

빙 샌드 브랜드 디자인 기획안

팀원 정재훈



빙 샌드 브랜드 디자인

목차

01 브랜드 설정

02 소비자 설정

03 디자인 컨셉

04 시그니처 정립

01

브랜드 설정 - 주제 선정

바쁜 현대인은 일반적으로
샌드위치보다
패스트푸드인 햄버거를 선호하는데,

맛과 가격, 접근성과 회전률을 챙기면서
건강을 놓치지 않으면
많은 사람들이 좋아하지 않을까?

라는 질문은 제가 가상의 브랜드
[빙 샌드] 를 만들게 된 계기입니다.

01

브랜드 설정 - 네이밍

빙 샌드 Well - Being Sandwich

빙 샌드의 네이밍은 웰빙의 **빙**,
샌드위치의 **샌드**에서 따와 조합한 것입니다.

웰빙은 건강한이라는 의미로 알려져 있지만
본질적인 의미는 좋은 삶을 살다입니다.

빙 샌드는 삶에 필요한 식(食)**먹거리**로
좋은 삶을 실현하고자 하는 의미가 담겨있습니다.

01

브랜드 설정 - 슬로건

삶을 든든하게

최대한 낮은 가격에
신선한 샌드위치를 제공함으로써

지역 사회의 건강과 영양을 책임지고 싶은
빙 샌드의 의지와 철학이 담긴 슬로건입니다.

01

브랜드 설정 - 핵심가치

사회 환원

빙 샌드의 핵심 가치는 [사회 환원]입니다.

빙 샌드는 벌어들인 이윤을

좋은 재료와 매장 시설에 투자하고,
도움이 필요한 지역 아동에게 기부 함으로써
사회적 가치를 창출하는 기업입니다.

02

소비자 설정

코어 타겟

재학중인 고등학생,
방과후 학원에 가기 전 짧은 식사시간을 이용하여
건강하고 영양이 풍부한 식사를 원하는 고등학생

서브 타겟 1

구매력이 낮지만 빠르게 한끼 식사를
해결하고 싶은 20~23세 취준생

서브 타겟 2

낮은 칼로리 높은 영양을 원하는
다이어트에 관심이 많은 19~22세 여성

02

소비자 설정 - 포지셔닝

합리적인 가격에 사회의 건강을
책임지는 샌드위치 프렌차이즈

짧은 조리시간, 청결한 매장 시설,
방과 후 시간대에 집중된 영업 시간,
가격이 낮으면서 포만감을 채울 수 있는 든든한 한끼,
처리하기 쉬운 포장지 사용.

빙 샌드는 **지역 사회**의 영양과
지구의 건강을 신경쓰는 **그린** 기업입니다.

03

디자인 컨셉



03

디자인 컨셉 - 키워드 도출

건강, 영양, 웰빙, 든든한, 친근한
익숙한, 접근성, 청결, 젊음
신뢰, 가성비, 친환경

03

디자인 컨셉 - 모티브 선정

순환



빙 샌드의 핵심 가치인

돈이 돌고돌며 사회의 가치를 창출한다는 의미인

사회 환원의 이미지를 담고자 모티브를

[순환]으로 선정했습니다.

03

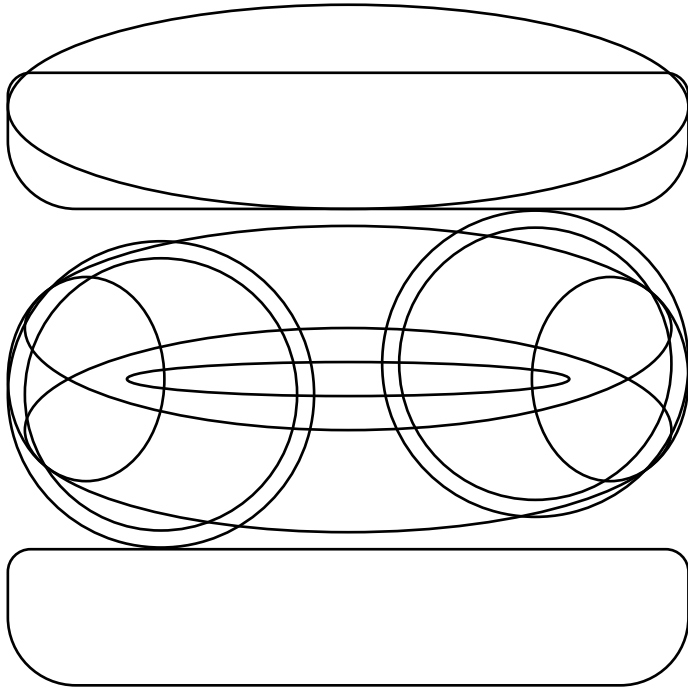
디자인 컨셉 - 스케치



설정한 빙 샌드의 핵심 가치를 보여줄 수 있는
순환하는 듯한 모양이 빵 사이에 끼워진 컨셉으로
방향성을 잡았습니다.

03

디자인 컨셉 - 드로잉(도식화)



03

디자인 컨셉 - 컬러 가이드



C: 0%
M: 85%
Y: 100%
K: 0%



C: 60%
M: 0%
Y: 100%
K: 0%



C: 0%
M: 35%
Y: 95%
K: 0%

03

디자인 컨셉 - 심볼마크 제작



보기만 해도 배가 불러지는 통통한 빵 사이에 끼워진
빙 샌드의 핵심 가치가 담긴 순환 마크를
부드러운 곡선을 이용하여 표현하였습니다.

03

디자인 컨셉 - 파비콘 제작



빙 샌드의 앞 글자인 [B]를 따온 모양과
컬러 가이드의 색상을 이용하여
심플하고 깔끔하면서 순환하는 느낌을 담아낸
파비콘 입니다.

04

시그니처 정립



빙 샌드 시그니처의 좌우조합,
세로조합 사용 원칙입니다.
로고는 국민연금체 볼드를 사용합니다.

