠

품질기준을 준수하는 우수 사이트에 대해 미래창조과학부가 인증마크를 부여하는 '굿 콘텐츠 제공서비스 (Good Content Service)' 품질인증제도는 다양한 색상을 통해 콘텐츠 서비스에 의한 문화의 확산을 나타내고 내부의 입체적인 큐브의 형태로 서비스의 안정감과 풍성함을 표현하고 있다.

Client. 정보통신산업진흥원

Project. Brand Identity Development





본격 밀리터리 게임의 시작 _ 스페셜포스

스페셜포스는 전 세계 특수부대를 모델로 한 온라인 밀리터리 게임으로서 군사작전을 배경으로 한 게임의 성격에 맞게 특수부대를 상징하는 휘장의 형태로 다자인되었다. 정통적이고 실제적인 이미지를 표현하고 남성적이고 강인한 느낌을 전달한다.

Client. DRAGONFLY GF

Project. Brand Identity Development



SPECIAL FORCE M
BATTLEFIELD TO SURVIVE





Smart Green City _ 성남시 종량제 봉투 디자인

성남시 종량제 봉투 디자인은 보다 쉽고, 재미있고 편리하게 주민들이 사용하고 이해할 수 있는 Infographic 디자인으로 개발되었다. 상단의 스마일 아이콘은 친근한 느낌을 부각시켰고, 하단의 픽토그램은 노약자나 외국인들도 각각의 용도에 따른 분리수거를 쉽게 이해할 수 있도록 디자인 하였다.

Client. 성남시청

Project. Public Service Design Development





카페 토탈 솔루션 브랜드 _ 홍국 H·made

홍국 F&B의 패밀리브랜드인 H.made의 브랜드 디자인 컨셉은 'Pure Circle' 이다. 원재료 그대로의 신선함을 가장 안전하고 믿을 수 있게 고객에게 전달하고자 하는 브랜드의 철학과 목표를 깨끗함을 상징하는 물방울과 기포의 컴포지션으로 형상화 했다.

Client. 홍국 F&B

Project. Brand Naming, Identity and Package Management System Development





Fresh & Delicious _ 사조오양

새롭게 리뉴얼된 사조오양의 브랜드 디자인은 오양의 한글표기 중 '오'자를 이용하여 고객의 오감을 만족시키는 놀라운 맛을 표현하였다. 심볼을 구성하는 다섯개의 면은 오감과 오양의 다양한 제품군을 상징한다.

Client. SAJO GROUP

Project. Brand Identity Development





내 몸을 위한 선택 _ 브이푸드

천연원료 비타민 V food의 Identity를 나타내는 V에 포인트를 준 라인으로 패키지에 통일성을 주었으며 개별 제품을 Color로 차별화하였다. 자연적인 재생지의 느낌을 살려 기존의 천연원료 비타민의 DNA는 유지하고 용기의 변화를 통해 사용 편의성을 강화하였다.

Client. KOREA YAKULT

Project. Branded Package Design Development





선물의 정성과 품격 _ 사조해표

사조해표 선물세트 디자인은 고객이 선호하는 현대적인 세련미, 선물로서 필수적인 프리미엄 이미지를 전달할 수 있도록 개발되었다. 선물다운 가치를 강조하고 선물세트를 구매하는 소비자의 정성과 마음을 감성적으로 느낄 수 있도록 하였다.

Client. SAJO GROUP

Project. Promotional Package Design Development



설레임

마음까지 설레게 하는 이름 _ 설레임

감성적이고 독특한 브랜드네임과 고급스러운 용기 형태에 맞추어 순수한 이미지를 더할 수 있도록 디자인하였다. 제품별 특성에 맞추어 청량감을 주는 블루와 풍부한 느낌의 브라운을 적용하여 맛에 대한 속성을 직접적으로 연상할 수 있도록 한 디자인이다.

Client. LOTTE

Project. Brand Naming & Package Design Development



설레임



Good & Good _ 구구

구구의 새로운 패키지 디자인은 풍부한 이미지의 로고타입과 씨즐로 표현된 디자인으로 아이스크림 본연의 부드럽고 달콤한 맛을 느낄 수 있게 한다. 또한 원료에 기반한 색상의 차별화로 제품별로 자연스럽게 확장될 수 있도록 하였다.

Client. LOTTE

Project. Branded Package Design Development



LOOK 퓨치

I'm on a diet _ LOOK 퓨치

한국야쿠르트의 다이어트 건강 기능 식품 Look의 디자인은 날씬한 몸매에 띠를 두른 모습을 연상할 수 있도록 개발되었다. 다이어트 음료다운 제품 속성을 표현하고 세련되고 간결한 스타일을 추구하는 젊은 여성 고객의 감성에 접목될 수 있도록 한 패키지 디자인이다.

Client. KOREA YAKULT

Project. Branded Package Design Development



Handwritten signature and text:
이아
A. O. S. C. W.



홍삼시장의 새로운 바람 _ 한진생

한국야쿠르트의 한진생은 홍삼시장의 전편일률적인 전통적 디자인에서 벗어나 모던한 한글로 세련된 고급스러움을 느낄 수 있게 하였으며, 브랜드와 함께 전체 패키지 디자인까지 개발함으로써 일관된 브랜드 이미지 관리가 가능하도록 하였다.

Client. KOREA YAKULT

Project. Branded Package Design Development





키성장솔루션 _ UP

'키 성장솔루션 UP'의 브랜드디자인은 키가 성장하며 길어지는 느낌을 직선의 모티브로 심플하게 표현하였다. 과학적인 기능성 식품의 이미지를 전달할 수 있도록 실버컬러를 메인으로 적용하고 미니멀하고 모던한 Look & Feel을 유지하여 감각적이고 고급스러운 이미지를 표현하였다.

Client. KOREA YAKULT

Project. Branded Package Design Development





Organic Solution _ 오가닉오늘

천연 유기농소재를 사용함으로 고객들에게 믿음과 안정성을 강조한 '오가닉오늘'의 디자인은 포근함과 가벼움이라는 컨셉에서 나온 민들레 홀씨의 이미지와 면화를 단순화해서 적용하고 Organic한 컨셉의 손글씨체로 편안함과 부드러운을 강조하였다.

Client. 코오롱제약

Project. Branded Package Design Development



성장카드

육아의 묘미를 느끼다 _ 묘미 성장카드

소비재 렌탈 플랫폼 MYOMEE의 성장카드는 태어남, 첫뒤집기, 첫걸음, 백일, 첫돌 등 부모가 기억하고픈 소중한 순간순간을 재치있는 카피와 그림으로 표현하였다. 또한 브랜드에 기반한 색상과 스타일을 통해 MYOMEE에 대한 연상효과를 제고하였다.

Client. LOTTE RENTAL

Project. Promotion Design Development



thank you
for your attention

