

PORTFOLIO

Brand identity design planning

Store identity planning (SI)

VMD strategy

Interactive merchandising planning

Product design planning

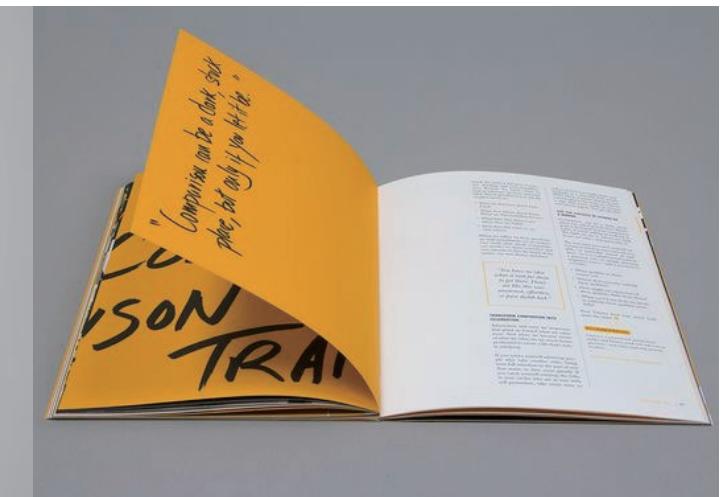
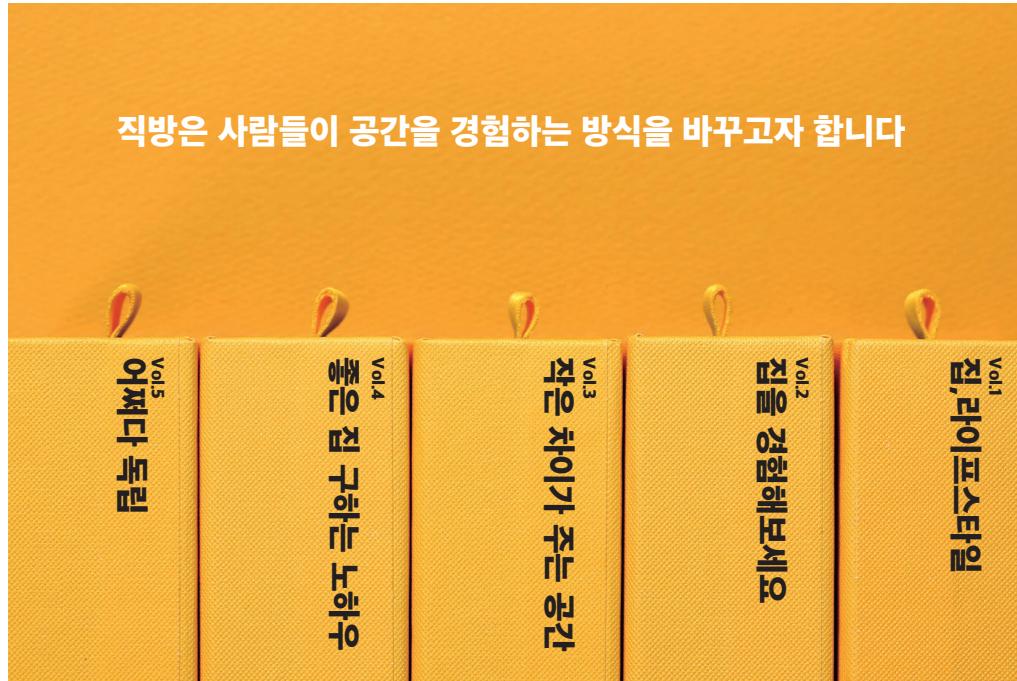


직방



ZIGBANG Brand identity suggestion







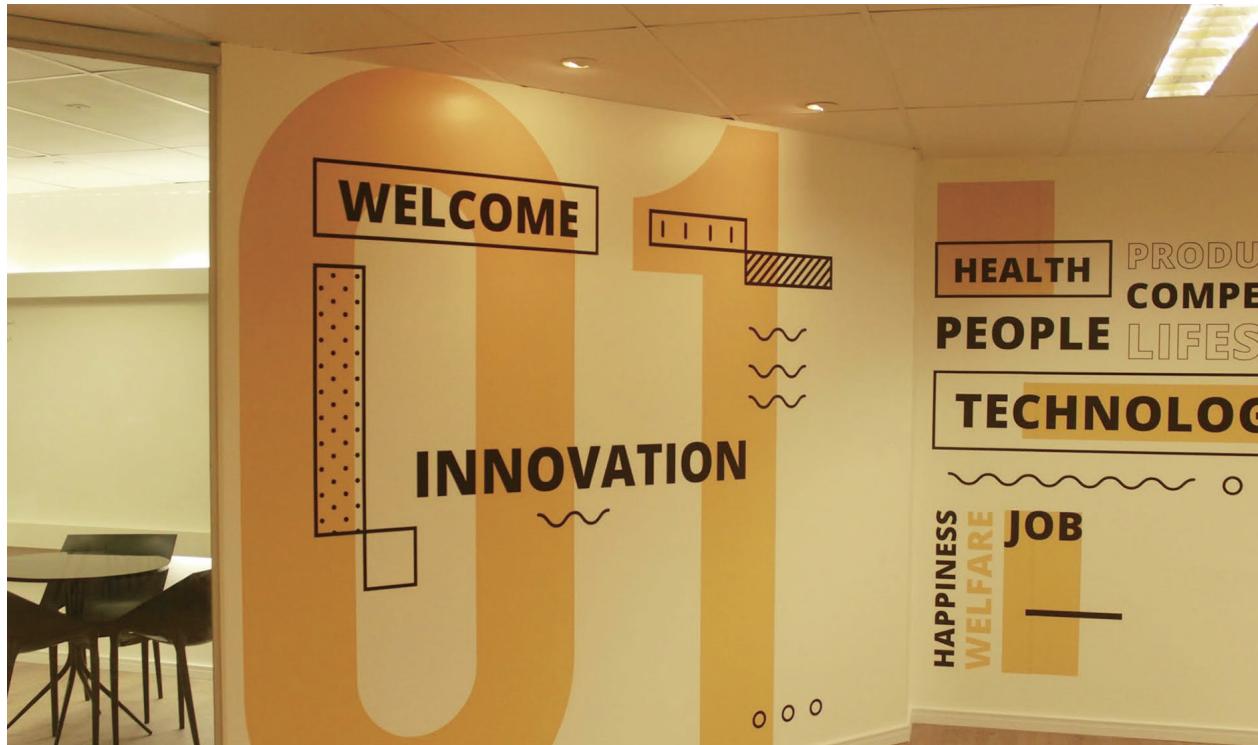
ZIGBANG Brand identity suggestion



I am zigbang crew



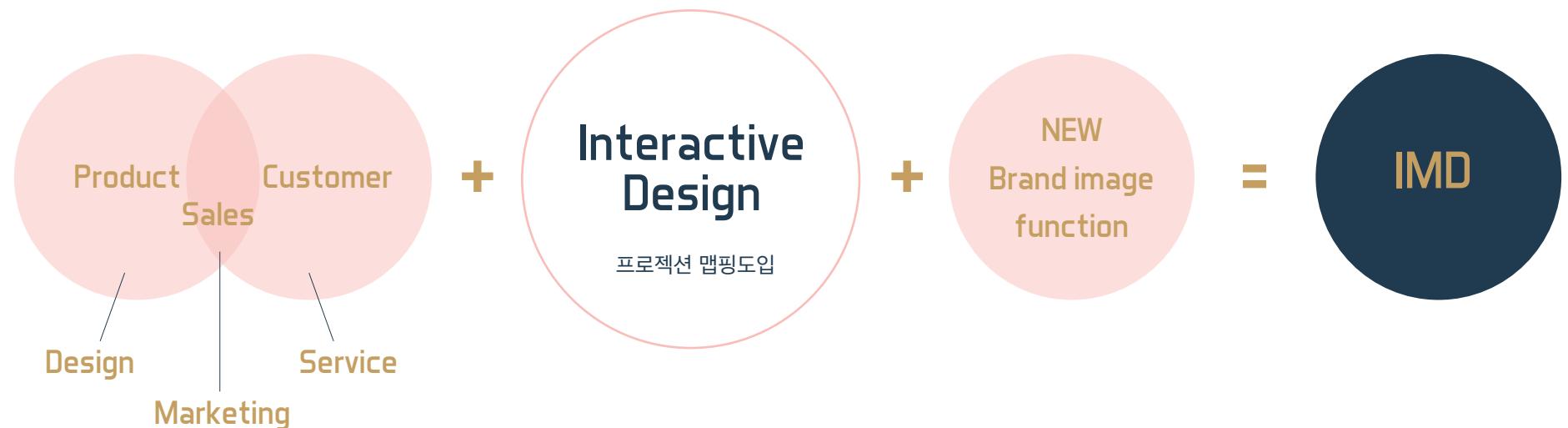
ZIGBANG Brand identity suggestion



A field of study

- 연구분야 / 학위 논문 -

학위논문	Interactive merchandising (IMD) 효과성분석연구 A Study of Analysis on Effectiveness of Interactive Merchandising (IMD) in Fashion, 이화여자대학교 디자인대학원 (2016)
연구목적	판매 공간과 상품/사물에 인터랙티브를 적용하여 감성적인 브랜드 이미지 전달과 고객 경험을 부여하는 차별적인 디자인 전략을 통한 브랜드 가치 변화연구 (브랜드 태도, 소비자 감정반응, 브랜드 이미지를 중심으로)



A field of study (연구분야 / 학위 논문)

가상 증강현실 컨텐츠 효과성 분석 실험 연구 (2016)

디지털 시대의 가상 증강현실을 위한 새로운 스토어 구현 디자인 전략 (빔프로젝터)



A field of study (연구분야 / 학위 논문)

가상 증강현실 영상맵핑 유형화 사례연구



A field of study (연구분야 / 학위 논문)

효과성 분석 실험 연구 / 연구 방안 스토어 전개 (2016-2017)



A field of study (연구분야 / 학위 논문)

효과성 분석 실험 연구 / 연구 방안 스토어 전개 (2016-2017)

가드닝 영상과 가든을 연상하는 음향효과 + 매장의 가드닝 연출을 통한 도심 속의 가든 매장으로 매장 연출 구현



Project

- BRAND IDENTITY
- BRAND COLOR
- GRAPHIC DESIGN
- SPACE BRANDING
- VMD

Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

F&B Brand launching - 브랜드 컬러 전략 가이드 디자인 (2016-2017)

Electronic Funk

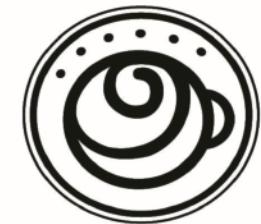
새로운 일렉트로닉 감각의 평크 무드를 연출하는 채도 높은 파스텔과 브라이트 레인지로 핑크, 크린등의 파스텔 컬러와 네온이 감도는 그린, 블루, 바이올렛등의 컬러가 함께 믹스되어 레인보우나 홀로그램같은 표현과 더불어 디지털 혹은 일렉트로닉적인 무드를 연출한다.



Main color



Serve color



MeMeMi
COLLECT CAFFÈ
FROM MILANO



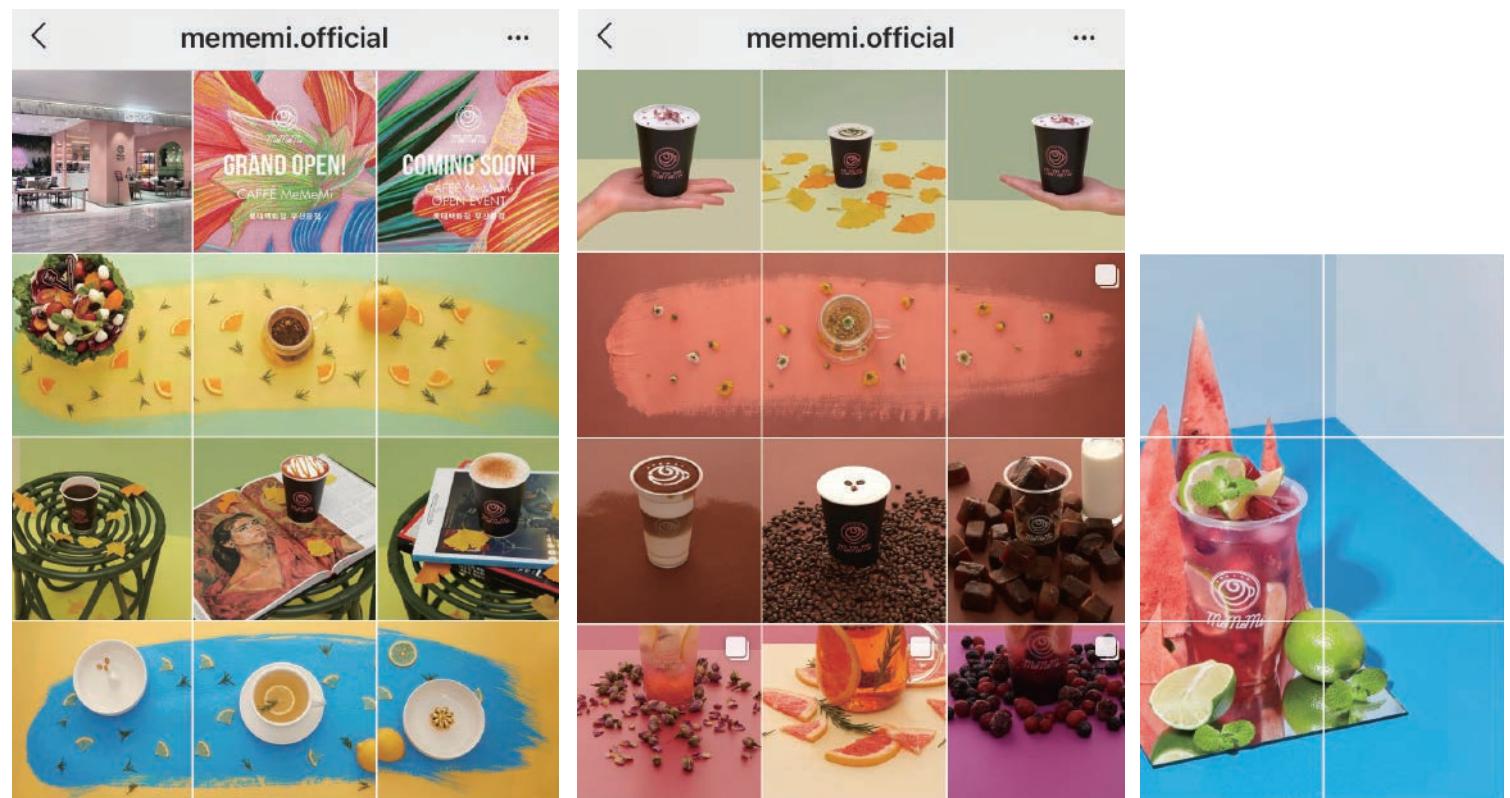
Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

F&B Brand launching - SNS 브랜드 이미지 비주얼 전략 가이드 디자인 (2016-2017)

<촬영 Reference>



<실제 촬영 이미지>



Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

F&B Brand launching - 홈페이지 디자인 리뉴얼 프로젝트 (공간디자인+SNS통합 2016-2017)



MeMeMi

Caffè

Lifestyle

Trend

Collective Shop

Login Join My Page Delivery



Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

F&B Brand launching - 홈페이지 디자인 리뉴얼 프로젝트 (공간디자인+SNS통합 2016-2017)

MeMeMi

MeMeMi | Cafe | Lifestyle | Trend | Collective Shop | Login | Join | My Page | Delivery | Q

롯데백화점 부산본점
부산광역시 부산진구 부전1동 203-3
롯데백화점 부산본점 2층

현대시티몰 가든파이브점
서울 송파구 송현로 46 (관정동)
현대시티몰 가든파이브

MeMeMi

MeMeMi | Cafe | Lifestyle | Trend | Collective Shop | Login | Join | My Page | Delivery | Q

Collective Lifestyle Shop

커피를 넘어 문화와 라이프스타일이 공존하는 플랫폼 커피 미미
미미미가 제안하는 감각적인 아이템들을 만나보세요.

MeMeMi

MeMeMi | Cafe | Lifestyle | Trend | Collective Shop | Login | Join | My Page | Delivery | Q

Best Menu

플렉스 커피 미미미의 시그니처 음료 & 푸드!
가장 맛은 사랑을 받은 캐스팅밀크 먹는다

핑크 플로렌스 [Pink Florence]
惩罚粉 味道: 花生、奶油
口感: 酸酸甜甜的花生味，带有奶油的丝滑感。

바닐라 스키 [Vanilla Sky]
诱惑冰 味道: 芒果、香草
口感: 清新芒果与香草的完美结合。

마이코코 [My Koko]
爱可可 味道: 巧克力
口感: 巧克力味浓郁，带有淡淡的椰子香。

와이 낫 [Why Not]
爱我吧 味道: 柠檬
口感: 酸酸的柠檬味，清新解腻。

MeMeMi

MeMeMi | Cafe | Lifestyle | Trend | Collective Shop | Login | Join | My Page | Delivery | Q

CAFFÈ MeMeMi TREND

커피 미미미와 유니크한 스토리
지금 확인해보세요!

Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

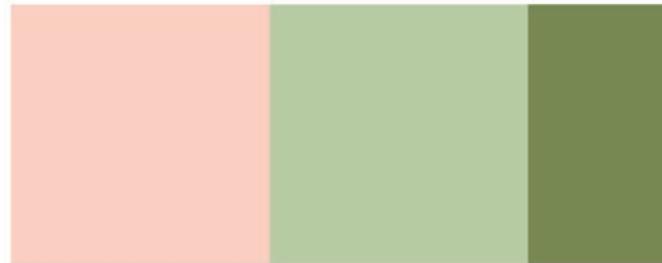
인테리어 매뉴얼 개발을 토대로한 브랜드 디자인 구축
홈페이지 / SNS 통합 브랜드 커뮤니케이션 이미지 전략 수립

F&B Brand launching - HOMEPAGE 컨텐츠 비주얼 가이드 개발 (2017)

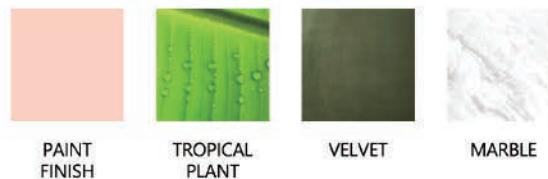


MEMEMI IDENTITY

KEY COLORS



MATERIALS



PAINT
FINISH

TROPICAL
PLANT

VELVET

MARBLE

Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

F&B Brand launching - METROCITY CAFE MEMEMI 컨셉 기획 / 디자인 (2016-2017)



<에드워드 호퍼 감독의 사실주의를 모티브>

카페 'MEMEMI'는 밀라노 BRERA23에서 탄생한 부티끄 호텔의 가드닝과 호텔 라운지가 결합된 "비밀의 정원" 컨셉으로 기획. 에드워드 호퍼의 사실주의를 모티브로 하여, 독립적인 영화 스튜디오, 셋트장 컨셉으로 이색적인 공간을 구현. 카페 공간 속의 시즌별 가드닝과 초현실적인 BGM 음악과 영상이 결합되어, 감각적인 인테리어와 음료, 디저트, 푸드가 선보일 Collective Cafe. 컨셉에 맞춘 라이프 스타일 가구 작바잉 오브제로 채워진 공간은, 시즌별 프로모션을 통해 꼭 가봐야 하고 가고 싶은 공간 제시.

Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

F&B Brand launching - METROCITY CAFE MEMEMI 컨셉 기획 / 디자인 (2016-2017)

전사 브랜드 디자인 개발 SIGN DESIGN / MENU BOARD / GRAPHIC DESIGN / GARDENING / INTERIOR / VMD)



Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

F&B Brand launching - CAFE MEMEMI 컨셉 기획 / 디자인 (2016-2017)

전사 브랜드 디자인 개발 SIGN DESIGN / MENU BOARD / GRAPHIC DESIGN / GARDENING / INTERIOR / VMD



Project (PRODUCT 연계)

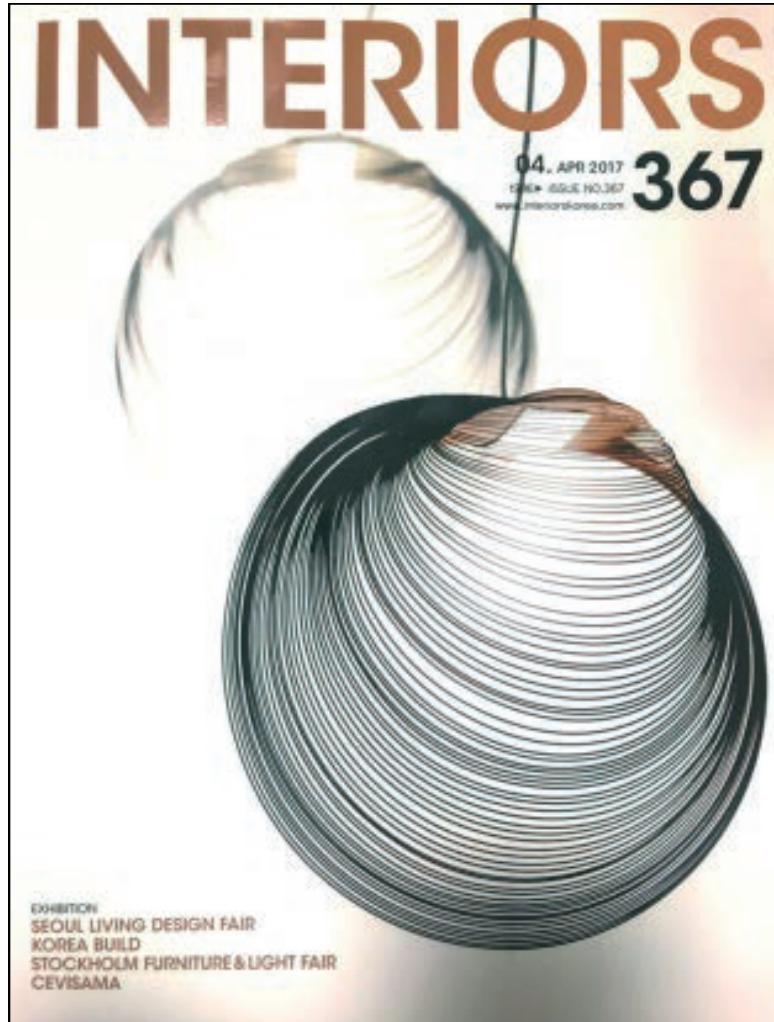


F&B Brand launching - 해외 가구 바잉 진행 / 인테리어 라이프스타일 아이템 (2016-2017)



Project (시각/공간 전반 브랜드 디자인 개발)

F&B Brand launching - METROCITY CAFE MEMEMI 컨셉 기획 / 디자인 (2016-2017)



2017.4월호 월간 디자인 INTERIORS 게재

메트로시티 콜렉티드 카페 미미미

기획설계 엠티클렉션 / 박경희, 김나연 + 디자인 본오 / 장성진

(02)335-7120 www.designbono.com

설계 디자인 본오 / 유자원, 박수연

시공 디자인 본오

위치 서울시 용산구 용산 아이파크몰 4F

면적 98㎡

바닥 타일

벽체 도장, 타일, 금속, 유리

천장 도장

취재 정인호 | 사진 최용준



수많은 통로 사이로 다수의 브랜드가 교차하는 용산 아이파크
을 패션관, 핑크 프레임과 네온사인, 네오클래식 무드로 눈길을
사로잡는 공간이 있다. 메트로시티의 콜렉티드 카페 '미미미'다.
미미미는 이탈리아 밀라노에서 선보인 바 있었던 글로벌 카페
로, 국내에는 잠실 롯데월드몰과 하남 스타필드에 습인술 형태
로 자리하고 있다. 용산 아이파크몰의 미미미는 단독 카페로서
일과 핑크 색상의 천장을 경계로 카페 홀과 커뮤니케이션 룸은
내부, 이를 둘러싼 가든은 외부로 구분된 것이다. 내부 홀에 들
어서면 천연 대리석으로 마감한 긴 카운터가 중심을 잡고 있다.
그 주변으로 핑크와 그린, 골드 등이 포인트를 이루며 호텔의
리운지 바와 같은 분위기를 조성한다. 커뮤니케이션 룸은 바닥
의 그린 컬러가 벽과 천장에 모두 적용되어 차별화된 느낌을 자

Project

Christmas Season Special Package design



Project

25 anniversary POP-UP Store - 설치와 해체가 가능한 'UNIT-STORE' PROJECT (2017)



Project (INTERIOR / VMD)

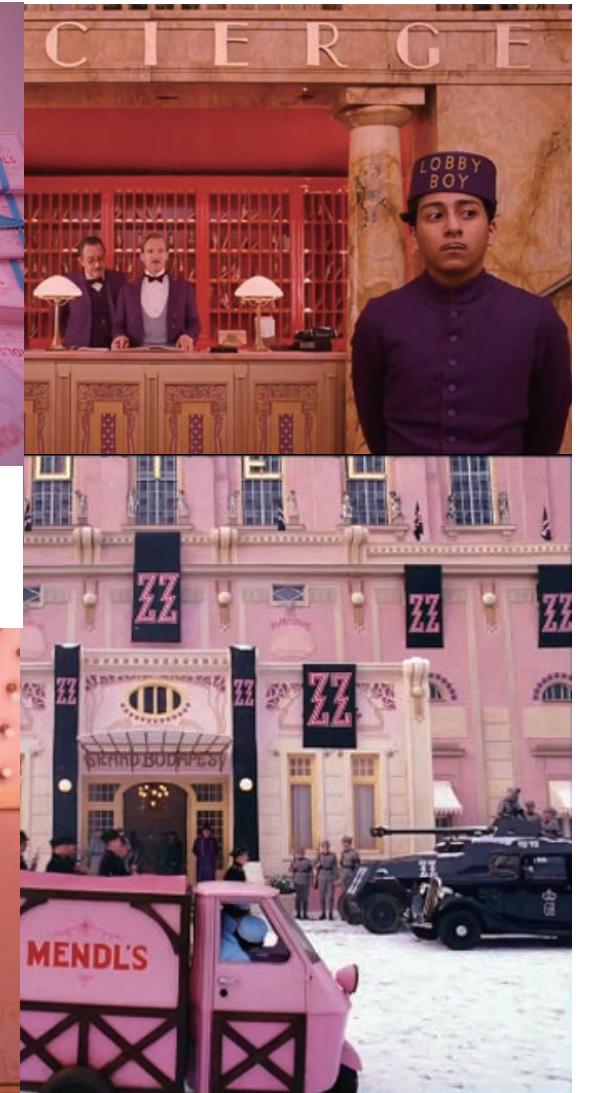
POP-UP STORE UMF 올트라 뮤직 페스티벌 - Store 컨셉 기획 / 디자인 (2016-2017)



Project (INTERIOR / VMD)

Life style store launching - METROCITY LOUNGE 컨셉 기획 / 디자인 (2016)

BRAND IDENTITY / KEY VISUAL / KEY COLOR / MATERIAL / INTERIOR MANUAL / 상품 연출 가이드 라인 등 디렉팅



Project (INTERIOR / VMD)

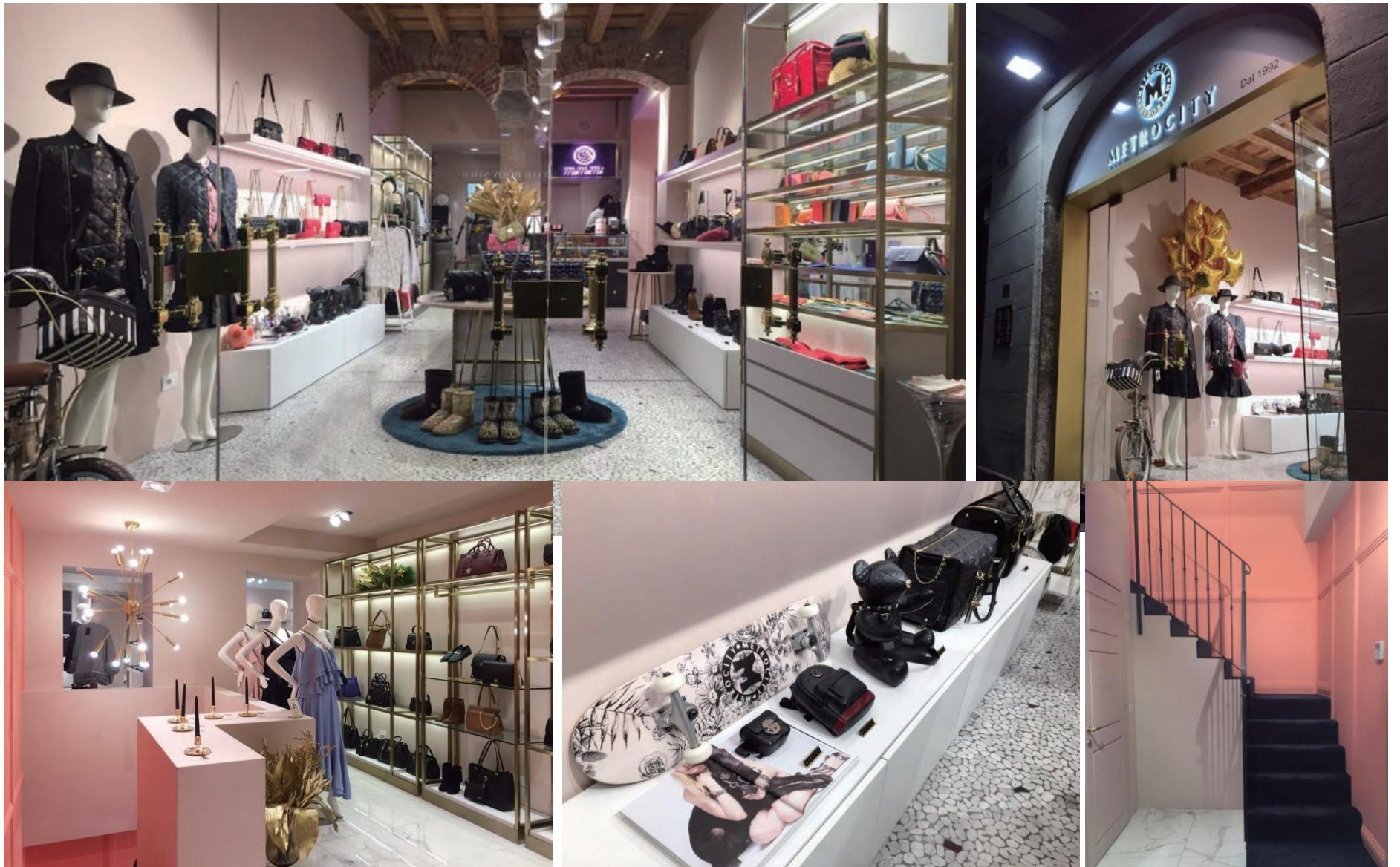
Life style store launching - METROCITY LOUNGE 컨셉 기획 / 디자인 (2016)



BRAND IDENTITY / KEY VISUAL / KEY COLOR / MATERIAL / INTERIOR MANUAL / 상품 연출 가이드 라인 등 디렉팅

Project (INTERIOR / VMD)

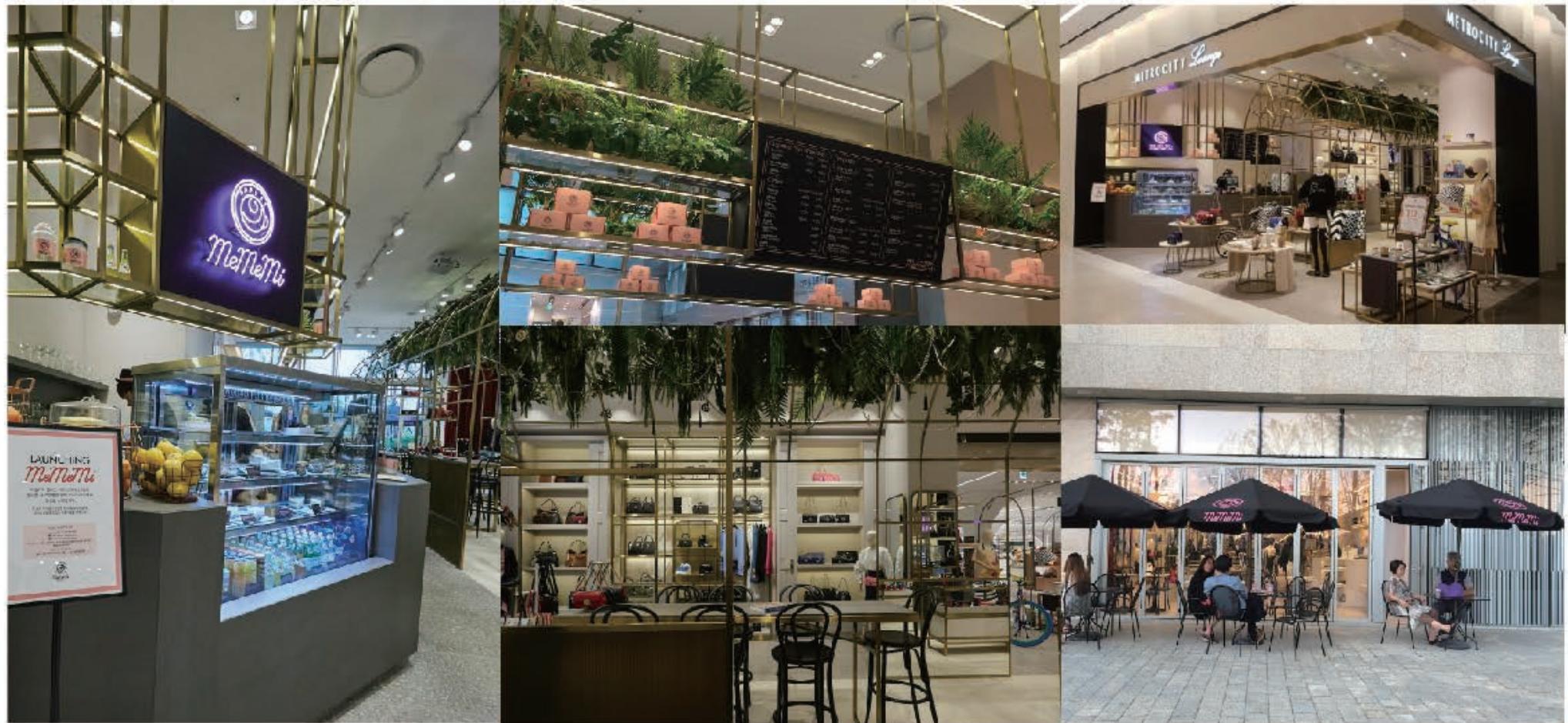
Milano Flagship store open - Store 컨셉 기획 / 디자인 (2016-2017)



INTERIOR MANUAL 작업 / 현지 건축사 핸드링 및 국내 제작 집기 수출 / 인테리어 감리

Project (INTERIOR / VMD)

SHINSEGAE Hanam Flagship store (cafe+fashion) - Store 컨셉 기획 / 디자인 (2016-2017)



cafe + fashion 결합 라이프스타일스토어 INTERIOR MANUAL / 플랜테리어 디자인 기획 .

3. Project

SMART OFFICE DESIGN - 공유 공간을 확대한 업무효율 증진/소통이 가능한 디자인 (2017)



좌울 좌석제

전체 인원중 50% 자율 좌석제 도입, 업무 창의력 및 집중도 최대화

공유 공간 확대로 휴게/교육 복지 공간 조성

직원 편의시설 확대, 충분한 휴식과 함께 업무 효율 높아져

부서 간 소통 활발해져, 부서 간 시너지 창출

부서 협업 증진!! 자유로운 소통과 공유를 통해, 프로젝트별 업무성과 향상!

서류 없는 사무실 '페이퍼 리스'

개인 사무용품을 축소하여 기업의 미니멀 라이프 실현 '50% 이상 절감'

공유 공간을 확대하여 창의적이고 다양한 아이디어 제시가 가능한 공간 제시

3. Project

SMART OFFICE DESIGN - 공유 공간을 확대한 업무효율 증진/소통이 가능한 디자인 (2017)



3. Project

SMART OFFICE DESIGN - 공유 공간을 확대한 업무효율 증진/소통이 가능한 디자인 (2017)



Project (BI Re:design)

BRAND DESIGN - 지속 가능한 사업계획서, BI개발, SI 리뉴얼 전략방안 (2015)

Brand concept

Polygon

셋 이상의 선분으로 둘러싸인 도형의 총칭에
n개의 변,
n개의 꼭짓점,
n개의 대각선,
n개의 삼각으로
이루어진 다각형.

변의 수에 따라
오각형, 팔각형, 다양한 형태로 변하는
여러모양의 형태로 브랜드 **간접적** 무드

SI Match-up

Identity

Black line White line

Trend
Feminine Casual
Freehanded life style
Corporation
Image-up

다각형의 Polygon으로 재 탄생시킨 선과 면의 조합

Design Planning

Brand NOW

LeShop*

브랜드 초기에는 품목을 통한 Image-up를 사용으로
수고하고 브랜드 특성 이외의 [인체적 이미지] 전개를 시도하여
결과로 물건 자체를 이야기, 대화의, POP 활동, 그리고 디자인 활동을 제작.
결론, 브랜드 위한 이미지 전개를 위한 브랜드 아이덴티티 필요요.

Prototype Interior design

TYPE 2 Main view > 적용

Prototype Sign design

Brand icon, Sign
LeShop Image Identity의 제작자

LeShop Image Identity의 조형화

Main - wood wall
매장 천장보, 카운터 주면

Sub - white wall
서브 파티션 / VP point wall

Prototype S.J Design

ROAD SHOP 2017 기본

Polygon 이미지를 매장에 반영하여 브랜드 Core-identity 제작

브랜드 갑상과 브랜드 가치를 최대화에 브랜드 이미덴티티 강화

1. 지속적인 브랜드 자산 관리로 브랜드 가치 생성

2. 고객의 브랜드 충성도 강화

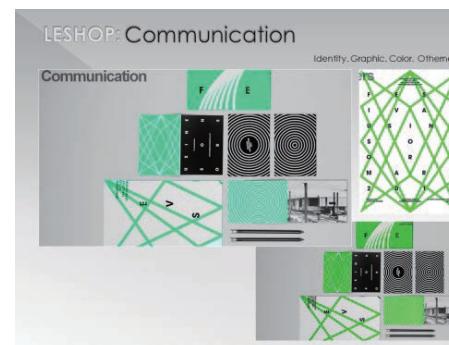
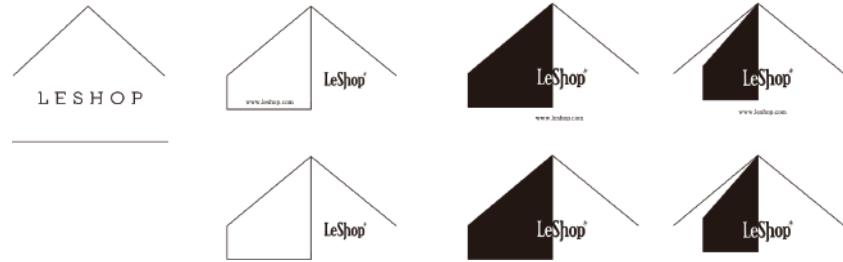
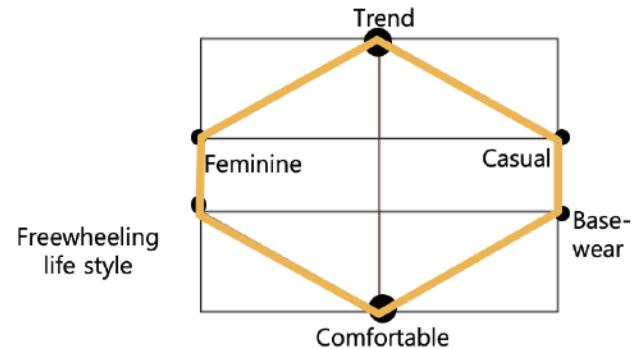
3. 새로운 소비자에게 브랜드 패밀리 이를← 신규 고객 유입 확대

Project (BI Re:design)

BRAND DESIGN - 지속 가능한 사업계획서, BI개발, SI 리뉴얼 전략방안 (2015)



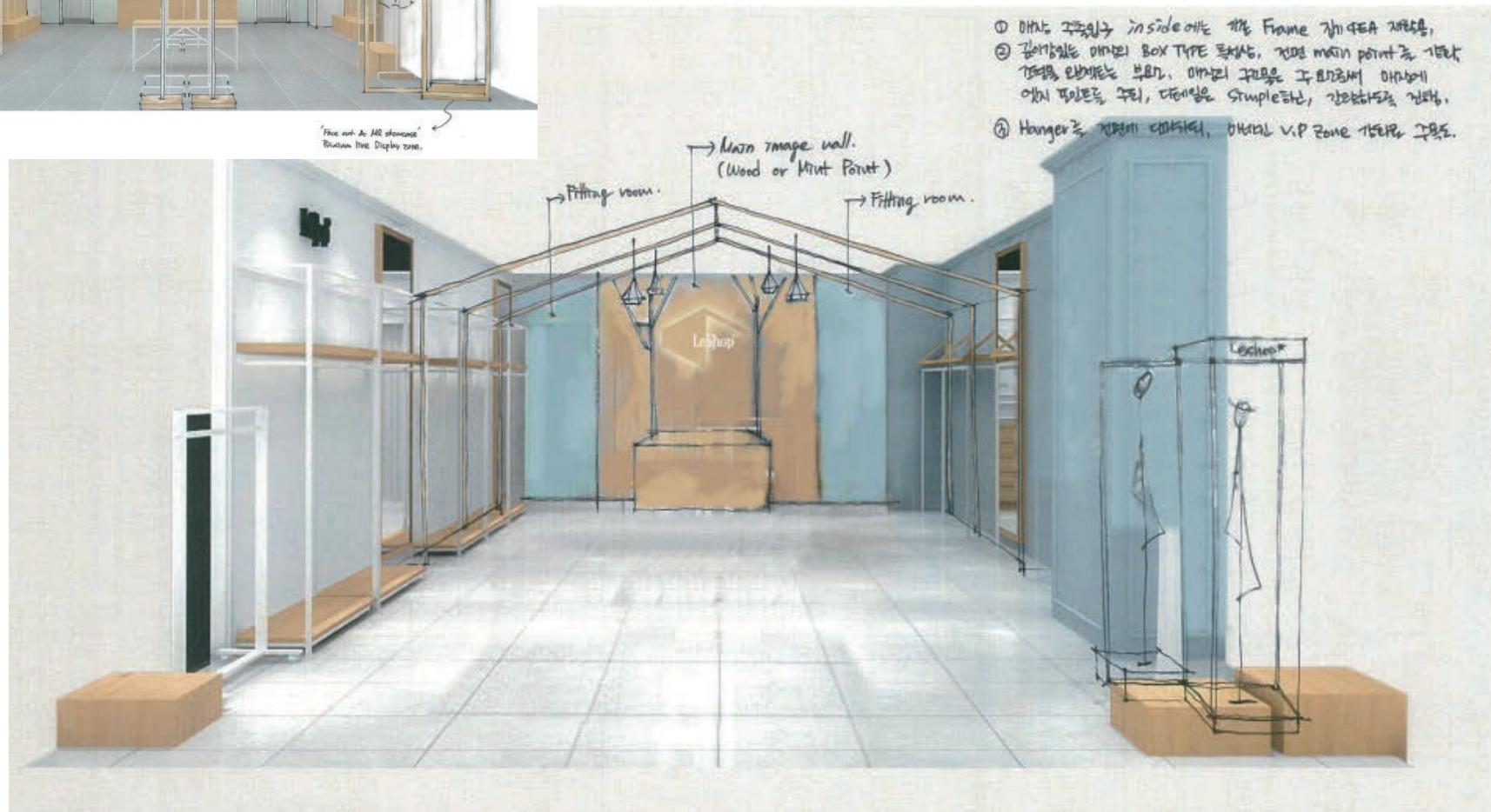
Black line **White line**



Project (SPACE Re:design)



BRAND DESIGN - 지속 가능한 사업계획서, BI개발, SI 리뉴얼 전략방안 (2015)



3. Project (SPACE BRANDING)

100호점 FLAGSHIP STORE - 브랜드 아이덴티티를 강화한 명동 플래그십 스토어 (2010)



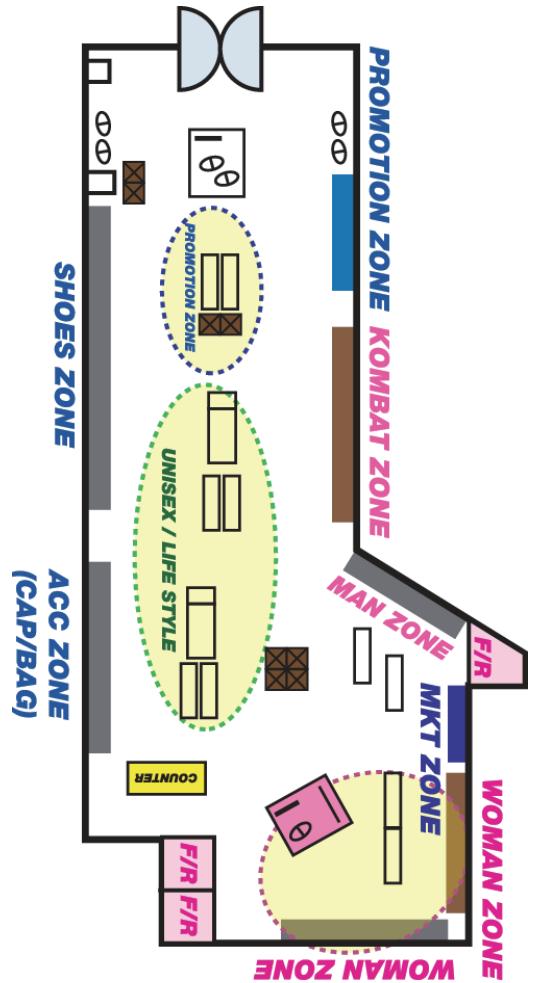
Project (SPACE BRANDING)

100호점 FLAGSHIP STORE - 브랜드 아이덴티티를 강화한 명동 플래그십 스토어 (2010)

Exterior Graphic planning



In-store vmd planning (주력상품 + 프로모션 조닝 구성)



Project (GRAPHIC DESIGN)

Italian Sports brand 'KAPPA' - SS CONVENTION 인테리어/VM 기획 (2011)



Project (SPACE BRANDING)

Italian Sports brand 'KAPPA' - SS CONVENTION 품평회 인테리어/VM 기획 (2011)



Project (GRAPHIC DESIGN)

Italian Sports brand 'KAPPA' - SS CONVENTION 인테리어/VM 기획 (2012)



Project (GRAPHIC DESIGN)

Italian Sports brand 'KAPPA' - SS CONVENTION 인테리어/VM 기획 (2012)

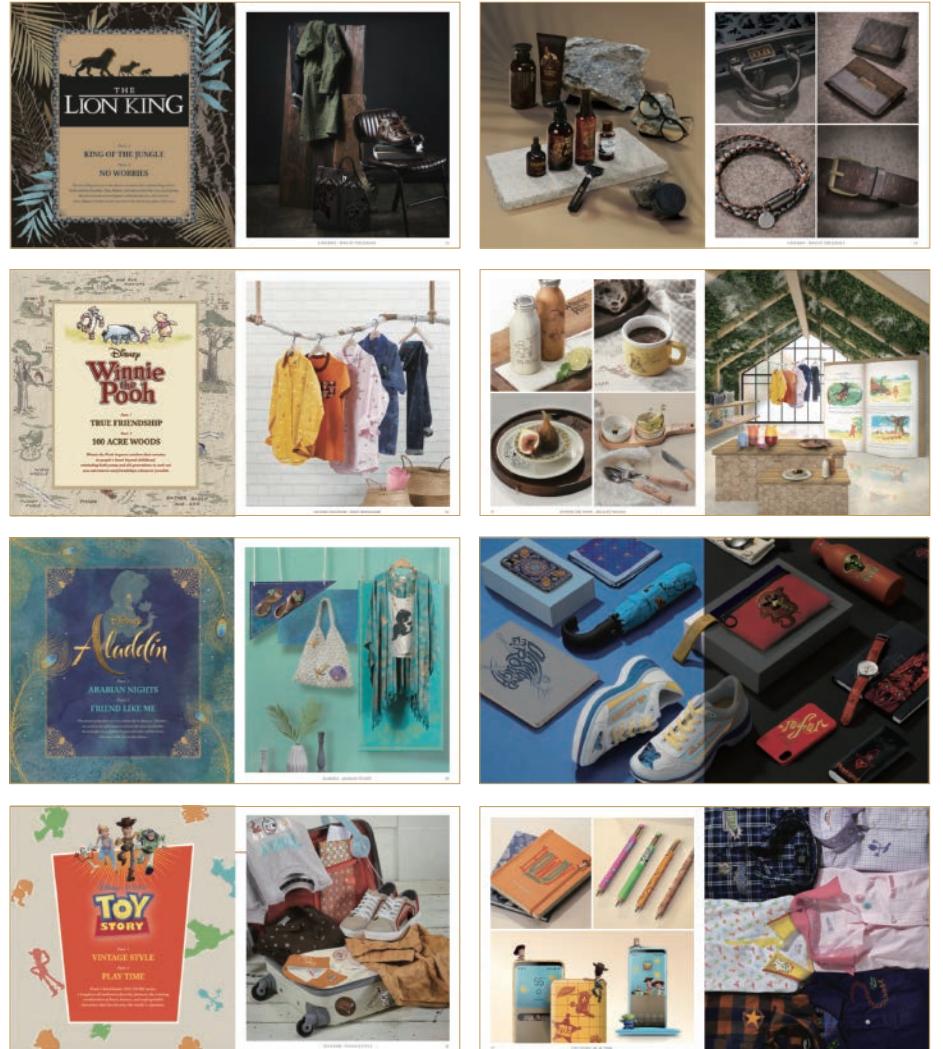
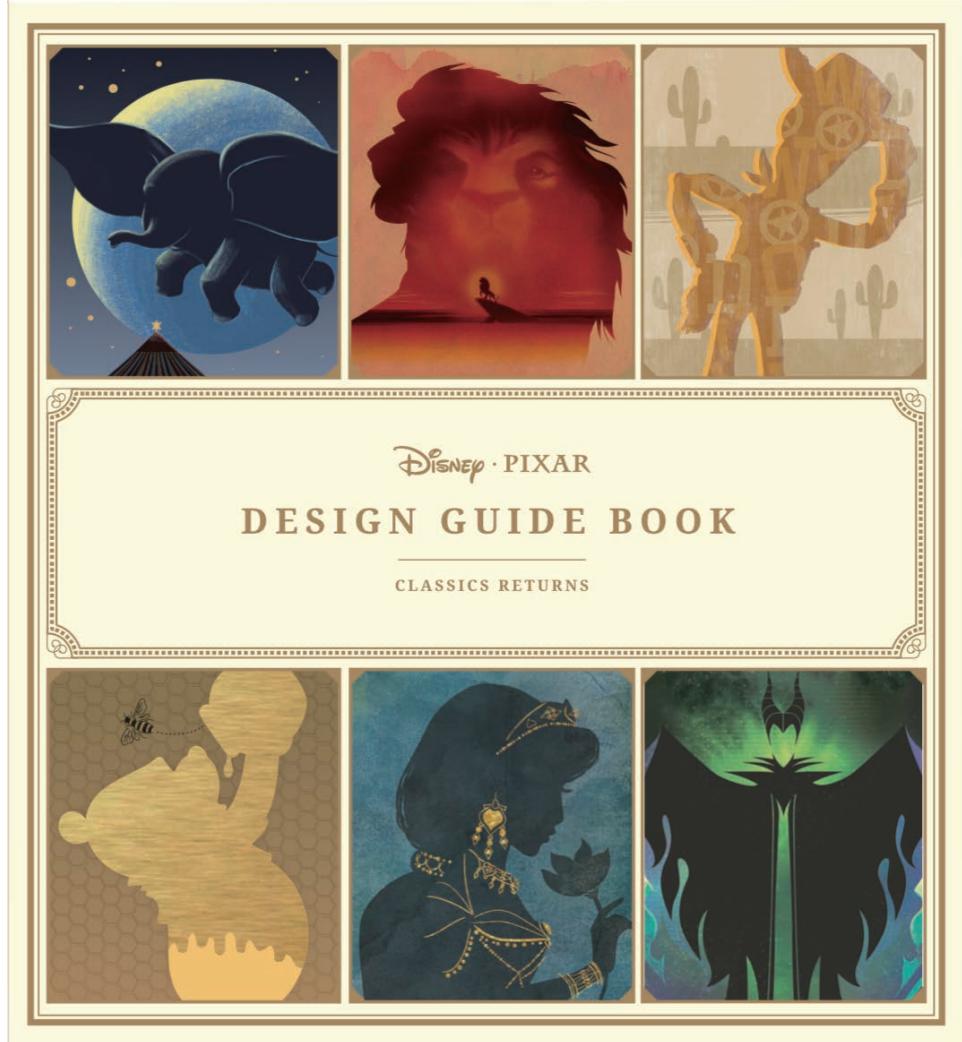


Project

- Branding (Product / Interior / Visual merchandising)
- Mega trend analysis

Project (BRANDING / GRAPHIC / PRODUCT)

The Walt Disney Company - CHARACTER BRAND DESIGN / 브랜드 개발 (2018)



Project (BRANDING / GRAPHIC / PRODUCT)

The Walt Disney Company - CHARACTER BRAND DESIGN GUIDE (2018)



Project (BRANDING / GRAPHIC / PRODUCT)

The Walt Disney Company - CHARACTER BRAND DESIGN GUIDE (2018)

Toy story 굿즈 디자인 (가구브랜드 연계 개발 토이스토리 체어, 여행용품, 스포츠용품 등)



Project (BRANDING / GRAPHIC / PRODUCT)

The Walt Disney Company - CHARACTER BRAND DESIGN GUIDE (2018)

Toy story 팝업스토어 디자인

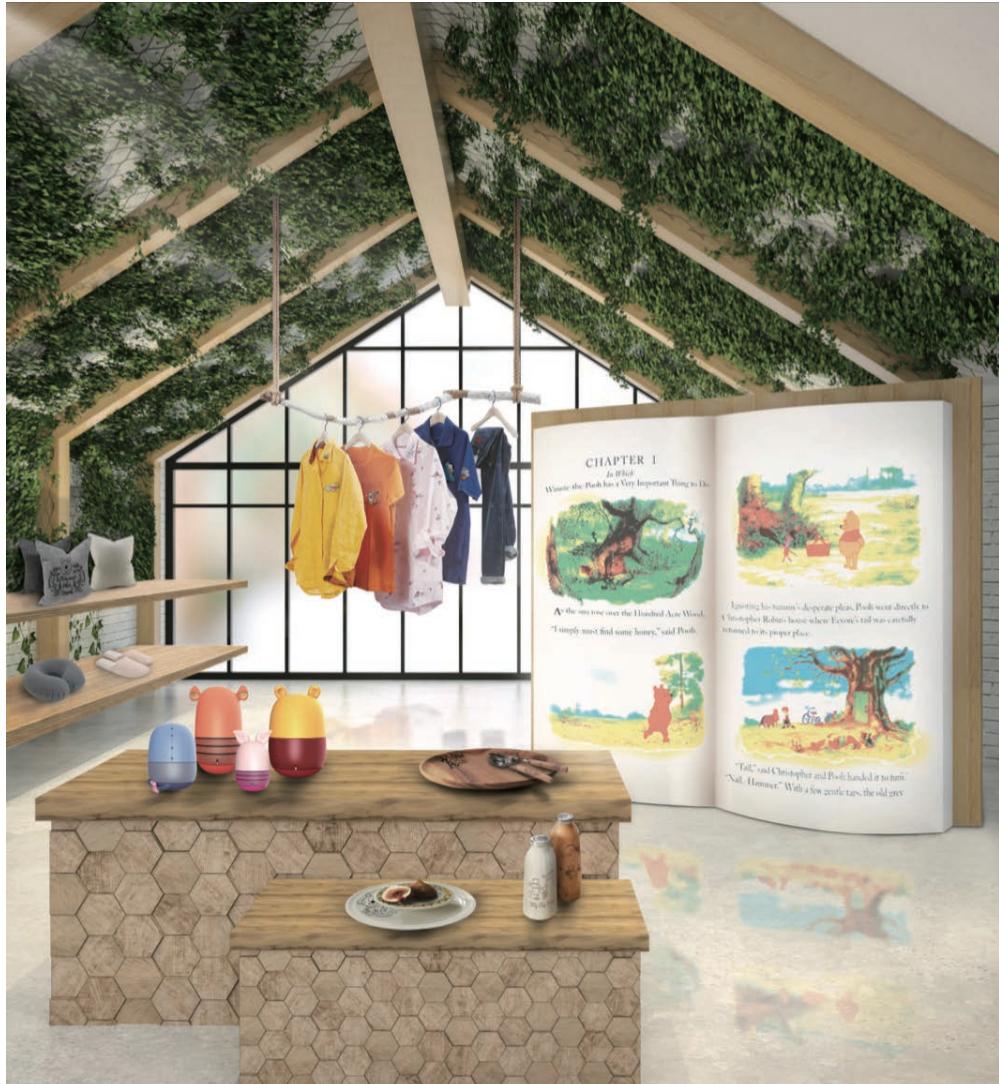


Toy story 굿즈 디자인 (의류, 여행용품, 스포츠용품 등)



Project (BRANDING / GRAPHIC / PRODUCT)

Pooh 팝업스토어 디자인



The Walt Disney Company - CHARACTER BRAND DESIGN GUIDE (2018)

Pooh 굿즈 디자인 (홈, 슈즈, 리빙, 가구 등)



캐릭터 컨셉 연구를 통한 디즈니 재해석 / 제품, 공간 디자인 가이드 제작

Project (BRANDING / GRAPHIC / PRODUCT)

The Walt Disney Company - CHARACTER BRAND DESIGN GUIDE (2018)

THE LION KING

LION KING 팝업스토어 디자인



LION KING 굿즈 디자인 (Beverage)



캐릭터 컨셉 연구를 통한 디즈니 재해석 / 제품, 공간 디자인 가이드 제작

Project (BRANDING / GRAPHIC / PRODUCT)

The Walt Disney Company - CHARACTER BRAND DESIGN GUIDE (2018)

VILLANINS 굿즈 디자인 (의류, 패션잡화, 코스메틱 디자인 등)



Mega trend analysis

MEGA TREND 분석

디지털 네이티브



Z Generation

1990년대 중반-2000년대 초반에 태어난 세대

태생적으로 디지털과 함께 성장

셀럽보다 유튜브, 인스타그램의 인플루언서에 영향을 많이 받는 세대

인터넷, 소셜 미디어를 통한 사회적 연결과 경험 공유를 중요시
문화 생활에 지출이 높고, 쇼핑을 단순히 사는 행위가 아닌 놀이로 인식

2세대 일수록 브랜드 보다 개성을 중시

쓸로몬



Millennials

1980년대 초반-2000년대 초반에 태어난 세대

전 세계 가장 규모가 크고 소비 영향이 있는 세대

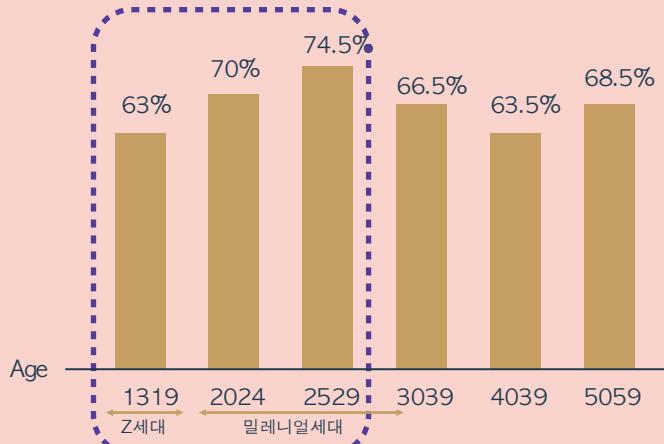
2025년이 되면 미국생산인구의 75%를 차지

자신의 쓸모를 찾아 가치있는 물건에만 소비하고 소유보다는 경험을 중요
제품 정보를 일방적으로 전달받는 것보다 브랜드와 상호 교류를 선호

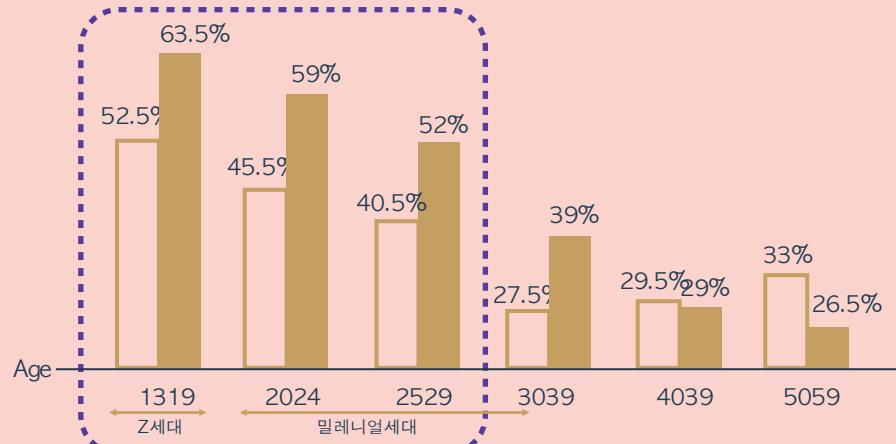
마케팅에 직접 참여하는 소비자

'#인증개취'시대

< 2018.01 FASHION BIZ MARKET TREND 소비자 동향 발췌 >



Q . 옷이나 액세서리 등을 선택하는데 나만의 스타일이 있다.



- Q. 나는 패션 정보를 얻기 위해 SNS, 웹진을 구독한다.
- Q. 새로운 패션과 유행을 빠르게 받아들이 편이다.

1) 특별한 개성'도 '인증'받아야 인정!

- 이들의 영향력으로 소비자들이 개성과 차별성을 원하는 흐름이 가속화
- 펠로십이 강하게 나타나며 유행과 SNS상의 인증을 개성만큼 중요시
- 그 중심에는 Z세대와 밀레니얼세대가 핵심

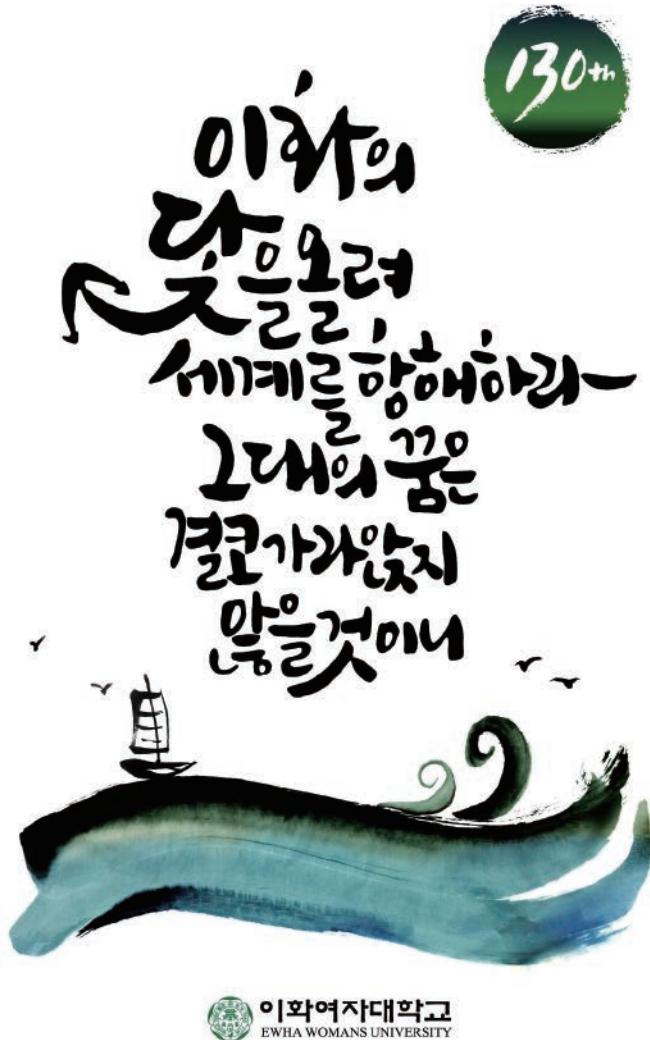
2) SNS의 일상화로 1인 마케터들 전성 시대 도래

- SNS에서 차별화되기 위한 독특하고 차별된 이색적인 콘텐츠를 소비
- 펠로십이 강하게 나타나 친구들과 같은 옷을 입는 것을 꺼리지 않는 모순된 현상
- 빅 버즈가 아닌 개성 있는 특정 팔로워를 사로잡는 스몰 버즈 아니셔티브에 열광

Project

- Calligraphy design
- 이화여자대학교 130주년 홍보 아이디어 공모전 수상
- 정철 작가 '글과 글씨전' 등 전시 참여

CALLIGRAPHY



130주년 이화여대 캘리그라피 (홍보아이디어 공모전 수상)

▨ 헤럴드경제

이화여대, 창립 130주년 맞아 재학생作 새 글판 선보여

이화여대는 지난해 1월 정문 앞에 이화의 브랜드 가치를 드높이고 구성원들의 자부심을 고취할 수 있는 문안을 담은 '이화글판'을 처음 게시한 후 분기별로 교체하고 있다. 이번에 교체된 글판은 4번째로 선보인 '이화글판'이며 지난 12월에 개최한 '제2회 이화홍보아이디어 공모전' 캐치프레이즈 분야에 당선된 유은경(사학 11학번) 학생의 문구를 반영, 캘리그라피 당선자인 김나연(디자인대학원 14학번) 학생이 직접 디자인해 제작했다.



CALLIGRAPHY

130주년 이화여대 캘리그라피 (홍보아이디어 공모전 수상)



서예를
꿈꾸는 그대는
이화로운 사람?
130th



이화여자대학교 130주년



행복은
누군가에게
웃음을 선물
하고
인정



CALLIGRAPHY

이화여자대학교 졸업식 현수막 및 엽서 디자인



CALLIGRAPHY

정철 작가 '글과 글씨' 전시 참여



당신이 지금 밤을 뺀을수도없는 단간방에서
새우잠을 잔다해도 봄길려워하거나 절망
하지마세요 당신이 새우잠을자는 이유는
방이 좋아서가 아니라 당신이 너무나
큰나람이기 때문입니다 **새우잠**
이천십팔년 사월 정철의 글을 봄나온쓰다

브랜드의 경험을 넘어, 그 이상을 디자인하는 것.

많은 브랜드가 가져야 할 핵심 가치를 위해

브랜드 아이덴티티를 강조하며 길을 걸어왔습니다.

저의 지나온 다양한 경험을 통해

이제는 브랜드 이상의 가치를 꿈꾸는.

트렌드와 라이프스타일을 반영하는 전략으로

무엇보다 사람과 사람 사이의 간격을 중심하며

소통의 디자인을 위한 사람.

전부 보여 드릴 수는 없지만

저의 비전을 함께 연구하고 리딩하며

보이지 않는, 그 이상의 것을 보여드리겠습니다.

NAYEON, KIM

