

# 네이버지도 리브랜딩, 새로운 여정의 시작

최은혜 Eunhye Choe  
NAVER Creative&Experience

원종원 Jongwon Won  
NAVER Creative&Experience

## 목차

01. 리브랜딩의 출발점
02. 리브랜딩 방향성, 뾰족한 나침반 세우기
03. 리브랜딩 컨셉 & 슬로건
04. 리브랜딩 디자인
05. 리브랜딩 캠페인

01.

# 리브랜딩의 출발점

브랜드 진단

리브랜딩 타당성 검토

리브랜딩 방향성 논의

브랜드 디자인

서비스 적용

네이버지도 서비스 현황

# 왜 네이버지도였을까?



# 현재 네이버지도 서비스



## 장소 검색

업체명, 업종, 키워드 검색



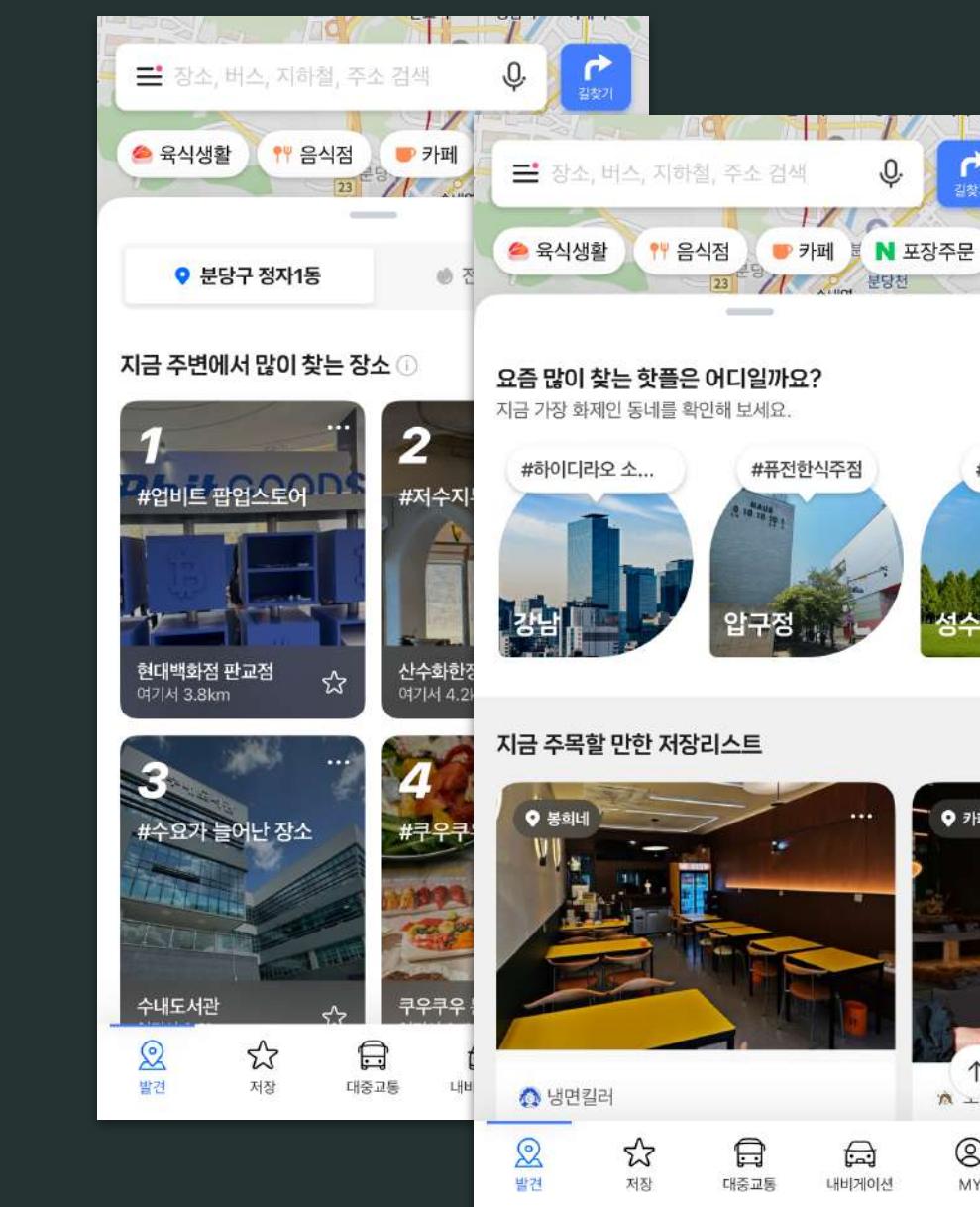
## 장소 찾기/이동

도보, 대중교통, 자동차



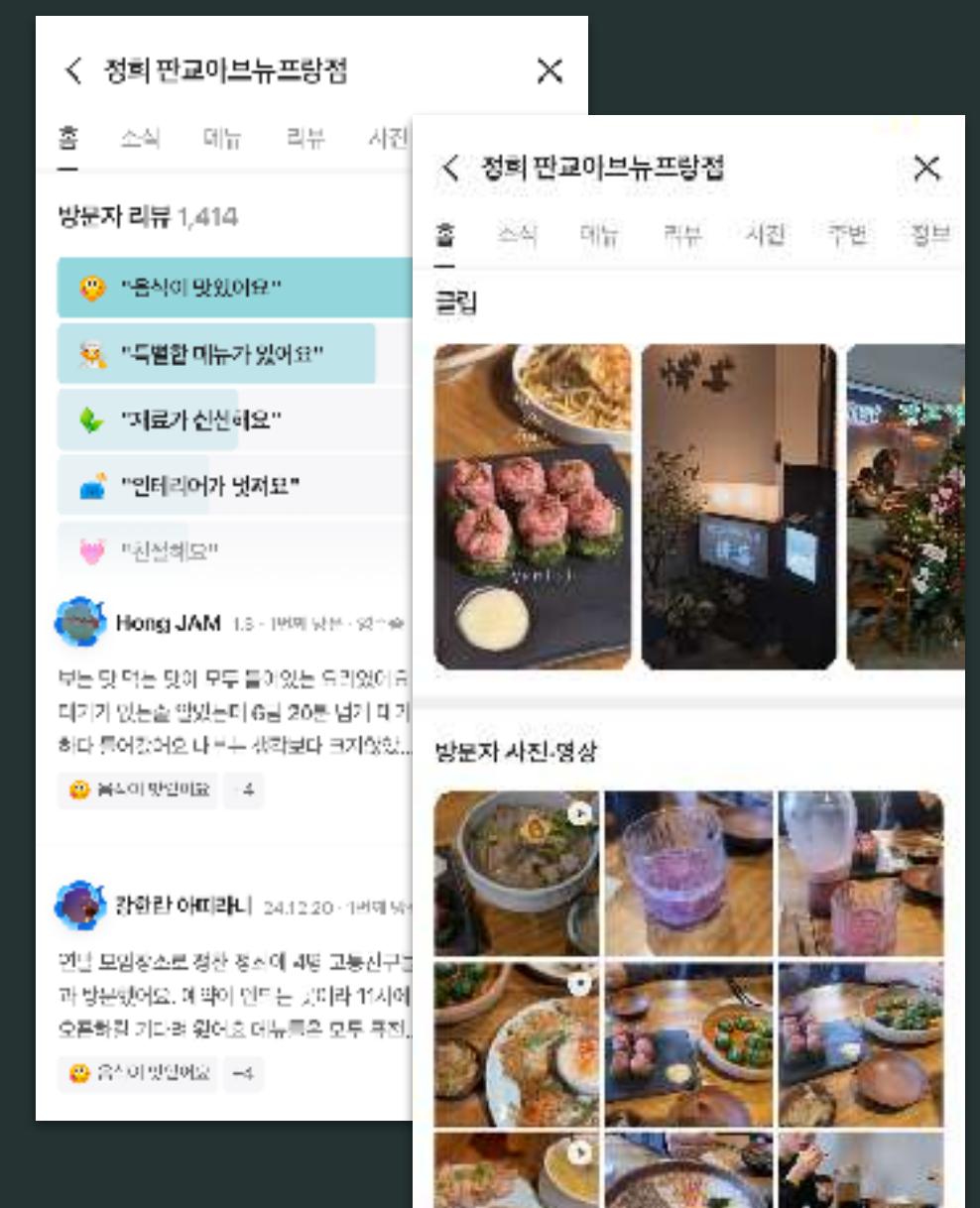
## 장소 발견

사용자 취향 기반 추천



## 장소 이용

예약, 결제, 리뷰, 저장



# 보도자료로 본 네이버지도 방향성

## “모빌리티 정보 다양화 및 고도화”

“현실 가까운 공간감 3차원에 구현한 ‘거리뷰 3D’ 출시”

- 24.12.16 네이버 보도자료

## “사용자 위치 기반 교통 안전 정보 강화”

- 24.7.17 네이버 보도자료

“대중교통 길안내 서비스 출시, 더욱 편리한 이동 경험 지원”

- 23.12.11 네이버 보도자료

“외국인 사용자 위한 영/중/일 버전 지도 활용 가이드 공개”

- 24.12.30 네이버 보도자료

## “온오프라인을 연결하는 올인원 플랫폼”

“실시간 오프라인 정보와  
트렌드를 반영하는 생활 밀착형 플랫폼”

- 24.10.10 동아일보 기사

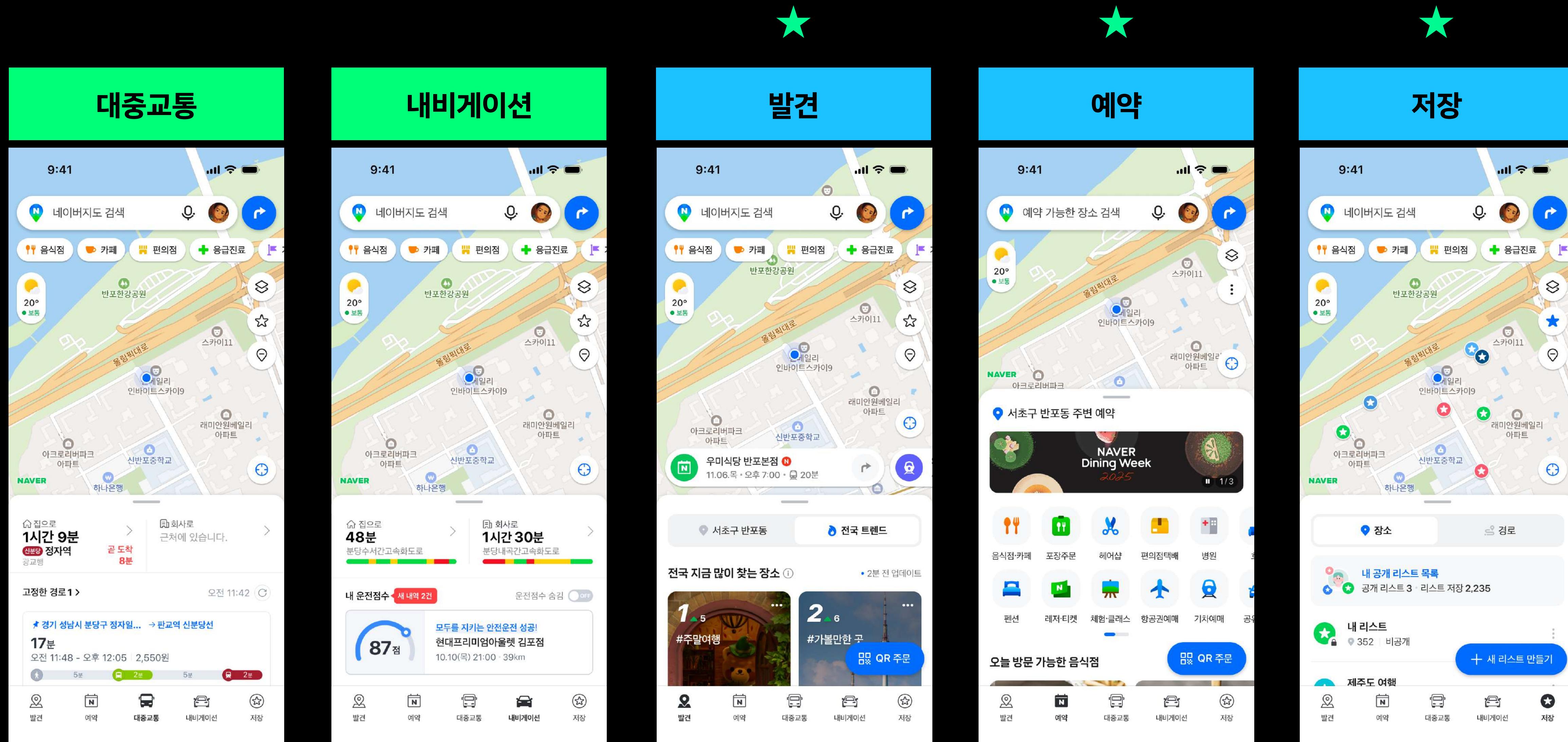
“탐색·예약·저장·이동·리뷰  
사용자의 여정을 전반적으로 지원”

- 24.7.8 머니투데이 기사

“네이버 지도에 다양한 툴을 연결해  
슈퍼앱으로 발전시킬 계획”

- 24.9.6 머니투데이 기사

# 개인화 기반 발견, 예약, 저장 탭 신설, 피드 기반의 서비스 개편



# 리서치를 통해 바라본 네이버지도 방향성

## 모빌리티

신뢰도 높은 교통, 위치, 이동 정보

### 장소 검색

- 키워드 검색

### 장소 이동

- 대중교통/인도 길찾기
- AR 길안내
- 실시간 교통정보

### 장소 정보

- 상세 POI 정보
- 리뷰 및 별점
- 로드뷰



## 장소 경험, 콘텐츠

내 주변 콘텐츠 추천, 예약 등 완결된 / 확장된 경험

### 장소 추천

- 맞춤 추천
- 테마 추천

### 장소 이용

- 예약 / 결제 / 포장
- 장소 내 편의 시설 정보 열람
- 즐겨찾기 공유

### 장소 콘텐츠

- 사용자 리뷰, 별점, UGC
- 팝업스토어 및 이벤트, 프로모션 정보 제공

# 서비스의 미래 방향성을 온전히 담아내지 못하고 있는 브랜드 아이덴티티

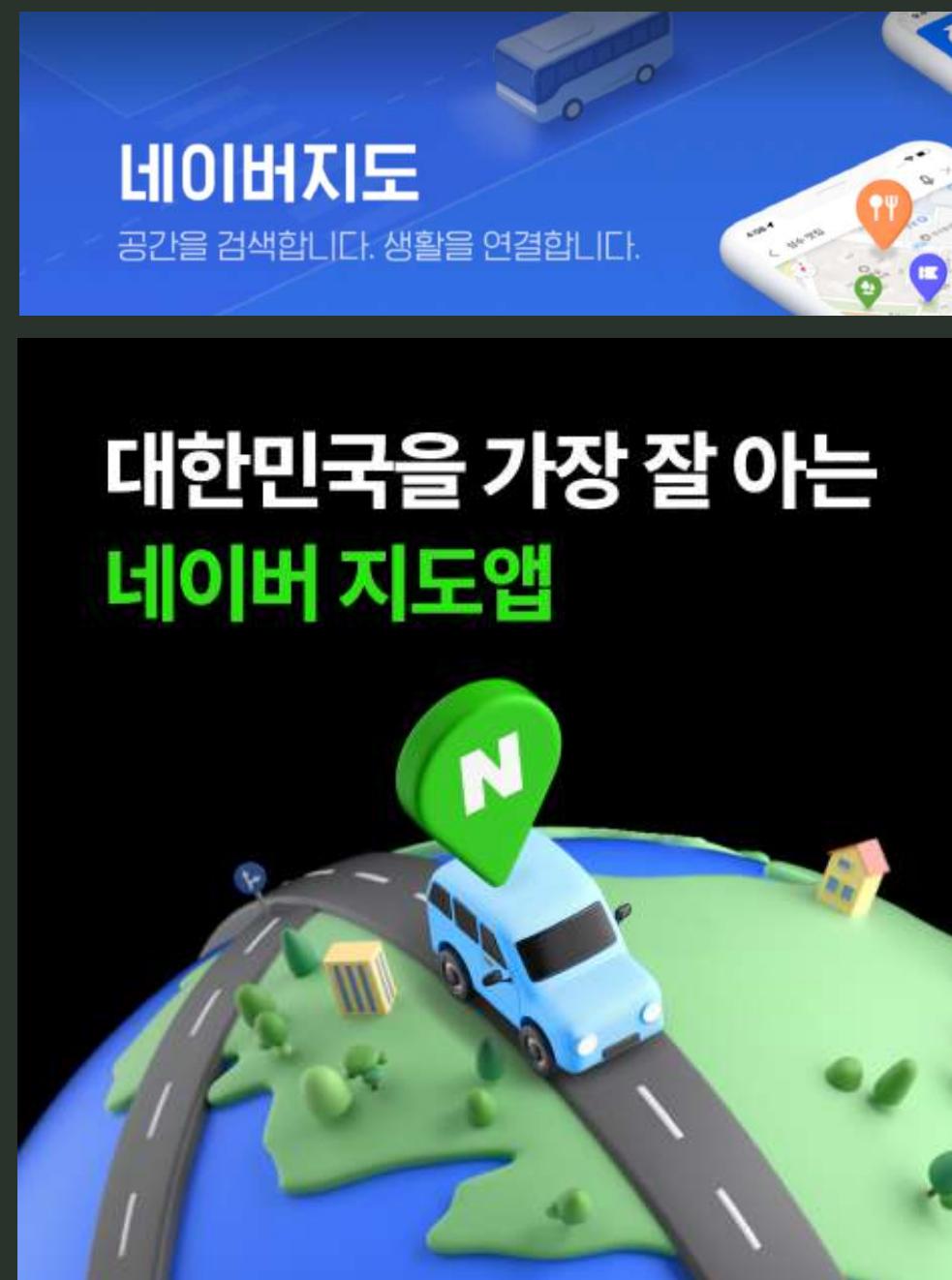
## 앱 아이콘

모빌리티가 강조된 디자인



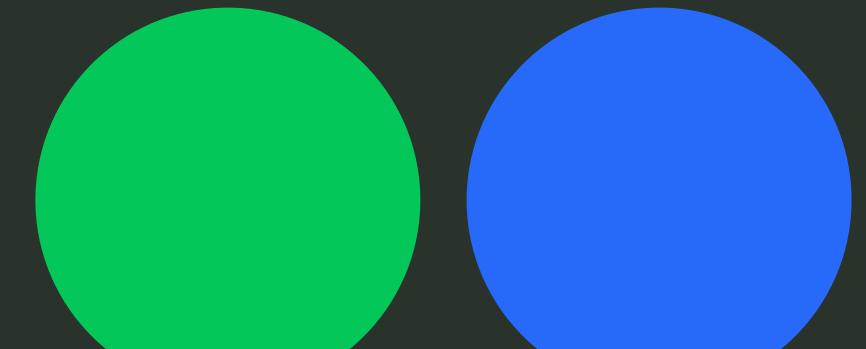
## 브랜드 메시지

브랜드 정의, 슬로건 등 버벌 체계 미비



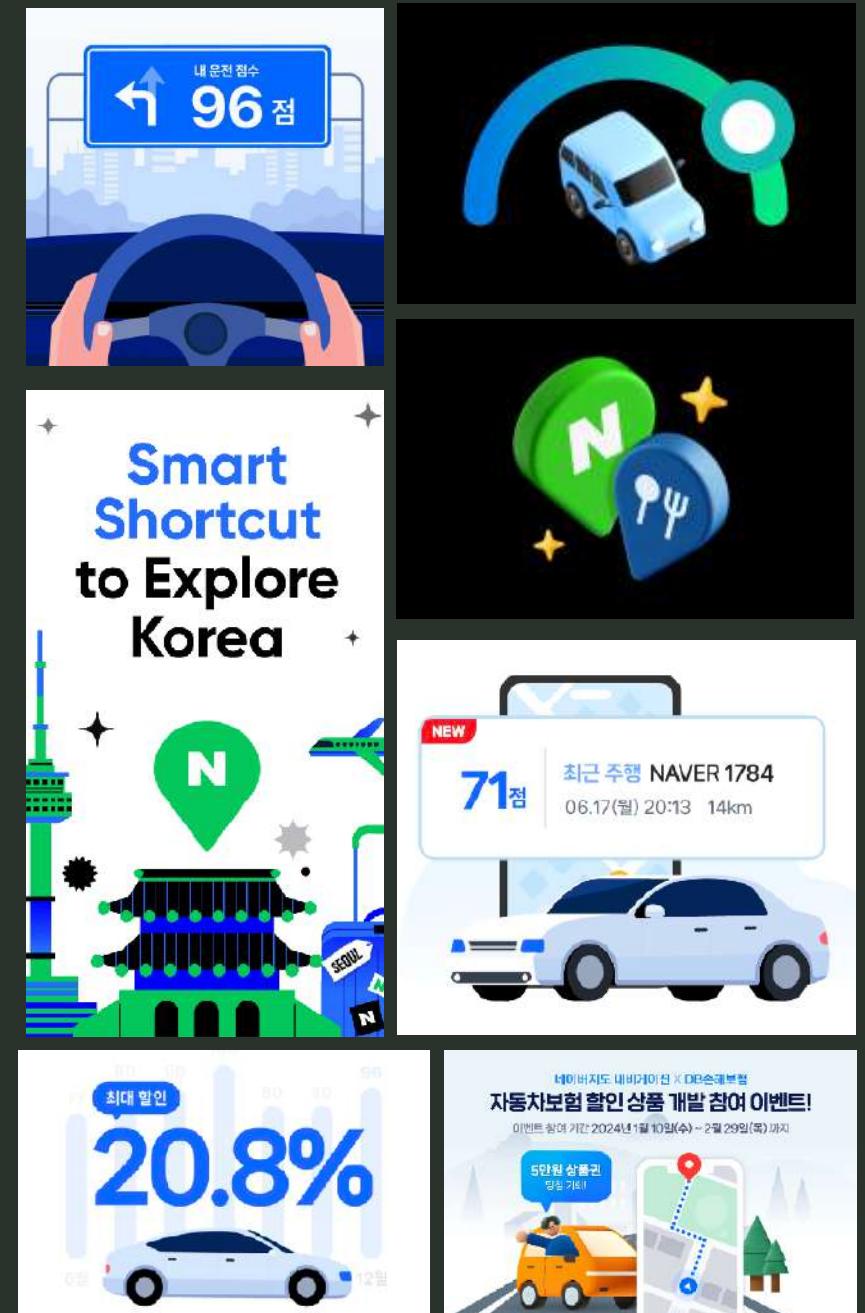
## 브랜드 색상

키/서브 컬러 사용 가이드 업데이트 필요

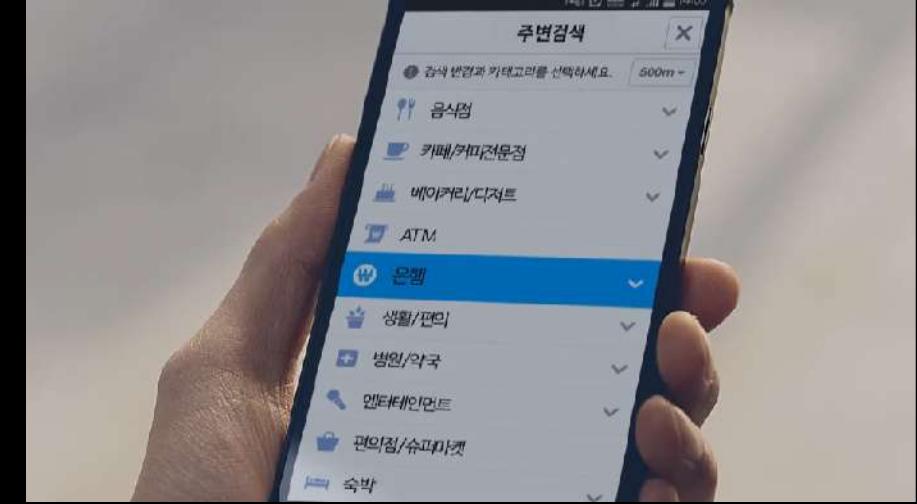
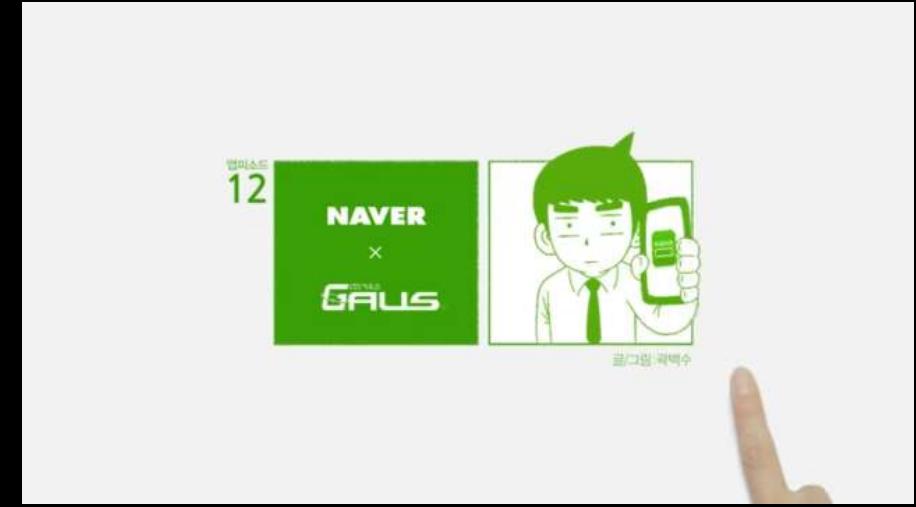
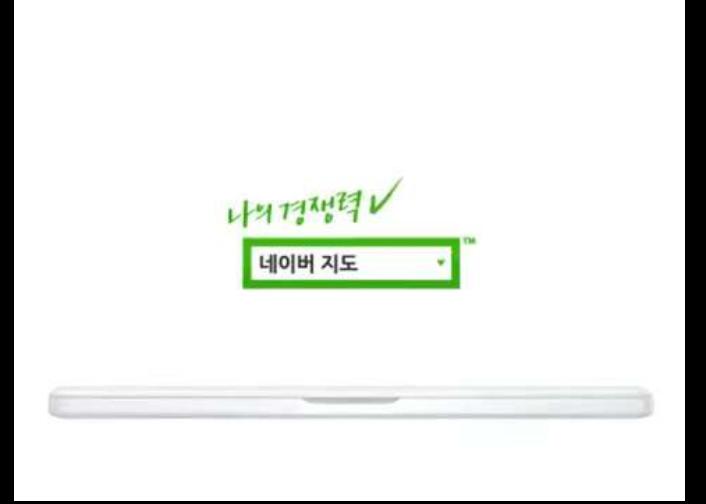


## 그래픽 에셋

일관성이 부족한 에셋 시스템



# 네이버지도 서비스 변화를 알릴 수 있는 캠페인 필요



2012  
퇴근길 경쟁력 CCTV

2012  
애플리케이션  
#3.  
지도편

2013  
네이버 애플리케이션  
가우스전자 편

2015  
이 근처에서 제일 가까운  
은행이 어디지?

2024  
글로벌 인플루언서  
'로건'의 한국 여행기

02.

## 리브랜딩 방향성, 뾰족한 나침반 세우기



## 사업부서 인터뷰

목적지를 가장 정확하고  
빠르게 안내해주는 도구

탄탄한 유저 데이터로  
네이버의 다양한 서비스가 지도에서 시너지가 나는

발견부터 저장, 이동, 주문,  
리뷰까지의 전체 흐름을 잘 연결하는 게 장점

취향에 맞는 장소를 추천하고 발견

트렌드와 콘텐츠를 발견할 수 있는 서비스로의 인식

라이프 사이클, 라이프스타일 앱이라는  
이름과 가장 적합한 앱이라고 생각

연결, 종합적인 경험,  
생활에 스며드는 전체적인 경험의 연결

오프라인에서 온라인까지 연결, 확장  
공간의 확장, 실내의 확장, 실시간 경험

발견부터 저장, 이동, 주문,  
리뷰까지의 전체 흐름을 잘 연결하는 게 장점

탐색부터 기록까지 완결된 경험을 제공하는 서비스

AI, 기술적인 이미지 필요

세련된, 새로운, 변화하는,  
젊은, 기술집약의 이미지 필요

네이버지도는 특색이 없는 느낌

UX 흐름이 복잡하다고 생각,  
UX 라이팅도 보다 직관적이고 쉬웠으면 좋겠음

세련된, 새롭다는 이미지가 부족함

목적지를 가장 정확하고  
빠르게 안내해주는 도구

라이프 사이클, 라이프스타일 앱이라는  
이름과 가장 적합한 앱이라고 생각

AI, 기술적인 이미지 필요

탄탄한 유저 데이터로  
네이버의 다양한 서비스가 지도에서 시너지가 나는

연결, 종합적인 경험,  
생활에 스며드는 전체적인 경험의 연결

세련된, 새로운, 변화하는,  
젊은, 기술집약의 이미지 필요

## “온/오프라인 연결” “장소 경험 완결, 확장”

발견부터 저장, 이동, 주문,  
리뷰까지의 전체 흐름을 잘 연결하는 게 장점

오프라인에서 온라인까지 연결, 확장

네이버지도는 특색이 없는 느낌

그러나 그에 맞지 않은 브랜드 아이덴티티

취향에 맞는 장소를 추천하고 발견

발견부터 저장, 이동, 주문,  
리뷰까지의 전체 흐름을 잘 연결하는 게 장점

UX 흐름이 복잡하다고 생각,  
UX 라이팅도 보다 직관적이고 쉬웠으면 좋겠음

트렌드와 콘텐츠를 발견할 수 있는 서비스로의 인식

탐색부터 기록까지 완결된 경험을 제공하는 서비스

세련된, 새롭다는 이미지가 부족함

네이버는 주 1회 이상 이용율/주사용율에서  
모두 시장 우위

편리한, 익숙한, 정확한  
브랜드 연상 이미지

길찾기/내비게이션 기능 강화,  
정확한 장소 정보 확대에 대한 개선 요구

서비스 만족도(88.4%)는  
경쟁 서비스 대비 가장 높게 나타남

초록색, N 심볼  
색상/심볼 연상

저장과 리뷰 아이콘 기능 이해도는  
상대적으로 낮은 편

2040 연령층에서 가장 높은 이용률

장소 관련 정확한 정보 제공  
현재/설정 위치 근처 장소 추천  
타 서비스 대비 강점 인식

네이버는 주 1회 이상 이용율/주사용율에서  
모두 시장 우위

편리한, 익숙한, 정확한  
브랜드 연상 이미지

길찾기/내비게이션 기능 강화,  
정확한 장소 정보 확대에 대한 개선 요구

서비스 만족도(88.4%)는  
경쟁 서비스 대비 가장 높게 나타남

조록색, N 심볼  
색상/심볼 연상

저장과 리뷰 아이콘 기능 이해도는  
상대적으로 낮은 편

2040 연령층에서 가장 높은 이용률

장소 관련 정확한 정보 제공  
현재/설정 위치 근처 장소 추천  
타 서비스 대비 강점 인식

## “높은 이용률, 서비스 만족도” “뚜렷한 브랜드 이미지, 개성 부재”

## “장소 관련 경험을 제공하는 플랫폼”

“지도 앱을 넘어 하나의 생활 플랫폼으로서의 역할을 하고 있다고 생각”

“장소 발견, 트렌드 탐색부터 경험까지 온오프라인을 심리스하게 연결”

“단순 위치 서비스가 아닌, 장소 콘텐츠 중심으로 확장할 것”

“발견, 예약, 이동, 리뷰의 경험의 완결”

## “브랜드 정체성을 담은 브랜드 언어”

“N, 초록색 연상”

네이버지도만의 브랜드 캐릭터 불명확”

“편리한, 익숙한”  
무난한 연상 이미지

“최신의, 즐길 콘텐츠가 풍부한, 개인화가 잘 되는”  
서비스 지향점에 해당하는 연상 이미지 부족

- ① '길찾기' 도구에서 '장소 관련 경험을 제공하는 플랫폼'으로 인식 전환
- ② 서비스 지향점과 연결되는 차별화된 브랜드 이미지, 경험 구축

# 브랜드 정체성 바로잡기



“종합적인 경험”

“라이프스타일”

“지도 생태계”

“정확성”

“장소 경험의 완결”

“풍부한 장소 데이터”

“생활 밀착형”

“심리스한 연결”

“장소 발견/탐색”

“취향, 관심사 기반”

## 브랜드 주요 키워드

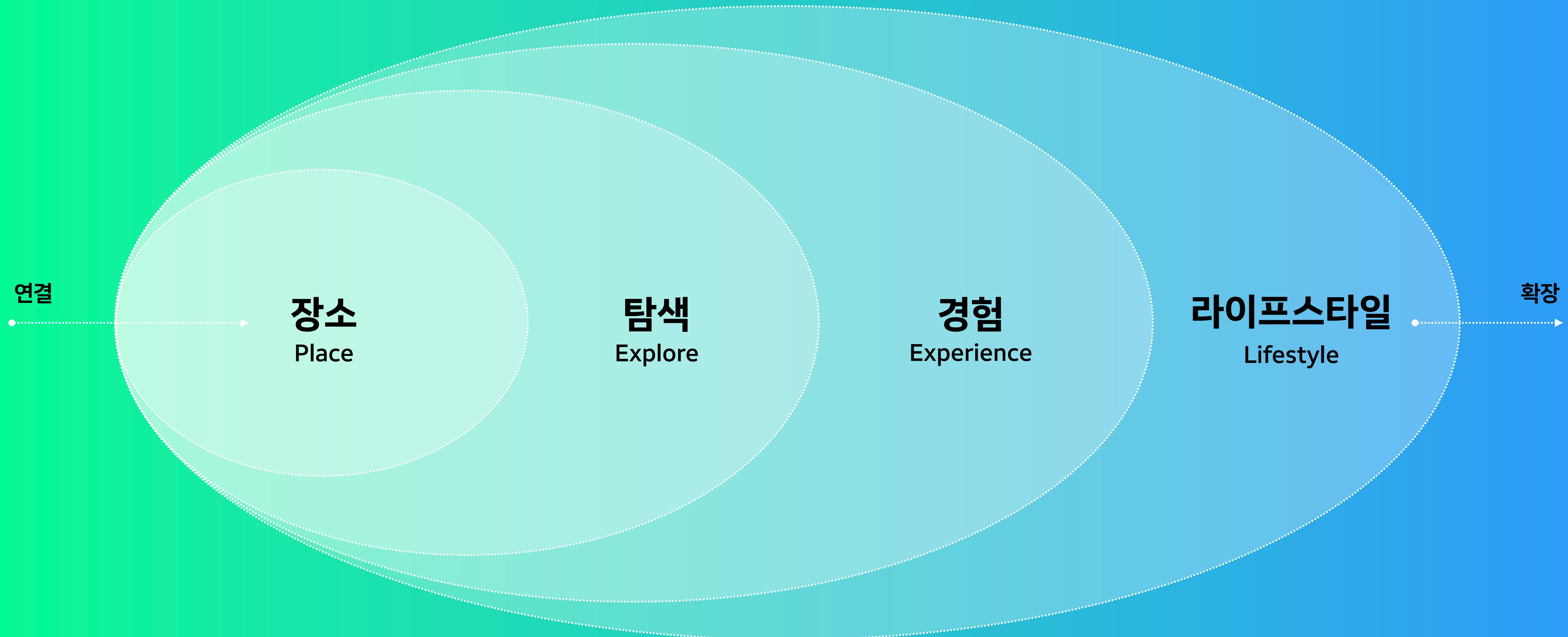
**장소**  
Place

**탐색**  
Explore

**경험**  
Experience

**라이프스타일**  
Lifestyle

## 장소 기반 이동, 탐색부터 라이프스타일까지 다양한 경험을 연결하고 확장하는 플랫폼



# “장소 기반 통합 경험 플랫폼”

Place-based Integrated Experience Platform

브랜드 리뉴얼 방향

브랜드 정의

길찾기

장소 기반 통합 경험 플랫폼

브랜드 경험

장소 찾기, 정보 열람

장소 발견, 탐색, 경험

브랜드 역할

정보 제공

장소 경험 연결, 확장

브랜드 이미지

기능 중심, 무난한 이미지

확장성, 유연성을 가진 이미지

## "다채로운 여정"

발견부터 경험까지  
다채로운 여정이 펼쳐진다

지도를 열면,  
나의 여정이 펼쳐진다.

모든 여정의 시작,  
네이버지도

세상의 모든 여정,  
네이버지도에서



## "확장된 경험"

장소와 경험의 확장으로  
세상의 폭이 넓어진다

네이버지도로,  
나의 세상이 넓어진다

매일 새로운 발견,  
네이버지도

이동부터 경험까지,  
끊김없는 여정

오늘도 발견하다,  
네이버지도

더 많은 경험,  
더 넓은 세상

나를 가장 잘 아는,  
나의 라이프스타일 지도

# “모든 여정의 시작, 네이버지도”

#모든경험과여정

#구심점이되는

#다채로운

#확장하는

길찾기는 물론,  
취향에 맞는 장소 발견과 탐색,  
그리고 그 안에서 펼쳐지는 다채로운 경험들까지.

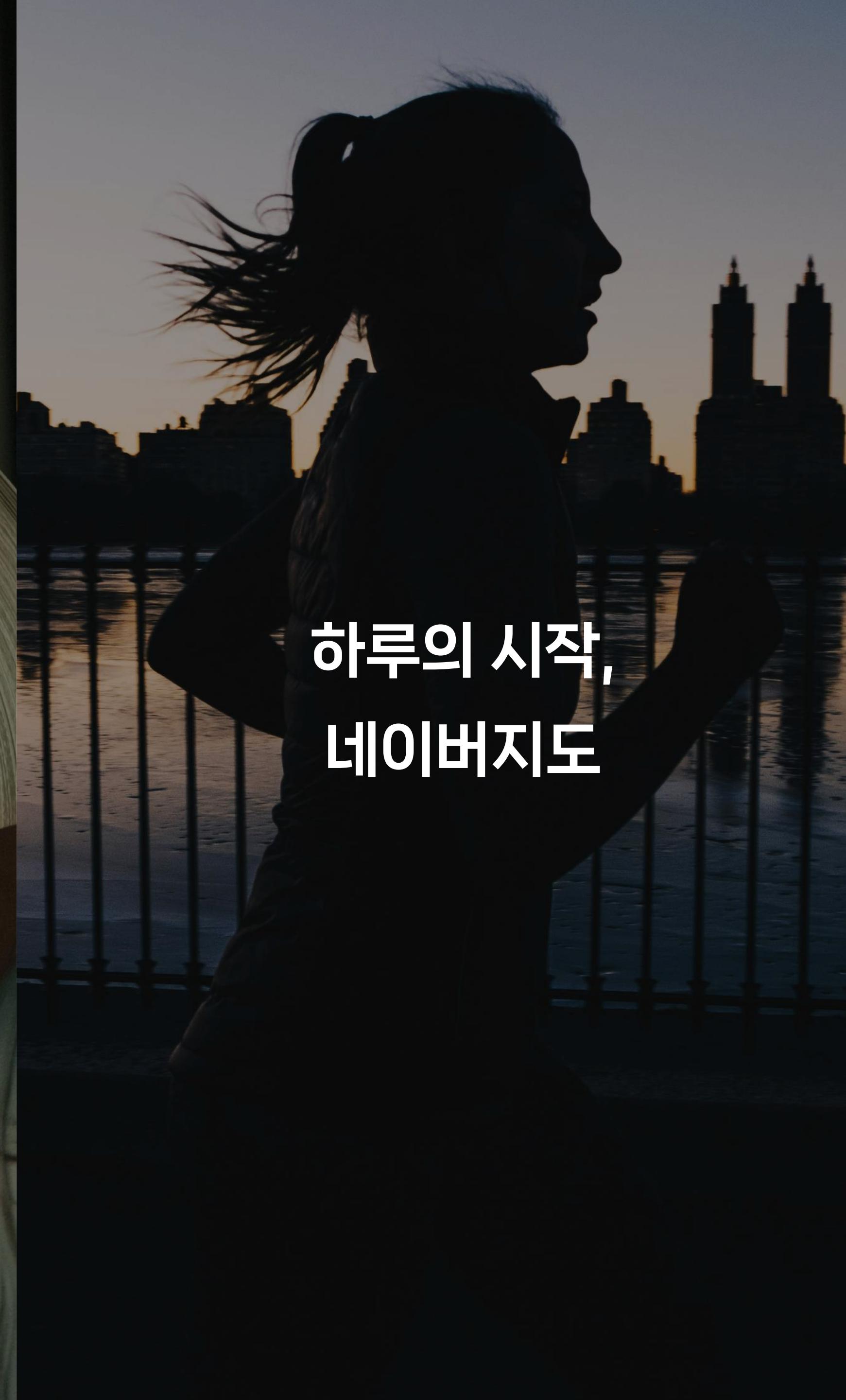
세상을 향한 모든 여정,  
네이버지도에서 시작됩니다.

브랜드 확장 슬로건

발견의 시작,  
네이버지도



취향의 시작,  
네이버지도



하루의 시작,  
네이버지도

브랜드 정의

## 장소 기반 통합 경험 플랫폼

브랜드 슬로건

모든 여정의 시작, 네이버지도

브랜드 역할

장소 경험의 연결, 확장

# 리브랜딩 디자인

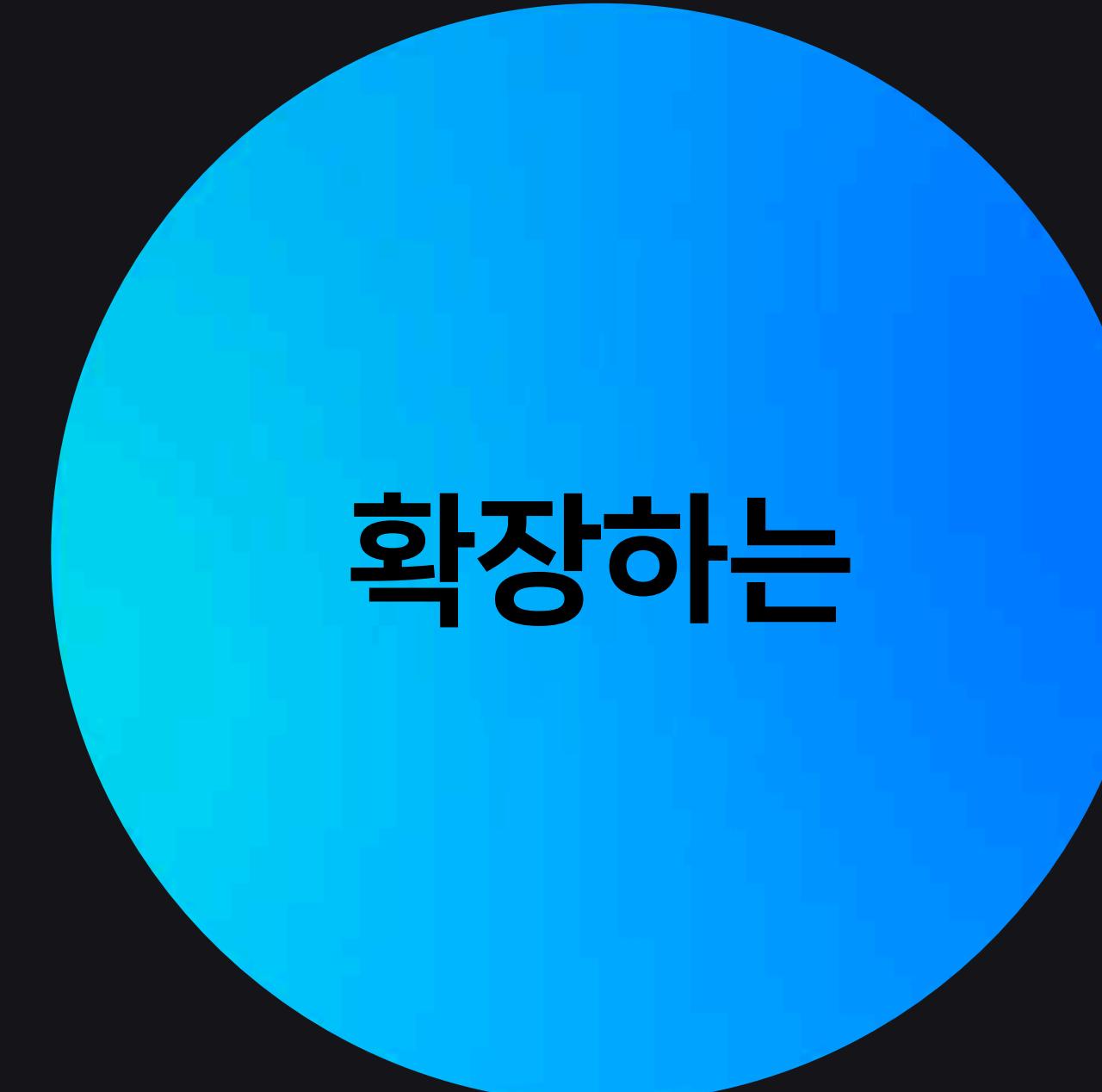
- 디자인 컨셉 및 방향성
- 새로운 브랜드 심볼 개발
- 비주얼 아이덴티티 및 그래픽 애셋 소개
- 브랜드 필름

“모든 여정의 시작, 네이버지도”



친근한

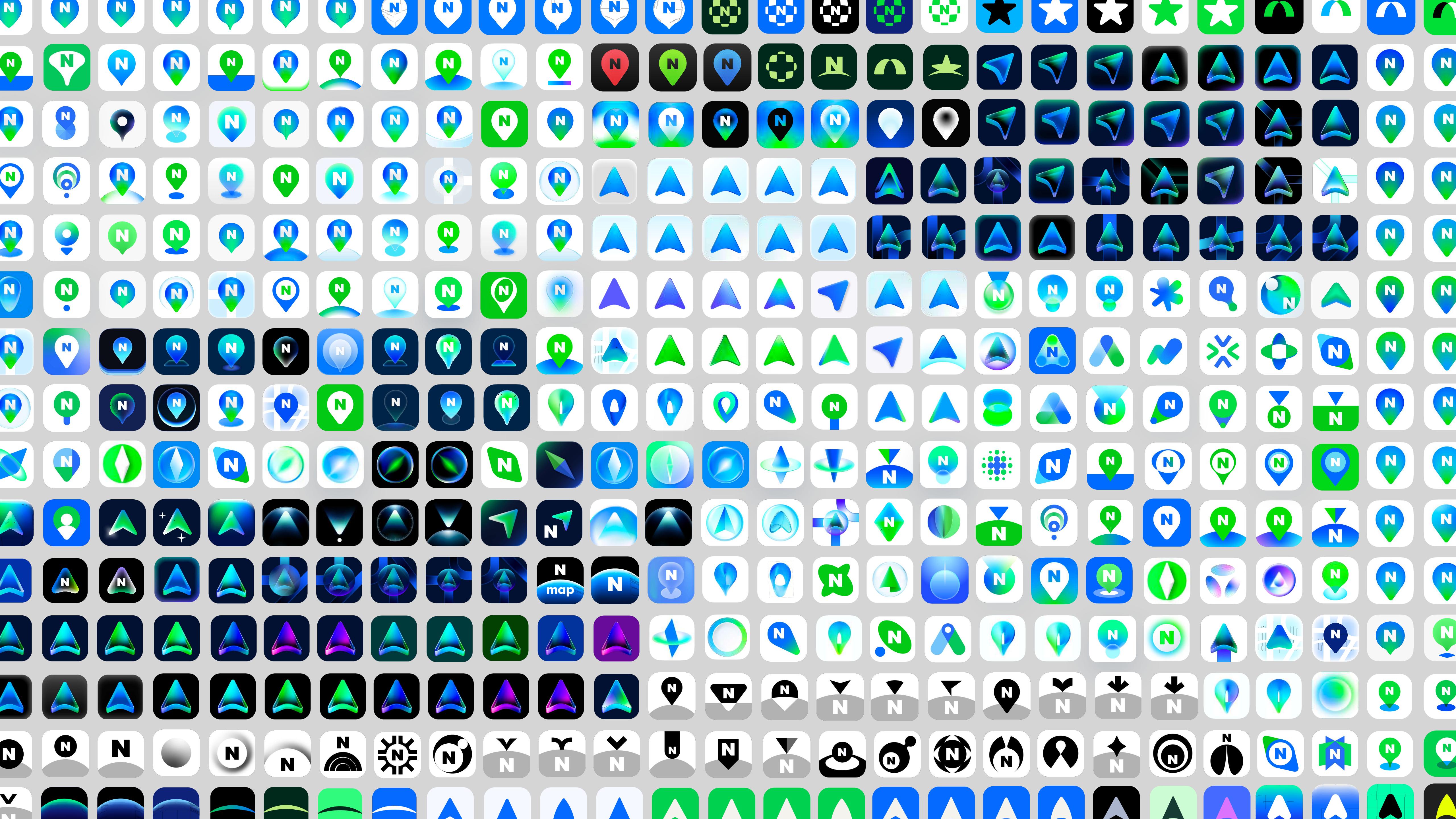
일상 속 가까이,  
친숙하게 곁에 있는



확장하는

길찾기와 장소 발견/탐색  
모두 하나의 경험으로





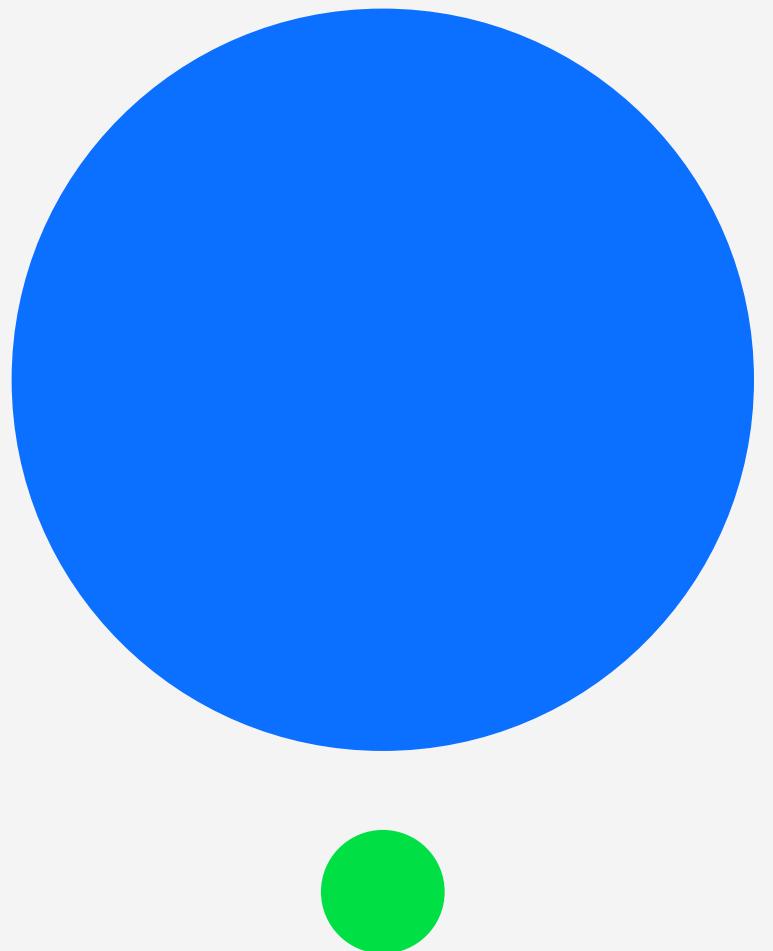
다채로운 경험 & 경험의 확장  
확장 / 블렌딩(그라데이션)



입체적인 경험 & 다채로운 관점  
원근감 / 공간감

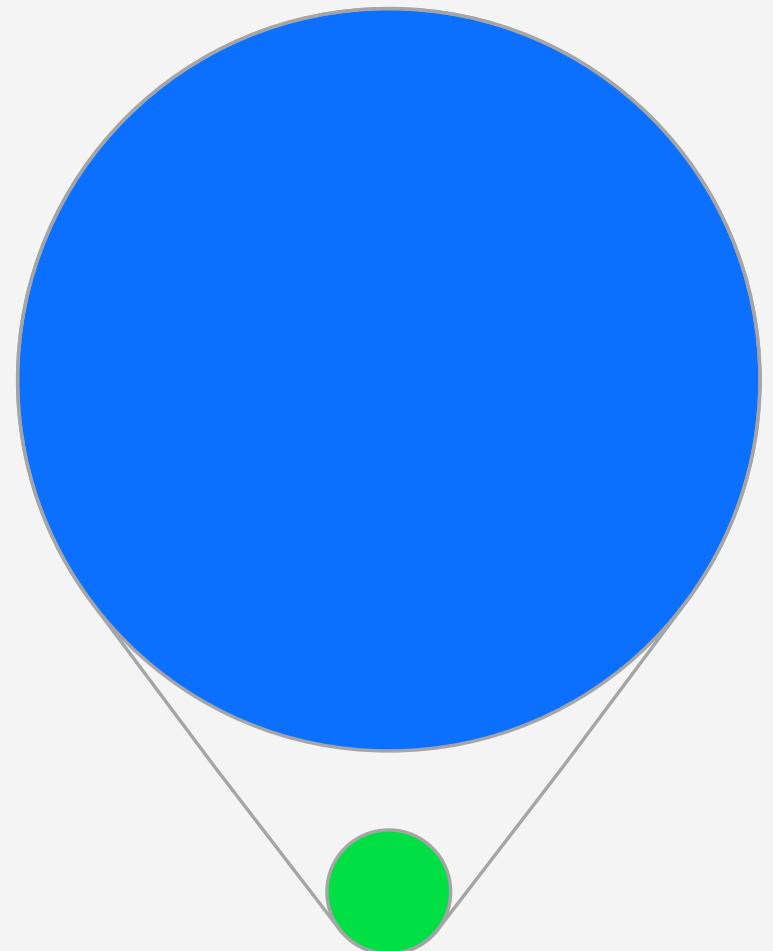
### Spot & Face

‘길찾기’ 도구를 넘어



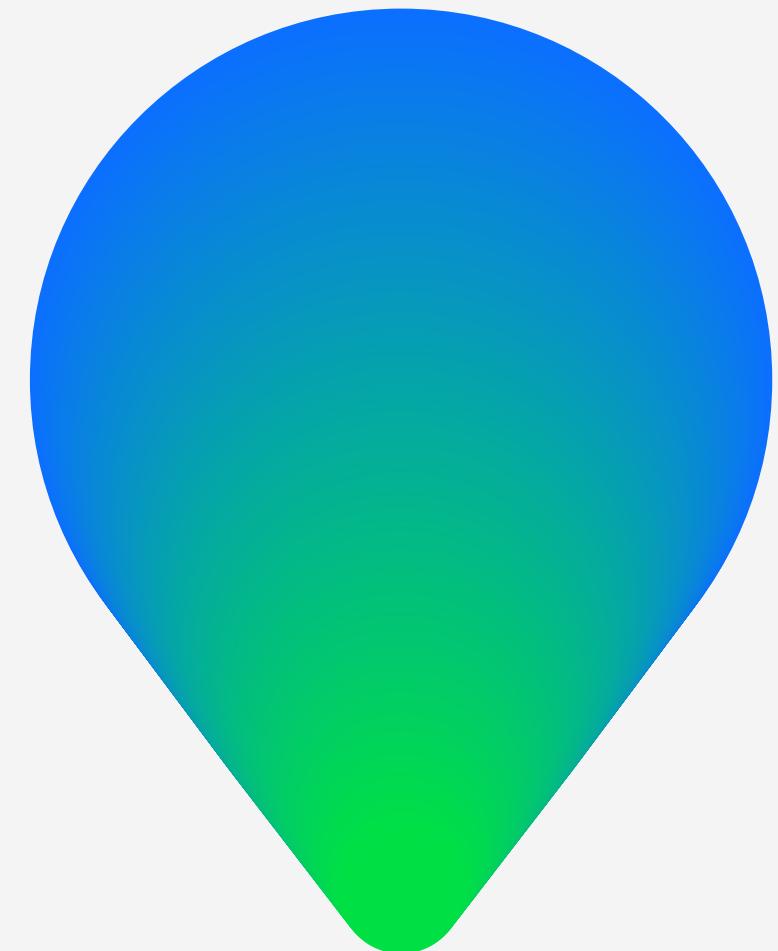
### Expanding

일상의 ‘경험’으로  
확장되고



### Seamless

온라인과 오프라인을  
매끄럽게 잇는



### Platform

장소 기반 통합  
플랫폼으로서의 도약







10:30



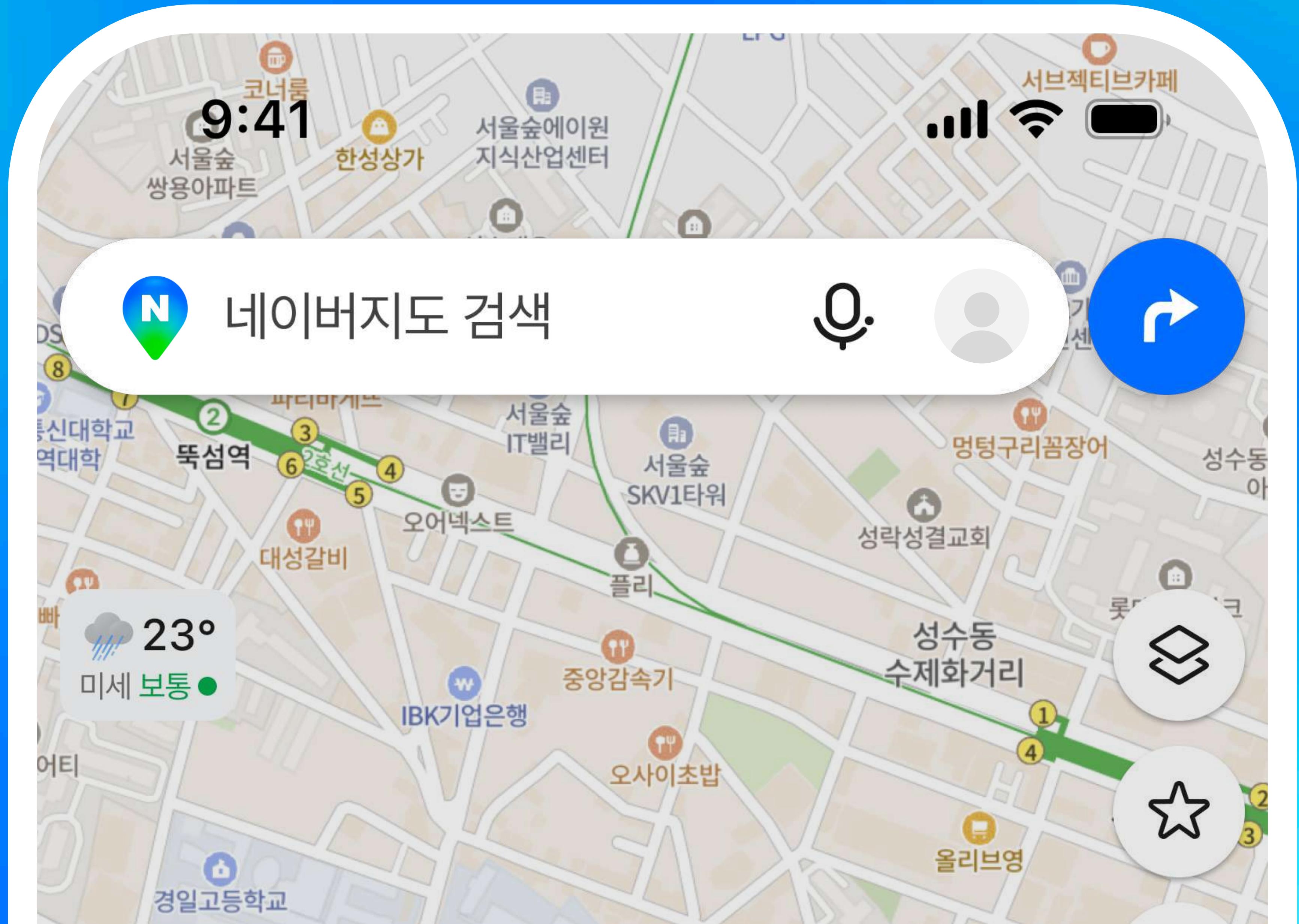
네이버 지도

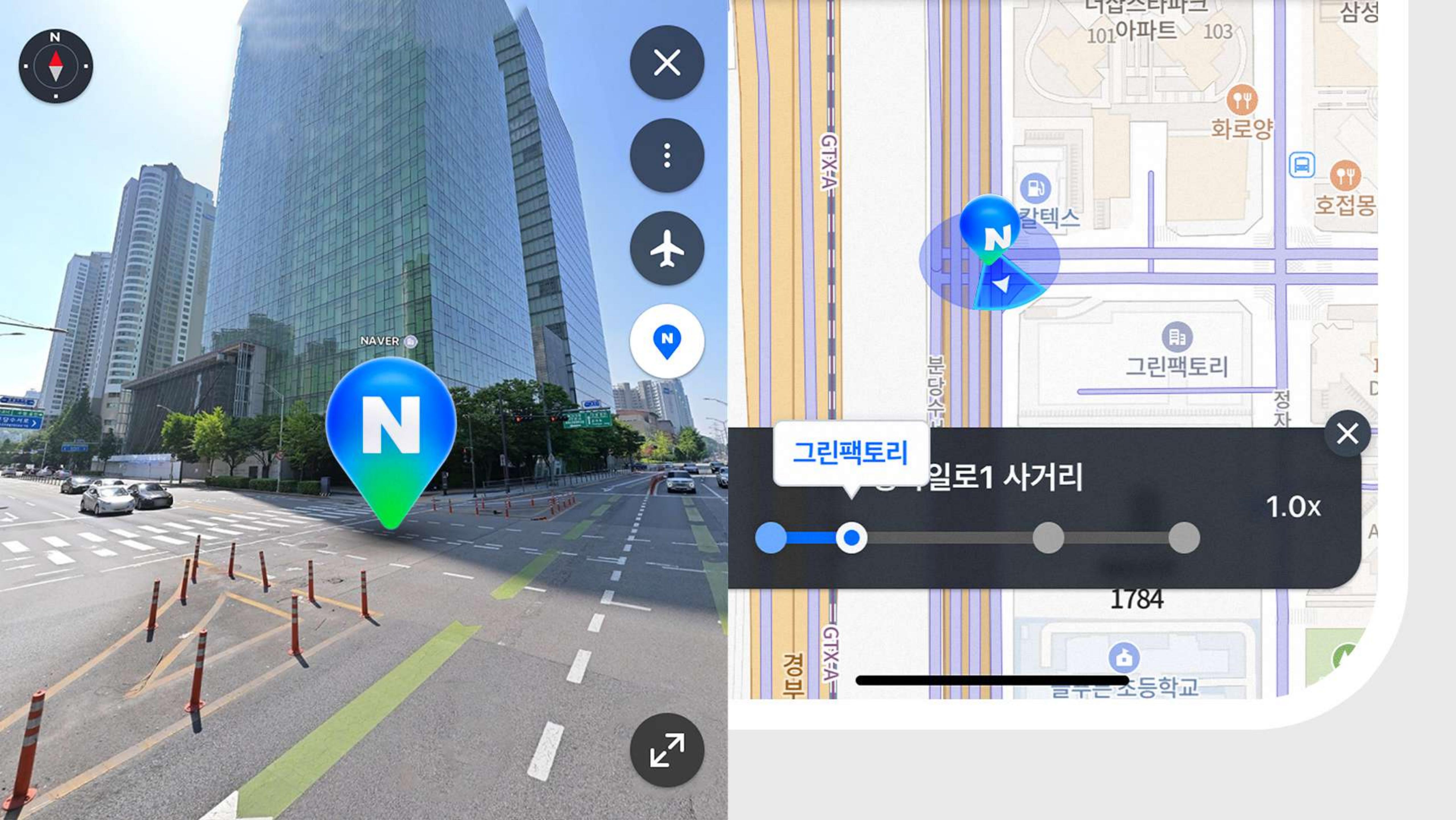
10:30



네이버지도

네이버지도 검색





로고타입





지도



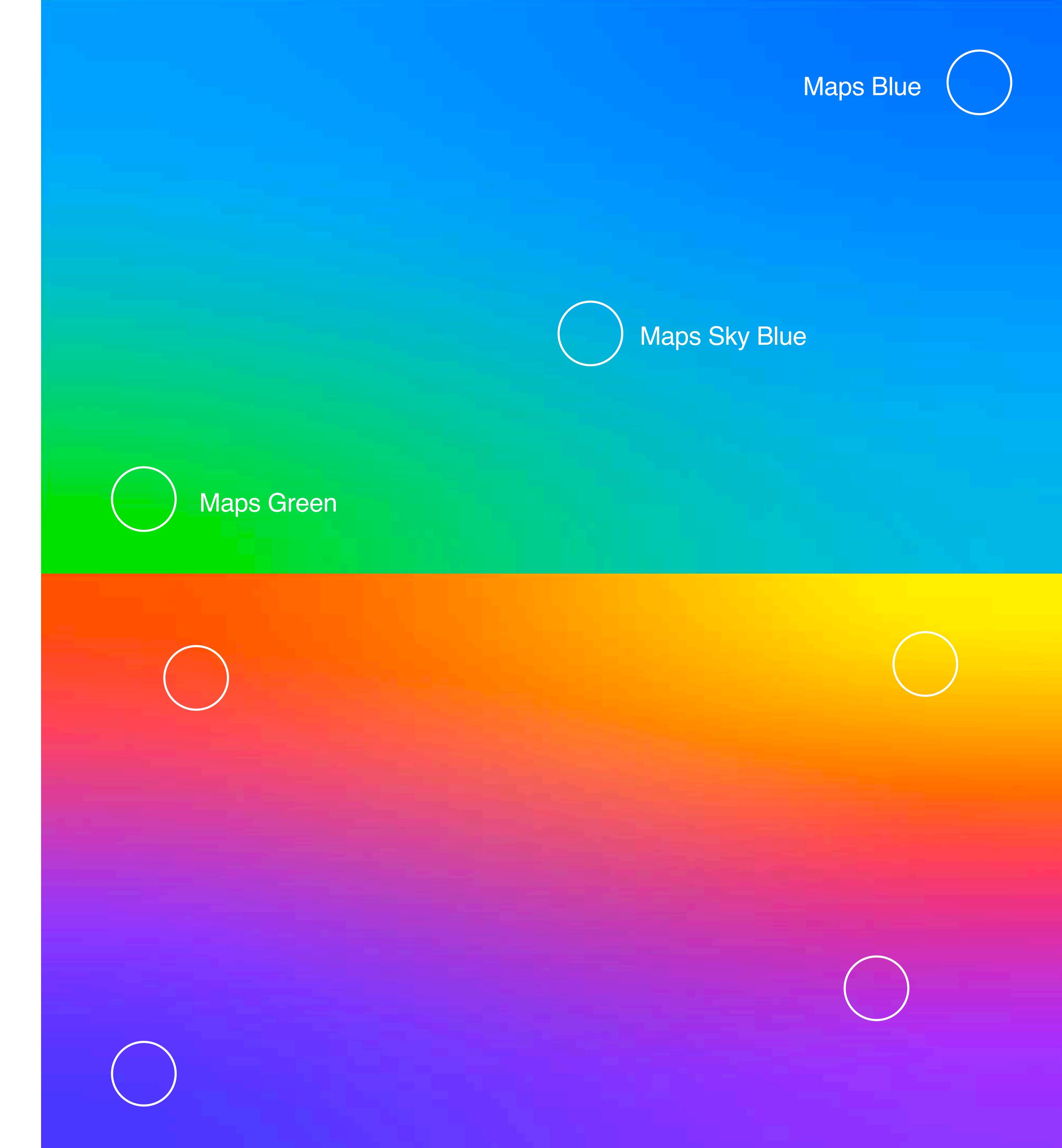
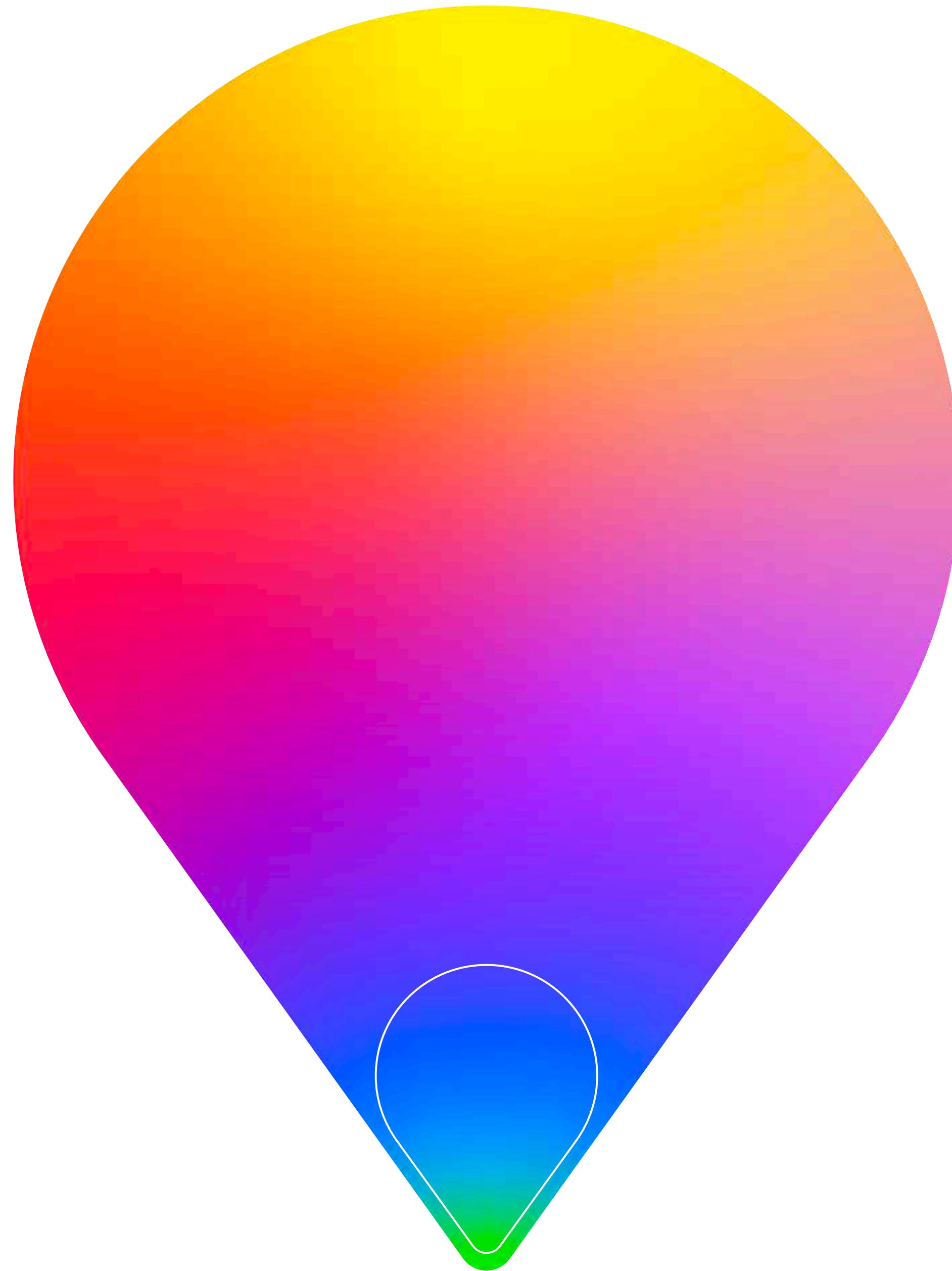
지도



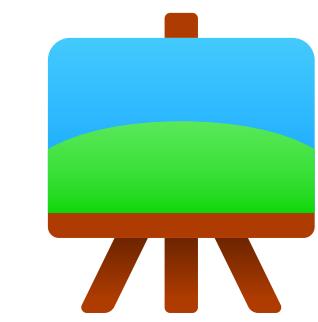
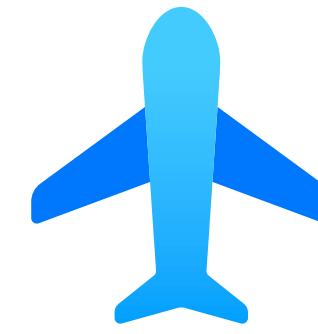
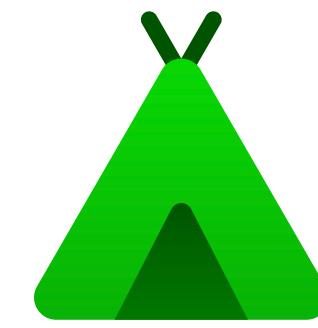
지도



## 컬러 시스템



# 아이콘\_숏컷



아이콘\_하단 탭

3

#사진찍기좋은곳

MAKING  
JUST MAKING

한국잡월드

...

4

#데이트맛집 동파육



미가훠궈양고기



발견



예약



대중교통



내비게이션



저장

NAVER

한산오피스텔

영등포구 당산동 주변 예약

음식점 포장·주문 헤어샵 편의점·택배 병원

펜션 레저·티켓 체험·클래스 공연·전시 항공권 예매

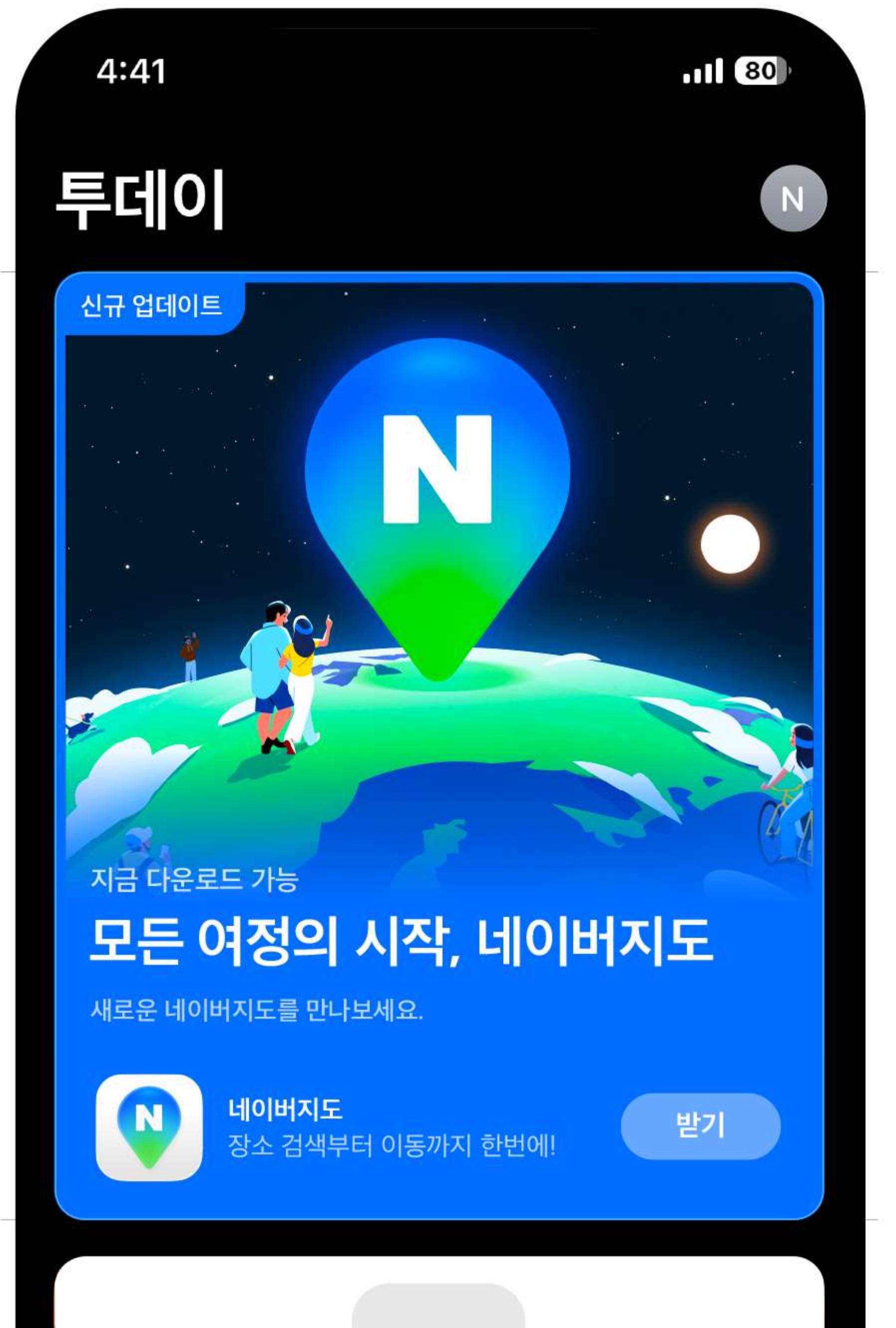
SPECIAL WHITE DAY  
다이닝 예약 시작 4월 3일 오전 9시부터

네이버지도

네이버지도  
새로운 장소의 발견부터 예약까지  
모든 여정의 시작, 네이버지도

길찾기 저장한 장소

맞춤형 지도 내 운전점수는? 공식 블로그



**Map Your Journey**



Map Your Journey

N



NAV NEXIC



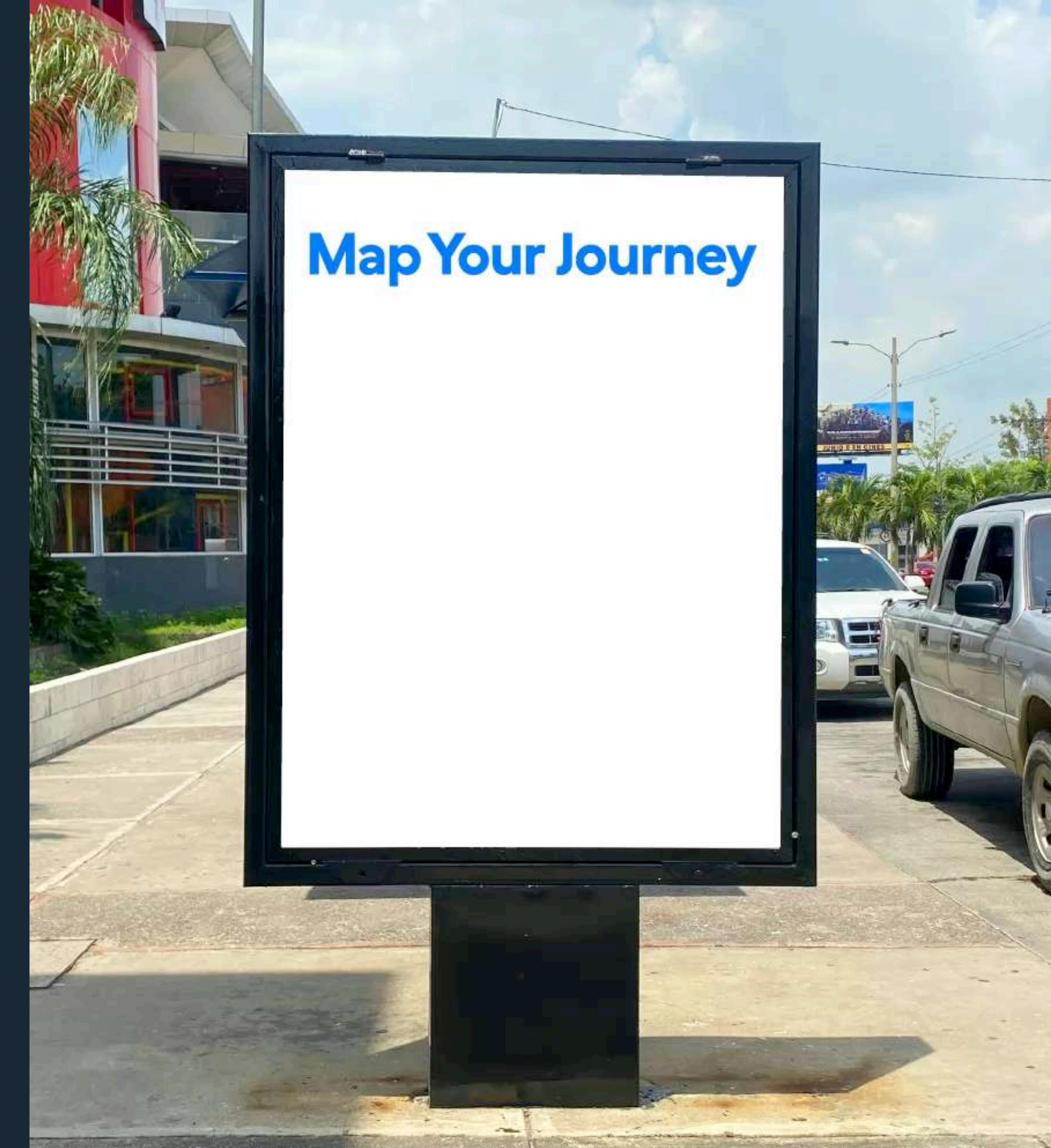
 Find a Nearby Cafe

 Get a Haircut

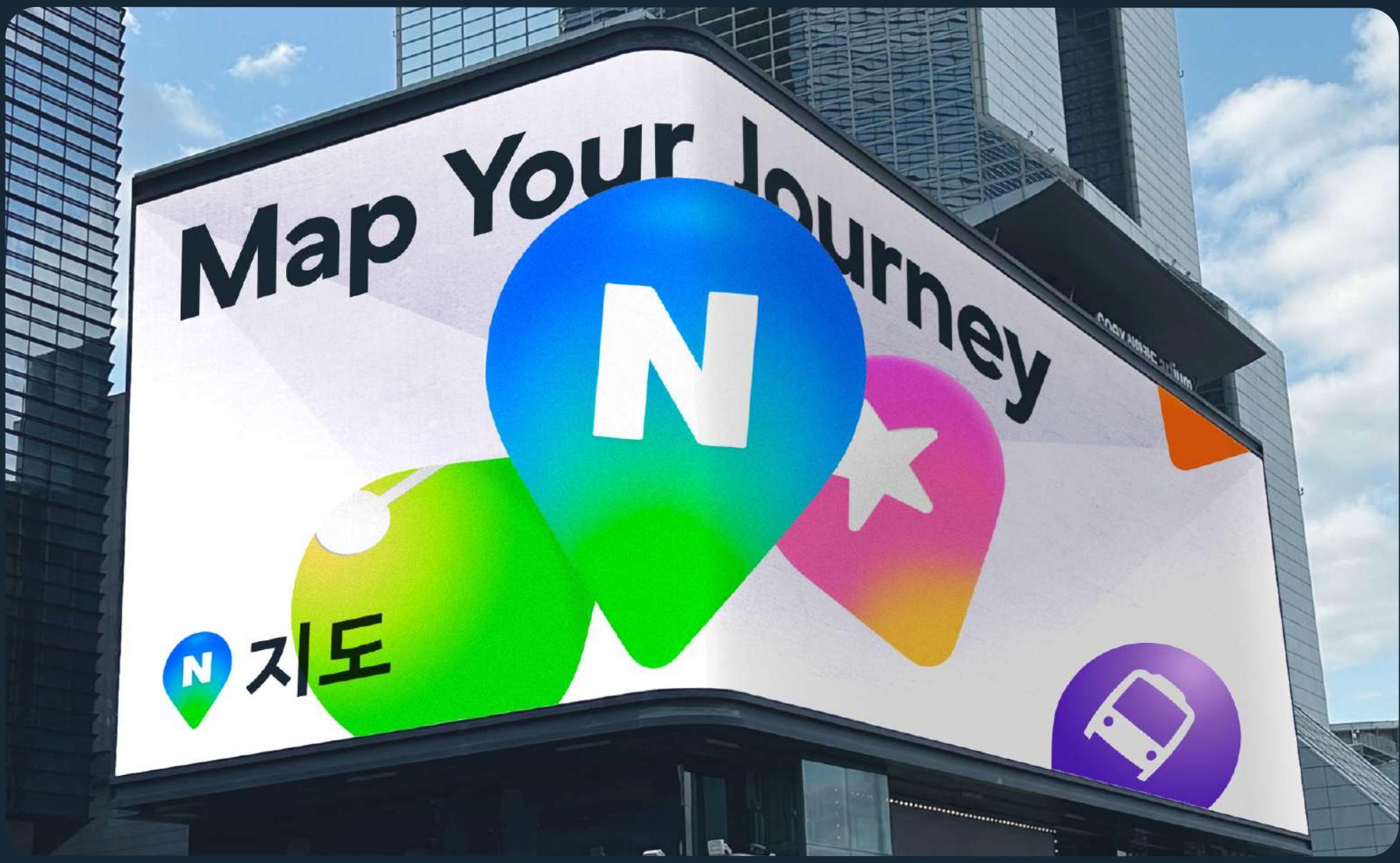
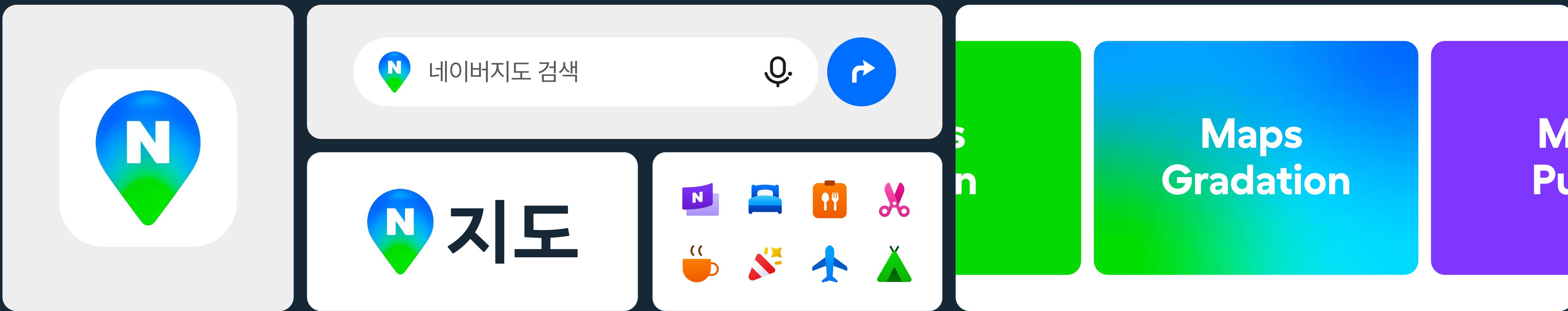
 Book Tickets

 Reserve a Table

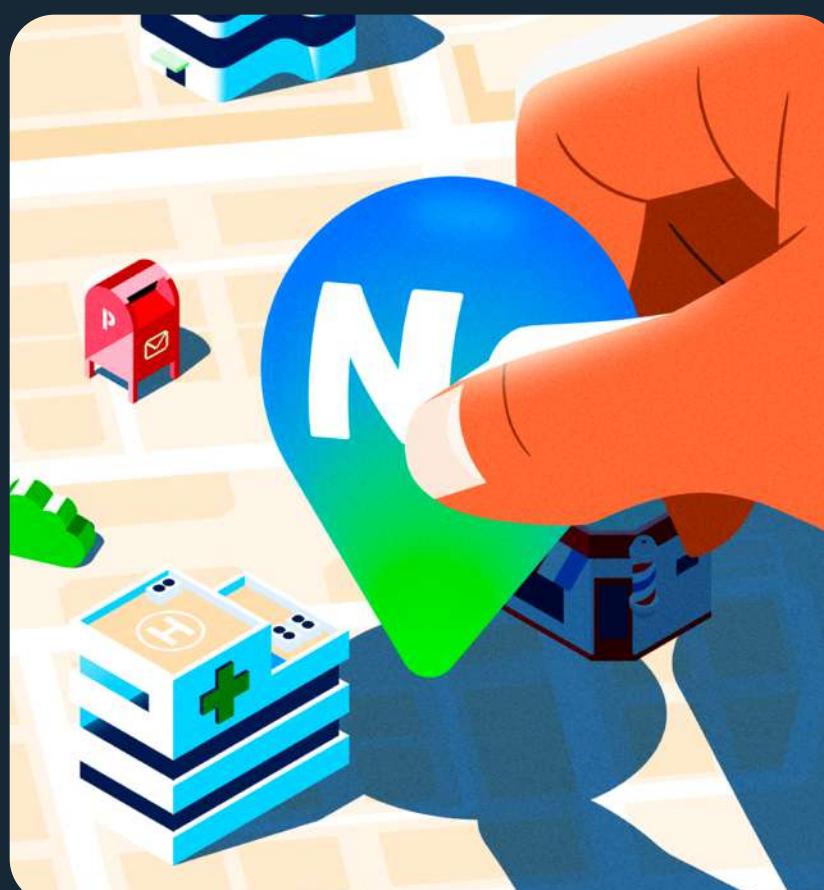
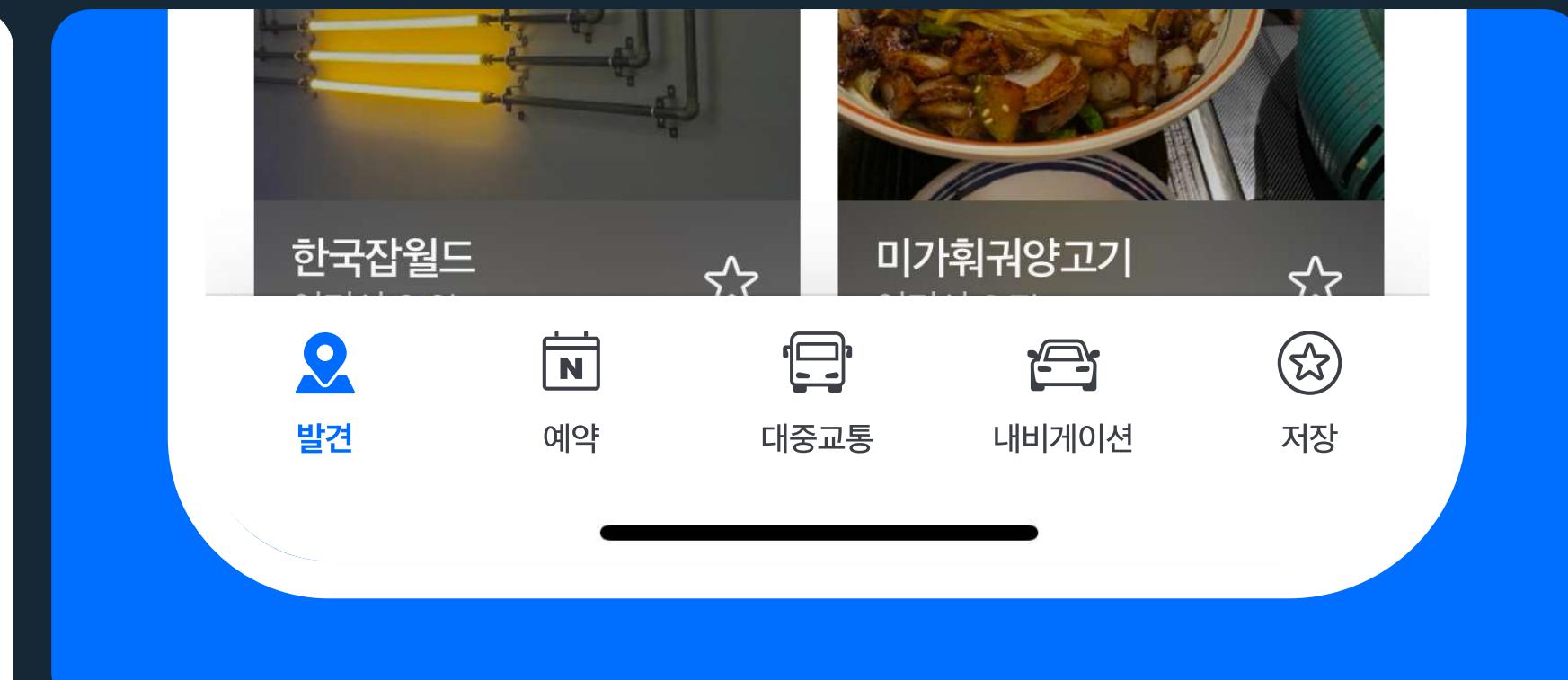
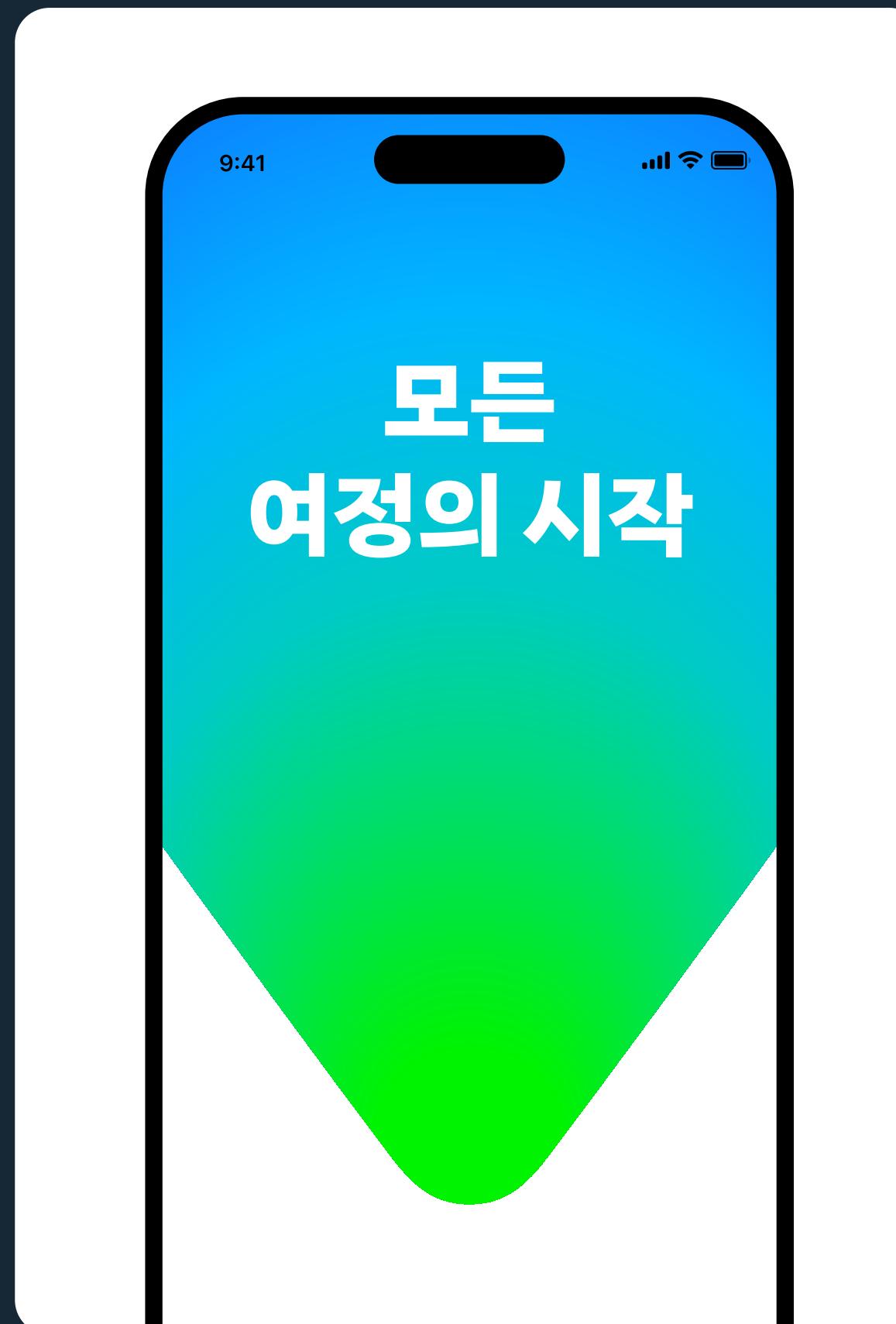
 Join an Art Class







Map Your Journey





05.

## 리브랜딩 캠페인

Phase 1

## 리브랜딩 캠페인

새로운 로고, 슬로건  
브랜드 정체성 각인

Phase 2

## 서비스 마케팅 캠페인

발견/예약 신규 탭 소개  
서비스 유입, 사용 유도 이벤트

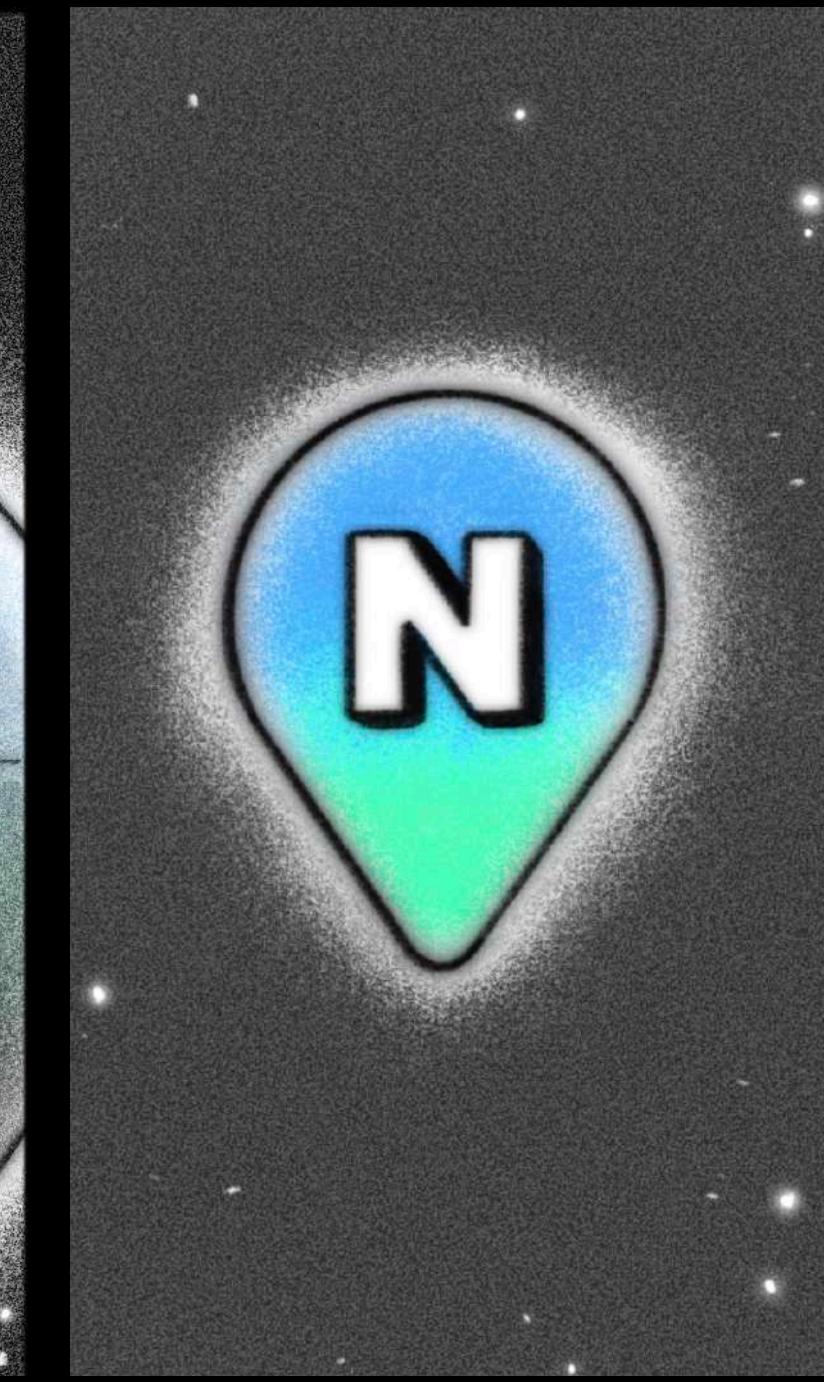
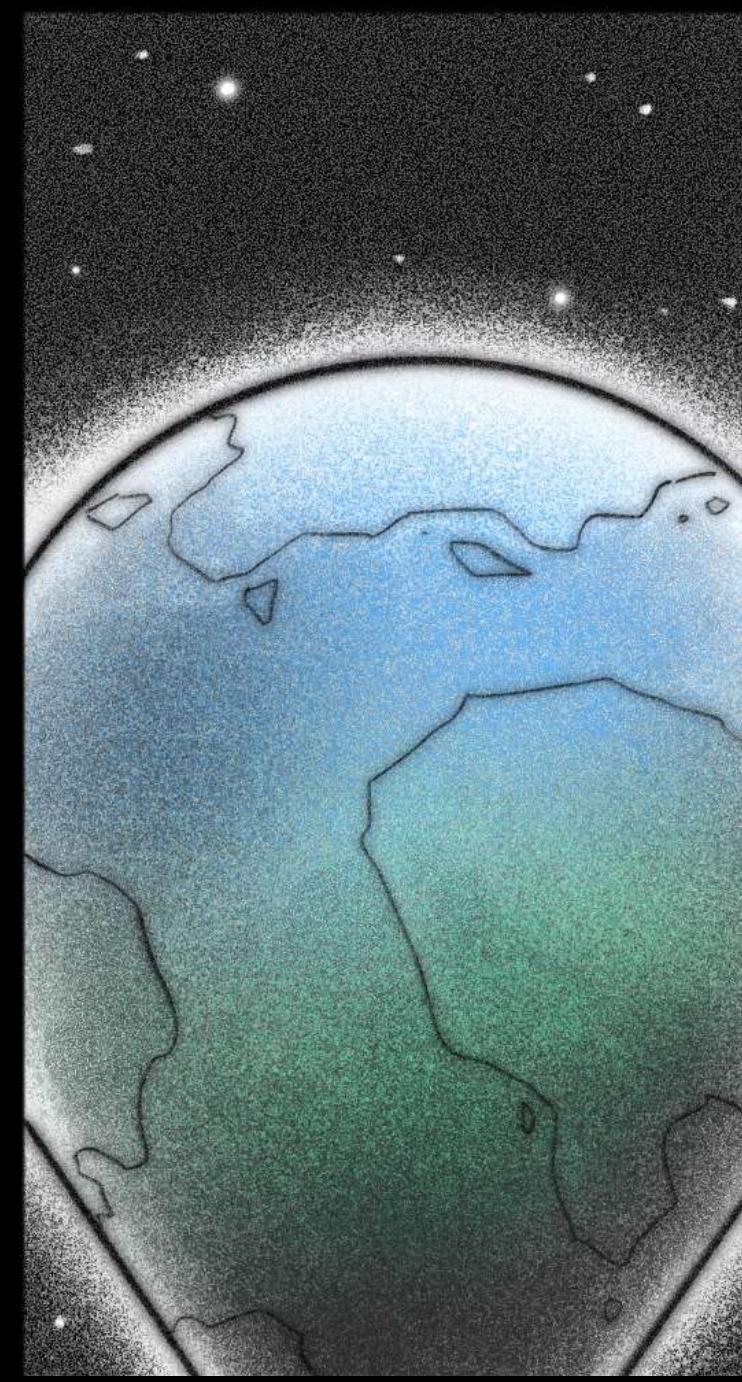
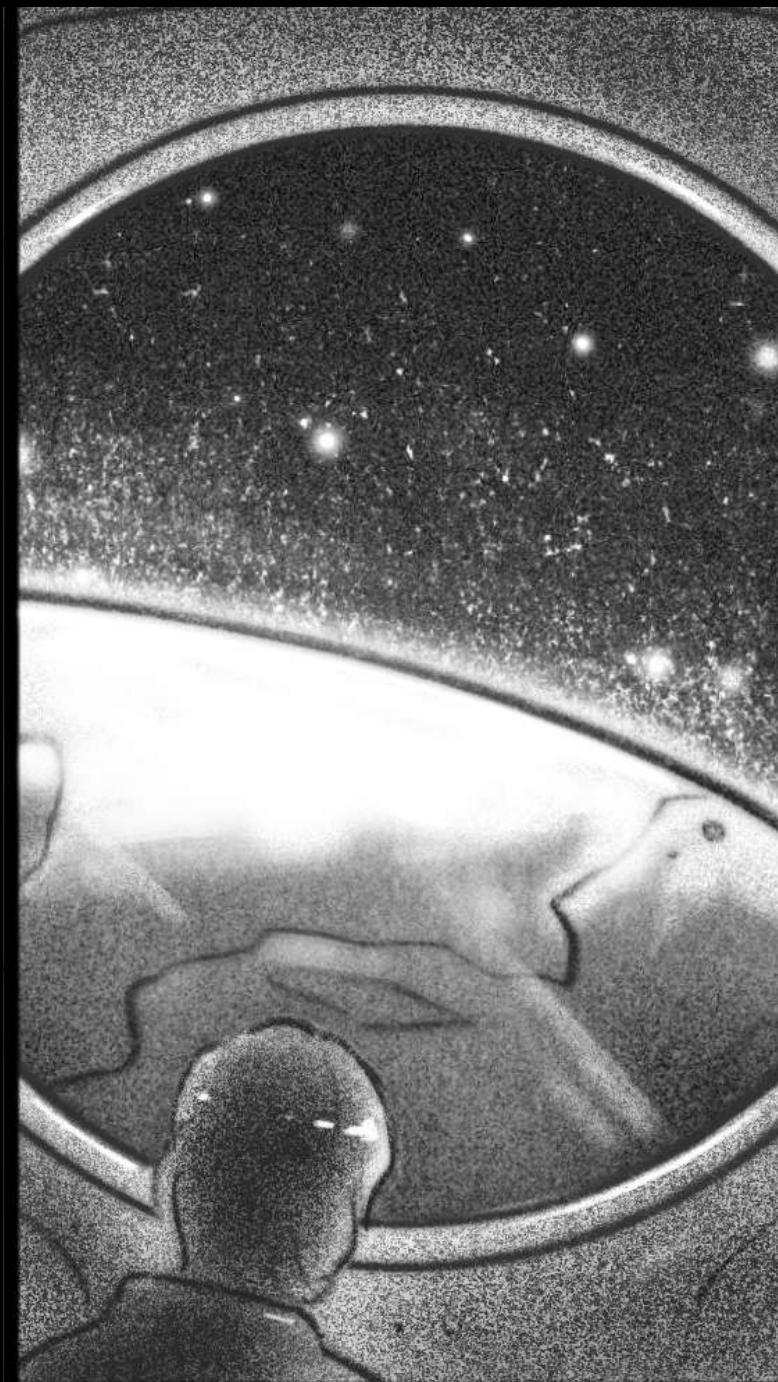
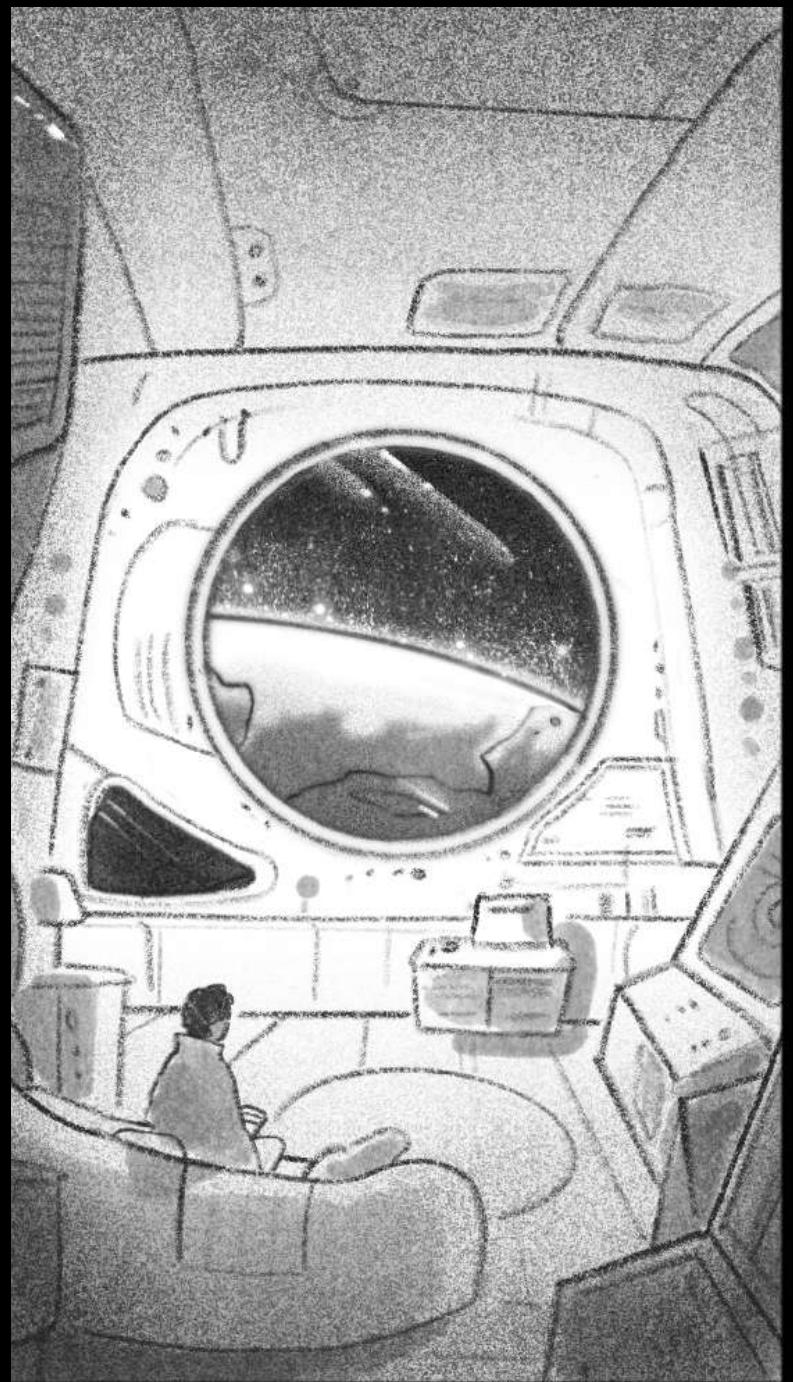
“모든 여정의 시작”

그 시작을 알리는 리브랜딩 캠페인

# “여정이 시작되는 순간”을 표현

- 탐험과 발견을 상징하는 모티프를 통해 여정의 시작을 은유적으로 표현
- 초현실적이고 감각적인 톤앤매너로 브랜드의 확장된 세계관 전달

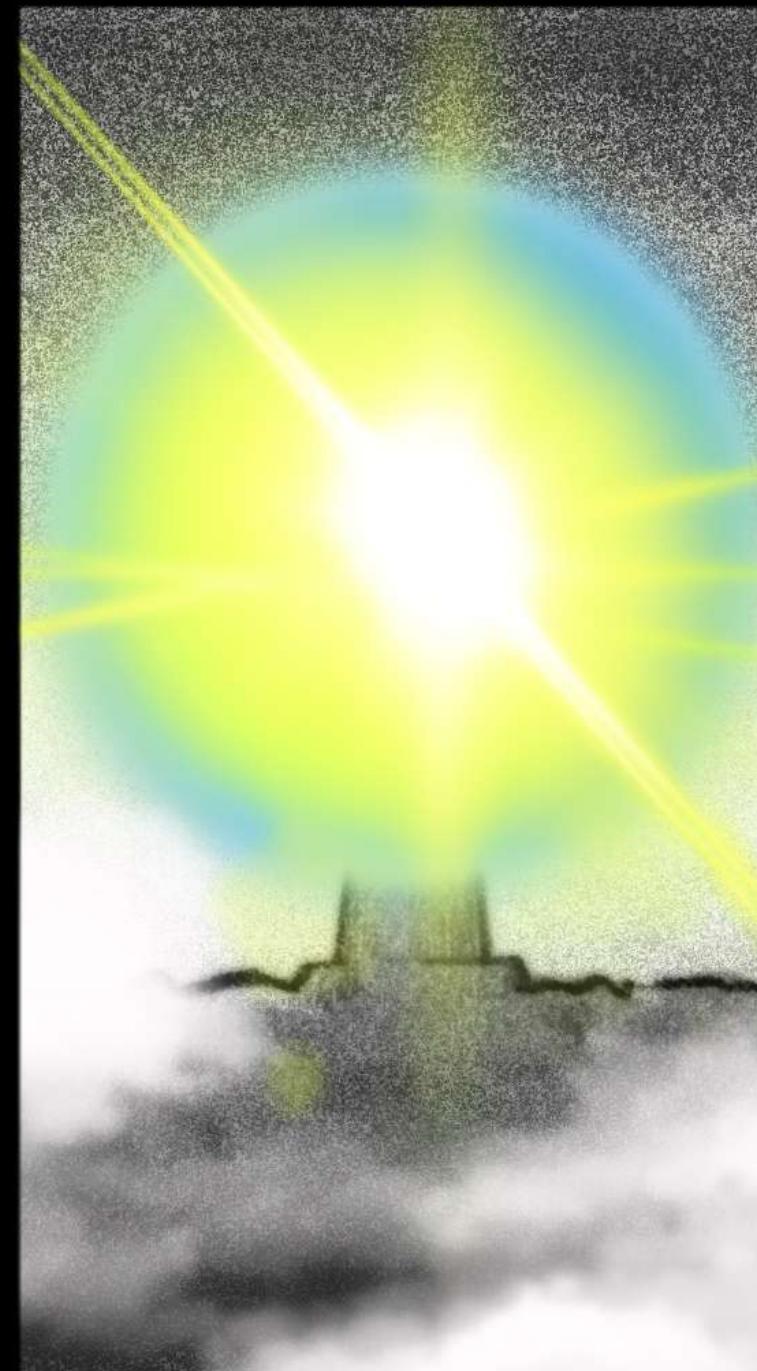
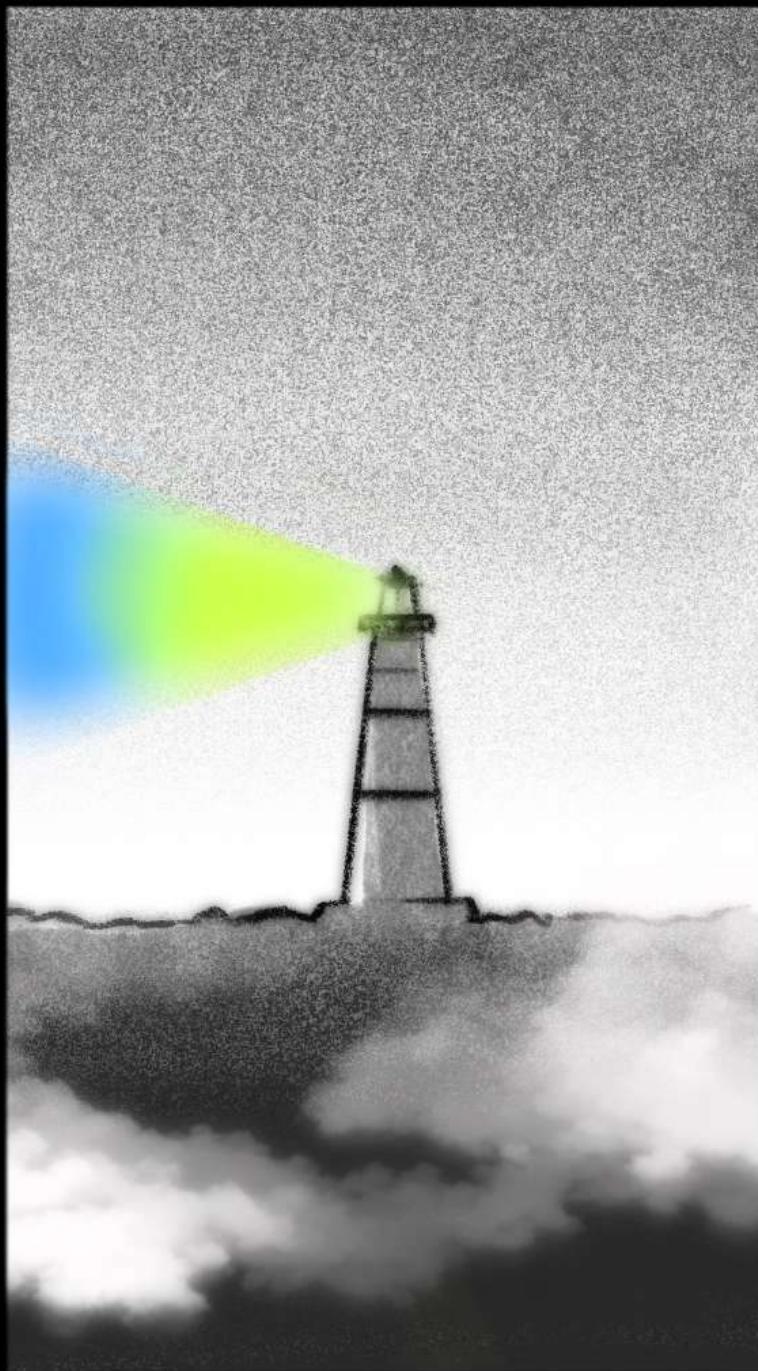
## 우주 편



모든  
여정의 시작



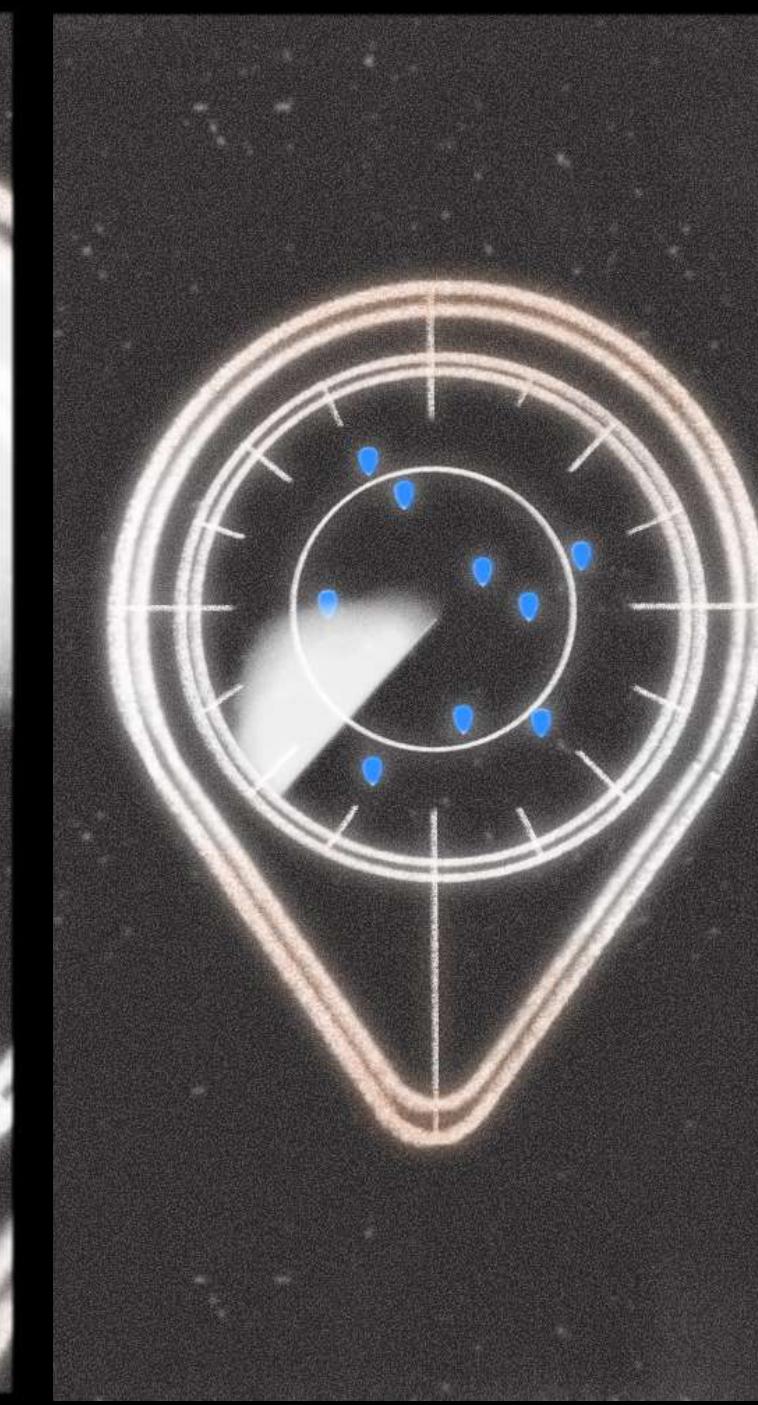
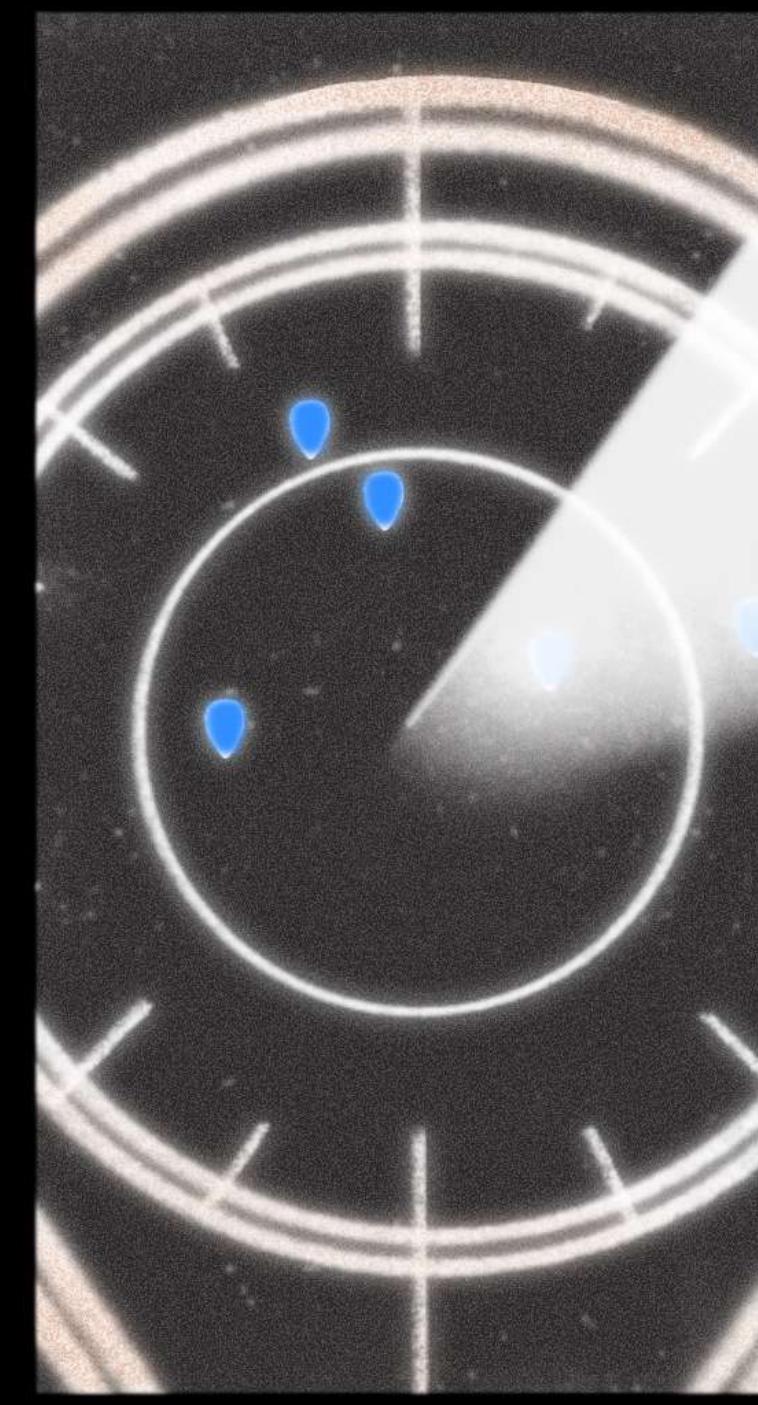
## 등대 편



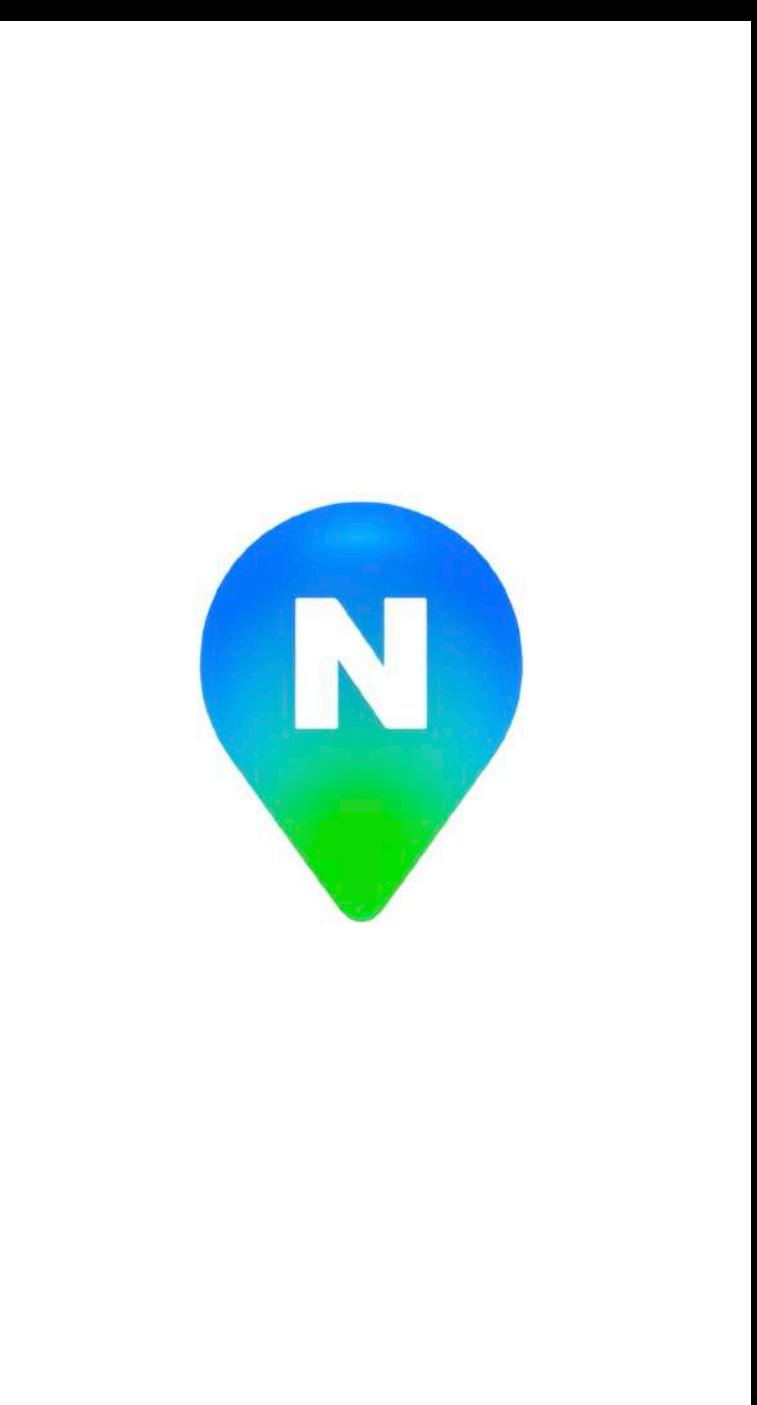
모든  
여정의 시작



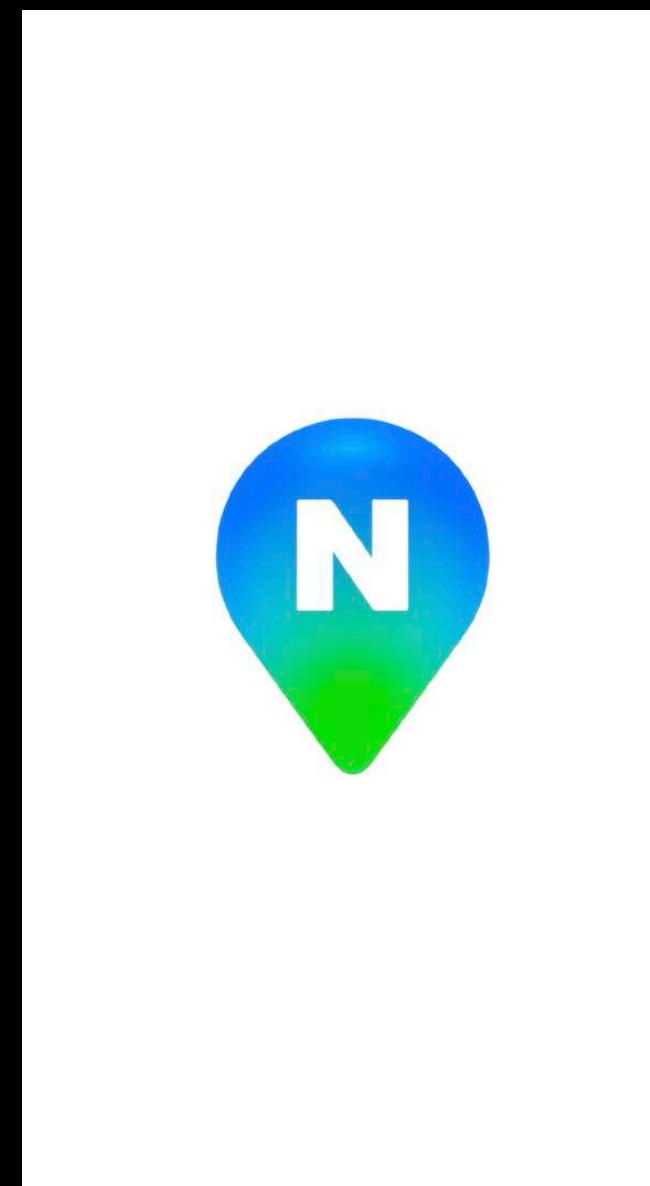
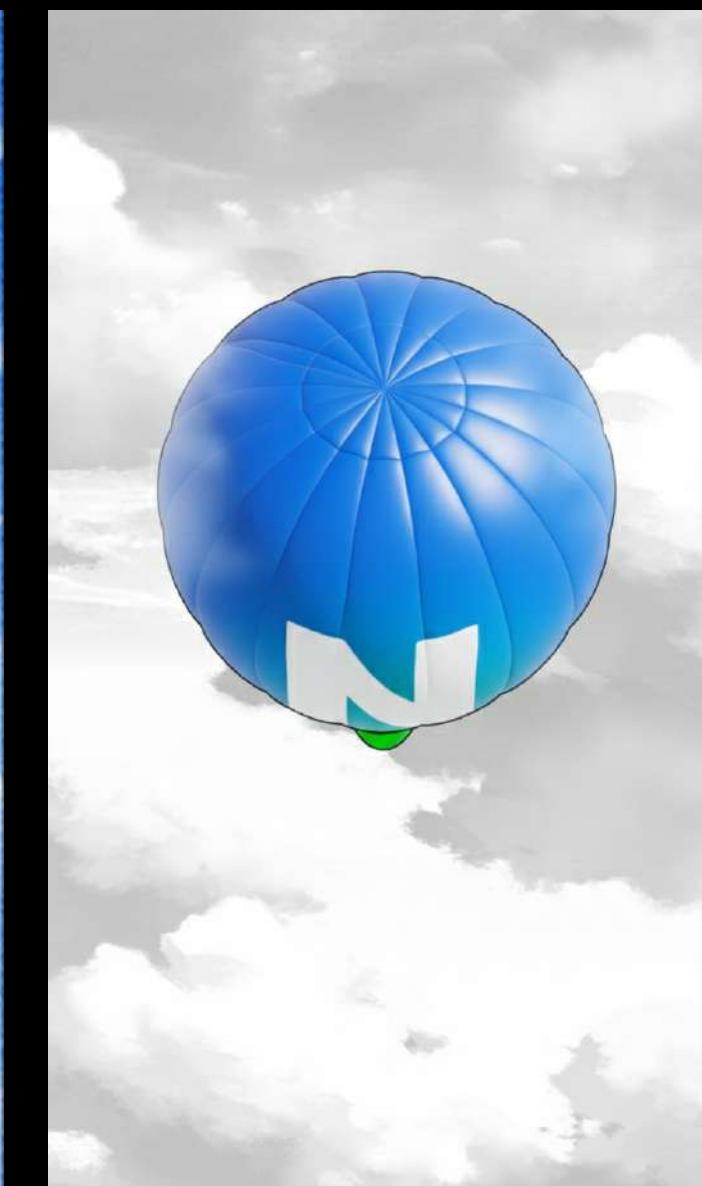
## 레이더 편

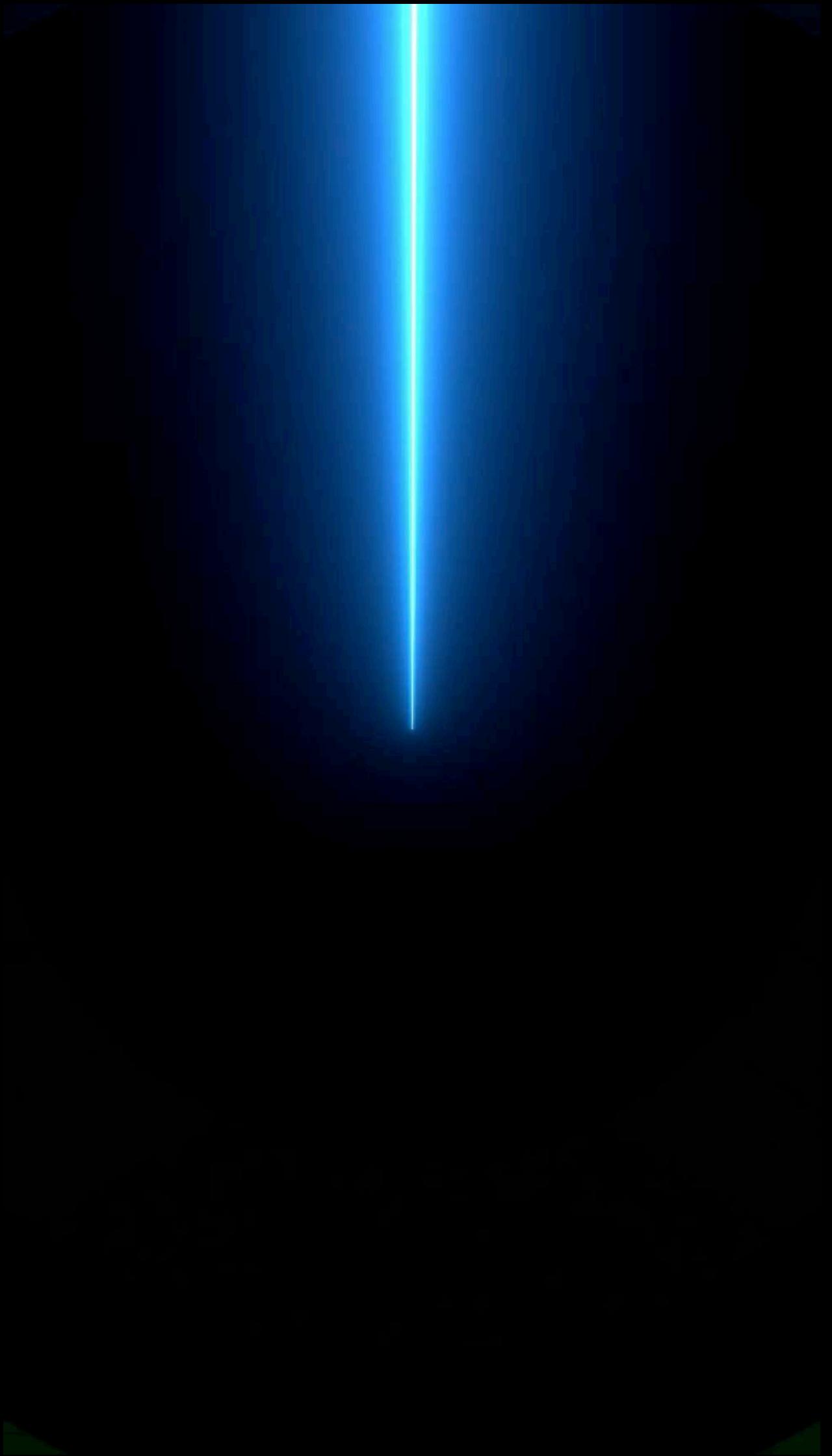
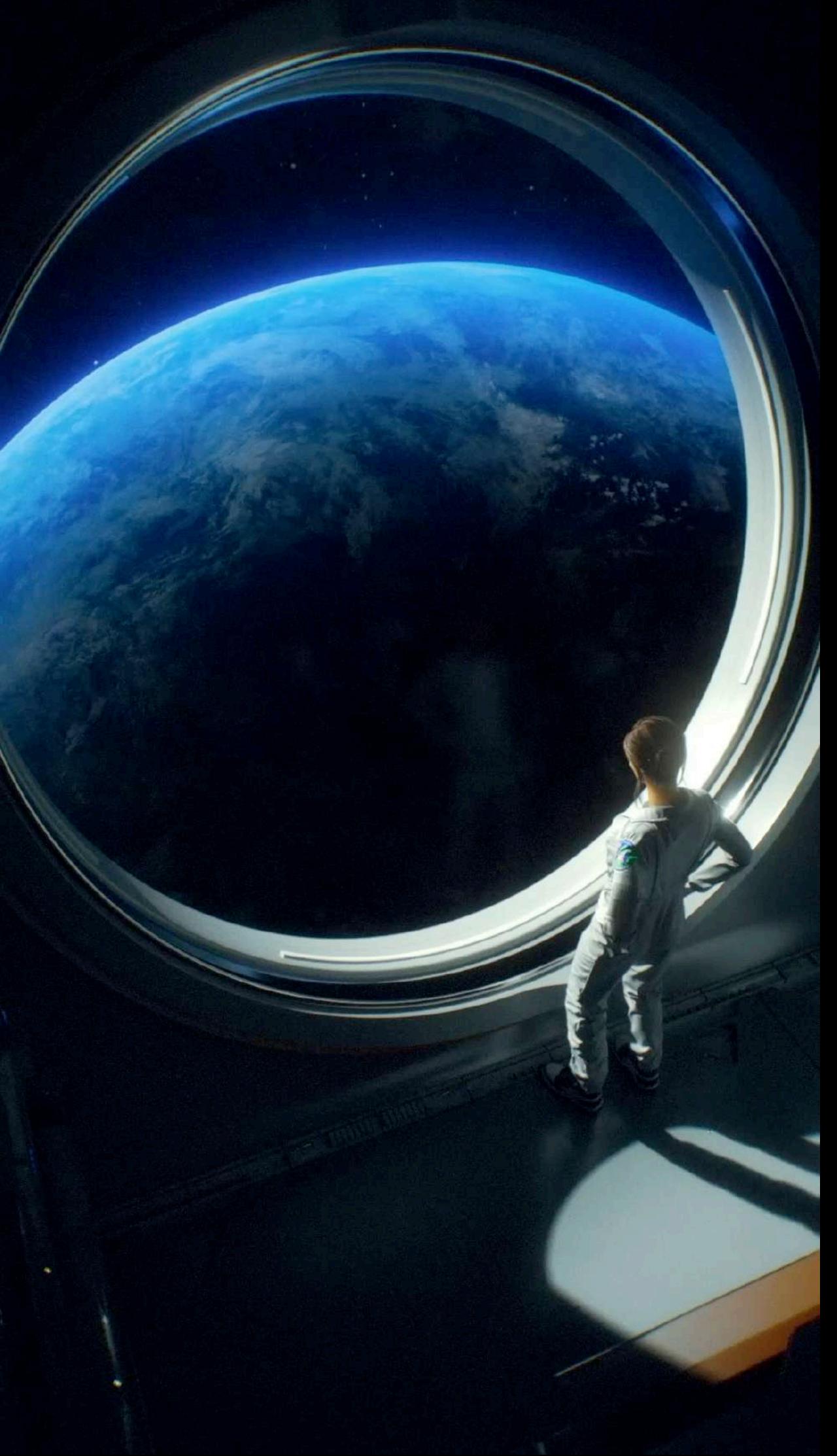


모든  
여정의 시작



## 열기구 편





11/10에 개편되는 네이버지도 앱  
많이 기대해주세요!

# Q&A

# EOD