

회 사 소 개



Symfunny
BRAND

www.brandok.co.kr

Symfunny
BRAND

나는 누구인가?

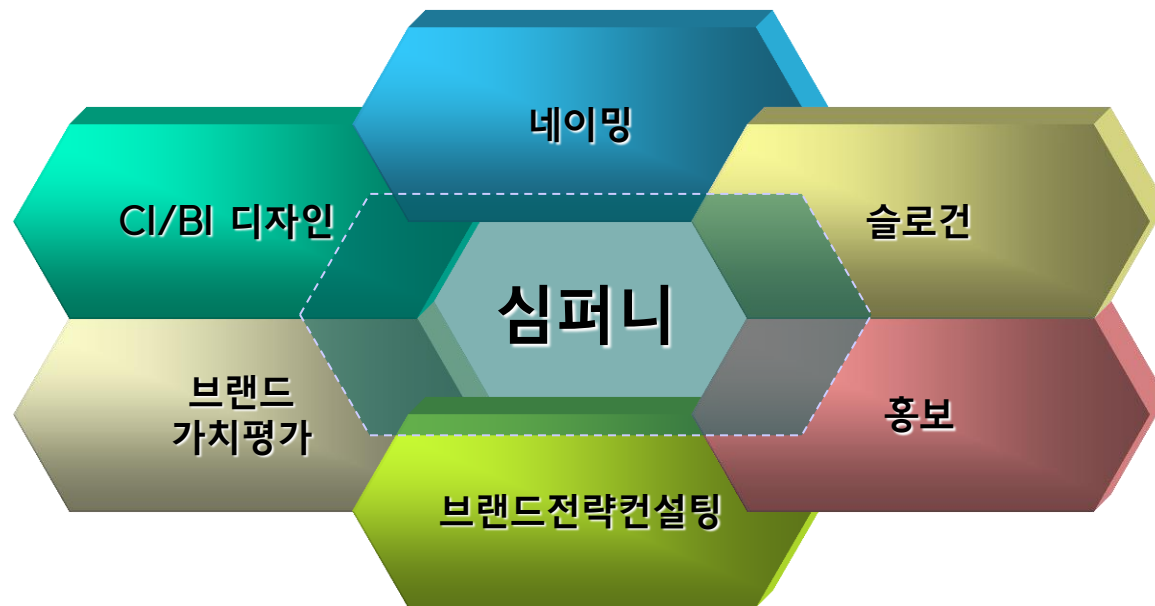
진정한 자기다움에 관한 정체성을 밝히고
창조적으로 표현합니다.

나는 얼마짜리인가?

브랜드의 가치를 화폐단위로 평가하여
전략적으로 관리하는
브랜드 전문회사입니다.

일반현황

회사명	심퍼니브랜드(주)	대표자	김형남
사업분야	브랜드가치평가, 네이밍, 슬로건, CI/BI 디자인, 전략, 마케팅홍보 등		
주소	서울시 마포구 성미산로 120 일심빌딩 8층		
전화번호	02.--518-5425		
설립년도	1997.3.3(법인전환 2000.4.25)		
홈페이지	www.brandok.co.kr		



History

2015

농림수산물부 6차산업화 현장코칭 수행사 선정

2012

특허청 중소기업 브랜드지원사업 수행사 선정

2011

브랜드 포털사이트 www.brandOK.co.kr 오픈

2010

청와대 메시지기획 자문

2009

대통령직속 국가브랜드위원회 자문위원 위촉

2008

산업자원부 공인 디자인전문회사 등록
조달청 산업디자인전문회사(시각·포장디자인분야) 등록
특허청 비영어권브랜드 운영위원회 자문

2007

수출중소기업 'Global Brand 육성사업' 수행사 선정
법무부 / 행정자치부 감사장 수상
환경부 표창장 수상
정부혁신브랜드 대상 수상 (건설교통부 세움터)
UN 공공행정상 수상 (법무부 KISS)

2006

국가브랜드관리본부 'Premium Korea' 개발
행자부 혁신브랜드위원회 선정
정부혁신브랜드 대상 수상 (법무부 KISS)
원주의료기기클러스터 전문디자인회사 등록

2005

한국생산성본부 브랜드경쟁력지수 NBCI 개발 참여

2004

조달청 학술·연구용역 전문회사 등록

2003

서울시 마케팅자문위원단 선정

2002

산업자원부 TNK(Totally New Korea)
국가브랜드정책 자문

2001

대한민국 국가브랜드 'Dynamic Korea' 개발
국가브랜드 국민대토론회 주최 (한국무역협회 공동)
브랜드경영 세미나 주최 (대한상공회의소)

2000

법인전환

1999

제2회 브랜드세계화전략 세미나 주최 (한국무역협회 공동)

1998

제1회 브랜드세계화전략 세미나 주최 (한국무역협회 공동)
국내최초 브랜드가치평가(로켓건전지) 수행

1997

브랜드밸류(개인사업자) 설립

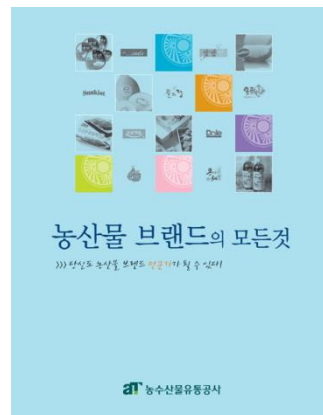
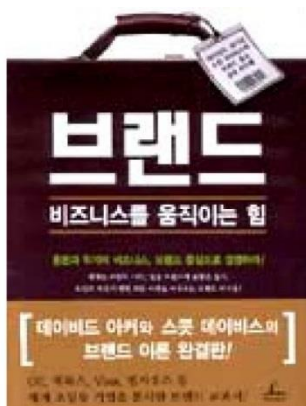
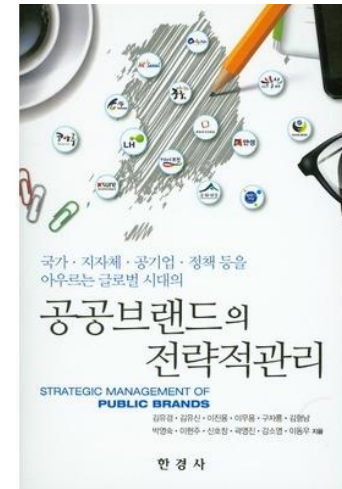
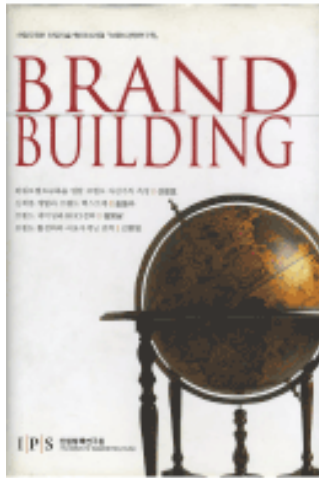
브랜드김 형남

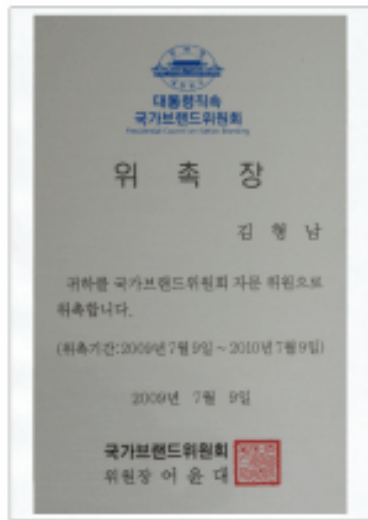


심퍼니브랜드 주식회사 대표이사
대통령직속 국가브랜드위원회 자문위원
행자부 지방브랜드세계화 추진위원
문화관광부 우수쇼핑점인증 운영심의위원
국가품질상 심사위원
한국서비스대상 심사위원
특허청 비영어권 브랜드개발 운영심의위원
해외문화홍보원 자문위원
국토해양부 혁신BP대회 심사위원
과기부 혁신브랜드 자문단장
특허청 브랜드사업 운영위원
서울시 마케팅자문단 자문위원
행자부 정부혁신브랜드위원회 위원
한국표준협회 수석전문위원 (2014 우수전문위원 선정)
한국생산성본부 브랜드경영센터 자문위원
금감원, 조달청, 법무부, 환경부, 관세청, 산림청 등
혁신브랜드 자문위원

서울대 대학원 경영학과 졸업
연세대 경영학과 졸업

저서





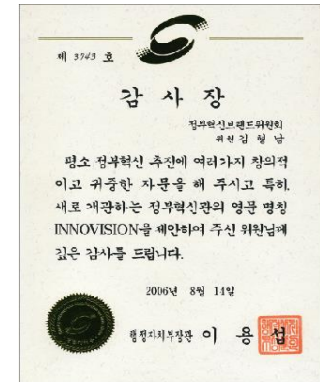
국가브랜드위원회 위촉장



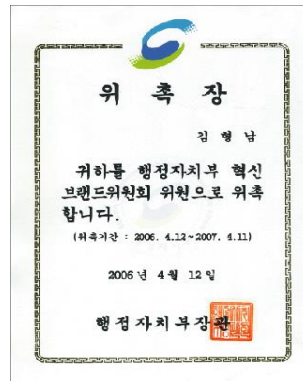
환경부 표창장



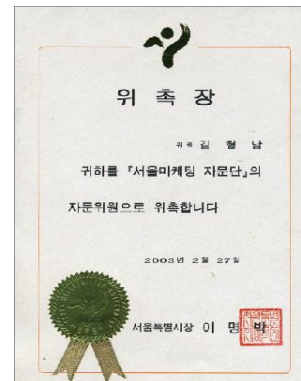
법무부 감사패



행정자치부 감사장



행정자치부부 위촉장



서울시 마케팅 자문단



광주시 자문위원 위촉장

Brand Valuation

국민은행과 장기신용은행 합병시 브랜드 명칭
결정을 위한 가치평가. 향후 국민은행과
주택은행 합병시에도 유효하게 반영



Client 국민은행, 1998
Project 국민은행 브랜드가치



Client 벽산, 1999
Project 벽산건설 브랜드가치



Client 대한페인트, 1999
Project 노루페인트 가치평가



Client 질레트, 1998
Project 로케트건전지 브랜드가치

질레트가 로케트전기로부터 로케트 건전지
상표권을 인수하는 과정에서 무형자산인
브랜드가치 인정 (국내최초 브랜드가치평가,
국세청 자료제출)

미래랩이 바른손을 인수하는 과정에서
대주주 무상증여 이슈제기, 무형자산인
브랜드가치 인정 (국세청 자료제출)



Client 바른손, 2000
Project 바른손 브랜드가치



Client 바른손, 2000
Project 꼬마또래 브랜드가치

미래랩이 바른손을 인수하는 과정에서
대주주 무상증여 이슈제기, 무형자산인
브랜드가치 인정 (국세청 자료제출)

진로가 발렌타인에게 인수되어
진로발렌타인이 되는 과정에서
브랜드가치평가 (국세청 자료제출)



Client 진로
Project 임페리얼 브랜드가치



Client 진로
Project 칼튼힐 브랜드가치

진로가 발렌타인에게 인수되어
진로발렌타인이 되는 과정에서
브랜드가치평가 (국세청 자료제출)

Brand Valuation



Client 와와 2000
Project 와와 브랜드가치



Client 와와, 1999
Project 프라이스키스 브랜드가치

상표권 침해라는 이유로 상표사용금지
가처분을 당한 동서식품이 대법원에 상고하여
승소함으로써 그동안 입은 손실액을 상표권
관점에서 측정 (인천지방법원 제출)



Client 동서식품, 1999
Project 골드블랜드 브랜드가치



Client 경인상사, 2001
Project 오마사리프 브랜드가치

한국담배인삼공사와의 브랜드 사용료에 대한
계약관계에 Fee에 관한 적정성 여부를
판단하는 자료로 활용하는 과제 수행

화의상태를 신청한 신동방이
채권은행단으로부터 자금을 대출받는
과정에서 기업의 무형자산가치 측정, 제출



Client 신동방, 1998
Project 해표 브랜드가치



Client 신동방, 1998
Project 코코스 브랜드가치

화의상태를 신청한 신동방이
채권은행단으로부터 자금을 대출받는
과정에서 기업의 무형자산가치 측정, 제출

MINE

Client 한섬, 1998
Project 마인 브랜드가치

TIME

Client 한섬, 1998
Project 타임 브랜드가치

Brand Valuation

상표권을 담보로 프랑스 주류회사로부터 자금을 대여한 가자주류백화점 소유권자가 기한내에 이를 상환하지 못하자 프랑스 회사가 회사를 인수하는 과정에서 상표권은 별도로 지불해야 한다는 소송 (서울지방법원 제출)



Client 가자주류, 2001
Project 가자주류백화점 브랜드가치



Client 삼성구조조정본부, 1999
Project 삼성자동차 브랜드가치

부도상태의 삼성자동차를 회생시키기 위해 채권단과 정부는 르노측에 삼성자동차를 넘기는 과정에서 삼성 브랜드 사용을 요구하자 삼성구조본에서는 적절한 브랜드 사용료를 지불해야 한다는 이슈



Client 아리랑TV, 1999
Project 아리랑TV 경제적가치



Client KT, 2001
Project 메가패스 브랜드가치

VDSL의 브랜드명을 새롭게 바꾸어야 할지 아니면 메가패스를 써야 할지에 관한 의사결정을 위해 과제 수행

LG전자가 LG정보통신을 인수합병하는 과정에서 브랜드자산가치평가액을 반영해야 하는 과제수행



Client LG전자, 2002
Project LG전자 브랜드가치



Client LG-노텔, 2001
Project LG 브랜드가치

LG전자가 노텔이 합작회사를 만드는 과정에서 브랜드자산가치평가액을 반영해야 하는 과제수행

2010년 코스닥 IPO



Client 필라코리아, 2010
Project 필라코리아 브랜드가치



Brand Valuation

상표도용에 따른 손해배상
액 산정 (서울지방법원)



주식회사 **센추리**



브랜드가치훼손에 따른 손
해배상액 산정 (서울지방법
원)

PAGODA 어학원

pobling
Pore sonic cleanser



kona i

법적 분쟁을 위한 상표 조사

Rolex v. Porex
상표분쟁 승소
(서울지방법원)



혈러라제 상표등록
관련 조사 패소
(서울지방법원)



생활의 힘
우루사®



SAMSUNG



국가이미지위원회 선정 제1호 국가브랜드 슬로건 Dynamic Korea

DYNAMIC
KOREA

Client_산업자원부 | Scope_슬로건개발 / 전략 Action Plan

Concept_국가브랜드 이미지

'고요한 아침의 나라' → Dynamic Korea로 고요한 정적이미지 탈피.
세계정치, 경제의 핵심으로 성장한 역동적인 이미지 표현,
외국인이 느끼는 대한민국 이미지 및 한국인의 정체성 부합.



대한민국 제2호 국가브랜드 'Premium Korea'

PREMIUM
KOREA

Client_산업자원부 | Scope_디자인

Concept_High Quality, High Tech

국가브랜드 "Premium Korea"는 한국상품의 수출마케팅을 위한 것으로서
첨단적이고 한국적인 High Quality 이미지를 표현하고자 IT 산업 강국인
한국을 의미하는 빛과 한국의 전통기와를 모티브로 디자인되었다.



서울시 브랜드 정체성 및 슬로건 개발



서울시 브랜드 정체성 연구

Seoul Metropolitan City | 서울특별시

서울시 마케팅 자문위원 활동 시 서울시 브랜드
정체성에 관한 연구 진행



현대자동차 브랜드전략



현대자동차 브랜드전략 컨설팅

HYUNDAI MOTOR COMPANY | 현대자동차

현대자동차 브랜드 컨설팅·마케팅 전략 수립

기아자동차 메인 슬로건



Client_기아자동차 | Scope_슬로건

Concept_놀라움, 역동성

'The Power to Surprise' 는 기아자동차의 대표적인 슬로건으로, 기아자동차만이 가지고 있는 Exciting & Enable함을 한줄의 문구에 모두 담아내어 빨간색이 주 색상인 기아자동차의 이미지를 한층 더 강화하는데 중점을 두었다.



이스타항공 (EASTAR JET) CI개발

EASTAR JET

Client_이스타그룹 | Scope_디자인 네이밍

Concept_신속, 안전, 정확

이스타 항공의 CI는 저가항공사 및 대형 항공사와의 차별성을 갖는 '고효율 항공사'라는 비전과 의지를 "동방하늘의 큰별"이라는 디자인 컨셉을 바탕으로 개발하였다. 로고마크는 미래를 향해 나아가는 새의 힘찬 날개와 동방하늘의 별을 모티브로 상징화 하였다.



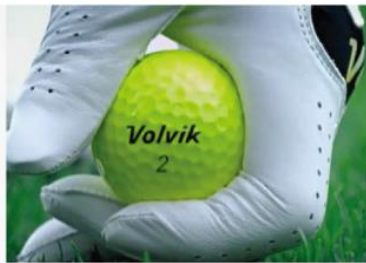
골프전문용품업체 볼빅

WINNERS'
Volvik

Client_볼빅 | Scope_네이밍

Concept_골프전문용품(큰 공)

골프용품제조전문업체 (주)볼빅의 법인명칭으로서
Vol(회전하다, 날다) + Vik (승리 Victory)의 의미를 내포하며
발음상 Ball Big의 느낌을 전달한다.



바이네르 구두



Clint 안토니제화 | Scope 가치체계, 비전슬로건, 네이밍, 디자인

Concept 편안한, 고급

편안한 명품구두의 컨셉을 가지고 수입제품과 경쟁에서 승리하였다.



웅진 화장품 브랜드



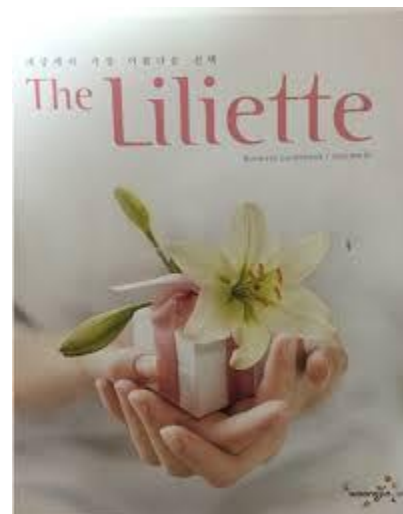
LILIETTE

瑞莉雅特

Clint 웅진 | Scope 네이밍, 디자인, 슬로건, 중문브랜드

Concept 순수한 재탄생

완벽한 아름다움, 순수한 피부재생효과가 있는 고기능성 자연주의 화장품



자동차 가격인증 마크



Clint 나이스R&C | Scope 슬로건, 디자인

Concept 신뢰보증

고객에게 신뢰감을 줄 수 있는 심플한 자동차 가격인증 BI 및 인증마크



전라북도 통합관광브랜드



Clint 전라북도청 | Scope 네이밍,

Concept 한국

한국의 맛과 멋 그리고 혼이 살아숨쉬는 전북에서 한국을 체험하는
관광 활성화



이러닝 통합브랜드



Clint 국가공무원인재개발원 | Scope 네이밍

Concept 창의적인 생각

너무 딱딱하지 않고 차별화되면서도 쉽고 명확하며 기억하기 쉬운 브랜드



나라키움



Client_기획재정부 | Scope_디자인 네이밍(선정)

Concept_열쇠, 키움

나라키움은 전국적으로 개발이 진행 중인 국유지 개발사업의 일환으로 강력한 인지도 및 이미지 제고와 예산절감을 위하여 건물마다 개별브랜드가 아닌 통합브랜드의 개발, 적용이 필요했다. 전체적인 형태는 건물, 빌딩의 형상으로 상단의 태극곡선을 조합함으로써 나라재산임을 의미하는 동시에 커져가는 자산가치 제고 향상을 표현하고 있으며 중앙의 'key'는 가장 핵심적인 모티브로 국유재산 공간지기의 열쇠로 재정을 튼튼히 한다는 의미를 나타내고 있다.



건강보험심사평가원 CI



건강보험심사평가원

Client_건강보험심사평가원 | Scope_디자인 및 서브브랜드네이밍

Concept_공정한 심사와 투명한 평가를 수행하는 전문기관

건강보험심사평가원 CI 커뮤니케이션의 가장 핵심이 되는 기본요소로서 의료를 상징하는 Cross를 모티브로 공정하고 어느 쪽으로도 치우치지 않는 정확한 분배를 표현하였고, H의 negative공간은 눈동자의 빛남을 표현함으로써 기존의 감시하는 듯한 정적이고 딱딱한 이미지에서 국민에게 좀 더 부드러운 이미지를 전달한다. Cross를 통해 대한민국 중심의 의료평가기관임을 강조하여 표현하였고 Main Blue는 미래를 지향하는 공정한 심사와 투명한 평가를 수행하는 전문기관으로서의 신뢰성을 상징한다.



한국의료분쟁조정중재원 CI



한국의료분쟁조정중재원
Korea Medical Dispute Mediation and Arbitration Agency

Client _한국의료분쟁조정중재원 | **Scope** _디자인 네이밍, 비전 슬로건

Concept _평화적인 중재, 협정

한국의료분쟁조정중재원의 CI는 의료사고에 대하여 공정하고 신속하며 전문적인 서비스를 제공함으로써 당사자들의 분쟁을 만족스럽게 해결하는 의미를 상징하고 있다. 바깥의 + 기호는 의료를 나타냄과 동시에 서로 함께 마음을 더하는 의미를 가지고 있다, 가운데에 있는 사랑의 하트와 악수하는 모습은 분쟁이 해결되어 서로 화해하는 모습을 형상화하였다. 또한 파랑색(K-MEDI Blue)은 '신뢰와 공정성'을 나타내며, 주황색(K-MEDI Orange)은 '따뜻한 마음과 화해'를 나타낸다. 한글과 영문의 반듯한 서체는 의료분쟁해결을 올바르게, 곧바로, 똑바로 한다는 뜻을 표현함으로써 조직구성원의 마음가짐을 반듯하게 해주고 있다.



조달청 대표슬로건

Client_조달청 | Scope_슬로건

Concept_국가 재정관리 기관

나라살림 가치창조



주물생산기업 봉산



Client_주식회사 봉산 | Scope_디자인

Concept_강렬하면서도 세련됨

봉산의 심볼마크는 영문이니셜 'B'와 제작공정의 주요과정을 결합하여 형상화함으로써 사업분야에 대한 전문성을 나타낸다.

Color는 힘찬 미래를 향한 봉산 임직원 모두의 적극적인 의지와 에너지를 상징하는 강렬한 Red를 적용하였다.



전자공시시스템 'DART'



Client_금융감독원 | Scope_디자인

Concept_기업정보의 창

전자공시시스템 DART는 Data Analysis, Retrieval and Transfer System의 약자로
모 부처브랜드인 금융감독원의 연계성을 두고 인용하여 빛의 컨셉과
블루톤으로 디자인 하였다.



선진형 관광안내 정보 서비스 'UTOURPIA'

Client_문화관광부 | Scope_디자인 네이밍

Concept_스마일,스마트,스피드



UTOURPIA란 선진형 관광안내정보서비스의 고유한 브랜드 네임으로
유비쿼터스의 U와 당신을 뜻하는 You의 U라는 중의어, 관광 및 여행을 뜻하는
Tour의 합성어에 PIA를 붙여 이상적인 여행 안내체계를 뜻한다.
심볼마크는 U와 I를 조합하여 안내서비스를 표현하고 로고타입의 TOUR를
눈에 띄게 강조하였다.



법무부 출입국심사 브랜드 'KISS'



Client_법무부 | Scope_디자인

Concept_스마일,스마트,스피드

KISS는 Korea Immigration Smart Service의 약자로서 법무부 출입국심사서비스 브랜드이다. 공항과 항만은 내,외국인들이 입출국하는 최종관문으로서 한국적 이미지와 얼굴을 '하회탈'의 웃음에서 찾아 적용하였다. 빨강과 파랑은 태극의 역동적 컬러를 적용하여 한국의 이미지를 강조하였다.



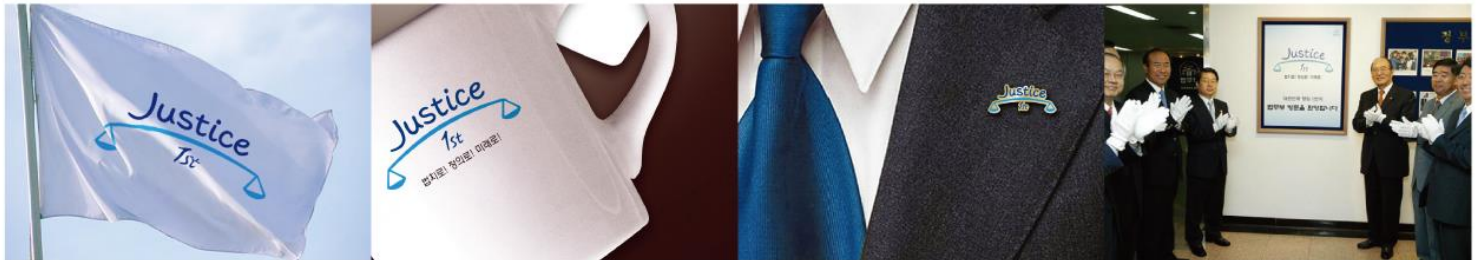
법무부 대표브랜드 'Justice1st'



Client_법무부 | Scope_디자인

Concept_법치로 정의로 미래로

국민이 편안한 선진법치국가로서 대한민국 정의1번지를 비전으로 하는 법무부 대표브랜드 Justice1st는 법무부 마크와 연계성을 갖기 위하여 저울과 블루컬러를 좀더 편안하고 감성적으로 표현하였다.



정부법무공단



정부법무공단

Client_법무부 | Scope_디자인

Concept_행정전문 국가로펌

정부법무공단은 법무부 산하기관으로서 공공부문의 법률서비스 분야에서 최고의 경쟁력과 전문성을 가진 행정전문 국가로펌이다. 정부법무공단 CI는 국내 유일의 국가로펌이라는 대표성과 공정성은 물론 민간로펌 수준 이상의 경쟁력과 전문성을 표현하고 있다. 둥근 띠는 가장 핵심적인 디자인 모티브로서 고객의 정당한 이익을 보호하겠다는 의미를 내포하고 있으며, 위로 향해 열린 형태는 미래지향적인 도전과 열린 마음을 표현하고 있다. 엠블렘 형식의 대칭적인 느낌으로 공식적인 위엄, 안정감과 대표성을 추구하고 있으며 동시에 KGLS의 영문명칭의 높낮이를 다르게 배열하여 자칫 딱딱해 보일 수 있는 공공기관의 이미지를 생동감 있게 비대칭으로 조화를 이루고 있다. 또한 KGLS는 K와 GLS를 구분하여 Government Legal Service의 의미를 명확하게 전달하면서도 점점 상승하는 느낌으로 공단의 성공과 희망을 나타낸다. 색상은 현란한 원색보다는 차분하고 편안한 느낌을 주면서도 로펌으로서의 전문적이며 개성 있는 이미지를 표현하고 있다.



국립중앙도서관 국립디지털도서관 'OASIS'

Client_국립중앙도서관 | Scope_네이밍/슬로건/디자인

Concept_디지털 지식샘물

오아시스(OASIS)는 Online Archiving & Searching Internet Sources의 줄임말로 현세대의 가치있는 디지털 지적 문화유산을 국가적으로 수집, 보존해 나가는 브랜드이다.



의약품 종합정보서비스 브랜드 'KIFDA'

식·의약품 종합정보서비스



Client_식약청 | Scope_네이밍/슬로건/디자인

Concept_안심 기쁨

식품의약품안전청 주관으로 추진되는 <식·의약품 종합정보서비스>사업으로 브랜드 명칭인 '기쁘다'를 한번 듣거나 보게 되면 쉽게 기억할 수 있도록 시각적으로 명확하게 형상화하고 청색의 컬러는 KFDA의 기본색상과 연계성을 나타내었다



식품안전정보포탈 브랜드

식품안전나라



Clint 식약처 | Scope 네이밍, 디자인

Concept 식품의 안전 안심

식품의 안전에 관한 정보를 한 곳에 모아 One Stop으로 제공하여
국민 누구나 쉽고 편하게 이용할 수 있는 포탈 사이트



건축행정 종합정보시스템 'SEUMTER'



Client_건설교통부 | Scope_네이밍/슬로건/디자인

Concept_바르고 빠른 건축행정

세움터는 건축행정종합정보시스템의 브랜드로서 세움터의 '세'를 대지를 담고 선 집 모양의 느낌이 나도록 디자인하였으며 차갑고 딱딱한 회색 콘크리트의 느낌을 벗어나 생명이 움트는 연한 녹색을 메인컬러로 적용하였다.



농식품 안전안심 서비스 'SafeQ'



Client_국립농산물품질관리원 | Scope_네이밍/슬로건/디자인

Concept_농식품 안전안심 서비스

세잎큐는 안전을 직접적으로 소구하기 위하여 Safe를 전면에 내세웠으며 농식품의 안전안심 서비스를 상징하기 위하여 녹색을 선정하였으며, Quality를 상징하는 Q에 잎사귀 모양을 형상화하여 농업관련성을 높였다.



안양시 지자체 슬로건



Client_안양시 | Scope_슬로건

Concept_새로운 도약과 비전

2007년 4월 2일 브랜드로 선포한 "에이플러스 안양"은 안양의 영문 이니셜 [A]와 "Advance(첨단산업), Art(문화예술), Amenity(친환경)"의 트리플 [A]를 표현한 브랜드 슬로건이다.



한국 장애경제인 협회 CI



Client_한국장애경제인협회 | Scope_디자인

Concept_세상을 향한 알깨기, 오뚜기

협회의 심볼은 자유와 희망을 향한 힘찬 날개짓을 하기 위하여 안에서 스스로 알깨기를 하는 모습과 힘든 시련이 닥쳐 넘어져도 포기하지 않고 용기를 내어 다시 일어서는 오뚜기의 모습을 형상화하였다. 노란색과 연두색 타원은 '생명의 싹'을 의미하며 파란색 타원은 '세상'을 뜻하며 핑크색 타원은 알깨기를 끝내고 세상 밖으로 나오는 의미한다.



남북교류협력시스템 통통



Client_통일부 | Scope_네이밍/디자인

Concept_다시 하나로 합쳐지는 남과 북

통일부의 남북교류협력시스템의 브랜드인 '통통'은 통일부의 MI와 연계성을 갖는 한반도와 우리나라를 대표하는 태극을 형상화 하여 대한민국의 대표성을 띄고 있다. 두개의 분리되었던 원이 겹쳐져 남과 북의 원활한 교류를 표현하였다. 통통의 Green과 Blue는 통일부 MI의 Main Color와 연계하여 하나로 Communication 하도록 하였으며, 겹쳐지는 Dark Blue는 적극적이고 강한 의지를 표현하고 있다.



신한은행 SI 마음맞춤

Client_신한은행 | Scope_네이밍

Concept_고객의 마음

마음맞춤은 신한은행의 서비스 아이덴티티(SI)로서 고객서비스의 본질인 진심(真心)을 담아, 고객의 마음을 얻어(得心), 고객에게 적합(適合)한 상품과 서비스를 제공하는 것을 의미한다.



LG U+ Nomenclature 시스템 개발

Wagle



Client_LG U+ | Scope_브랜드 명명체계

Concept_재미와 독특함(Placebook), 와글와글(Wagle)

LG U+에서 트위터의 단점을 보완하고 한국인의 정서에 맞게 구성한 한국형 SNS 서비스인 와글과 맛집 및 카페, 영화관 쇼핑몰 등 내 주변의 지역 정보를 지도와 위성사진을 통해 확인할 수 있으며, 각종 리뷰 등 다른 사용자들이 남긴 정보를 조회하고 지인들과 댓글과 쪽지를 주고받을 수도 있는 플레이스북 서비스를 개발하였다.



한국표준협회 KS-CQI



Clint 한국표준협회 | Scope 디자인

Concept 신뢰성

한국표준협회의 컨택센터 우수기업 인증마크



한국광해관리공단 대표슬로건

자·연·을
제·자·리·에

Client_한국광해관리공단 | Scope_슬로건

Concept_자연, 환경보호



한국광해관리공단



Client_한국광해관리공단 | Scope_ 네이밍

Concept_자연, 환경보호



뮤엔화장품

BELLUS LUX MEA
MUEN

Client_뮤엔화장품 | Scope_슬로건 네이밍

Concept_최고급 배타적

생그린 한방화장품의 고가방문판매 화장품 브랜드로
고급스럽고 신비감이 드는 느낌의 네이밍.
Bellus lux mea 는 라틴어로 ‘美는 나의 빛’ 이라는 의미



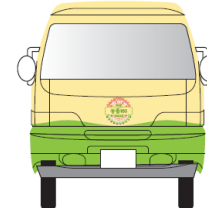
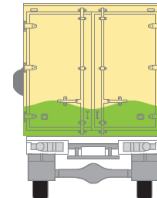
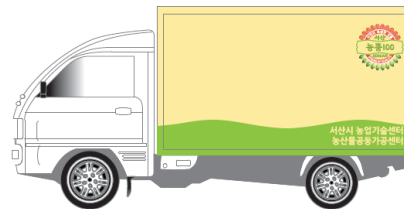
서산시 농산물가공센터 공동브랜드



Clint 서산시농업기술센터 | Scope 네이밍, 디자인, 슬로건

Concept 농부의 진정성, Premium Quality

서산시 농부들의 진심이 담긴 100% 순수한 농산물을
고급스럽게 제작한 농가공품



패션브랜드



Clint 동아컬렉션 | Scope 네이밍, 디자인

Concept 고급스런 세련미

파올라의 Secon Brand Naming 전략으로서 LA PAO를 제시함



KOTITI 시험연구원 섬유원단

Clint KOTITI 시험연구원 | Scope 네이밍, 디자인

Concept 섬유의 특징 표현



휘황



세계 최고의 황칠 브랜드
당신이 눈부시게 빛납니다

Clint 휴나바이오팜 | Scope 네이밍, 슬로건

Concept 찬란함

황칠의 고급스러움과 천연성분을 표현



사과망태기 패키지 디자인 개발

Client_사과망태기 | Scope_디자인, 패키지

Concept_사랑, 행복, 추억



사과망태기

사과망태기의 CI는 사과와 포도, 그리고 이것으로부터 느낄 수 있는
즐거움과 행복을 망태기에 한가득 담아내는 것으로 상징성을 표현하였습니다.
사과망태기의 주 색상인 빨강, 연두, 초록색은
사과가 익어가는 과정의 색상으로서 사과의 느낌을
최대한으로 표현하고자 하였다.



비바비타



Clint EM제주농장 | Scope 네이밍, 로고, 패키지

Concept 신뢰성

1차 농산물인 감귤을 2차 가공하여 감귤칩 관광상품으로 개발함.



레드5.0 포럼



Clint 레드5.0포럼 | Scope 디자인

Concept 5

심플하면서 5.0이라는 이미지 표현



브랜드 스토리텔링

홍천지역특화맥주



Clint 홍천군 | Scope 네이밍, 로고, 패키지, 브랜드스토리

Concept 지역성, 스토리텔링

홍천지역의 신화로 내려오는 ‘계영배의 전설’을 스토리텔링으로 활용하여 저비용고효율의 브랜드마케팅을 전개함



브랜드 스토리텔링

제주지역 김밥전문점



Clint 통 | Scope 네이밍 / 스토리텔링

Concept 강력한 스토리

제주도 올레길에서 출출할 때 먹을 수 있는 김밥으로 제주도만의 스토리텔링이 담긴 브랜드



브랜드 스토리텔링

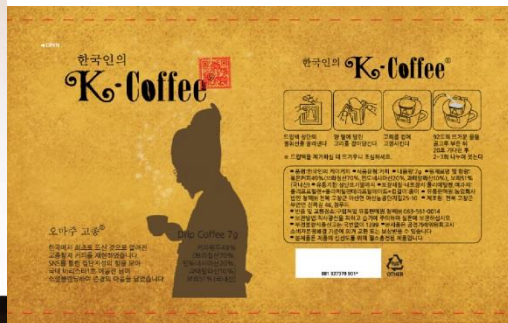
케이 커피

한국인의 K-Coffee

Clint 청맥 | Scope 네이밍, 로고, 패키지

Concept 고급, 세련

한국최초의 보리 커피를 오마주 고종의 스토리텔링을 활용하여 개발하였다.



중문브랜드



瑞莉雅特



小象爱可



肯特

Character Design

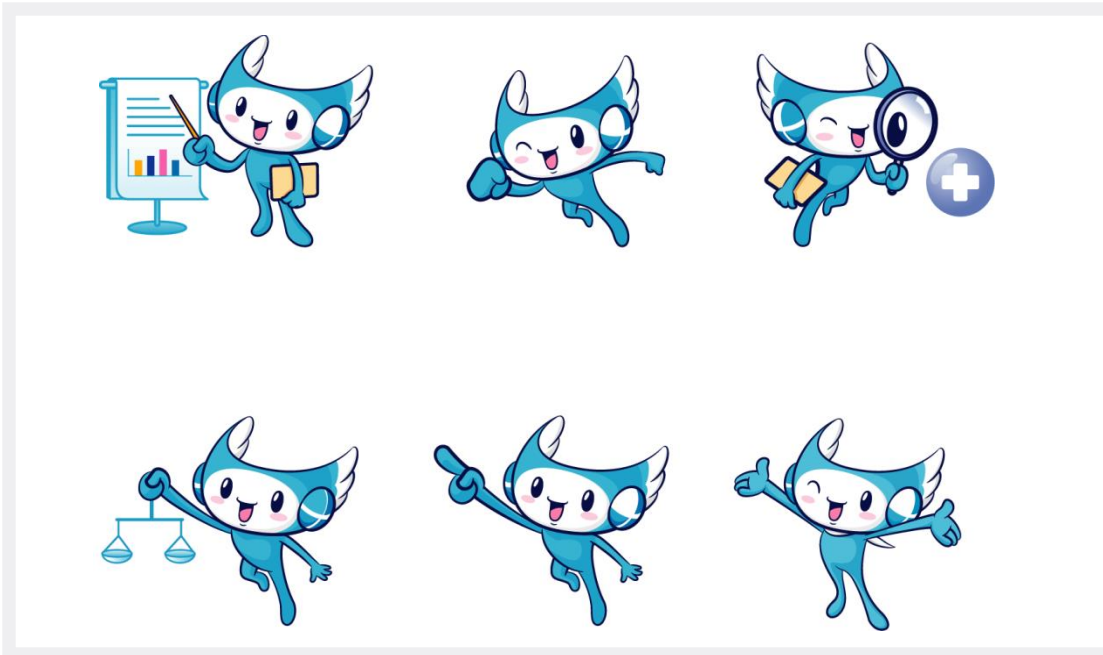
EASTAR JET
이스타항공



Character Design



건강보험심사평가원
Health Insurance Review & Assessment Service



Brand Strategy

산업경쟁력 강화를 위한 국가브랜드 전략과 슬로건개발 (산업자원부)

현대자동차 Full Line Up 브랜드전략 (현대자동차)

기아자동차 Global Brand Slogan 개발 (기아자동차)

르노삼성자동차 브랜드가치평가 (삼성 구조본)

삼성물산 래미안 브랜드 전략 수립 (삼성물산)

삼성그룹과 삼성제약 유사상표 분쟁을 위한 상표 조사 (삼성물산)

LG 브랜드가치훼손에 따른 손해배상액 산정 (LG)

KT 메가패스 브랜드가치평가 및 브랜드전략 수립 (KT)

능률교육 브랜드체계 구축 (능률교육)

금호전기 브랜드경쟁력 강화 (금호전기)

DPI 브랜드가치 평가 및 브랜드전략 수립 (대한페인트잉크)

국민은행 브랜드가치평가 (국민은행)

하이서울 브랜드정체성 및 홍보메뉴얼 개발(서울시)

국립중앙박물관 뮤지엄샵 운영전략 (한국공예문화진흥원)

삼성전자서비스 절대우위 서비스경쟁력 강화방안 (삼성전자서비스)

Brand Strategy

중소기업 공동브랜드 전략 (신용보증기금)

중소기업 브랜드 전략 (국제특허연수원)

중소기업 공동브랜드 관리 매뉴얼 (중소기업청)

아리랑TV의 국가브랜드 마케팅 효과 계량분석 (국제방송교류재단)

블랙프룻 시장조사 및 마케팅 전략 컨설팅 (블랙프룻진흥산업단)

한국인의 케이크피 마케팅 컨설팅 (청맥)

알파색채 브랜드경쟁력 강화 (알파색채)

홍천군 지역특화맥주 마케팅 방안 및 스토리텔링 (홍천군 메디컬허브연구소)

전주미나리 향토산업 육성사업 (전북지식재산센터)

조달청 홍보분석 (조달청)

광주광역시 홍보컨설팅 (광주광역시)

환경부 Clean SYS 브랜드 정체성과 비전 개발 (환경부)

지역혁신방법론 개발을 위한 기초연구(국가균형발전위원회)

수도사업환경 변화에 따른 중장기 마케팅전략 (한국수자원공사)

신행정수도의 상징성과 이미지 개발 (신행정수도기획단)

Brand Strategy

두산 중가집 브랜드 에센스 구축전략 (두산)

KT 아이컴 IMT2000 브랜드 전략 (KT)

풀무원 유기농 두부 론칭 전략 수립 (풀무원)

CJ 푸드시스템 브랜드 비전 개발 (CJ 푸드시스템)

ZINUS 기업브랜드 비전 수립 (진웅)

우수공예 문화관광상품 SHOP 품질인증제도 연구 (한국공예문화진흥원, 2004)

E브랜드 구축전략과 평가방안에 관한 연구 (산업자원부) 外 다수

Slogan

Dynamic Korea

(국가브랜드, 산업자원부)

Power to Surprise

(기아자동차)

나라살림 가치창조

(조달청)

자연을 제자리에

(광해관리공단)

건축행정 올바로! 곧바로!

(건교부)

IT로 흥하는 세상, NIPA와 함께!

IT Korea를 선도하는 정보통신 진흥기관

(정보통신산업진흥원)

Hi Seoul, Friendly City

(서울시)

u-Paperless Korea

(전자거래진흥원)

상생의 도시 - 행정수도

(국토개발연구원)

BELLUS LUX MEA

(뮤엔화장품)

Slogan

통행 통관 통일의 관문

(통일부)

안전해요, 안심해요

(국립농산물품질관리원)

마르지 않는 디지털지식 샘물

(국립중앙도서관)

함께 풀어요, 의료사고
함께 웃어요, 분쟁해결

(한국의료분쟁조정중재원)

행정전문 국가로펌

(정부법무공단)

바른심사 바른평가
함께하는 국민건강

(건강보험심사평가원)

국민항공사

(이스타항공)

건강한 교육

(능률교육)

Experience U-Travel City

(문화관광부)

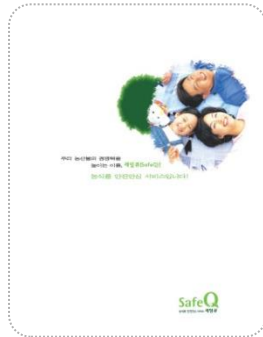
온라인 No.1 초등교육

(와이즈캠프)

홍보물 제작



세우터
건설교통부
2006



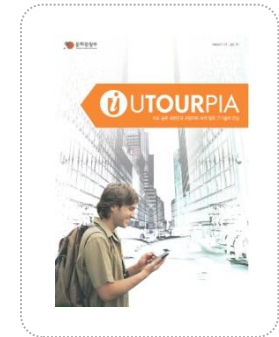
세유표
국립농산물품질관리원
2006



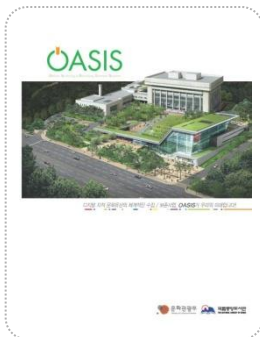
多-나누리
문화관광부
2006



스포츠 7330
문화관광부
2006



UTOUPIA
문화관광부
2006



OASIS
국립중앙도서관
2006



하이서울
서울시
2003



KISS
법무부
2006



세유표
국립농산물품질관리원
2006



다트
금감원
2006

기타: 네이밍/디자인

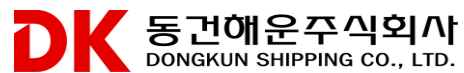


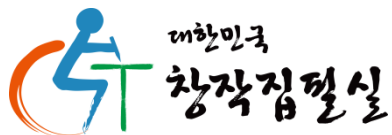
대한민국어린이디자인대상
KFK Award 2013





공인전자문서보관소







서울시 마포구 성미산로 120 일심빌딩 8층
02) 518-5425 creatus@hanmail.net