



V°WONDERLAND EXTENSION

LIST OF CONTENTS°

COMPANY

Vision
Philosophy
Organization
Business
Service
Award

WORK

Build
Company Official
Brand
Promotion
UI/UX
Maiternence
E-commerce
Mobile App

마음속의° 원더랜드 브이더블유

V° WONDERLAND EXTENSION



COMPANY[®]



VISION

누구에게나 원더랜드가 있습니다

누구에게나 생각하면 심장이 미친듯이 요동치는
이상적인 세계가 있습니다.

서로들의 긍정과 희망의 꿈들이 절묘하게 어우러진
보다 찬란히 빛나는 완전한 세상

그 세상을 마주보고 벽을 허물고 더 가까이 다가가
서로를 알아가고 느끼는 것

그것이, 브이더블유의 원더랜드입니다.



우리는 성장을 외면하고 혁신을 선택합니다

빨라야 한다고 합니다
커져야 한다고 합니다
우리의 생각은 다릅니다

인생은 속도가 아니라 방향이듯이
쉬운 길이 아닌 새로운 길을 가는 것이
우리의 그곳에 다다른 길임을 알고 있습니다

그것이, 브이더블유의 원더랜드입니다



우리는 그것을 원더랜드라 부릅니다

놀랍지 않으면 설레지 않는 Creative Instinct

좋은 생각이 좋은 디자인을 만들고,
좋은 디자인이 보다 좋은 디지털 세상을
만들어 간다고 믿습니다.

우리로 인해 바뀌어갈보다 따뜻한 디지털 세상

그것이,
브이더블유의 원더랜드입니다.



PHILOSOPHY

WITH

우리와 함께
고객과 함께
사회와 함께
세상과 함께

PHILOSOPHY

WONDER IDEA

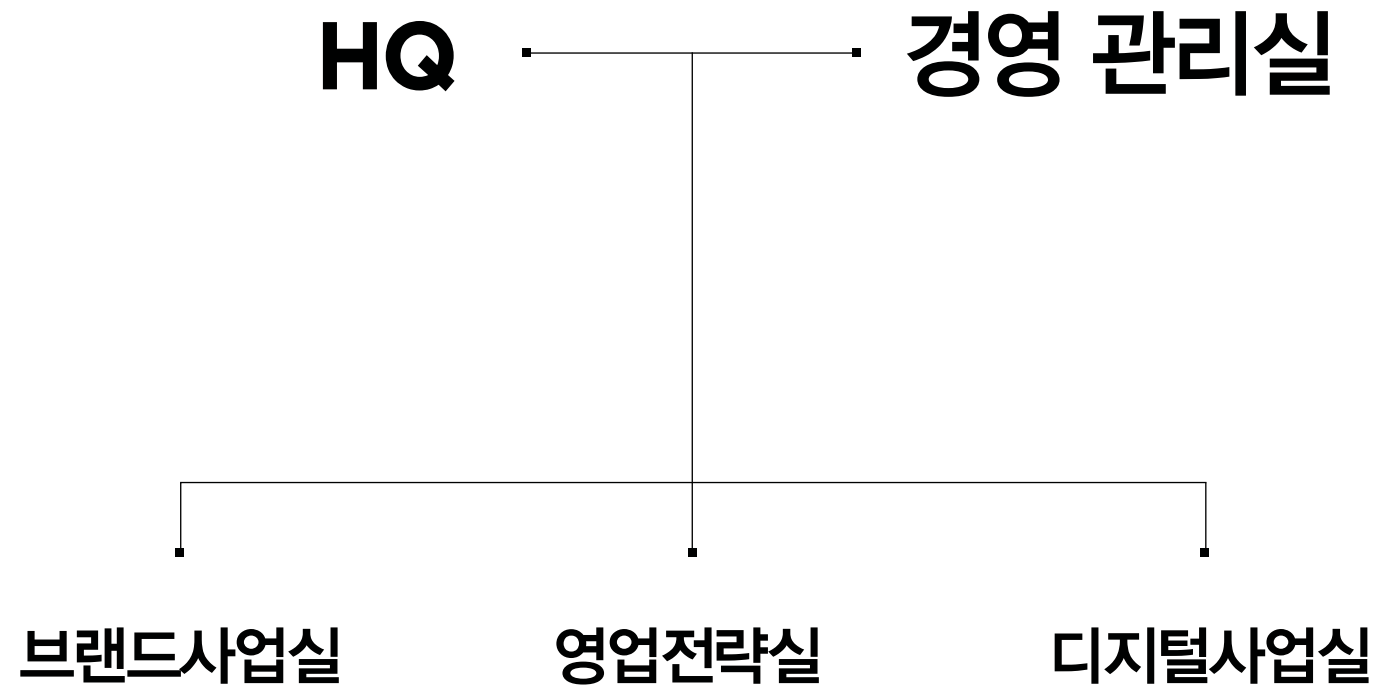
우리의 DNA는 세상을
놀라게 하는 IDEA입니다

PHILOSOPHY

THINK HUMAN

우리가 결정적으로 다른 것은
사람에 대한 고찰이 담긴
THINKING입니다.

ORGANIZATION



VWONDERLAND VWORLD WIDE

VW Worldwide is growing with the Head Office in Seoul, Korea
and the Global branch in Los Angeles, U.S.A

브이더블유 월드와이드는 대한민국 서울 본사,
미국 로스앤젤레스 US 브랜치와 함께 성장하고 있습니다.



US BRANCH

in LOS ANGELES
+1. 415. 670. 0346
vw-usa@v-w.co.kr

VW : HEAD OFFICE

+82. 2. 307. 3264
vw@v-w.co.kr



**OUR FIRST LOVE,
BUSINESS OVER THE BUSINESS, CREATIVITY...**



회사명	브이더블유 (VW Inc)
설립일	2006. 12. 12
법인전환	2012. 07. 01
대표이사	김형중
소재지	서울시 마포구 양화로 7안길 12(서교동 391-6) 3층
전화번호	02.307.3264
이메일	vw@v-w.co.kr
홈페이지	www.v-w.kr

WE ENSURE THAT OUR EFFICIENCY CAN BE THE CENTER OF ALL DESIGN COMPANIES



Online Service Strategy & Building

Digital Strategy &
Interface design

Front-End develop
(MARK-UP) &
Programming



User Experience Design Consulting

Graphic & GUI Design

Web Development &
Mobile



Integrated Brand Marketing Maintenance

Contents Creation

PR Promotion



e-Brand Identity Strategy Consulting

Brand Consulting

Advertising Technology
Solutions

AWARD

누구에게나 원더랜드가 있습니다

우리는 고객의 원더랜드를 이해하고 완성합니다.
10년간 IF Design Award, Good Design, &Award
그리고 Web Award까지.
단순히 프로젝트를 잘 수행하고 제작하기보다
고객이 꿈꾸는 그곳에 도달하려는 남다른
철학이 수많은 성공 프로젝트를 만들어 왔습니다.



2017 &AWARD
과학기술정보통신부 장관상 수상
CJ이엔엠



AWARD

& AWARD

2018 Construction Brand Winner
동부인천스틸 컬러강판

2018 Digital & Services Media Winner
스톤뮤직 엔터테인먼트

2017 Major Company Grand Prix &
과학기술정보통신부 장관상
CJ이앤엠

2016 Art Winner
세화미술관

2015 Mid Sized Company Winner
이녹스

2015 Art Grand Prix
스트라디움

2014 Entertainment Websites Winner
스마일게이트

2014 Corporate Websites Grand Prix
금호석유화학

2011 문화, 레포트 부문 대상
CJ 나인브릿지

2010 웹기획 홍보 대상
주식회사 OCI



2017 & AWARD

CJ이앤엠

과학기술정보통신부 장관상 수상



AWARD



WEB AWARD

* WEB AWARD는 2012년부터 출품하지 않고 있습니다.

2011 기업 일반부문 대상
현대건설

2011 기업 일반부문 대상
웅진에너지

2011 문화/레포트 부문 대상
CJ 나인브릿지

2011 교육부문 대상
능률교육

2010 서비스업 부문 우수상
스포츠토토

2010 공공의료 부문 대상
서울디자인 재단

2010 교육부문 대상
대교 눈높이 아티맘

2010 기업 서비스 대상
NHN 기업

2009 대기업 종합 부문 우수상
동양그룹

2009 인터넷 정보서비스 부문 최우수상
레몬트리

2008 브랜드 커뮤니티 부문 우수상
현대기아차 해피웨이드라이브모터쇼

2008 디자인 이노베이션 부문 대상
디자인 수도 서울 2010

2007 서비스 프로모션 우수상
혼다 서울

2007 교육서비스 부문 최우수상
티앤차이 중국어



GOOD DESIGN

2013 공공서비스 웹 및 디지털 멀티미디어 부문
NE KIDS

2012 디지털 콘텐츠 부문
능률교육

2012 디지털 콘텐츠 부문
CJ 나인브릿지

2009 커뮤니케이션 디자인 부문 우수디자인
동양그룹

2009 커뮤니케이션 디자인 부문 우수디자인
CECI

AWARD



IF DESIGN AWARD 2010
GOLD MULTI AWARD
동양그룹



2008 WEB AWARD
디자인 이노베이션 부문 대상
세계디자인수도서울 2010





WORK^o

CJ 제일제당 오피셜 웹사이트

올리브네트웍스

2018.09 ~ 2019.02
<http://www.cj.co.kr>

○

제일제당 웹사이트는 사업 브랜드 소개 및 식문화 콘텐츠로 기업아이덴티티를 강화하며, 제품 구매 & 체험, SNS연계의 플랫폼별 역할의 재정의를 통해 다양한 디바이스에 대응하는 디지털 트랜스포메이션 하여 Hub역할을 수행하는 글로벌 웹사이트로의 재정립 구축입니다.

가장 제일제당스러운 모습으로, 동시에 도약하려는 해외시장의 대응을 위한 웹사이트이며 GREAT, GRAND, WIDE한 모습으로 구축하였습니다.

세계의 중심에, 우리의 미래에, 맛과 즐거움이, 피어나다.
뻗속까지 CJ제일제당다운,
Born Identity Renewal



CJ 제일제당 오피셜 웹사이트

PROJECT GOAL

MISSION

HMR을 통한
식문화 리딩 디지털 플랫폼

NUTRITION & HEALTH
시장 선도하는
글로벌 NO.1 바이오회사
홍보 플랫폼

VISION

CJ 제일제당의
대표 디지털 플랫폼으로
CJ제일제당의 가치를 전달,
공유하는 허브플랫폼

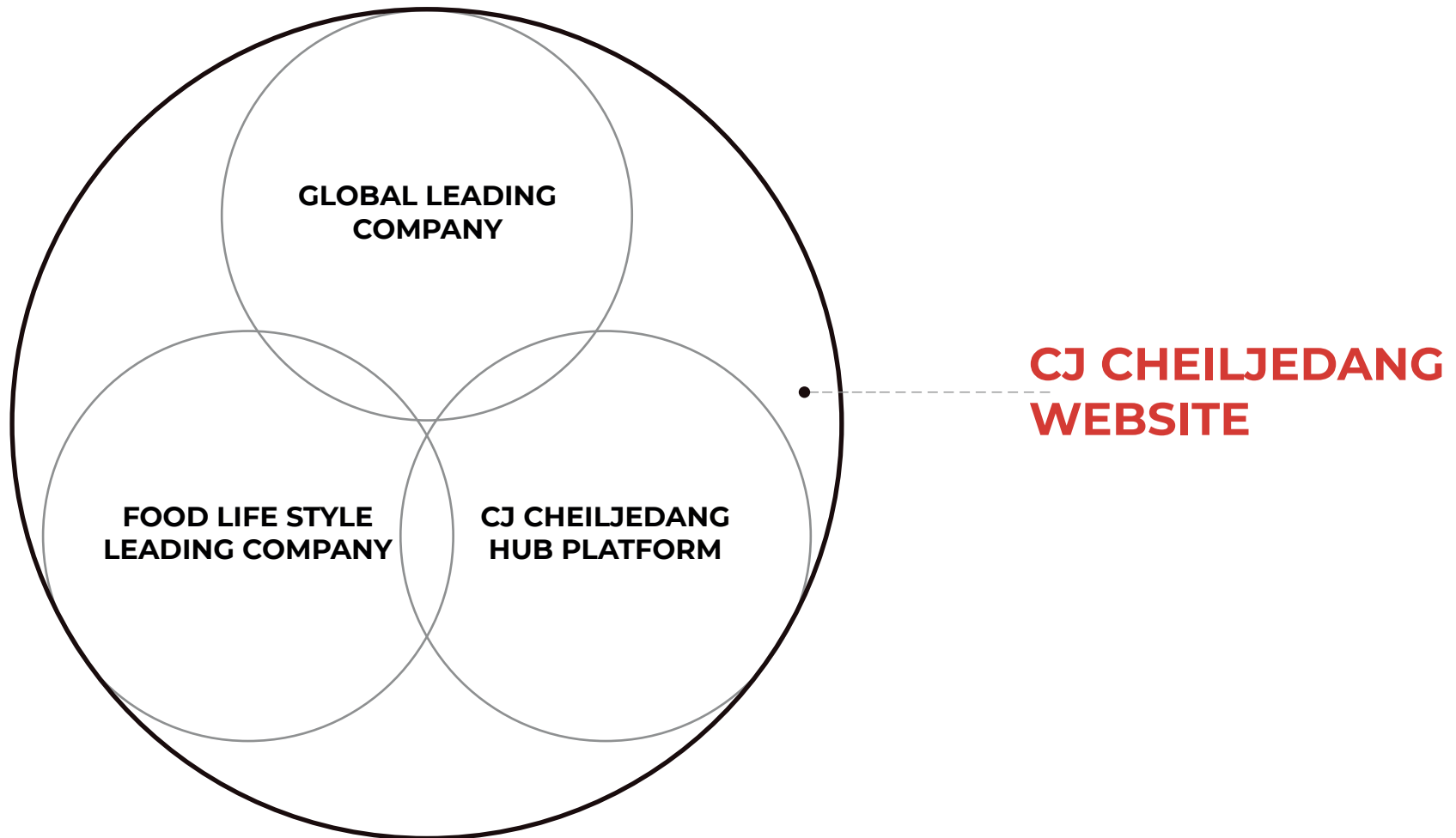
GOAL

식문화 리딩 기업 이미지를
통한 브랜드 대형화 기여

R&D기술 기반 이미지를
바탕으로 한
글로벌 성장에 기여

CJ 제일제당 오피셜 웹사이트

VALUE



CJ 제일제당 오피셜 웹사이트

GUIDE & ELEMENT

RED COLOR

1

CJ의 C컬러는 삼색이지만, CJ의 건강을 표현하는 컬러로 레드 컬러를 선정하여, 면보다는 라인, 그래픽요소 등에 사용하여 깔끔하고 고급스러운 느낌으로 표현했습니다.

BIG TYPO

2

모바일 중심으로 모바일에서도 시원하게, 누구나 잘 보일수 있게 큰 글씨로 디자인하여 가독성을 높였습니다.

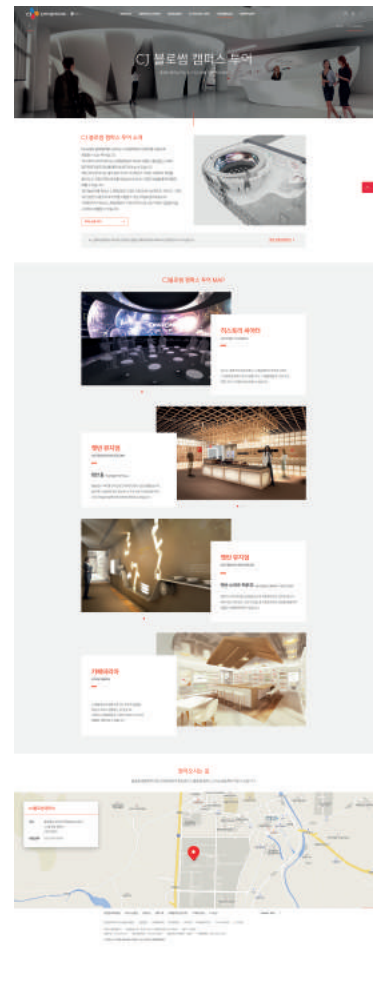
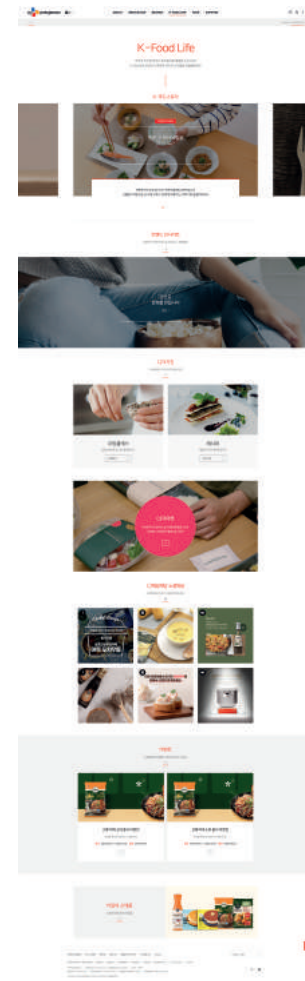
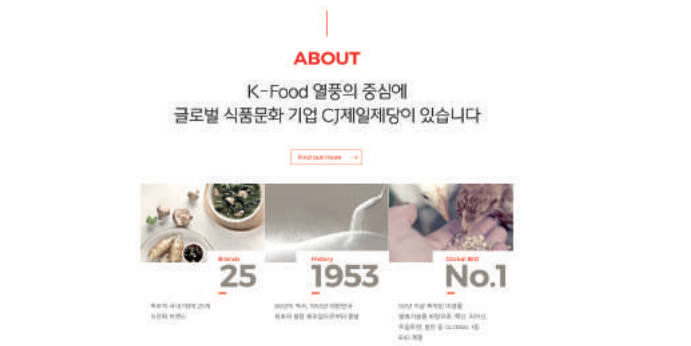
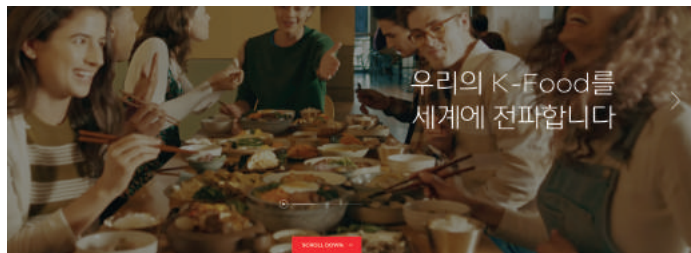
WIDE GUIDE

3

가독성과 시원한 느낌의 와이드화면의 적용, 가이드를 많아 쪼개지 않고, 2분할, 혹은 3분할로 사용하여 군더더기 없는 느낌으로 표현하였습니다.

CJ 제일제당 오피셜 웹사이트

SCREEN



CJ ONE 모바일앱 고도화

올리브네트웍스

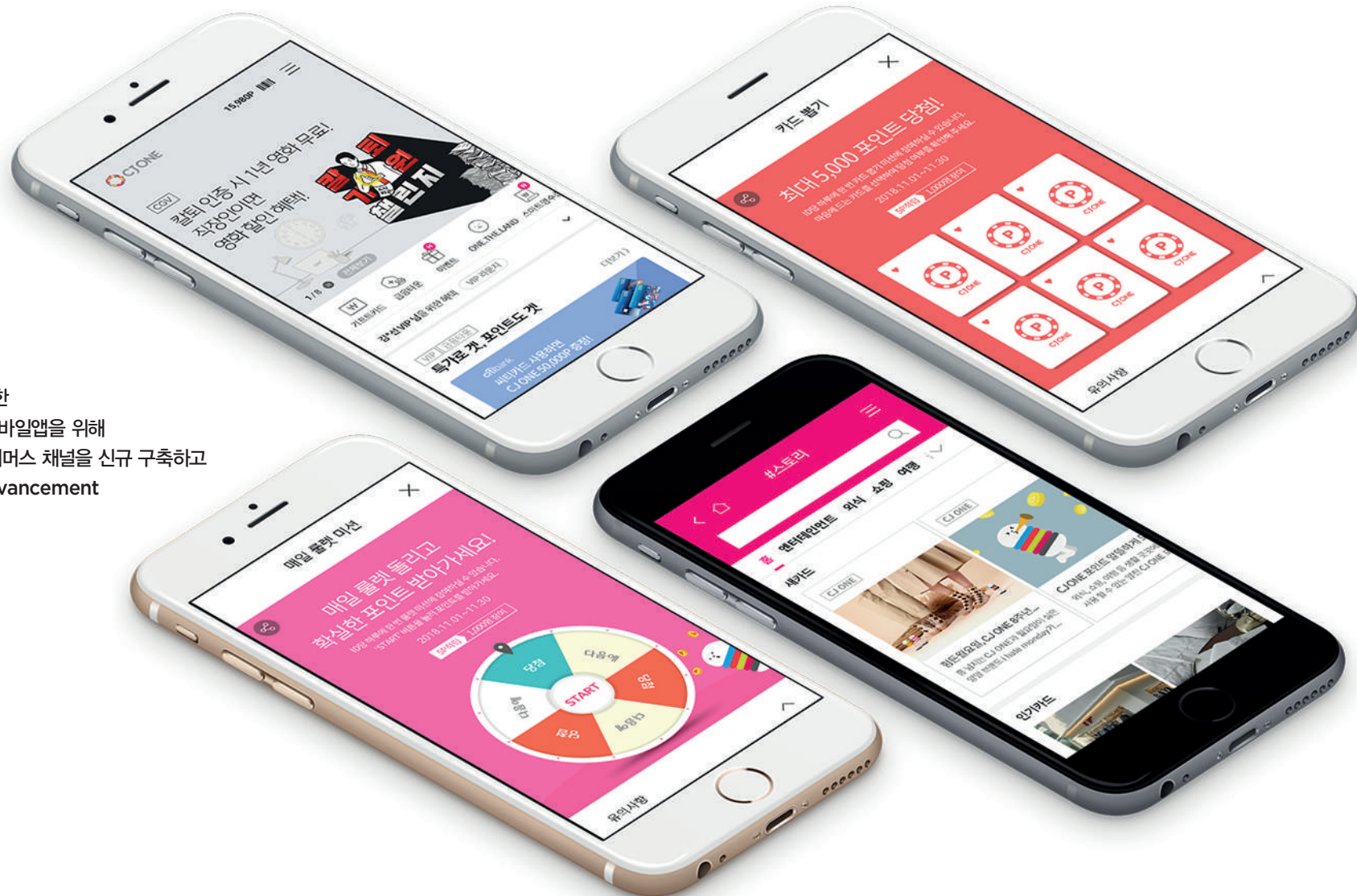
2018.09 ~ 2019.02
<https://m.cjone.com>

○

일상의 순간을 원더풀하게!!!

찾기 쉽고, 보기 편하고, 사용하기 편리한
생활문화 서비스 플랫폼인 CJ ONE 모바일앱을 위해
메뉴구조와 메인 UX/UI 개편, 미디어커머스 채널을 신규 구축하고
One.the.land 리텐션을 강화하는 Advancement

언제 어디서나 모두 즐길 수 있는
통합 라이프스타일 멤버십 서비스
CJ ONE



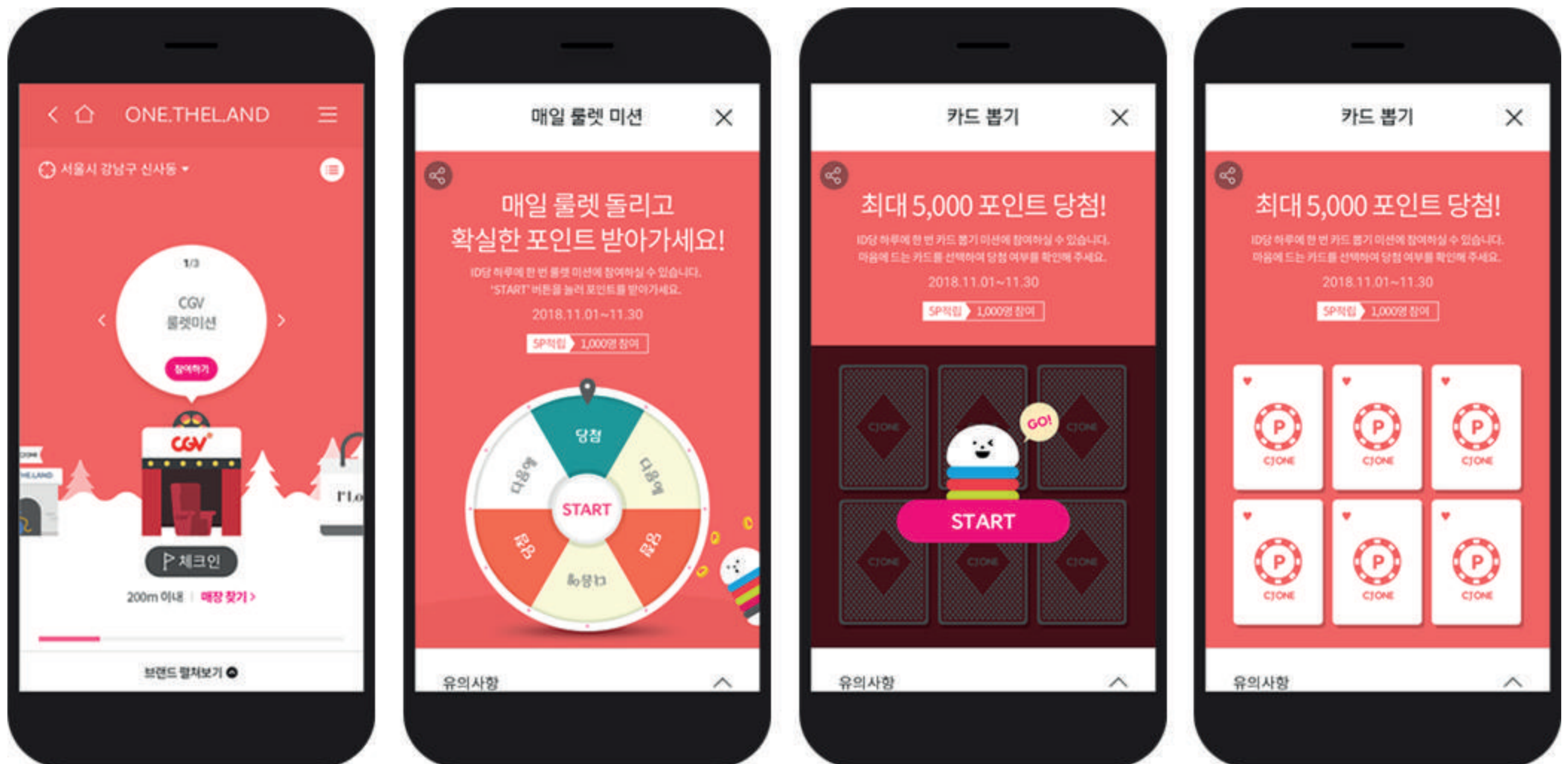
CJ ONE 모바일앱 고도화

MAIN PAGE



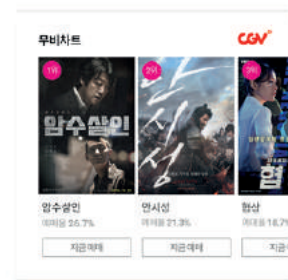
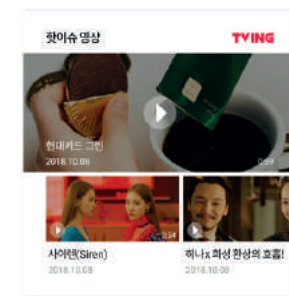
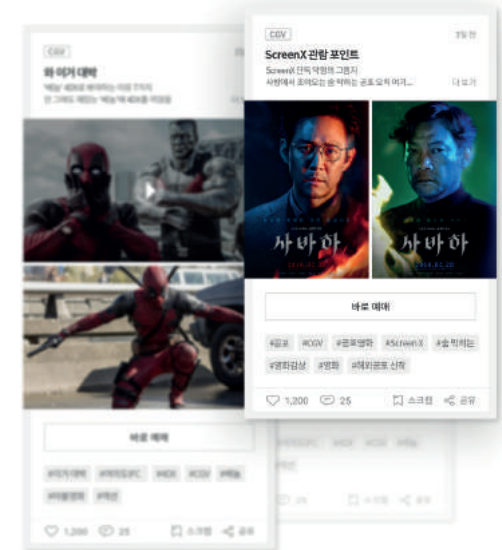
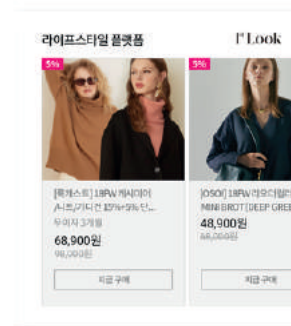
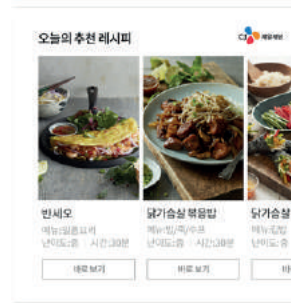
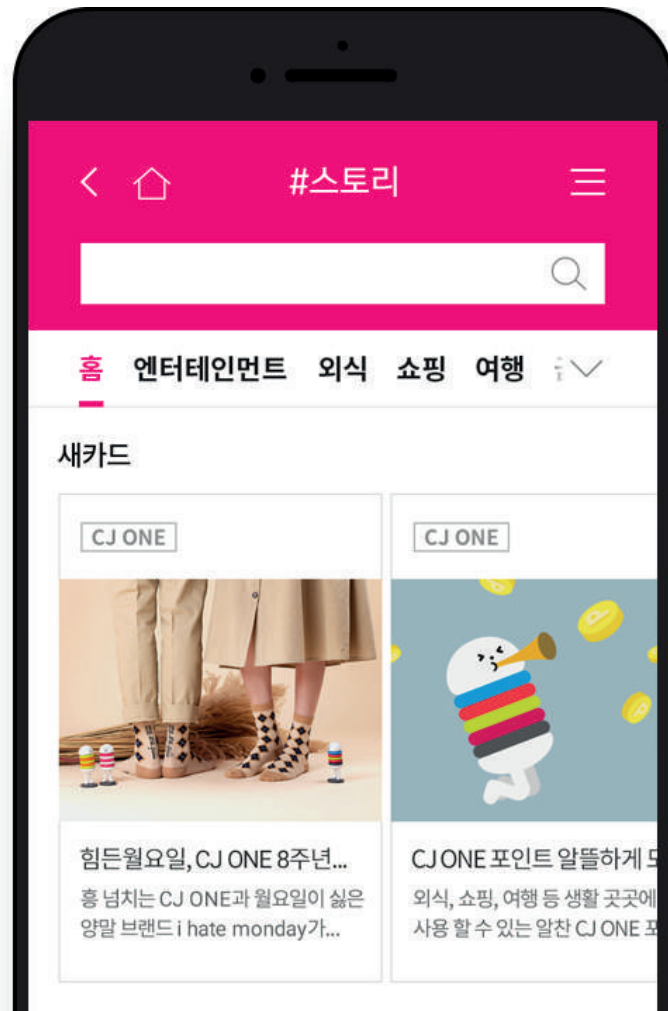
CJ ONE 모바일앱 고도화

ONE.THE.LAND



CJ ONE 모바일앱 고도화

#STORY



BNP파리바카디프 손해보험

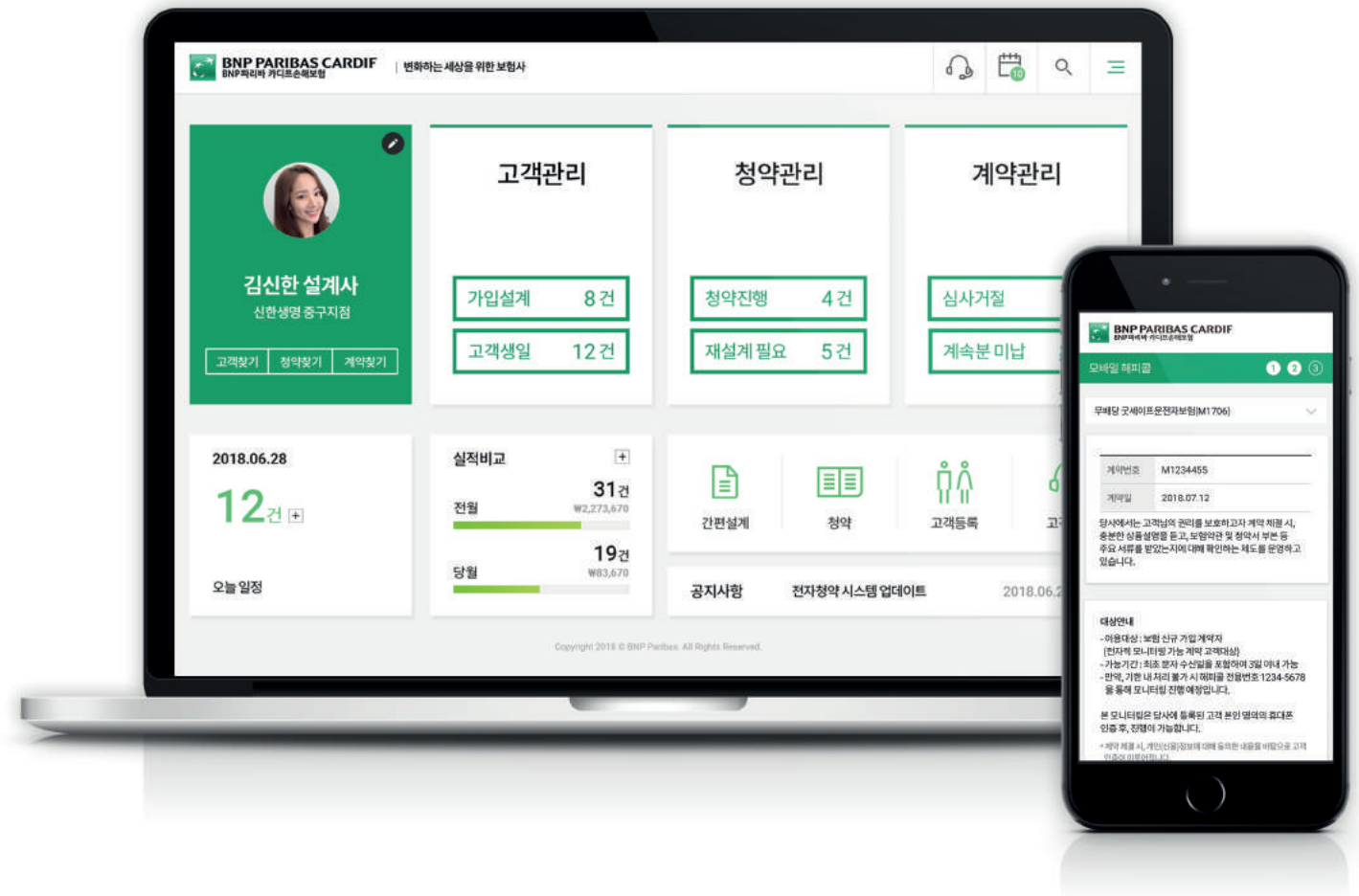
파리바카디프

2018.08 ~ 2018.11

○

BNP 파리바 카디프 손해보험 설계사를 위한
비대면 청약상담 태블릿 디자인 UX/UI

보험설계사가 가입설계, 전자청약, 고객관리등
FC 업무를 처리하기 위한 비대면 청약상담 태블릿
어플리케이션으로 업무에 최적화된 편리하고
심플한 UX/UI를 구현하고 다양한 디바이스에
OSMU 지원으로 개발과 운영이 가능하도록 했습니다.



BNP파리바카디프 손해보험

UI/UX CONCEPT

UX

VISUAL COMMUNICATION

NOT THE CONTENT DESIGN
READ, IT'S THE INFORMATION

UI

USER CENTRIC UI

TO HELP PLANNER ENGAGE
IN CUSTOMER CONVERSATIONS

OPTIMIZATION

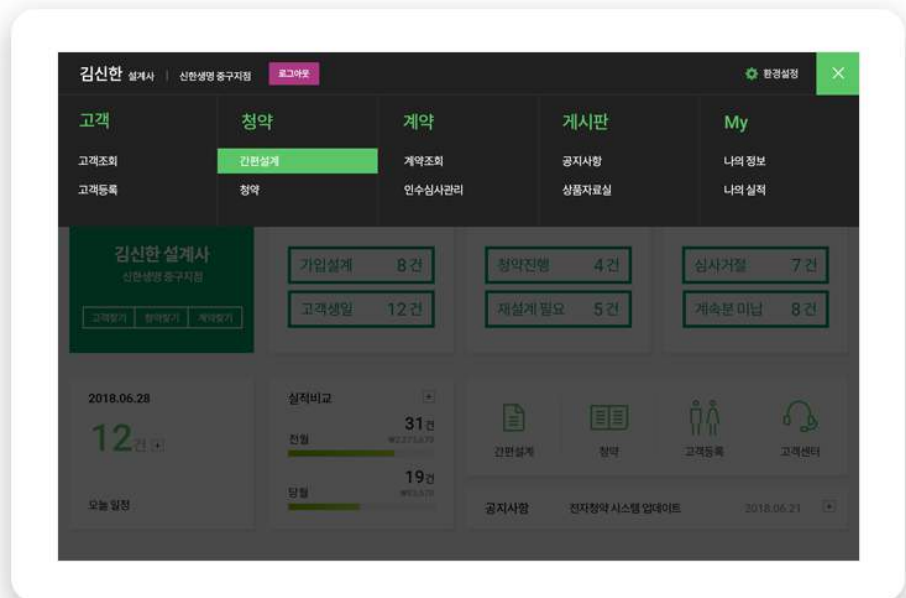
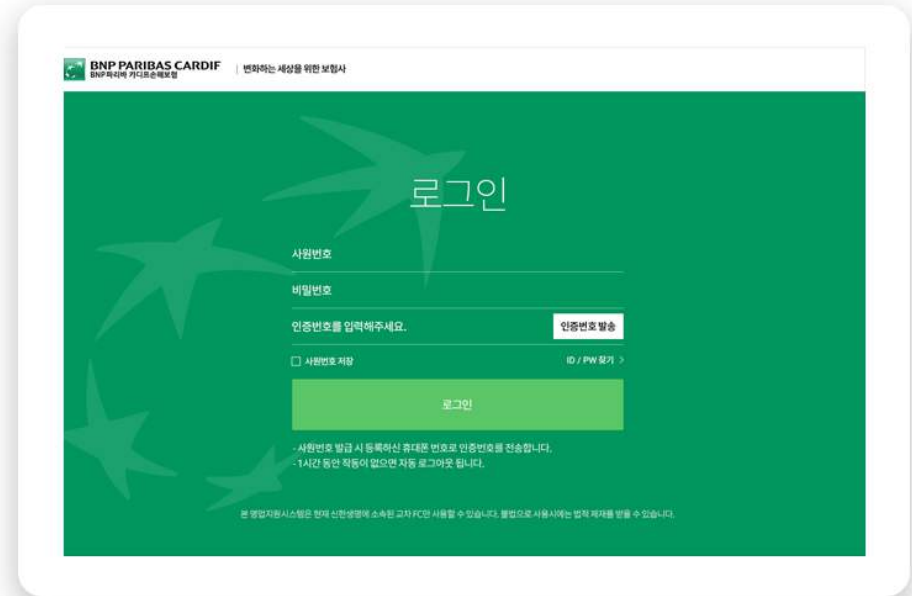
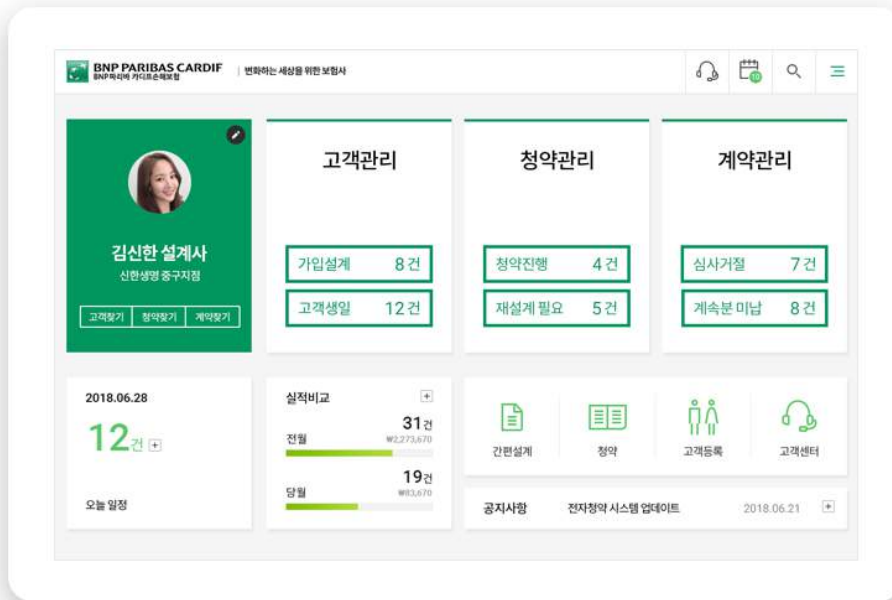
OPTIMIZED FOR PLANNER TASKS

BASED ON SALES SERVICES
AND CAPABILITIES

BNP파리바카디프 손해보험

SCREEN

메인



서브

인재는 세상을 위한 열매다

청약

계좌입금
가입결제
청약서
전자서명

청약서

상훈장	부대원 국제어문연구소장 겸 대표	남양주거	형님
보기날기	19년태기 / 19년말	모집기간	2018.05.30 ~ 2033.05.30
계약자명	김교과	주인등록번호	776808-2324157
계약일	2018.05.30	결제보험료	22,916원

계좌정보

미가입자정보

보험회 가입정보

계약서 정보

성명	김교과	Q	주인등록번호	776808-2324157
연령	여		연망	41
휴대폰 번호	010-1234-1234		이메일	xhangw@e-w.co.kr
지역 주소	06475 서울 마포구 상수동 264, 3층		차액 견의	02-1234-1234
회사 주소	02228 서울 중구 남영대로 356 신천(타워) 7층		회사 견의	02-1234-1234

보험증권수령처

우편

직책

청약수수료제

모바일

세금주소

의기업

보험정보

신액

전자수익자

김교과

지원대상가입권

비지정

신청학년

유치원특목

발급일자

신액

년

신액

월

신액

월

가계의예부

가교과

※ 청약(아파트)신청일로부터 30일(영업시간 기준) 이내에 청약 접수비용 추납금(7%)

재무/발송

전자서명

BNP PARIBAS CARDIF
BNP PARIBAS 자산관리은행
▶ 본 사이트는 금융을 위한 웹사이트입니다.

침략

계좌자동등록
가입안내
환입식
전자서명

본인인증 및 전자서명

[幫助자도움말](#)

대상자	제출서류	본인인증 및 전자서명
신상변	계좌카드, 전 가주이력, 증권금융부 수탁자	모바일 < > 사서접수
출퇴근	회보필지 (회사장만)	태블릿 < > 사서접수

▶ 도입당시, 전자서명법 등 관련 법령에 따라 본인인증을 포함한 본인확인제에 대한 권리문서 작성을 위해 서명자 본인인증을 신청합니다.
▶ 본인인증이 정상적으로 완료될 때까지 금융기관에서 본인인증을 진행할 수 없습니다.

전자문서 작성대상

구분	전자문서종류	합계	대상여부
필수	전자서명을 이용한 전자문서 작성 및 제출용 문서	회사제출용	전체
필수	보험계약원서	회사제출용, 계약정보관용	계약직 / 회보필지
필수	계약조건 일괄적약 사항	회사제출용, 계약정보관용	차보필지
필수	성함생년월일	회사제출용, 계약정보관용	계약직 / 모집인
필수	고직정보(보통) 및 가입신청을 위한 필수들러서	회사제출용	계약직 / 회보필지
필수	계약취소, 미행일을 위한 필수들러서	회사제출용	계약직 / 회보필지 / 수탁자 / 지정장우 아무런
선택	신원조사를 위한 선택 들러서	회사제출용	계약직 / 회보필지 / 수탁자 / 지정장우 아무런
필수	보험료 납입증빙서류 신청서	회사제출물론	계약직 / 현금부 α 카드수수료
필수	계약사항보고 (연초)	회사제출용	계약직 / 모집인

계좌 대납자의 본인인증과 전자서명을 진행할수요.
현재시간 : 12:09 초

티플러스 모바일

KCT

2018.04

<https://www.tplusdirectmall.com>

○

KCT는 알뜰폰/통신요금제를 판매하는 통신사업자이며
티플러스모바일/티플러스 다이렉트몰은 KCT의 온라인 플랫폼입니다.
KCT는 KT통신망의 추가로 티플러스의 온라인 플랫폼 개편을
진행하였으며, 동시에 독자적인 브랜드 아이덴티티를 확립하는 리뉴얼을
진행하였습니다.

티플러스는 고객과 함께 소통하며,
simple smart mobile for you(새로운 통신 세상의 플러스)라는
슬로건과 함께 우수한 품질과 합리적인 가격으로 생활의 가치를 더해주는
통신서비스를 제공하는 공간입니다.

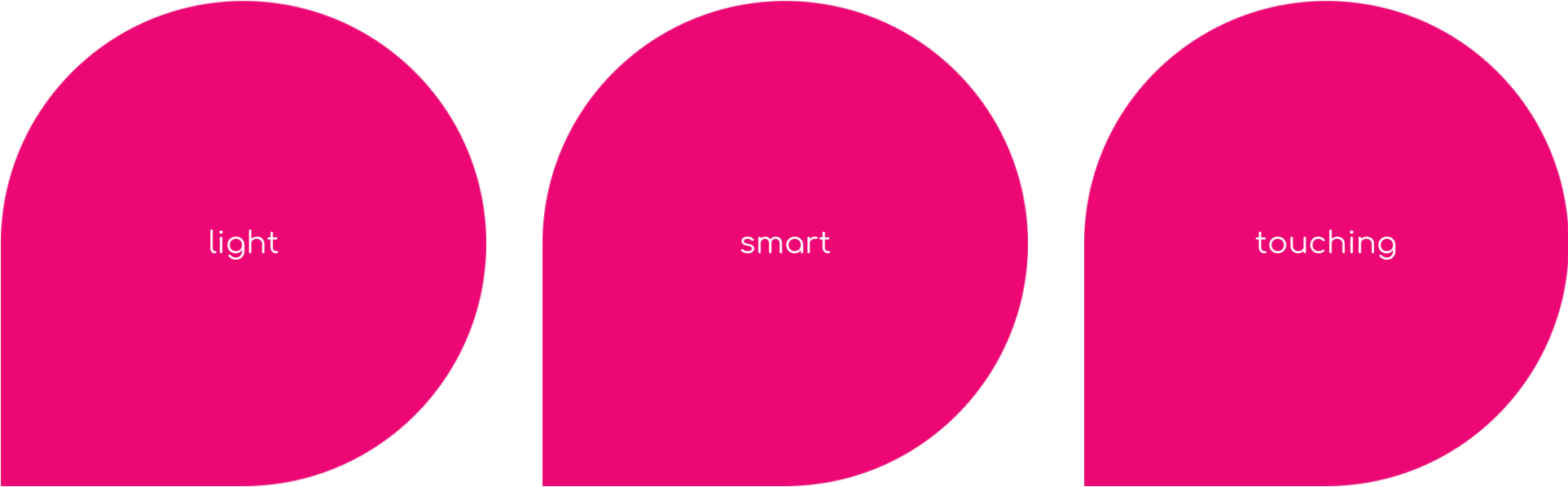
티플러스는 고객과 함께 "More Light Communication World"를
만들기 위해 더욱 가볍고, 더욱 스마트하며, 더욱 친근하게 접근하고자
합니다.



티플러스 모바일

PROJECT GOAL

티플러스 모바일 티플러스 다이렉트몰 모바일웹 티플러스
마이크로 모바일웹 각각의 관리자 웹사이트 각각의 웹사이트 용도,
기능에 맞게 룩앤필과 UI/UX 통일 · 차별화합니다.



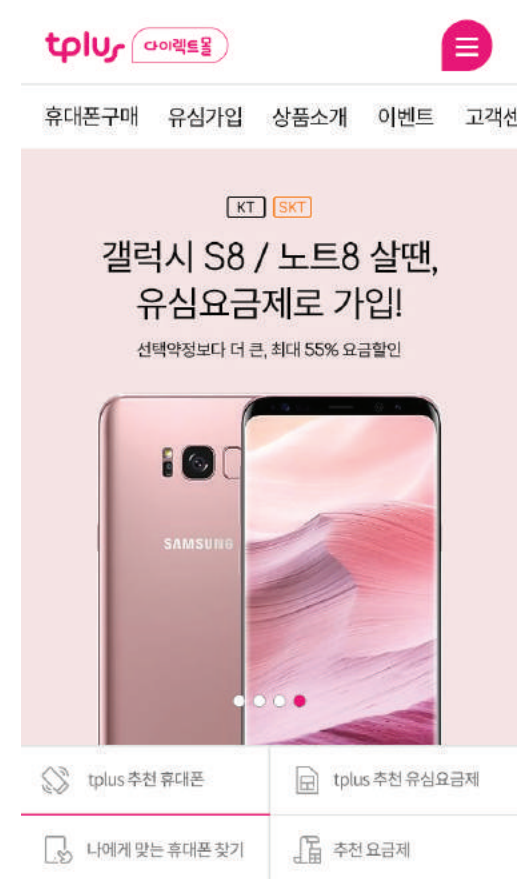
light

smart

touching

티플러스 모바일

SCREEN



현대자동차 오피셜 웹사이트

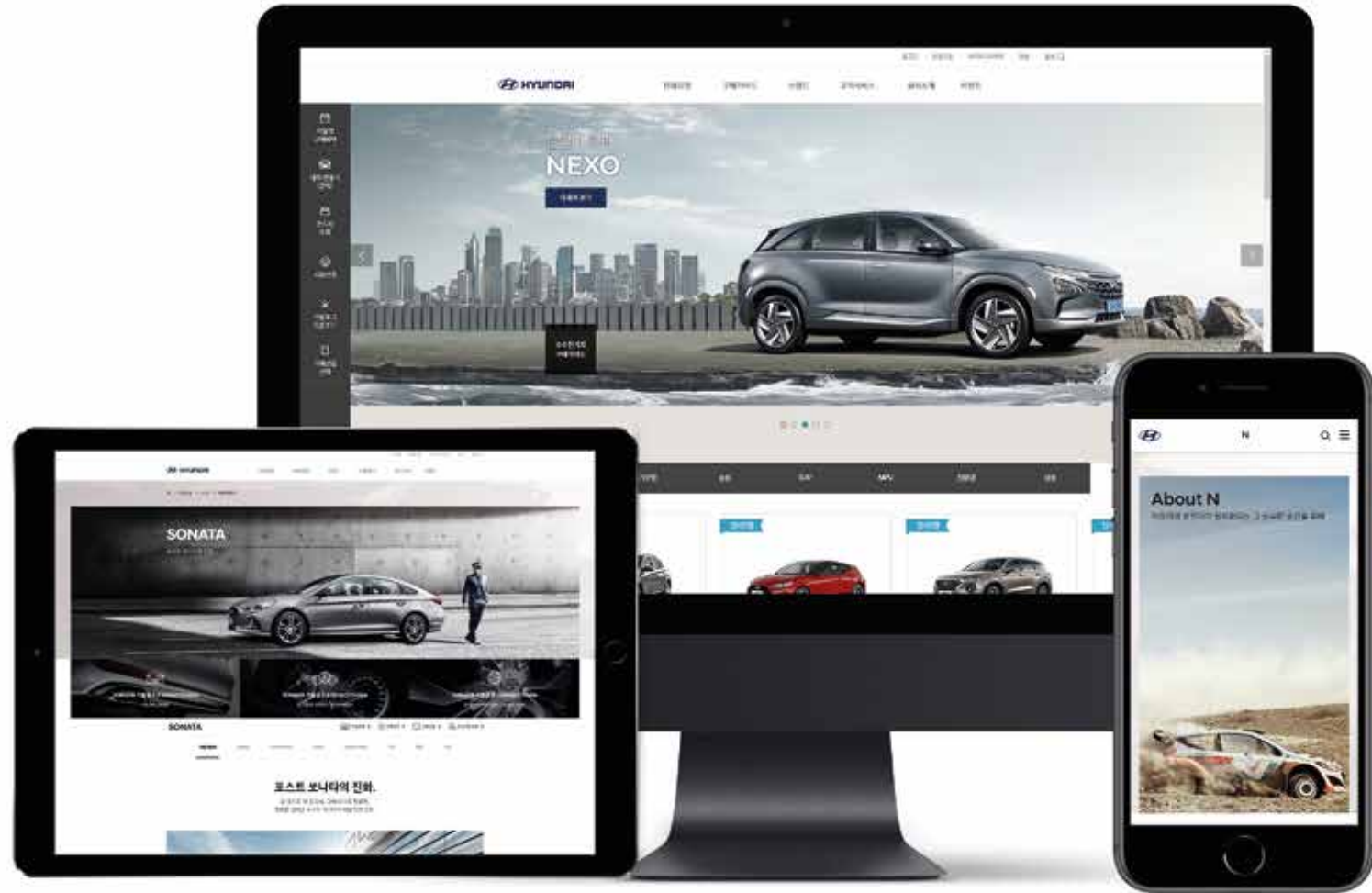
현대오토에버

2017.12 - 2018.02

<http://www.hyundai.com>

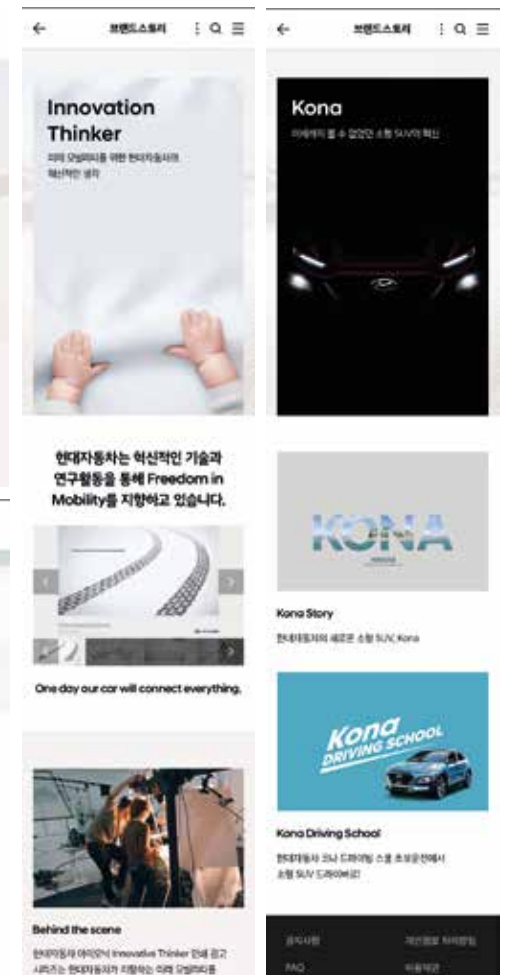
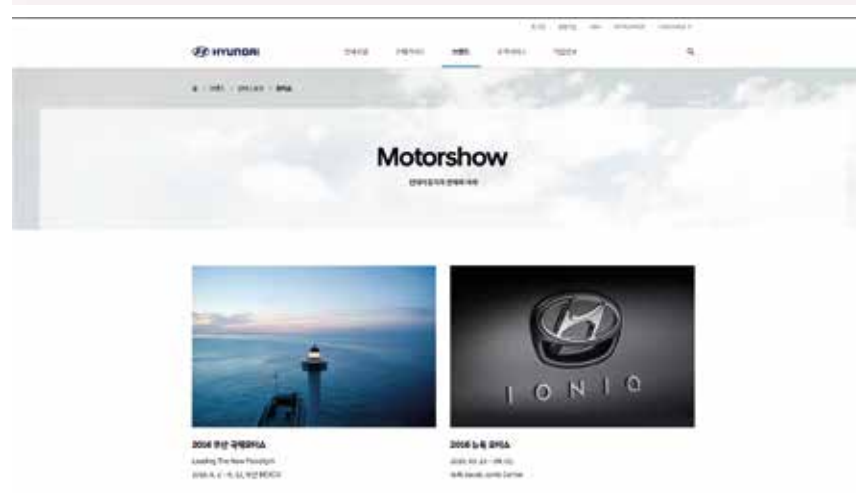
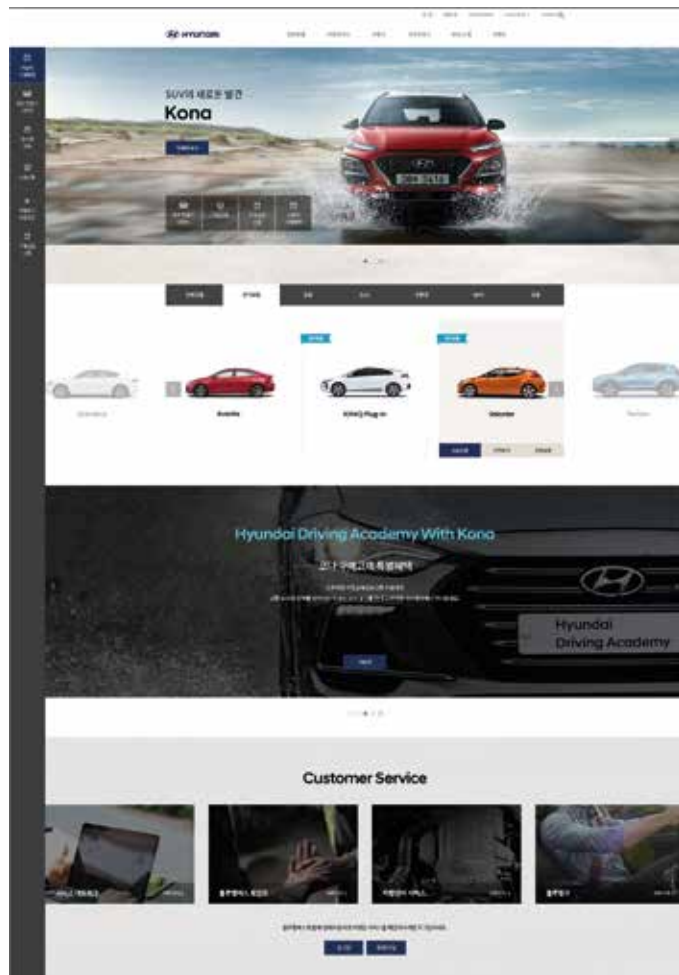


HMC 리뉴얼은 디자인과 퍼블리싱 작업을 담당하였으며 현대자동차의 브랜드, 블루멤버스, 모터스튜디오 등 관련 사이트의 통합/운영을 목적으로 하여 웹사이트 각각의 용도, 기능에 맞게 룩앤필과 UX/UI를 통일하고 차별화하였으며, 다양한 디바이스에 대응하기 위해 반응형 웹 플랫폼으로 구축하였습니다.



현대자동차 오피셜 웹사이트

SCREEN





CJ 이엔엠 오피셜 웹사이트

CJ 이엔엠

2016.12 ~ 2017.05

<http://www.cjenm.com>

2017 & AWARD Major Company Grand Prix 수상

2017 & AWARD 과학기술정보통신부 장관상 수상

○

문화, 그리고 트렌드 구색 갖추기 오피셜 사이트로서가 아닌,
단순히 콘텐츠와 디자인을 보여주는 것에서 그치지 않고,
리딩 메가 문화브랜드로서의 자긍심과 국내를 넘어
글로벌 기업으로 성장하고 있는,
CJ이엔엠이 가지고 있는 문화 자산을 한껏 표출할 수 있도록
비주얼 커뮤니케이션형 콘텐츠로 이미지와 헤드라인 카피만 보더라도 핵심
메시지를 이해할 수 있는 감각적인 콘텐츠 비주얼 스타일을 구현했습니다.



CJ 이앤엠 오피셜 웹사이트

CONCEPT

CJ E&M CULTURE MAGAZINE

VISUAL
COMMUNICATION



읽은 콘텐츠에서 '보고 느끼는 정보 콘텐츠'로
콘텐츠의 감각적인 비주얼 커뮤니케이션을 통한 기업
브랜드 소통

CULTURE
& TREND



CJ이앤엠이 가지고 있는 문화 자산을 한껏 표출할 수
있도록



CJ 이앤엠 오피셜 웹사이트

KEYWORD

VISUALIZE



Identity Expression
of image, screen,
Module, Font

**TRENDY &
SIMPLE**



Metaphor,
image, Font

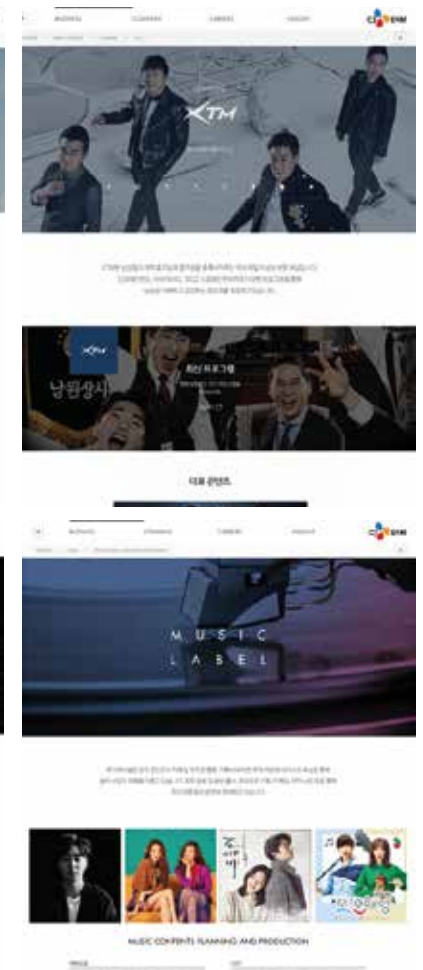
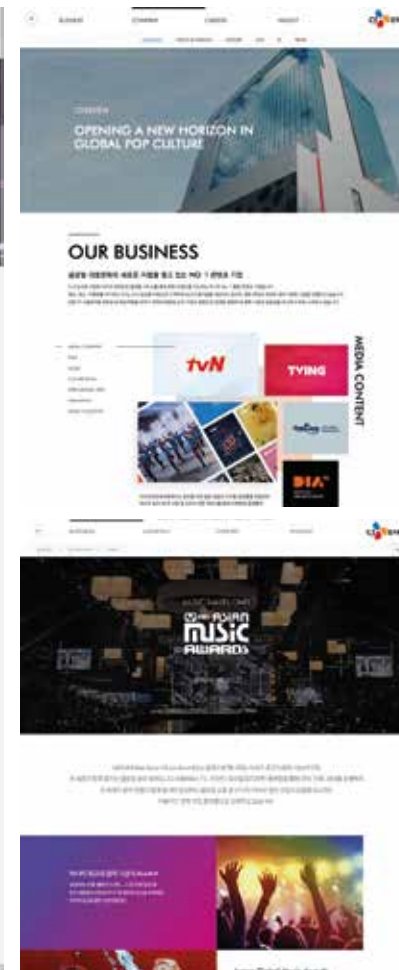
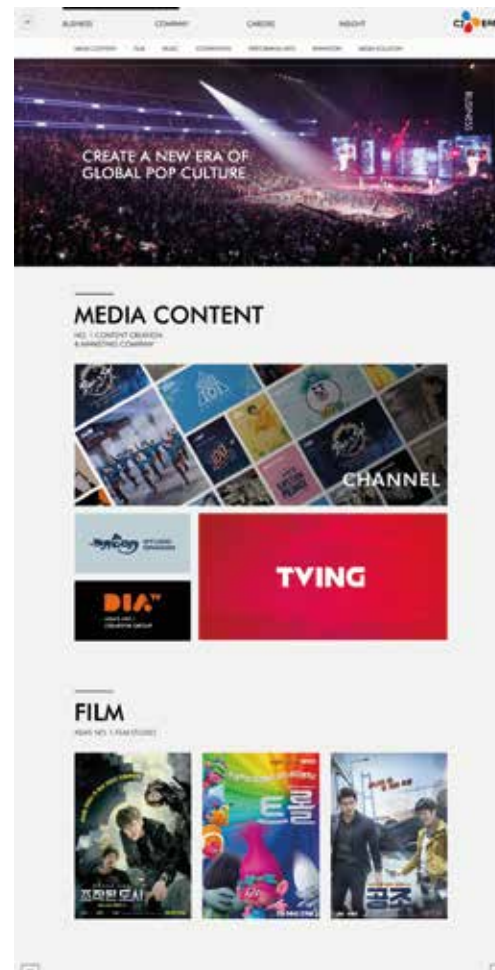
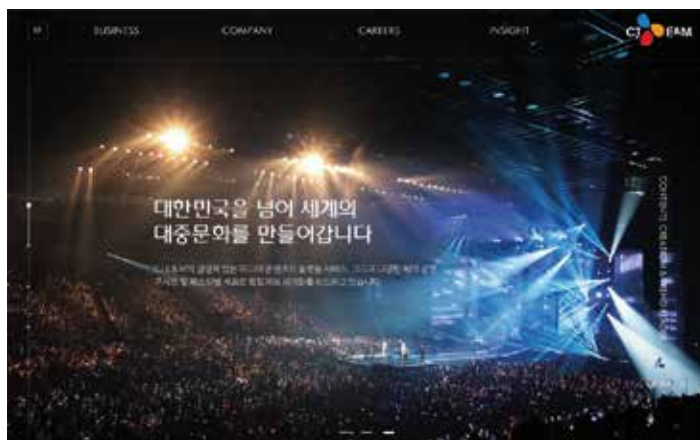
SMART



UI/UX

CJ 이앤엠 오피셜 웹사이트

SCREEN



스톤뮤직 엔터테인먼트

CJ 이앤엠

2018.01 ~ 2018.03

<http://www.stonemusicent.net>

○

스톤뮤직 엔터테인먼트는 한국 대중 음악에 기념비적 업적과 기록을 남기겠다는 비전과 나아가 세계 음악 시장의 방향을 제시하는 마일스톤을 표방합니다. 가능성을 지닌 원석을 찾아 빛나는 보석으로 만든다는 음악의 연금술사 역할로서 우리의 Song, Singer, Star, - Stone이 세계의 넘버원이 되는 CJ이앤엠 음악사업부의 새로운 브랜드입니다.

스톤을 단순화하는 작업부터 시작하여 6각형과 별 그리고 +를 조합한 그래픽 모티프가 탄생하였으며 네비게이션 또한 좌우상하에 위치하여 편리하지만 심플한 구성한 반응형웹입니다. 스톤뮤직 엔터테인먼트의 새로운 온라인 브랜딩 아이덴티티 정립과 새로운 반응형웹 구축을 진행했습니다.



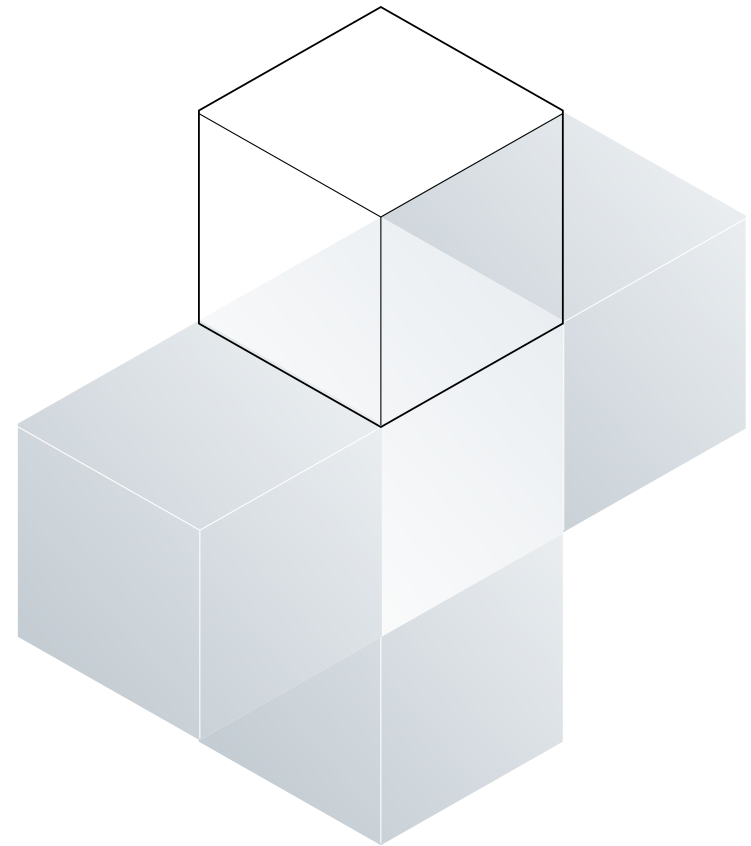
구축 | 반응형 | 브랜드

스톤뮤직 엔터테인먼트

GRAPHIC MOTIF

S+ONE
MUSIC
ENTERTAINMENT

PLUS

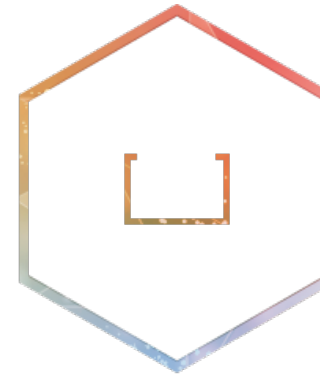
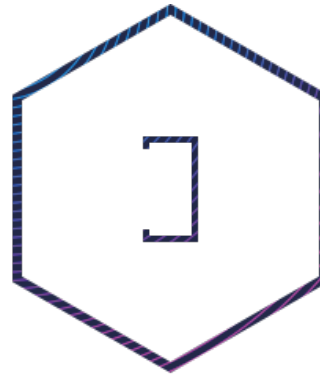
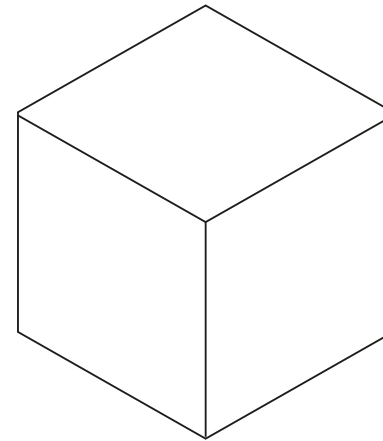


스톤뮤직 엔터테인먼트

METAPOR

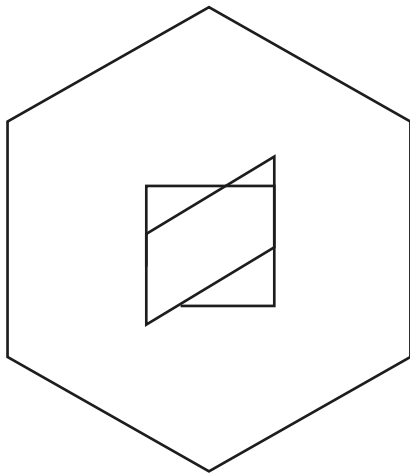
CUBE

PLUS 의 최소 단위인 CUBE를 모티브로 하여 디자인합니다.



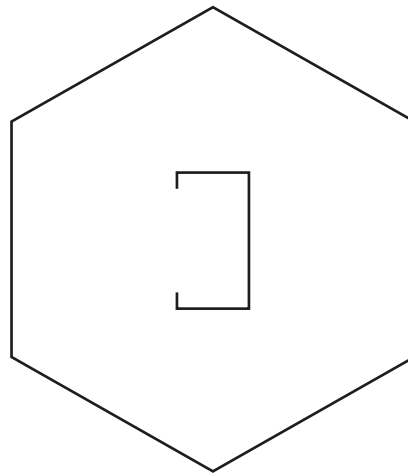
스톤뮤직 엔터테인먼트

MEANING



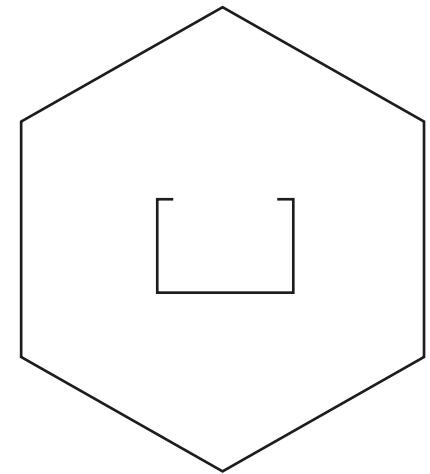
STAR ARTIST

STONE을 상징하는 CUBE MOTIF와 CUBE의 내부에 STAR(ARTIST)를 표현하는 (+) 형태를 변형한 별을 생성하여 스톤뮤직엔터테인먼트만의 STAR를 표현합니다.



SONG LABEL

STONE을 상징하는 CUBE MOTIF와 CUBE의 내부에 SONG(LABEL)을 표현하는 (+) 형태를 변형하여 듣는다는 의미를 내포한 사람의 귀모양을 형상화 하여 스톤뮤직엔터테인먼트만의 SONG을 표현합니다.



STYLE ABOUT

STONE을 상징하는 CUBE MOTIF와 CUBE의 내부에 STYLE(ABOUT)을 표현하는 (+) 형태를 변형하여 다양함 담는다는 의미를 내포한 음악상자를 형상화 하여 스톤뮤직엔터테인먼트만의 STYLE을 표현합니다.

스톤뮤직 엔터테인먼트

ARTIST GRAPHICS

JBJ



fromis_9



HoyoungSon



SG WannaB



Davichi



Feel Kim



Roy Kim



Eric Nam



Heize

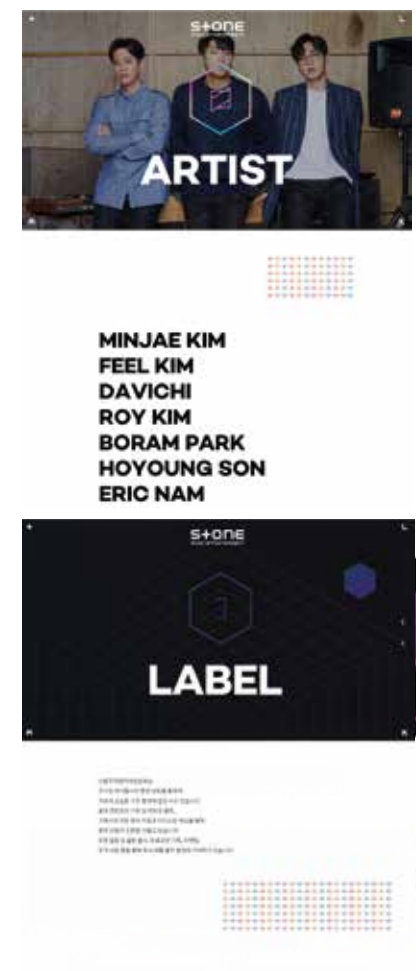


Boram Park



스톤뮤직 엔터테인먼트

SCREEN



아스텔앤컨 글로벌 반응형 쇼핑몰

아이리버

2017.01 ~ 2017.06

<https://www.astellinkern.com/eng/content/main/>

○

Online Brand Identity & Global Responsive Shopping Platform Renewal

글로벌은 전할 수 없는 Astell&Kern의 감동을 담고 싶은 마음으로 iriver Astell&Kern 글로벌 반응형웹 쇼핑몰을 오픈했습니다.

첫 번째, 아이리버의 철학과 제품 브랜드 이미지를 강화하기 위해 제품의 감각적인 비주얼 커뮤니케이션에 초점을 맞출 것.

두 번째, 해외 고객들을 대상으로 하는 만큼 전세계 어디에서든 모든 디바이스에서 접근성을 높이기 위한 반응형웹 쇼핑 플랫폼으로 구축하는 것.

세 번째, 글로벌 판매채널을 신규 구축하는 만큼 "온라인 쇼핑"에 적합하고 안정된 쇼핑기능 및 믿음직스러운 관리 시스템 최적화

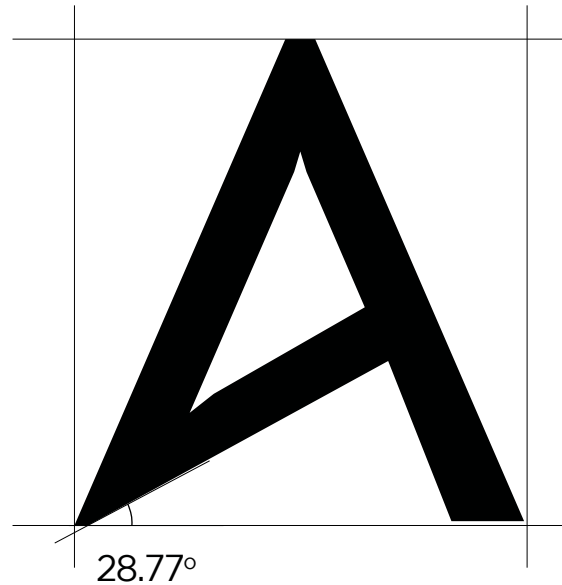
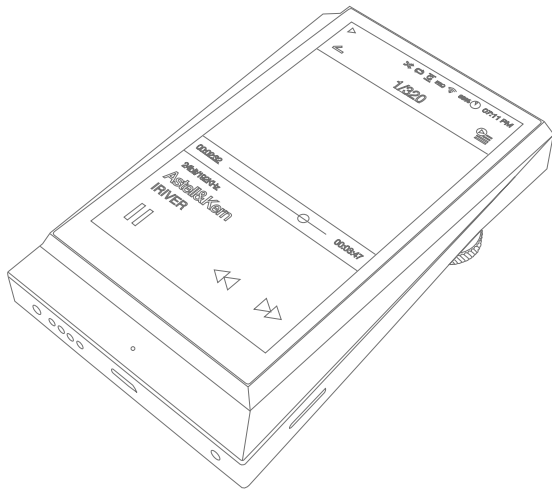
Astell&Kern이 색다른 영향력을 가지고 멀리 또 많이 날아갔으면 합니다.



아스텔앤컨 글로벌 반응형 쇼핑몰

METAPOR

아스텔앤컨 로고의 degree(각도)를 활용한 사선형태와 폴리곤을
메타포로 사용하여 디자인 전반에 활용하여 디자인하였습니다.



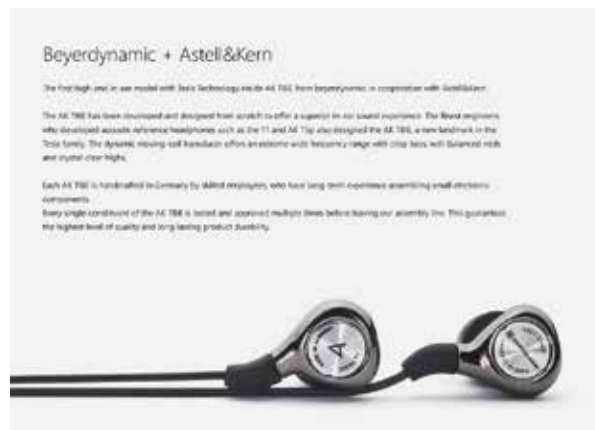
Degree 각도

아스텔앤컨 글로벌 반응형 쇼핑몰

STRATEGY

감각적인 비주얼 커뮤니케이션

아이리버의 철학과 제품 브랜드 이미지를 강화하기 위한 제품의 감각적인 비주얼 커뮤니케이션

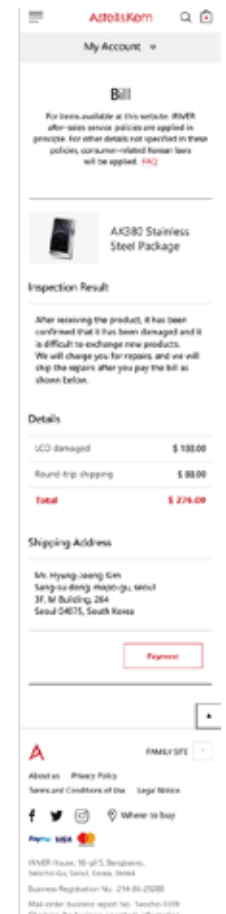
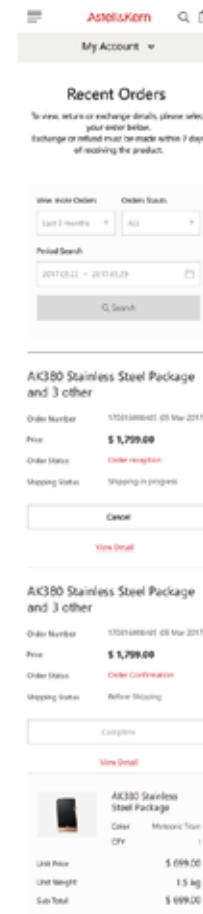
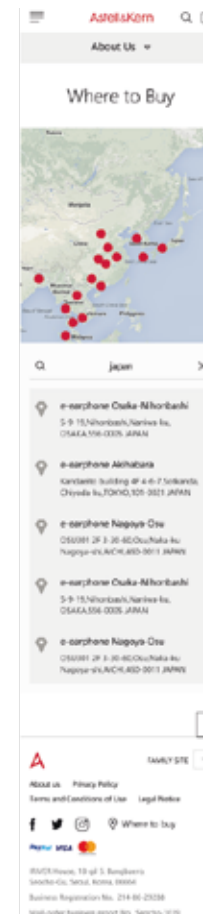
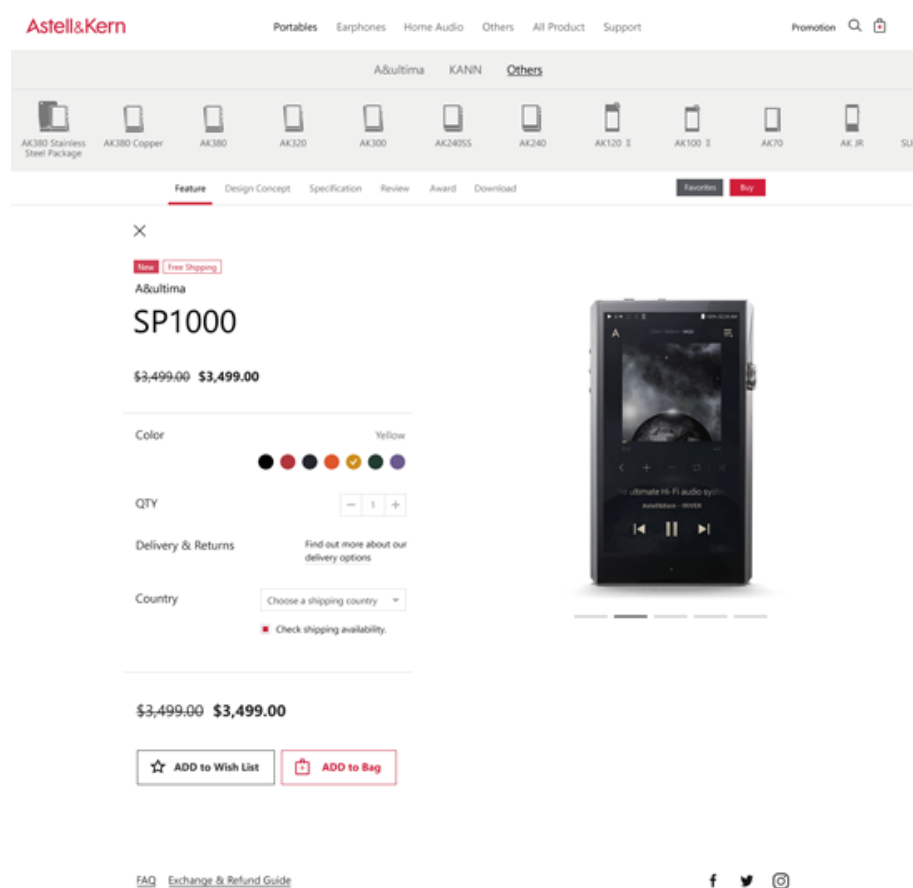


아스텔앤컨 글로벌 반응형 쇼핑몰

STRATEGY

쇼핑플랫폼

아이리버의 철학과 제품 브랜드 이미지를 강화하기 위한 제품의 감각적인 비주얼 커뮤니케이션

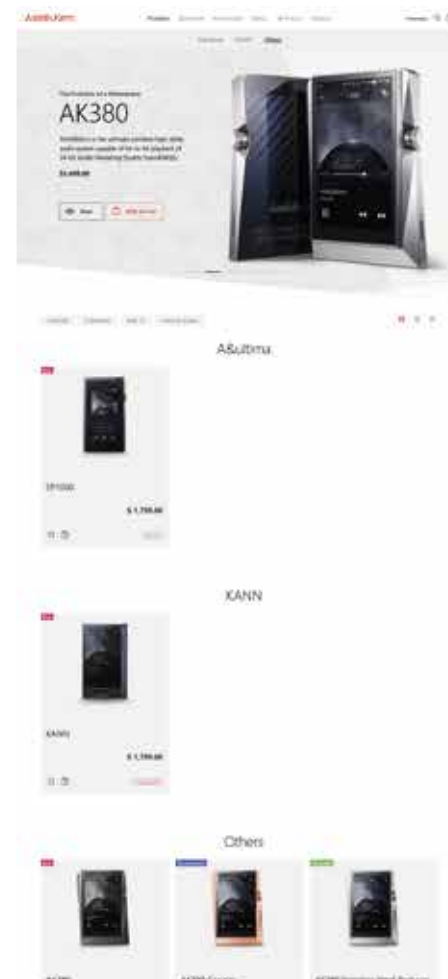
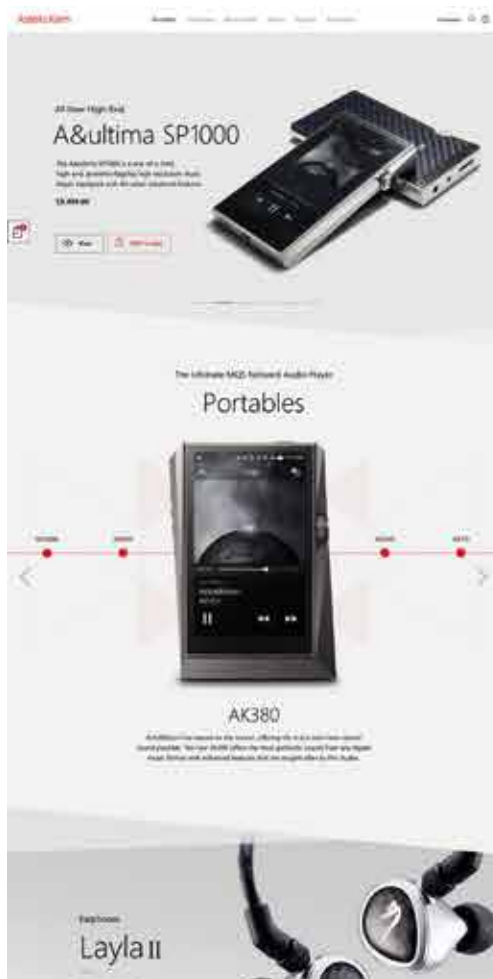


아스텔앤컨 글로벌 반응형 쇼핑몰

SCREEN

메인

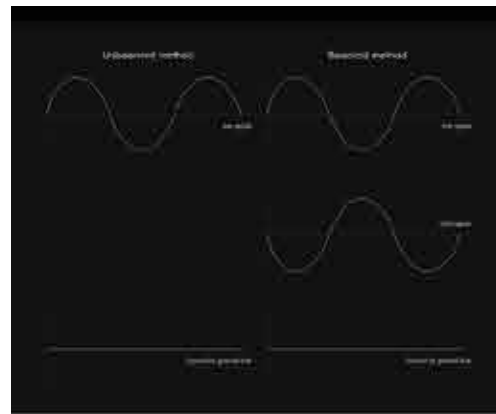
서브메인(상품 리스트)



아스텔앤컨 글로벌 반응형 쇼핑몰

SCREEN

상품상세



휘슬링락 CC

휘슬링락

2017.01 ~ 2017.05

<https://www.whistlingrockcc.com/>

○

휘슬링락은 Massclusivity Golf Club으로 "Harmony of Art & Nature"라는 슬로건에서도 알 수 있듯이 자연과 인간 그리고 문화의 조화를 추구하며 세계 최고의 프라이빗 골프 시설을 목표로 하고 있습니다. 챔피언십 대회를 치를 수 있는 27홀 골프 코스는 세계적으로 유명한 테드 로빈슨 주니어(로빈슨 골프), 메카누 아키텍트(클럽하우스, 티하우스 설계), 피나클 디자인(조경 설계), 그리고 인티그리티 골프(프로젝트 관리)팀에 의해 설계되었습니다.

읽는 콘텐츠에서 '보고 느끼는 정보 콘텐츠'로 보여지도록 해 핵심 메시지와 정보를 바로 이해할 수 있는 감각적인 비주얼 스타일을 구현하고자 했습니다.

흔한 텍스트 GNB가 아닌 모바일 Navigation을 PC웹에 같은 방식으로 적용하고 뉴스도 일반적인 텍스트 게시판 형태를 탈피했으며 콘텐츠는 최대한 함축적으로 축약하고 과한 비주얼 사용을 자제해 공간감이 느껴지는 디자인으로 표현해 고급스런 브로셔를 보는 듯한 반응형 웹사이트입니다.



휘슬링락 CC

STRATEGY

HARMONY OF ART & NATURE



MASSCLUSIVITY

↓

고객의 특별한 욕구를 반영한 어느 곳보다 완벽하고
차별화된 전통골프클럽



ART AND NATURE

↓

자연, 사람, 문화의 조화의 가치아래 단 하나의 세계
최고의 골프클럽을 목표

휘슬링락 CC

STRATEGY

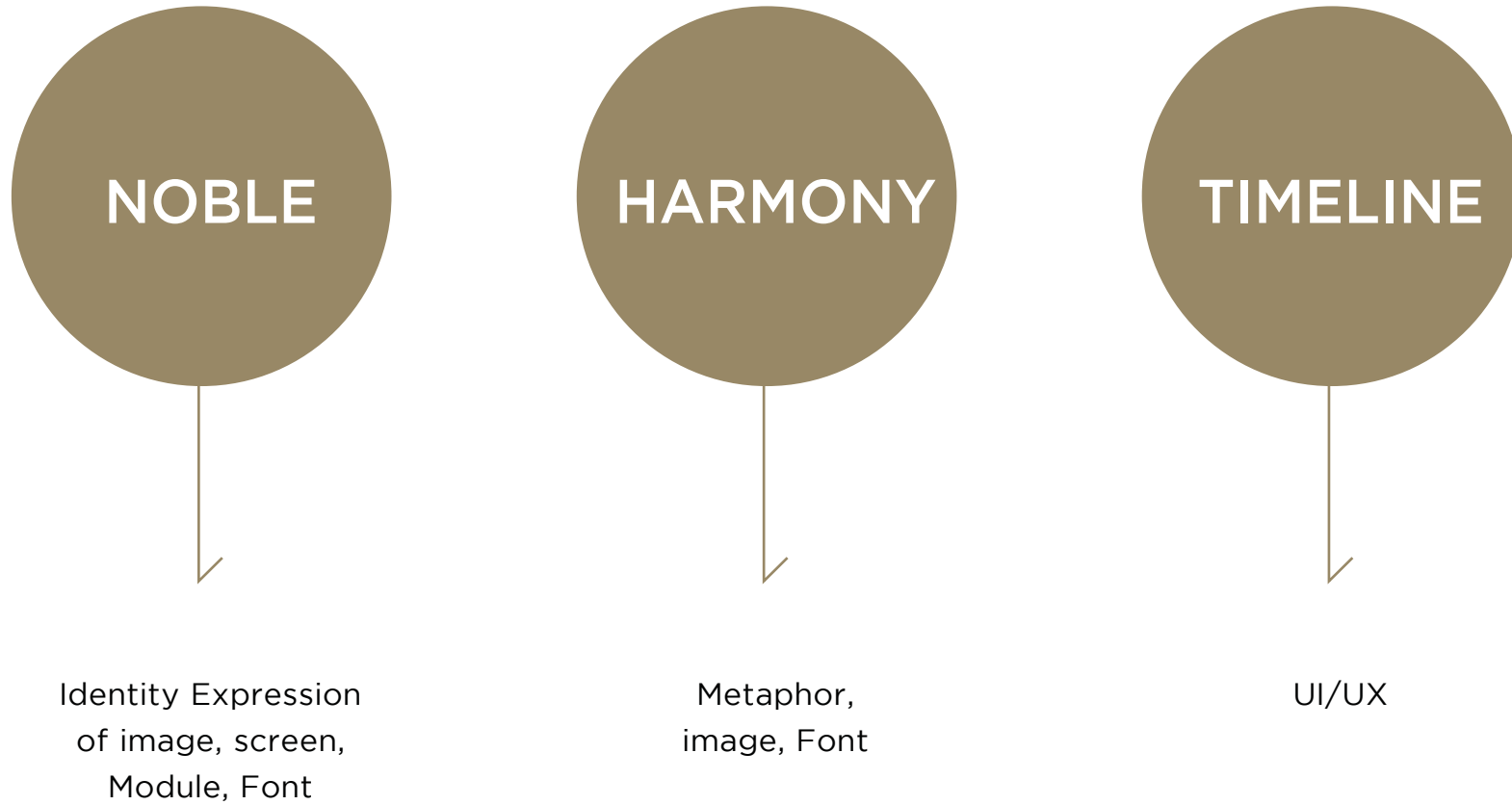
읽은 콘텐츠에서 '보고 느끼는 정보 콘텐츠'로
감각적인 콘텐츠 비주얼 커뮤니케이션을 통한
WR 브랜드 소통



WR PRESTIGE ONLINE BROCHURE

휘슬링락 CC

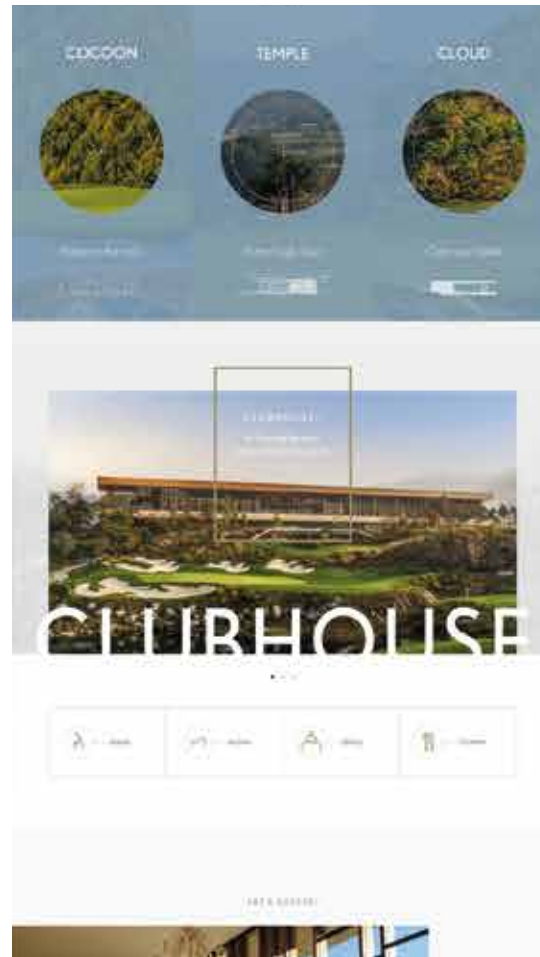
STRATEGY



휘슬링락 CC

SCREEN

메인



휘슬링락 CC

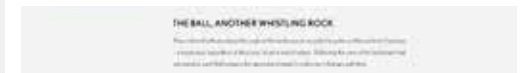
SCREEN

서브



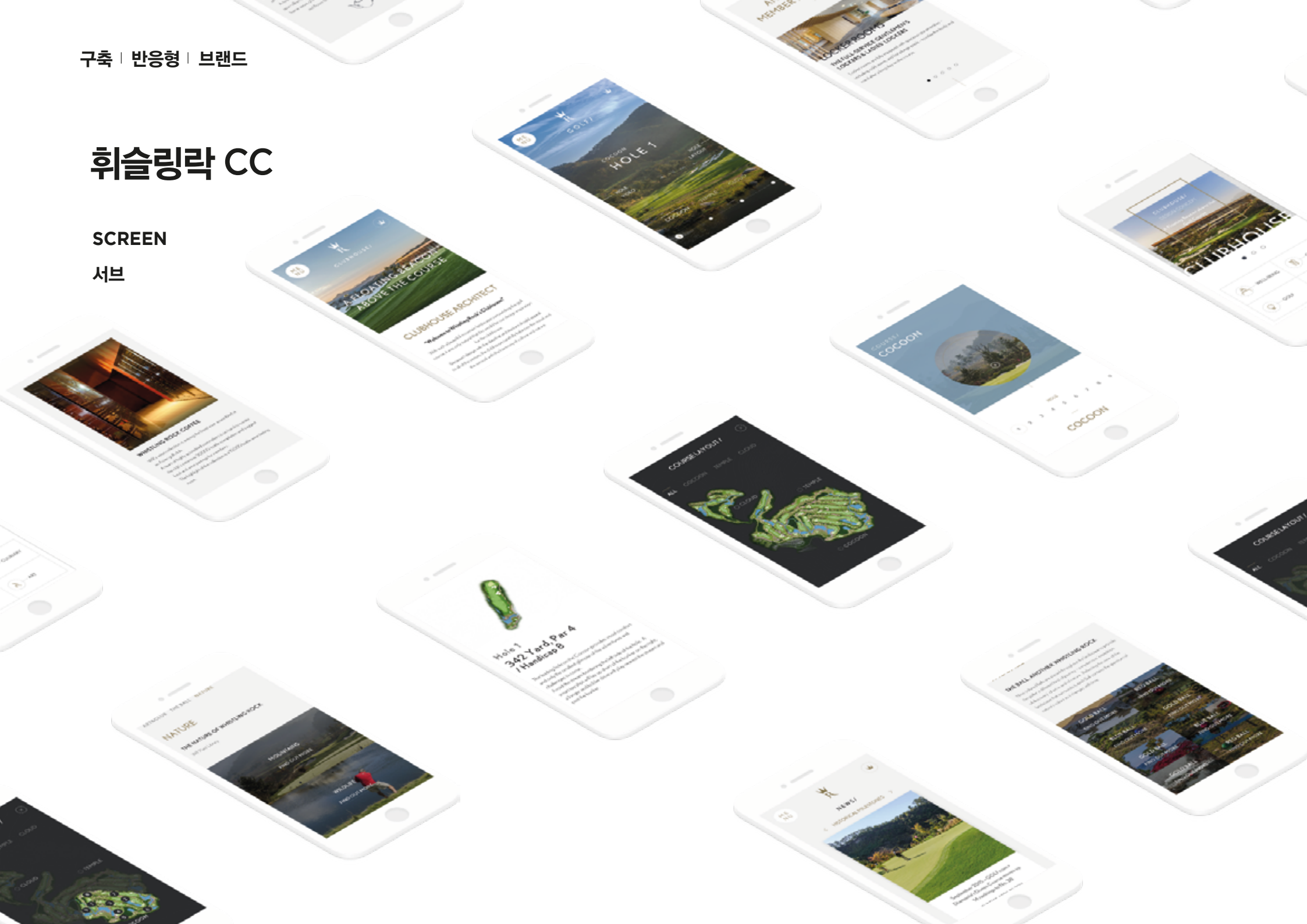
WR INTRODUCTION

Through the vision of renowned landscape architect, the Whistling Rock Golf Course is a masterpiece of art and nature. It is a place where the beauty of the natural landscape is preserved and enhanced by the art of landscape architecture. The Whistling Rock Golf Course is a place where the beauty of the natural landscape is preserved and enhanced by the art of landscape architecture. The Whistling Rock Golf Course is a place where the beauty of the natural landscape is preserved and enhanced by the art of landscape architecture.



휘슬링락 CC

서브



올파크, ALLPARK

올파크

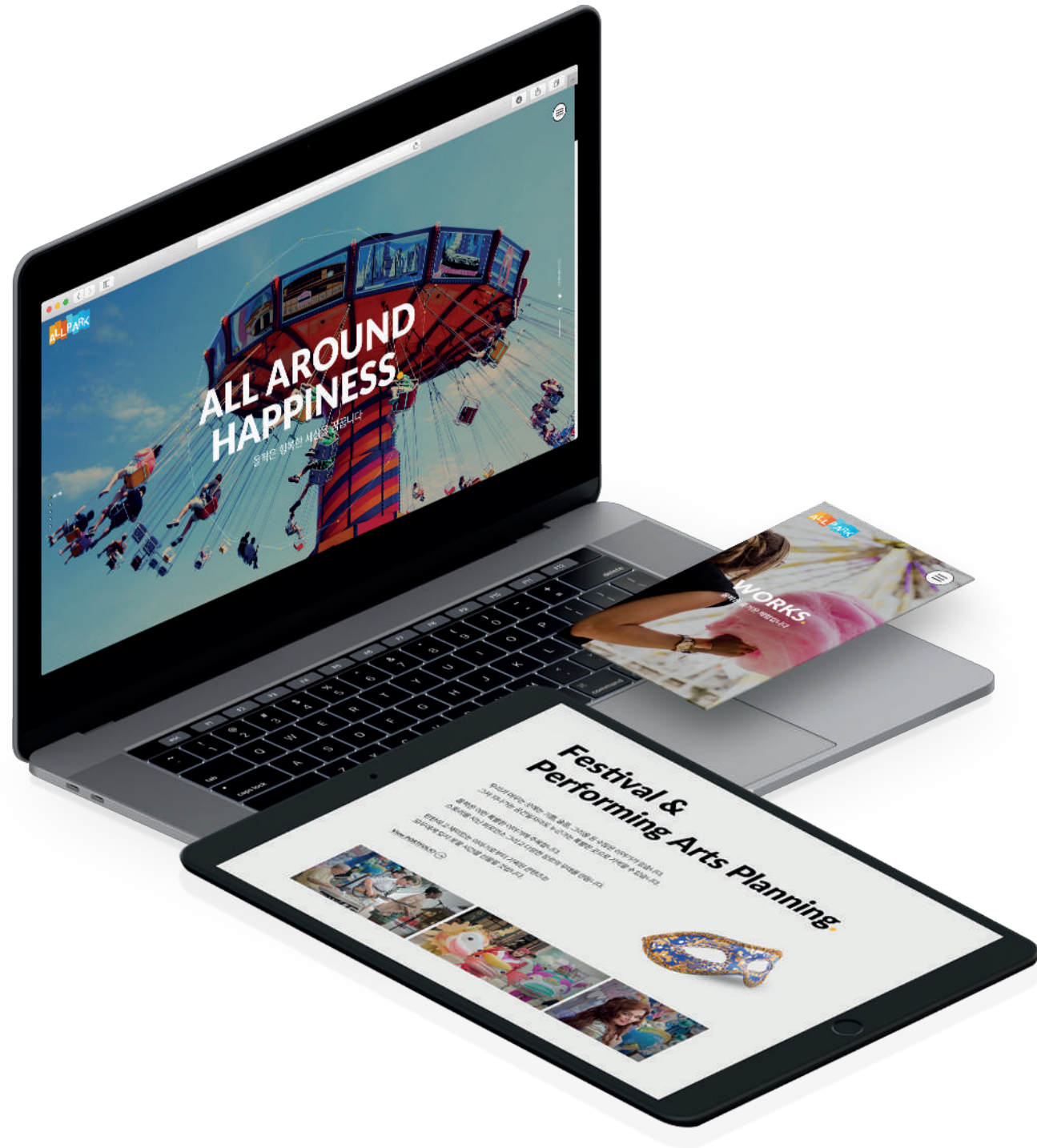
2017.09 ~ 2017.11

<http://www.allpark.co.kr>

○

올파크는 테마파크 공연 및 이벤트/프로모션 분야의 전문가들로 구성된 엔터테인먼트 기획사로서 테마파크 엔터테인먼트, 문화마케팅, BTL 이벤트를 비롯해 테마파크 운영 전문인력 파견 및 오퍼레이션까지 사업범위를 확대해 나가고 있는 기업입니다.

All-in-one Online Brochure를 컨셉으로 AllPark의 All에서 파생된 여러 키워드들을 조합한 카피와 그에 맞는 콘텐츠 디자인으로 "모두에게 행복을 주는 기업"이 되겠다는 올파크의 기업비전을 사이트 곳곳에 자연스럽게 표현했습니다.

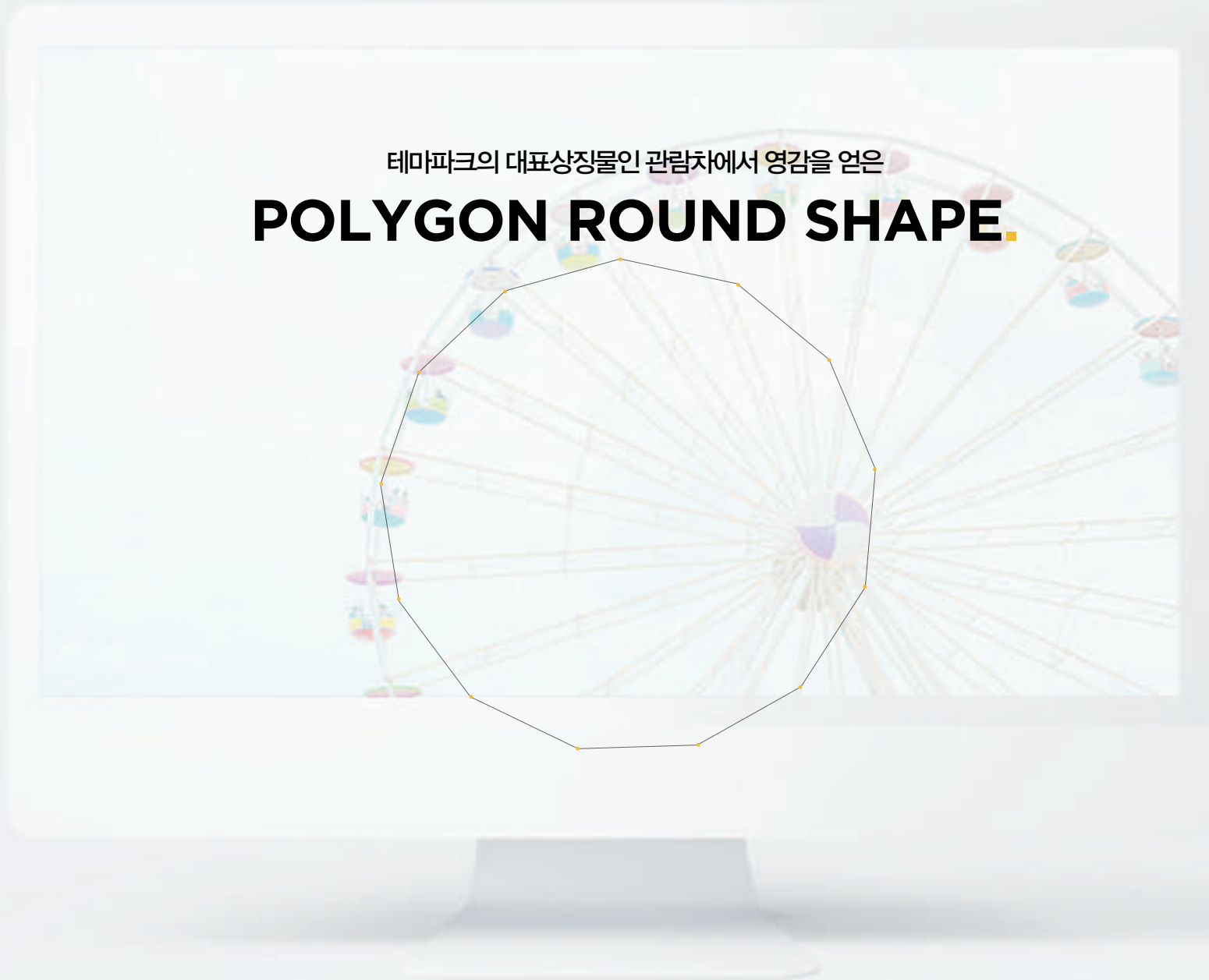


올파크, ALLPARK

METAPOR

테마파크의 대표상징물인 관람차에서 영감을 얻은

POLYGON ROUND SHAPE.



올파크, ALLPARK

STRATEGY

ALL-IN-ONE ONLINE BROCHURE



**EASY
COMMUNICATION**

↓
우리의 퍼포먼스 연출과 이벤트를 읽기 편한
카피/이미지/인포그래피로 연출



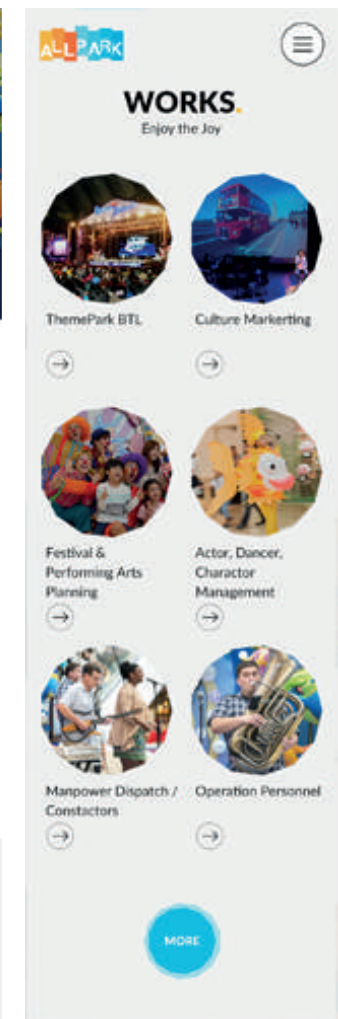
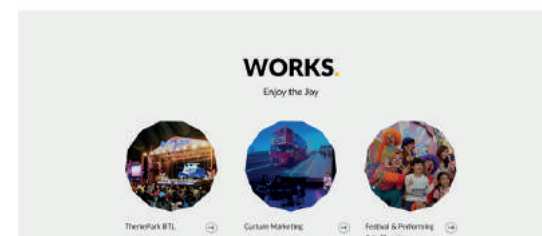
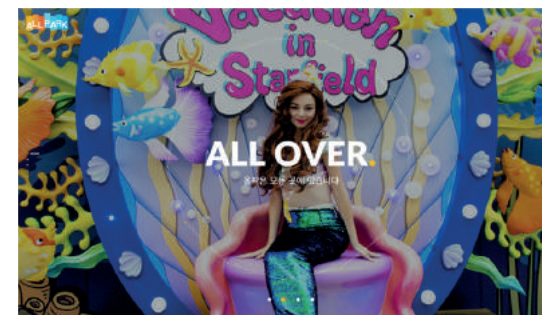
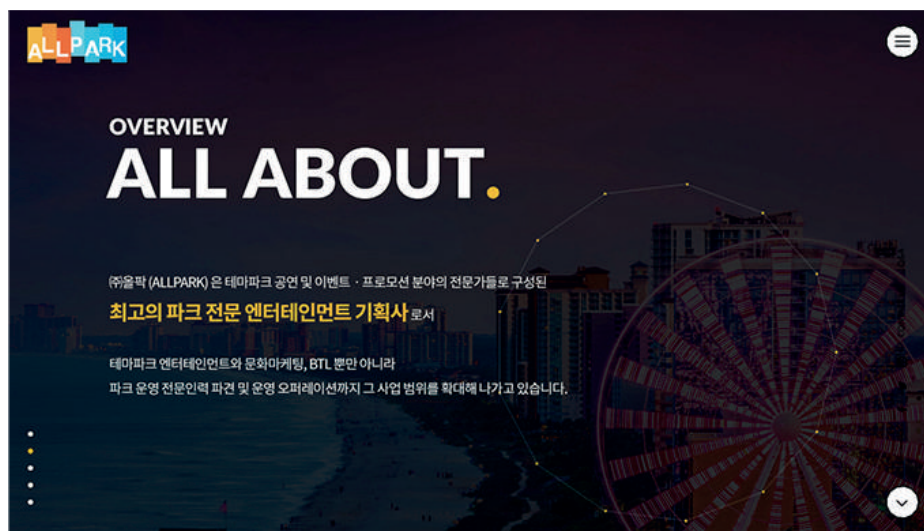
HAPPY & PLEASURE

↓
기쁘고 행복한 기업의 모습을 표현

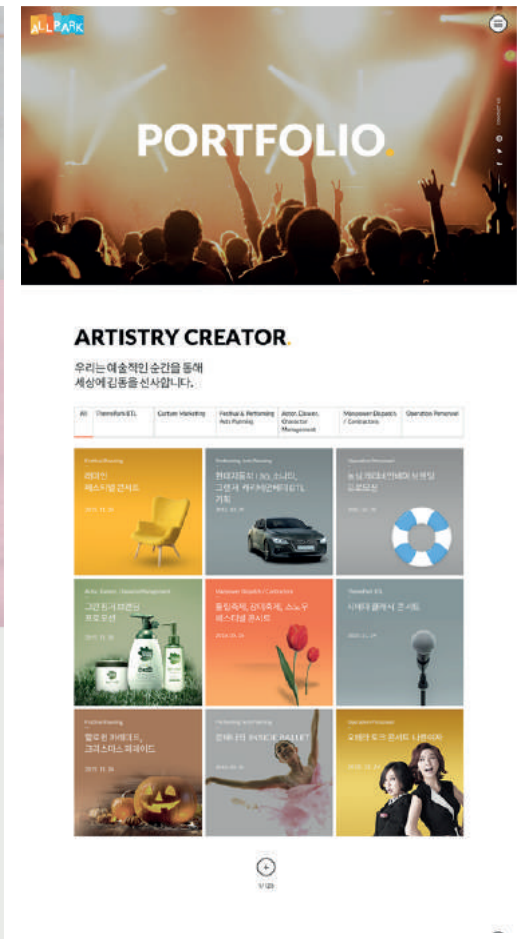
올파크, ALLPARK

SCREEN

메인



서브



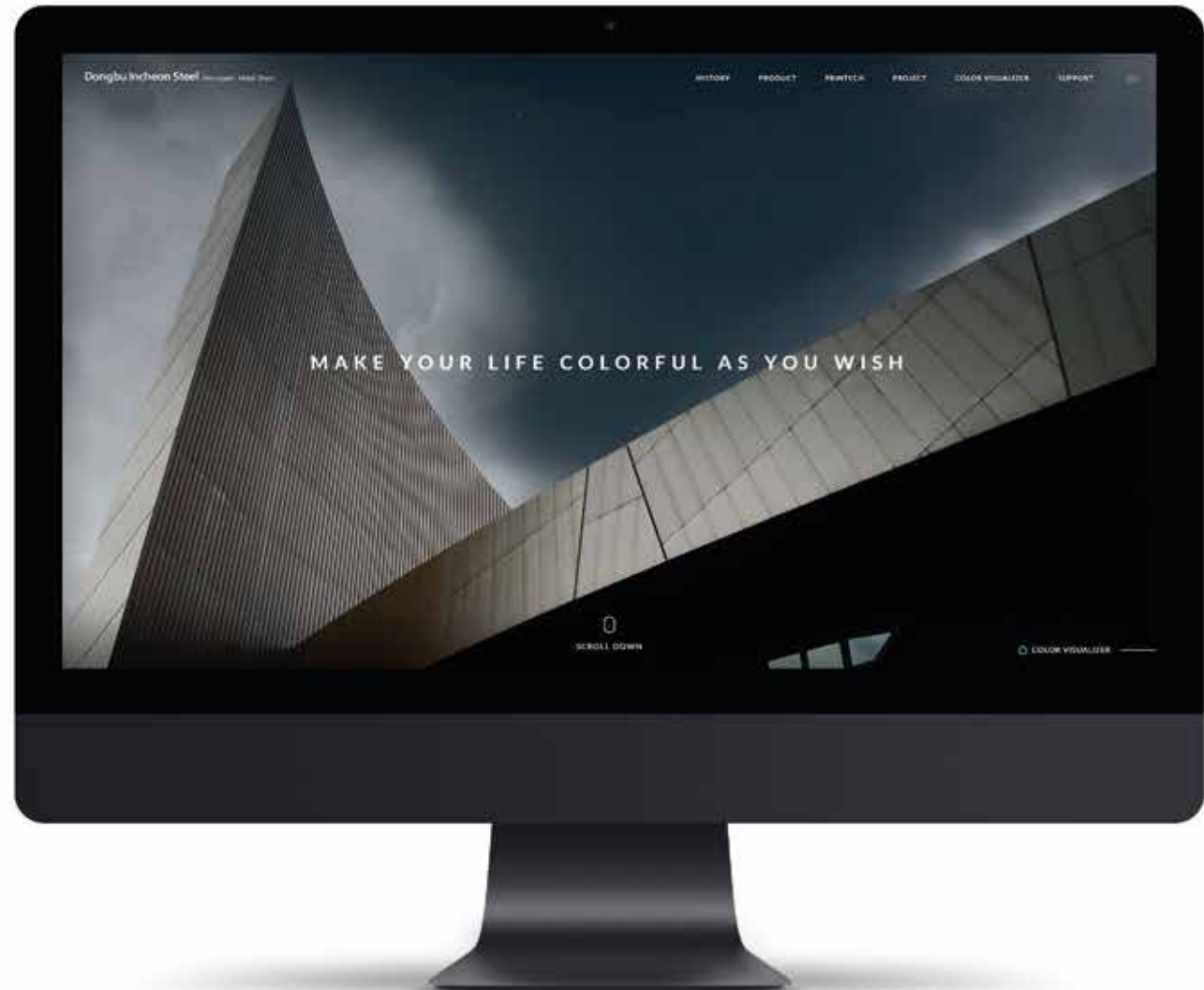
동부인천스틸 컬러강판 B2B 사이트

동부인천스틸

2016.12 - 2017.10

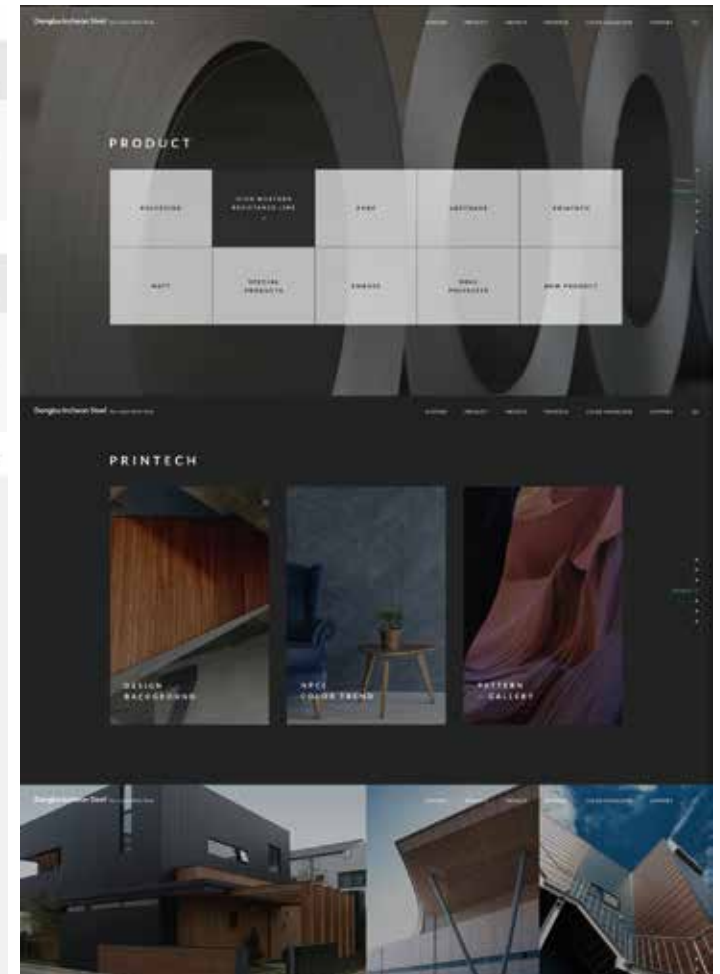
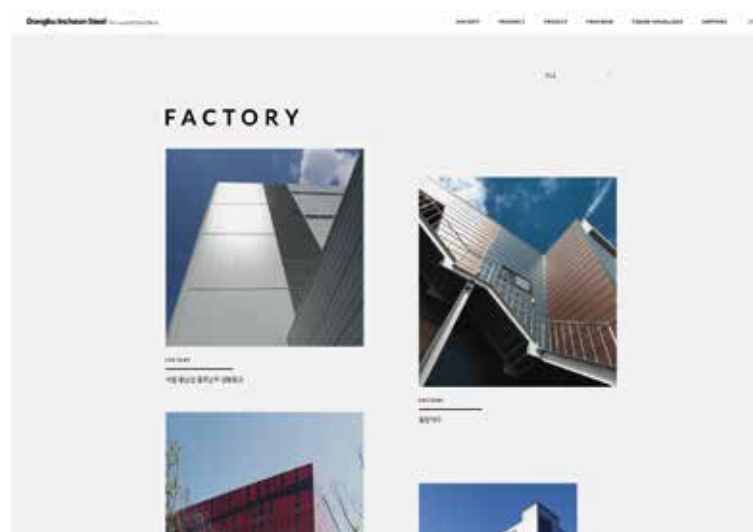
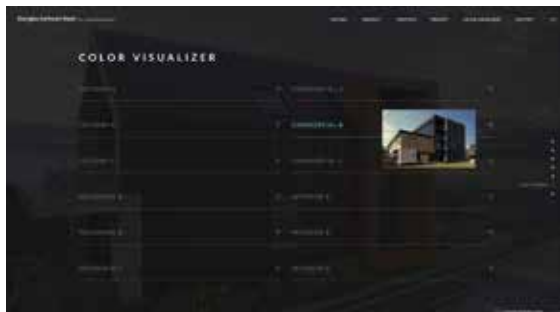
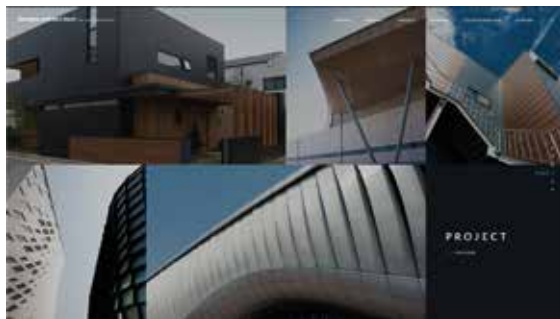
○

복잡한 요소는 제거하고 주요 이미지와 텍스트 표현에 중점을 두기 위해 최소한의 컬러를 사용하였고 건물과 패턴이 가지고 있는 안정적인 형태의 사각형과 컬러팔레트의 원형을 메타포로 활용했습니다. 컬러 비주얼라이저는 해당 건물을 3D모델링을 하여 쉽고 명확한 UI, 패턴확대기능, 다른 각도에서 볼수 있는 디폴트뷰와 사이트뷰의 패턴적용을 통해 구매단계에서 사용까지 편리한 디지털 시뮬레이션입니다.



동부인천스틸 컬러강판 B2B 사이트

SCREEN



DB손해보험 WSG

DB손해보험

2017.09 - 2017.12

○

DB손해보험 WSG는 웹콘텐츠에 공통으로 사용하는 아이덴티티를 일관성있게 효과적으로 반영할 수 있도록 제시하는 기준입니다. 웹사이트뿐 아니라 모바일, 태블릿, 블로그, 시스템 등 디자인 프로토타입을 제시하고 DB손해보험의 전체적인 온라인 웹스타일 가이드를 정립하였습니다.

온라인 아이덴티티 정립

개발 및 유지보수 편의성 강화 및 기준 제시

신규 콘텐츠 제작시 가이드 라인 및 제작 원칙 제시



DB손해보험 WSG

SCREEN EXAMPLE

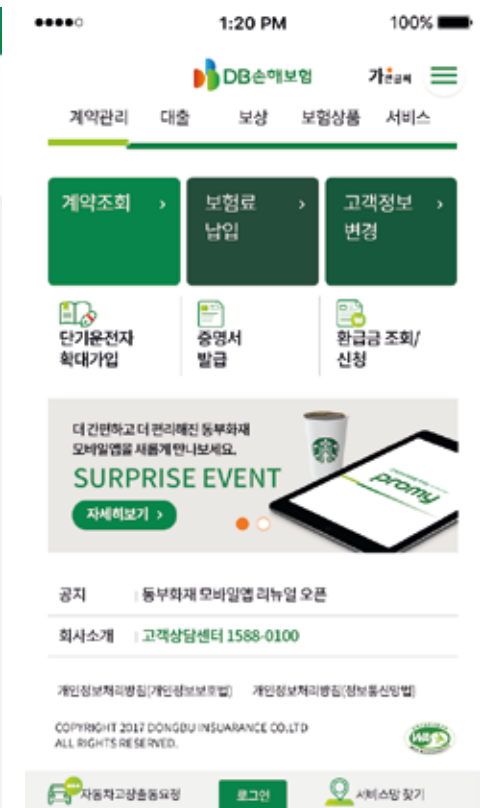
DB손해보험 웹사이트 A Type



DB손해보험 웹사이트 B Type



DB손해보험 모바일 어플리케이션



The image shows an open book with a dark green cover on the left and a white page on the right. The left page has the word 'Contents' in white. The right page contains a table of contents with two columns: the left column lists the chapter and section titles, and the right column lists the page numbers. The table of contents is organized into three main sections: Section 1 (pages 1-10), Section 2 (pages 11-20), and Section 3 (pages 21-30). Each section contains several sub-entries with their respective page numbers.

Section	Chapter/Section Title	Page Number
1	1.1 Chapter 1	1
	1.2 Section 1.2	2
	1.3 Section 1.3	3
	1.4 Section 1.4	4
2	2.1 Chapter 2	5
	2.2 Section 2.2	6
	2.3 Section 2.3	7
	2.4 Section 2.4	8
3	3.1 Chapter 3	9
	3.2 Section 3.2	10
	3.3 Section 3.3	11
	3.4 Section 3.4	12



태광그룹 세화미술관

티시스

2016.06 ~ 2016.11

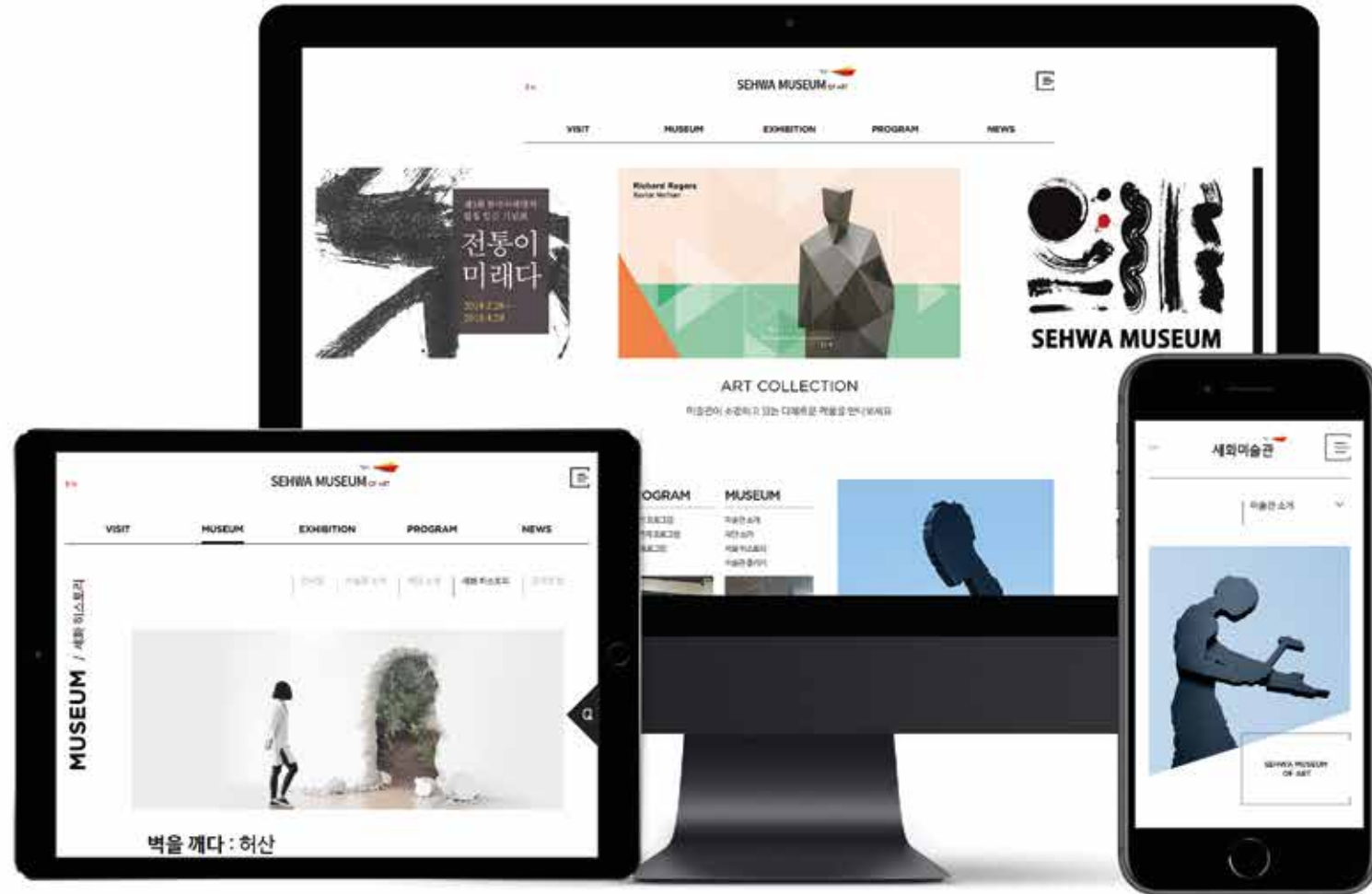
<http://www.sehwamuseum.org>

2016 & AWARD Art Winner 수상

○

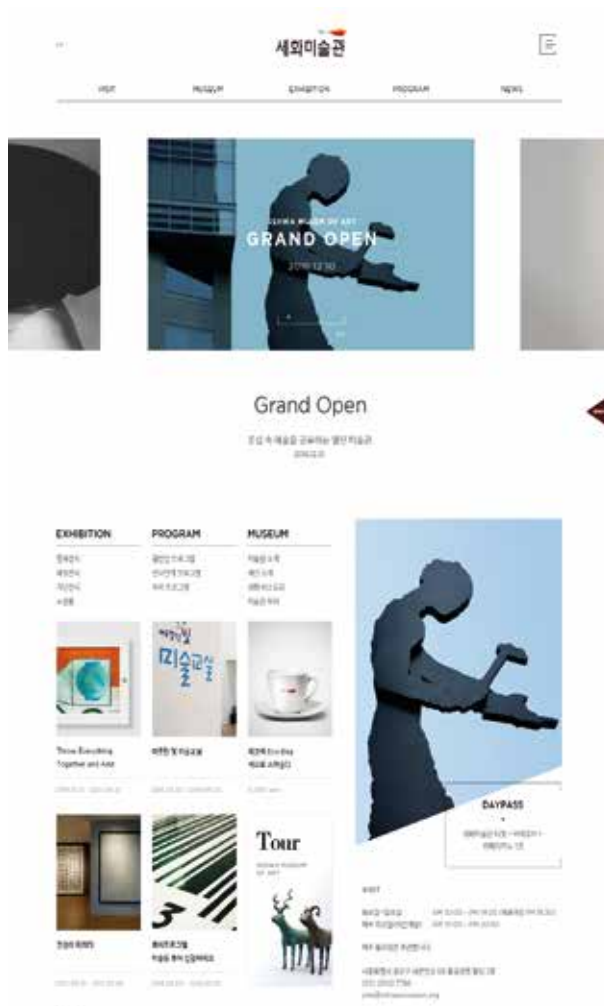
해머링맨으로 유명한 광화문 흥국생명 빌딩에 위치한 일주&선화 갤러리가 세화미술관으로 확장 개관하여 새로운 모습으로 단장한 세화미술관의 온라인 사이트입니다.

멀티 디바이스에 대응하기 위해 반응형으로 구축하였으며 삶과 예술이 소통하는 미술관으로 생소하고 어려운 예술이 아닌 일상 생활에서 편하고 가깝게 즐길 수 있는 예술을 표현하기 위해 "오픈 스퀘어"에서 영감을 얻은 열린 사각형을 메타포로 표현하였고, 현대미술을 새로운 시각으로 공감하는 "프리즘-컬러"와 "프리즘-쉬입"을 통해 세화의 현대적인 감성을 사이트 곳곳에 녹아들도록 구성하였습니다.



태광그룹 세화미술관

SCREEN



태광그룹 세화미술관

CI GUIDE



CJ ONE 득템프 런칭 프로모션

CJ ONE

2016.09 - 2016.10

○

득실득실 넘치는 혜택!
요즘 누가 고생해서 받나?
블로이득하래!

CJ ONE e스탬프인 "득템프" 런칭 프로모션은 CJ ONE에서 신규 스탬프 네이밍을 런칭홍보하고 인지도 강화를 위해 진행하였으며 이벤트 디자인과 득템프 모션을 진행했습니다.



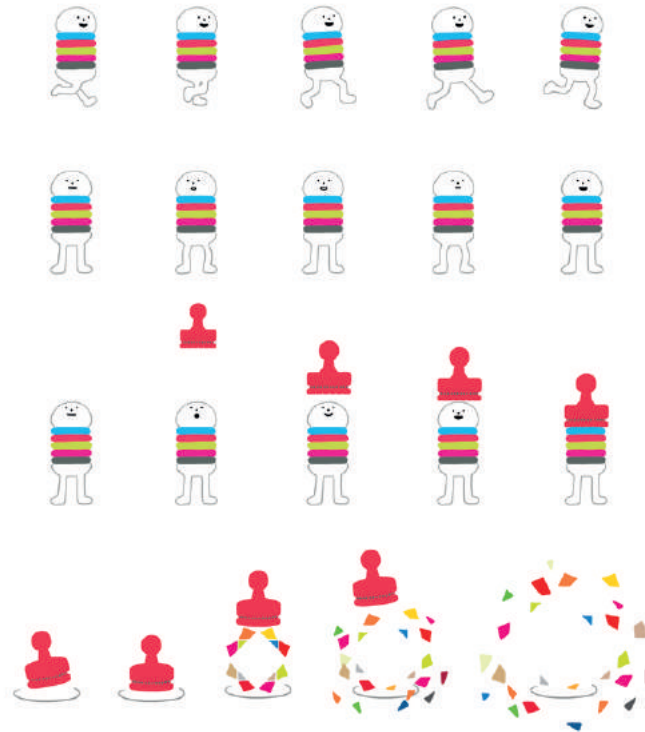
CJ ONE 득템프 런칭 프로모션

APP MOTION DESIGN

DRAFT A



DRAFT B



DRAFT C



DRAFT D



CJ ONE 득템프 런칭 프로모션

PROMOTION DESIGN

DRAFT A



DRAFT B



DRAFT C



DRAFT D



CJ ONE 득템프 런칭 프로모션

PROMOTION DESIGN

FINAL DESIGN



득템프 참여방법

1단계

CJ ONE 앱 다운 받으면
득템프 1회 보너스 쿨!



2단계

득템프 바로가기 클릭!

3단계

득템프 동의하고 이벤트 시작!

4단계

CJ 브랜드에서 구매하면 득템프 자동 쿨!
[득템프 적립 브랜드]
CGV, 올리브영, CJmall, 두레주르, 빈스, 비비고, 투썸플레이스,
차이나팩토리, 재입재만소, 더스테이크하우스, 빈스 버거, 계절방앗,
차이나팩토리 딜라이트, 더플레이스, CJ푸드월드

득템프 적립 조건

- 상품 구매 후 포인트 적립/사용시 득템프 적립
- 온라인몰(CJmall, 올리브영샵)은 구매 후 마이존에서 [포인트 받기] 완료 시 득템프 적립
단, 전액 포인트 결제 시에는 구매 후 즉시 득템프 적립
- 오프라인 매장은 영수 건 기준, 온라인몰은 상품 당 기준으로 득템프 적립
- CGV 매점 이용시 영수증 하단의 적립번호로 포인트 적립 시 득템프 적립

100만원 여행 상품권 득하기

1회 보너스

CJ ONE 모바일앱 다운



3회

한정판 원스터 USB 즉석 당첨 (500명)



7회

100% 당첨 (최대 5,000P)
+ 추가 경품 또! 자동응모

- CJ월드스100만원권(5명)
- CGV연간 영화 관람권 2매(50명)
- CJ 외식상품권 5만원권 2매(100명)

CJ 원더풀 프로모션

CJ ONE

2016.03 - 2016.04



올해로 5주년을 맞이한 CJ ONE에서 진행한 본 이벤트는 'ONE.THE.-FULL'이라는 주제로 일상의 소중한 원더풀한 순간들을 통해 브랜드의 가치를 부여하고 계열사 주요 Contents를 이벤트와 연계하여 각 계열사의 시너지를 목적으로 진행되었습니다.



CJ 원더풀 프로모션

SCREEN

일상의 순간을 원더풀하게
13개 CJ 브랜드와 함께하는 #원더풀 혜택

원더풀 매거진

행사 기간: 2016년 4월 15일(금) ~ 5월 4일(수)

참여 방법: CJ ONE의 스토리가 담긴 원더풀 매거진을 끝까지 읽고 토크카드로우에 응모하시면 100% 경품 당첨

이벤트 경품:

- 13종 쿠폰 (응모고객 전원 당첨)
- CJ ONE 100만 포인트 (10명)
- 투썸플레이스 음료 교환권 (500명)
- 올리브영 5천원 상품권 (500명)
- 빔스 매세오 스테이크 상품권 (250명)
- CJ ONE 1,000 포인트 (2,000명)

원더풀 매거진 끝까지 구독하면
토크카드로우 100% 당첨 GO!

인스타그램 #원더풀 공유 이벤트
해시태그 이벤트

행사 기간: 2016년 4월 15일(금) ~ 5월 4일(수)

참여 방법: 인스타그램에 원더풀 콘셉트를 보고 C&A 캠페인 원더풀 일상을 찍어 #원더풀 #CJONE과 함께 인스타그램에 공유해주세요

이벤트 경품: CJ ONE 2만 포인트 (500명)

투썸플레이스와 함께하는
한정판 피크닉 매트

행사 기간: 2016년 4월 29일(금) ~ 소진시까지(선착순)

참여 방법: 투썸플레이스 매장에서 제이크 빙수를 구매하시면 스티커포스터(인스타그램 피크닉 매트)를 CJ ONE 2만포인트 구매하실 수 있습니다. 지금 투썸플레이스 매장을 방문해주세요!

일상의 순간을 원더풀하게 만들어드립니다.
13개 브랜드와 함께하는 #원더풀 혜택 100% 중장!

1. 원더풀 매거진 2. 에시태그 이벤트 3. 피크닉 매트

원더풀 매거진

행사 기간: 2016년 4월 15일(금) ~ 5월 4일(수)

참여 방법: CJ ONE의 스토리가 담긴 원더풀 매거진을 끝까지 읽고 토크카드로우에 응모하시면 100% 경품 당첨

이벤트 경품:

- 13종 쿠폰 (응모고객 전원 당첨)
- CJ ONE 100만 포인트 (10명)
- 투썸플레이스 음료 교환권 (500명)
- 올리브영 5천원 상품권 (500명)

제주항공 FFP

제주항공

2015.06 - 2015.08

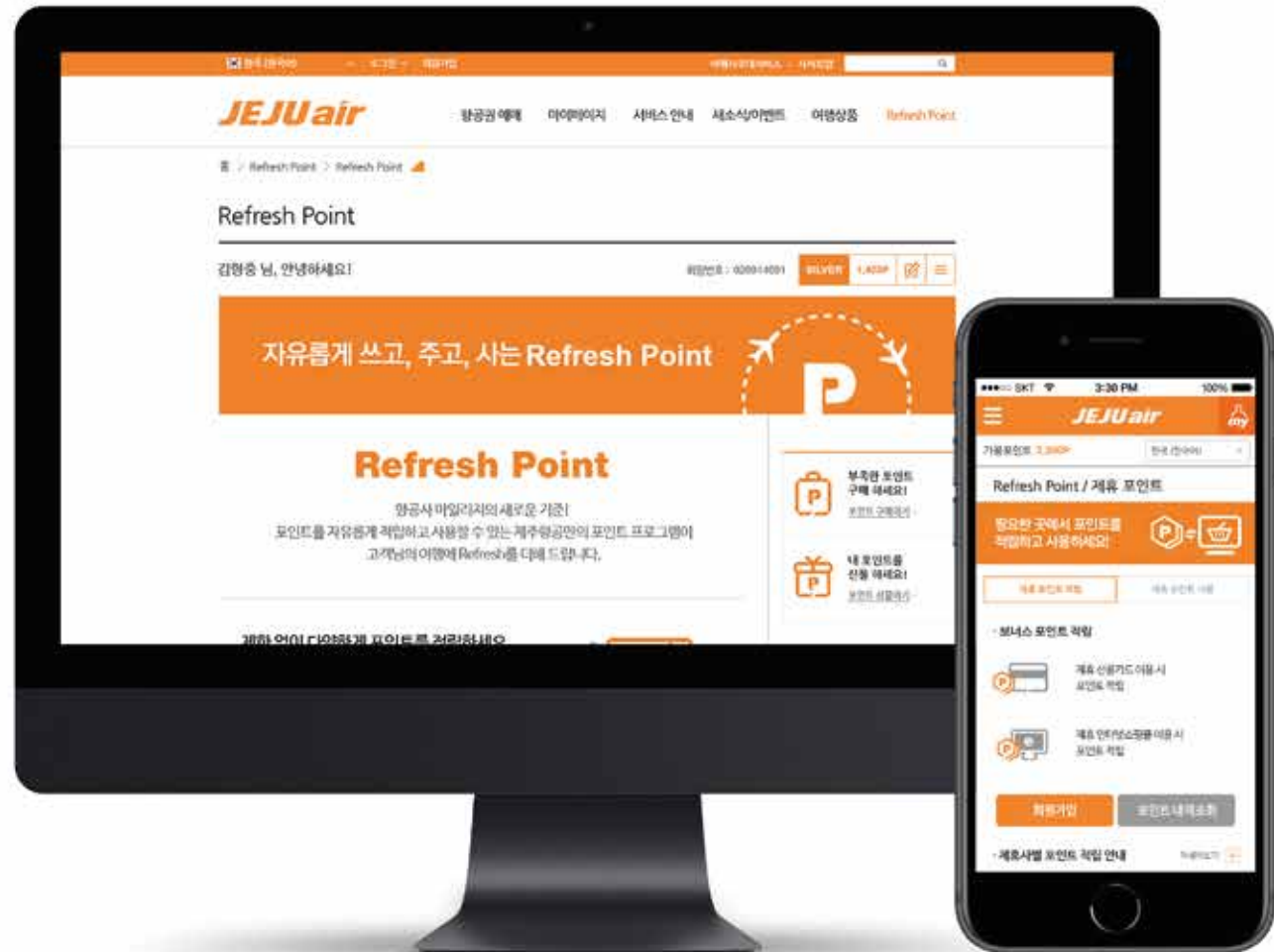
○

제주항공은 2005년 설립 이후 항공 업계에 지속적인 혁신을 가져오고 있으며, 한국에서 가장 빠르게 성장하고 있는 대표 항공사로서 진취적이고 신뢰감을 주는 항공사 이미지를 전달하는 초점을 두어 리뉴얼 작업을 진행했습니다.

REFRESH POINT

항공사 마일리지의 새로운 기준! 포인트를 자유롭게 적립하고
항공예약까지 사용할 수 있는 제주항공만의 포인트 프로그램으로
이용고객들의 여행에 REFRESH를 더해 드립니다.

사용자에게 다양한 서비스를 직관적이고 명확하게 전달하기 위하여 전체
ICON디자인을 리뉴얼하였고, 고객요구에 맞춰 합리적인 항공 서비스를
제공하고, 편리한 접근성과 사용성을 고려하여 UI/UX를 개성하였습니다.



제주항공 FFP

SCREEN



아이리버 스트라디움

아이리버

2015.07 - 2015.10

2015 & AWARD Art GRAND PRIX 수상

○

‘STRADEUM’은 명품 현악기인 스트라디바리우스(STRAD)와 음악당을 표현한 오디움(ODEUM)의 합성어로 좋은 소리를 감상할 수 있는 공간이라는 뜻이며, 음악 감상과 공연, 토크, 쇼케이스, 큐레이션 음악 감상회 등의 다양한 프로그램을 갖춘 복합 음악 문화 공간으로 총 지하 1층, 지상 4층으로 구성되어 있습니다. 고음질 음향기기 아스텔앤컨으로 재기의 발판을 삼은 아이리버가 야심차게 준비한 음악 문화 공간인 ‘STRADEUM’의 온라인 사이트의 제작을 진행하게 되었습니다.

스트라디움의 클래식하고 고급스러운 이미지를 표현하기 위해 LP판에서 영감을 얻어 정사각형의 프레임을 사용하여 사이트를 제작, 사용자들이 정보를 습득한 후 자연스럽게 멤버십 가입과 공연 예매로 이동을 유도하여 스트라디움을 알고, 경험할 수 있도록 설계되었습니다. 스트라디움의 고급스러움을 표현하기 위해 서브컬러 사용을 자제하여 블랙과 포인트 컬러인 레드만을 활용하였고, 상단의 비주얼 요소를 사이트 전반에 녹여 브랜딩을 강화하였습니다.



아이리버 스트라디움

SCREEN



현대엠엔소프트 HTML5 Digital Map

현대엠엔소프트

2015.01 - 2015.04

○

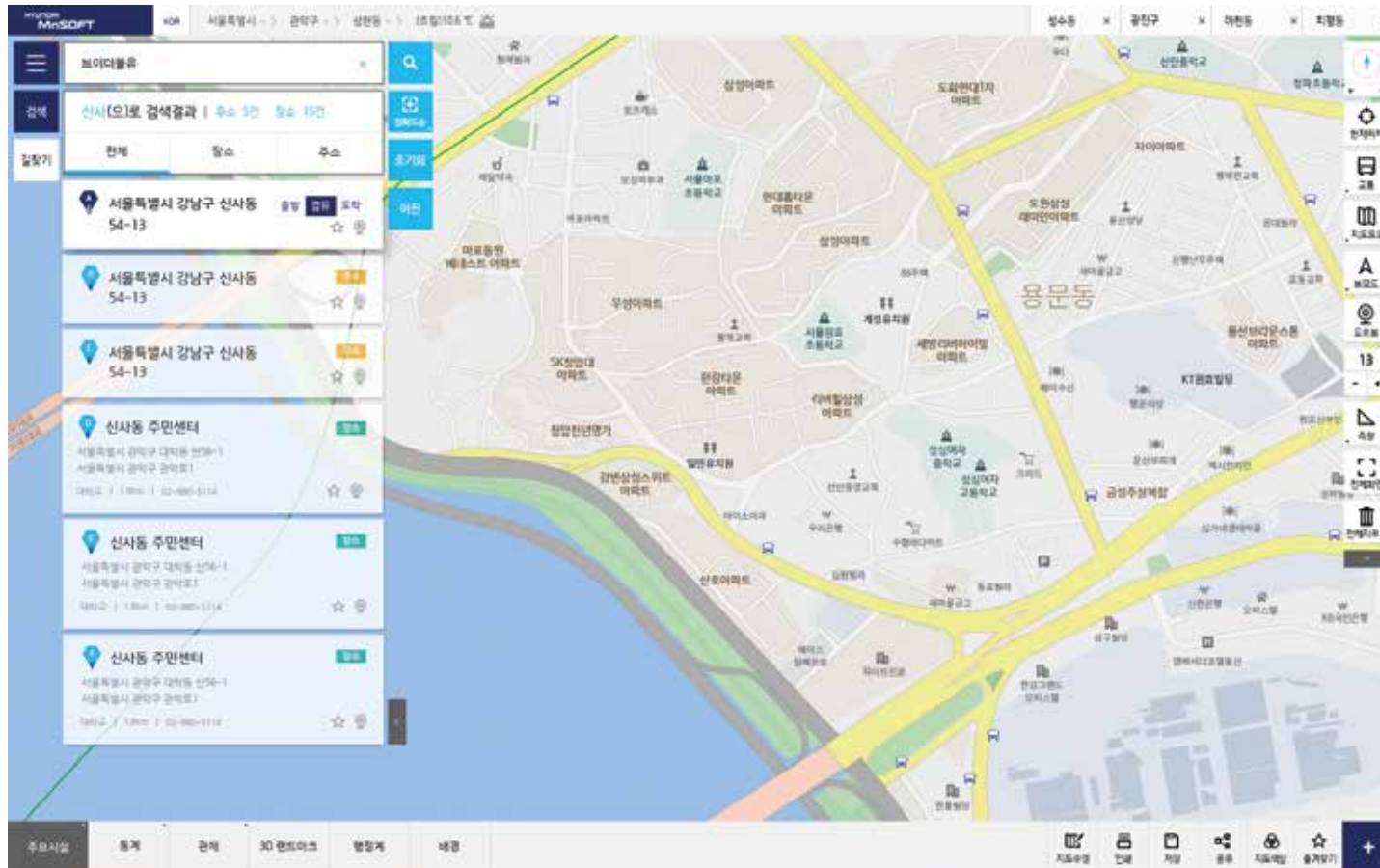
현대엠엔소프트는 현대자동차 그룹 내 위치기반 서비스, 텔레메틱스 분야를 중점으로 하는 차량용 인포테인먼트 전문기업으로 HTML 5 디지털 맵 구축을 통하여 내비게이션, 모바일 버전 어플리케이션으로 분기될 수 있는 서비스와 제품의 기반이 되며, 통합 웹사이트의 일부 기능 조합으로 모바일 앱, 내비게이션 개발 가능한 환경 조성이 가능하도록 구현하였습니다.

HTML 5 디지털 맵은 현대 MnSOFT의 기술력을 전달하며, 사용자를 고려한 UI/UX설계를 통하여 사용성을 강화하고, HTML 5를 기반으로 한 차세대 디지털 플랫폼에 효과적인 대응 기반 구성이 가능하도록 하였습니다.



현대엠엔소프트 HTML5 Digital Map

SCREEN



관광/여행

레저스포츠

음식점

쇼핑

문화

금융

의료

교육

공공기관

교통/자동차

생활/가정

숙박

금호석유화학 그룹 3사

금호석화그룹

2015.05 - 2015.07

금호피앤비화학 <http://www.kpb.co.kr>

금호미쓰이화학 <http://www.kmci.co.kr>

금호폴리켄 <http://www.polychem.co.kr>



금호석유화학의 본질인 석유 + 화학 분자구조를 사용한 육각 메타포는 전체적인 디자인컨셉을 나타내고 금호(아름다운 호수)를 표현하기 위하여 컬러 컨셉을 자연의 호수색과 가까운 청록색을 브랜드 포인트 컬러로 사용하였던 금호석화 그룹의 온라인 브랜드 아이덴티티를 기반으로 각 사별 주력제품과 사업내용에 따른 차별점을 부각하여 표현했습니다.



금호석유화학 그룹 3사

KUMHO P&B CHEMICALS

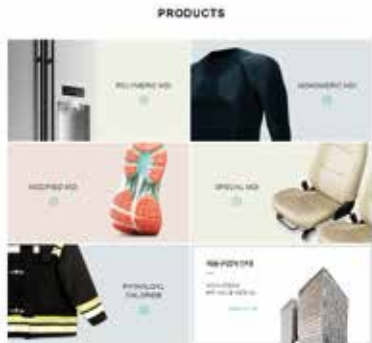


금호석유화학 그룹 3사

KUMHO POLYCHEM



KUMHO MITSUI CHEMICALS



비비고

CJ 올리브네트웍스

2015.07 - 2015.12

○

비비고는 60년 역사를 지닌 식품 기업 CJ의 자부심과 꿈을 담고 있습니다. 오랫동안 쌓아온 한식에 대한 이해를 바탕으로 글로벌 한식 대표 브랜드 '비비고'를 만들었으며 VW에서는 건강한 식문화인 한식을 전 세계와 나눌 수 있는 비비고 글로벌 브랜드 사이트 유지운동을 진행하였습니다. 비비고 브랜드 웹사이트 및 콘텐츠, 이벤트 등 다양한 어플리케이션에 맞춰 운영 및 디자인을 구현하였습니다.



비비고

SCREEN



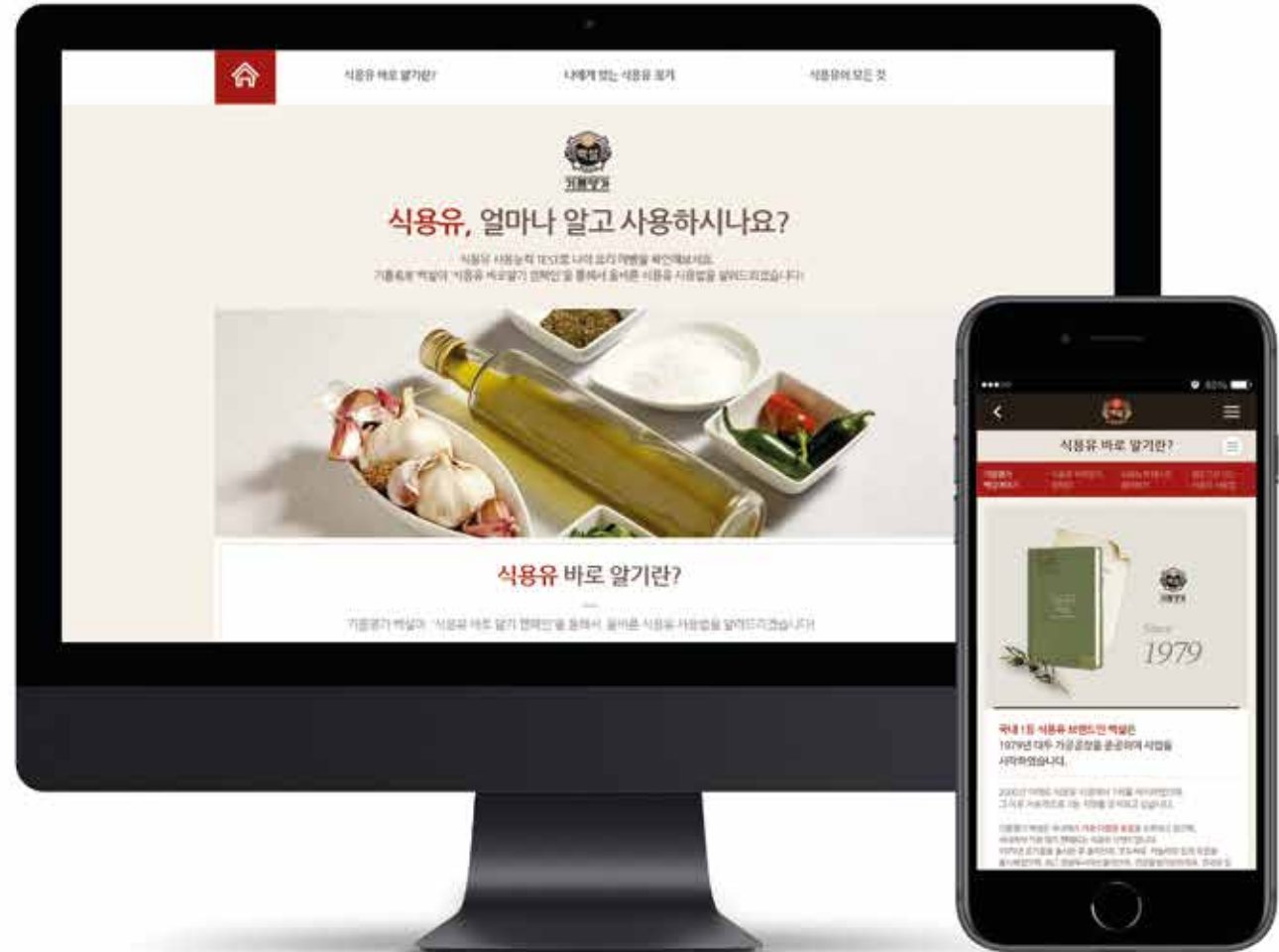
백설 기름명가

CJ올리브네트웍스

2015.03 - 2015.04

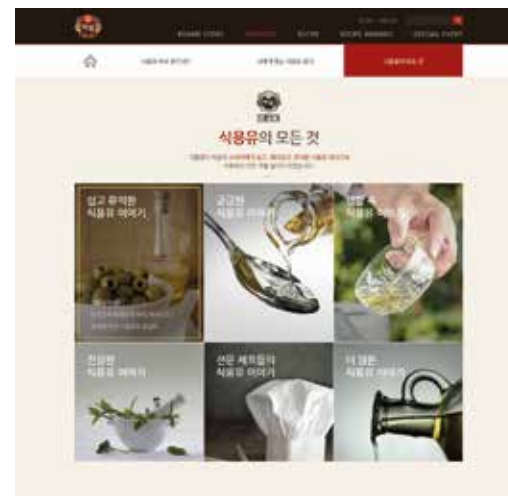
○

참여유도형 콘텐츠를 통한 웹사이트 및 프로모션의 활성화 방안을 기획하여 새로운 슬로건 소개 페이지로 사용자에게 인지도 상승과 참여 유도 페이지로 레시피와 적합한 기름 홍보, 기름 관련 지식을 쌓으면서 참여한 고객에게 참여 보상을 제공할 수 있도록 기획, 디자인했습니다.



백설 기름명가

SCREEN



유도그룹 오피셜 웹사이트

유도

2014.07 - 2015.11

<http://www.yudo.com>

○

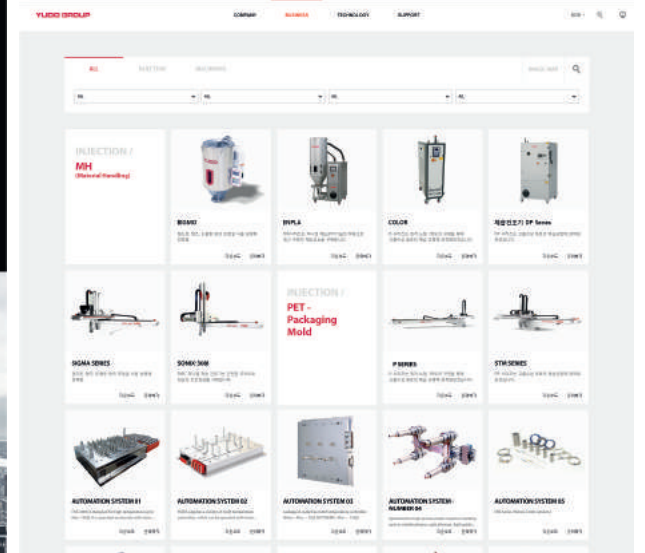
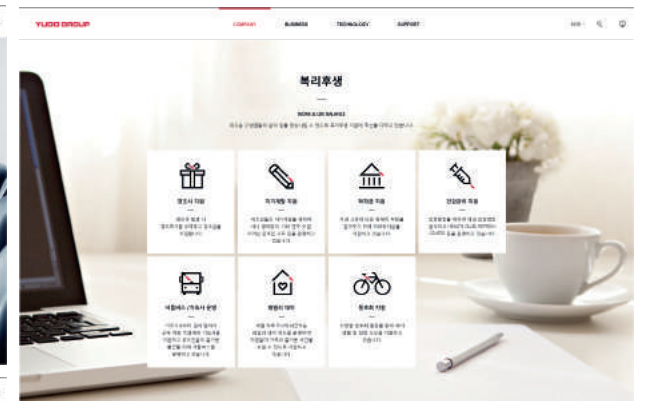
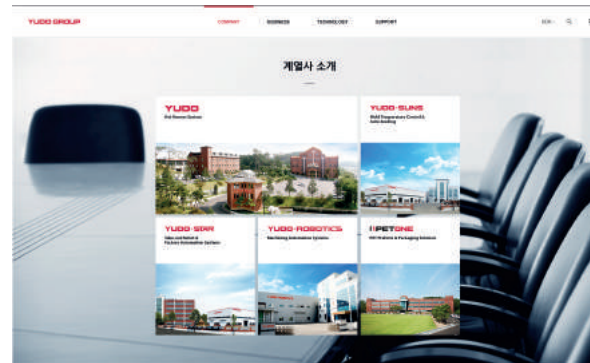
유도그룹은 기능, 기술력이 다른 200가지 이상의 제품을 보유하고 있어 Business 제품 영역에 나타내기 위한 제품 기준과, 이미지를 통한 이미지맵, 관리에 대한 부분까지 세부적으로 변경이 편리하도록 제작되어 있습니다.

또한 3Depth 이상으로 표현 되어야 할 콘텐츠들을 한페이지에 보여지도록 구성하였고, 오른쪽 리모컨 버튼을 통해 페이지에 대한 이해와 이동이 자유로운 사이트로 구축하였습니다.



유도그룹 오피셜 웹사이트

SCREEN



한화호텔&리조트 모바일앱

한화호텔&리조트

2014.01 - 2014.11

○

한화리조트, 한화리조트 오피셜, 플라자 CC, 분양사이트로 구성된 프로젝트로 2013년 4월부터 12월까지 총 8개월간 진행되었습니다. 한화리조트 프로젝트는 한화호텔&리조트(주)의 기업 위상 및 사업 특성을 고려하여, 노후화된 디자인의 개선 및 효율적이고 편리한 정보 제공의 재구성을 통한 고객 사용성 증대를 위하여 이와 관련된 온라인 사이트를 통합하고자 구축하였습니다.

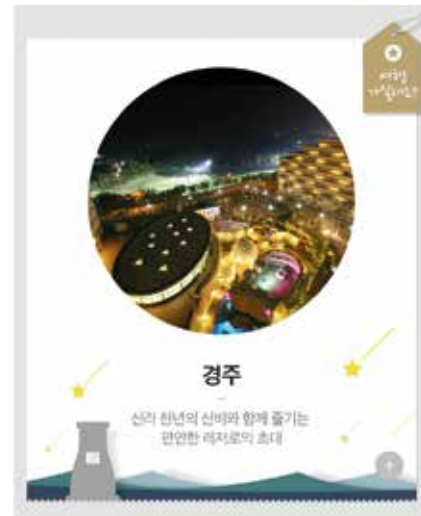
고객의 경험가치가 끊임없이 연결되는 Customer Journey Platform의 구축을 목표로, 감성경험, 정보경험, 기능경험, 경험의 연계까지 4단계의 서비스 플로어를 구성하여 한화리조트만의 고객 친화적 서비스 플랫폼을 구축하고자 했습니다.

서비스 플로어는 Reality(소통 및 전달), Simplicity(구조적 설계 및 기능 개선), Linkability(공유 및 연계)의 3가지 Principle은 프로젝트 전과정에 Guide로 적용되어 일관성 있는 사이트로 구축되었습니다.



한화호텔&리조트 모바일앱

SCREEN



INNOX 오피셜 웹사이트

이녹스

2014.04 - 2014.10

2015 & AWARD Mid Sized Company Winner



이녹스는 고객에게 기업문화, 신뢰성, 기업정신을 보여드리는 것을 목표로 핵심가치를 정확히 전달하고 사용자를 고려한 UI/UX 개선 및 멀티디바이스에 모두 적응할 수 있는 반응형 웹사이트로 구현하였습니다. Electronic Circuit 메타포를 사용하여 IT소재 산업의 본질을 표현하고 "첨단, 미래, 혁신"의 키워드로 대변되는 Flexible Display 소재이미지와 제품이미지를 Visual Key Image로 담았습니다.



스마일게이트 희망스튜디오

스마일게이트

2014.06 - 2014.08

○

스마일게이트의 Fractal 형태를 활용하여, 재단의 사업 부문 마다의 각각의 독특한 심볼을 찾아내어, 이를 모티브로 발전시켜 사업의 방향성을 나타내는데 초점을 두었습니다.

또한 Fractal을 이용한 Shape, Visual, Line의 디자인 구성요소들을 적용하여, 일반적인 형태의 Square구조에서 벗어난 스마일게이트만의 온라인 아이덴티티를 활용하였습니다.



동부그룹 WSG

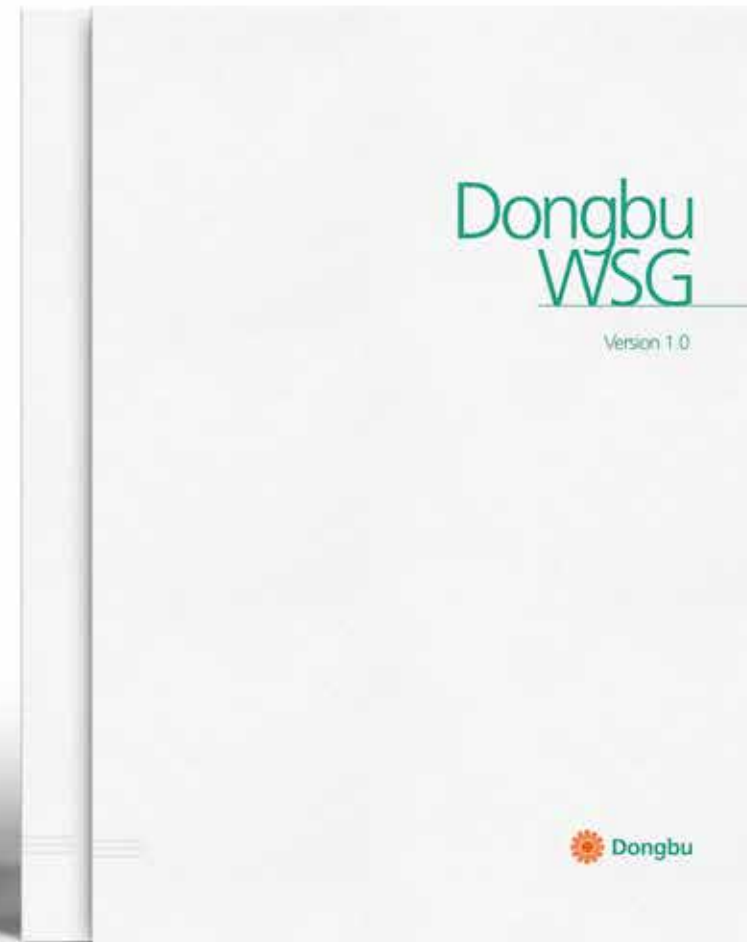
동부

2014.01 - 2014.06

○

동부 WSG는 동부그룹 및 27개 전계열사에 소유, 운영하고 있는 모든 웹사이트에 적용되는 스타일가이드 프로젝트입니다. 동부그룹과 계열사를 5개분야로 진행하여 동부그룹 온라인 아이덴티티를 확립하는 데 중점을 맞춰 진행했습니다.

동부그룹 및 전계열사
웹사이트 온라인 아이덴티티 정립
개발 및 유지보수 편의성 강화 및 기준 제시
신규 콘텐츠제작시 가이드라인 및 제작 원칙 제시



동부그룹 WSG

SCREEN EXAMPLE

동부제철



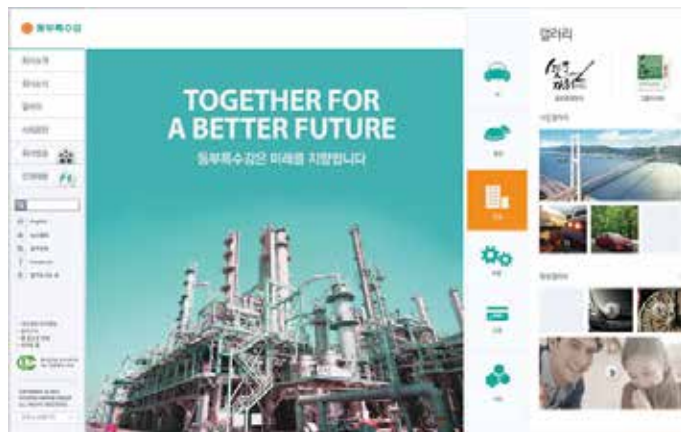
동부메탈



동부로봇



동부특수강



동부팜한농

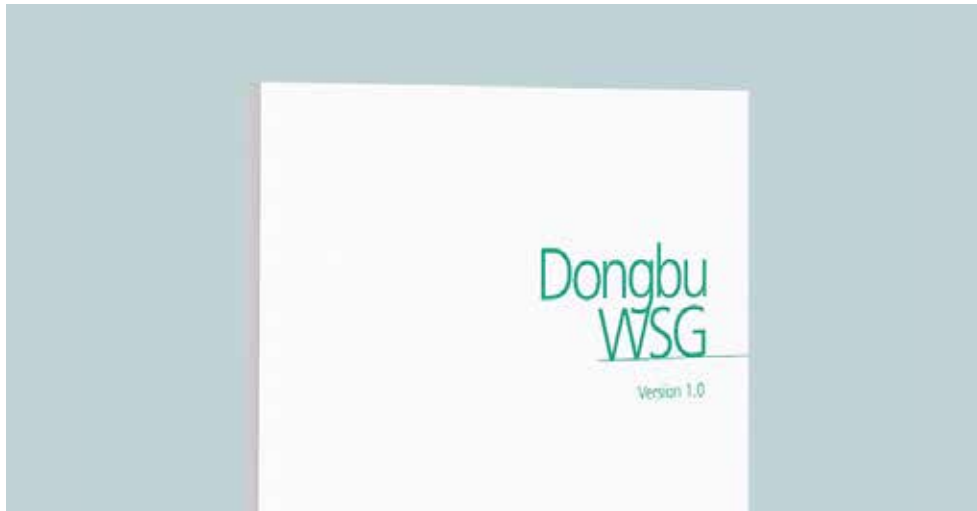


동부문화재단



동부그룹 WSG

WSG PREVIEW



스마일게이트 오피셜 웹사이트

스마일게이트

2014.03 - 2014.06

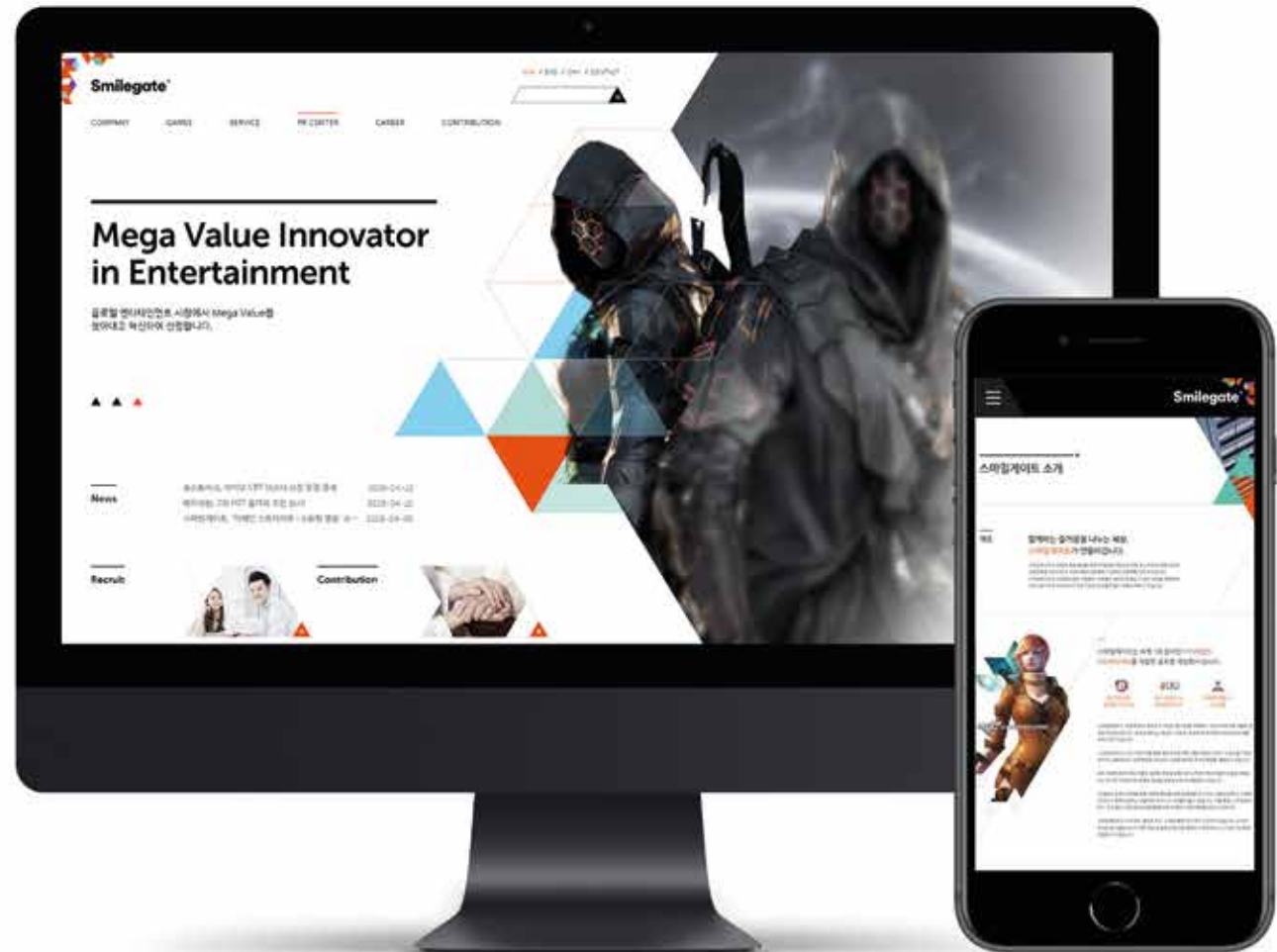
<http://www.smilegate.com>

2014 & AWARD Entertainment Websites Winner

○

제작, 유통, 투자 지주사를 보유한 혁신적인 글로벌 선두 게임 기업으로의 확장을 전파하고자 하는 스마일게이트의 새로운 PR 매체로서 확장된 사업영역과 비전, 가치를 반영한 콘텐츠와 디자인 아이덴티티를 기반으로 제2의 도약을 하는 스마일게이트의 진면모를 반영하는데 초점을 두어 리뉴얼하였습니다.

Extension이라는 컨셉하에 개발사를 탈피한 글로벌 게임 그룹사로의 위상과 대내외적 신규 VI가이드를 통한 re브랜딩된 스마일게이트를 각인시키고 혁신적인 사고의 확장을 위한 독창적 UI/UX를 구현하였습니다.



스마일게이트 오피셜 웹사이트

SCREEN



KBS 2014 지방선거

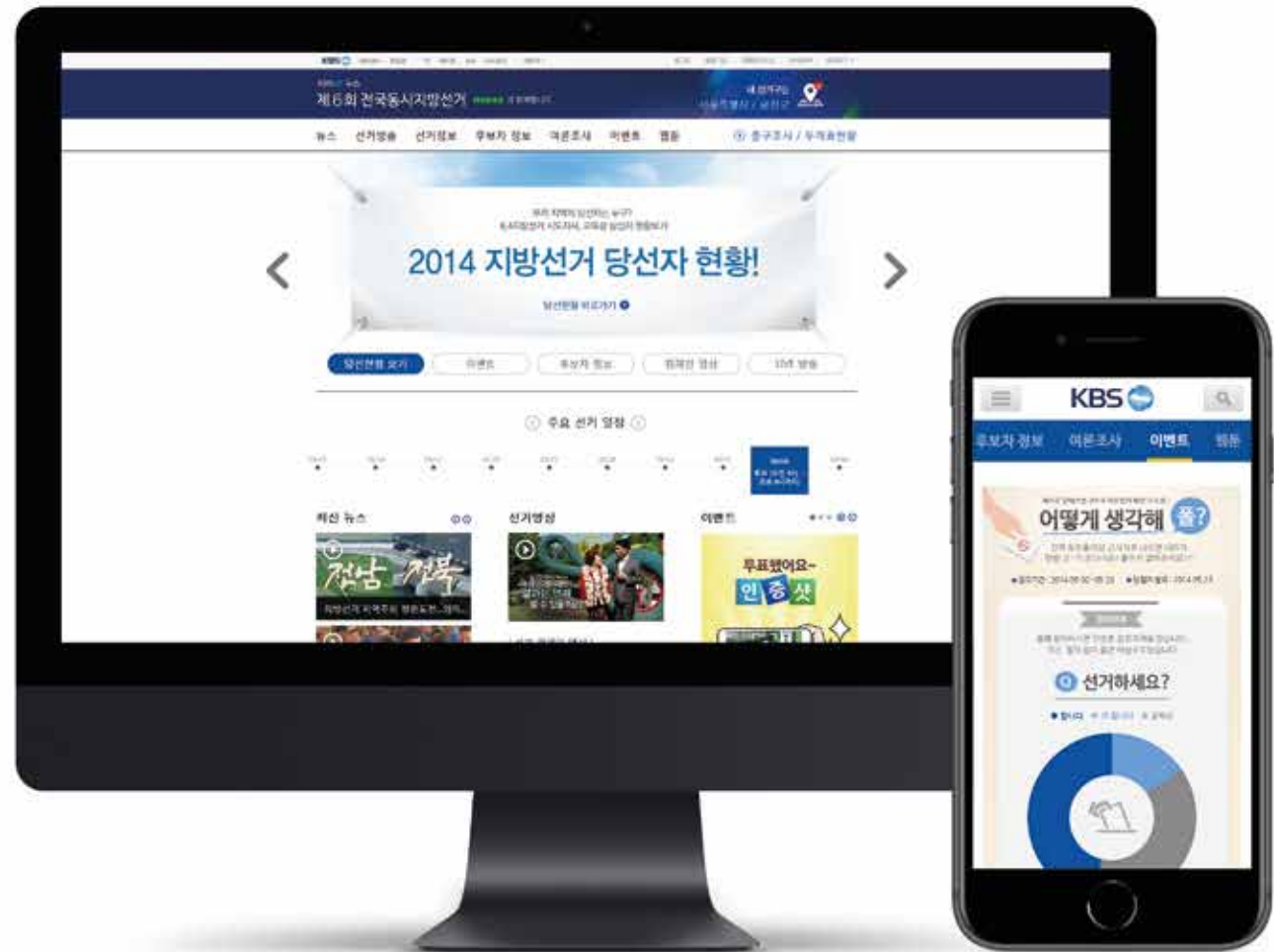
KBS미디어

2014.03 - 2014.06

○

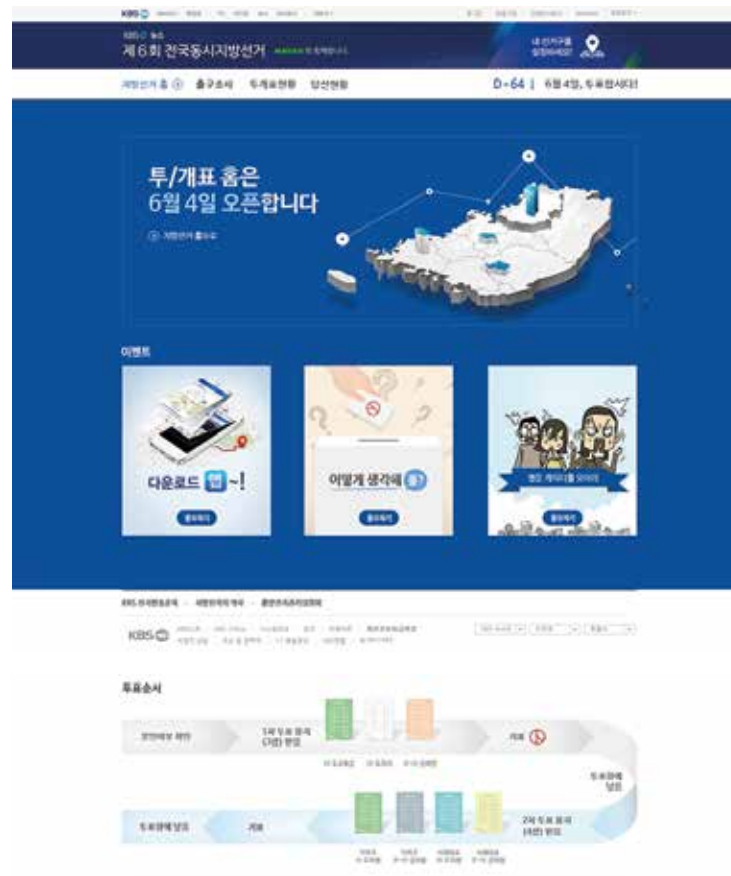
무수한 점과 이를 이어주는 선들은 하나로 이어져 지역간의 균형있는 발전을 이루려는 지방선의 의미를 담아 비주얼 아이덴티티로 사용되었습니다.

또한 다양한 연령대에게 선거 정보를 쉽게 전할 수 있도록 사용성과 함께 차분하지만 정확하고 공정한 정보를 전달해 신뢰할 수 있는 이미지를 표현하고자 했습니다.



KBS 2014 지방선거

SCREEN



금호석유화학 오피셜 웹사이트

금호석유화학

2013.10 - 2014.03

<http://www.kkpc.co.kr>

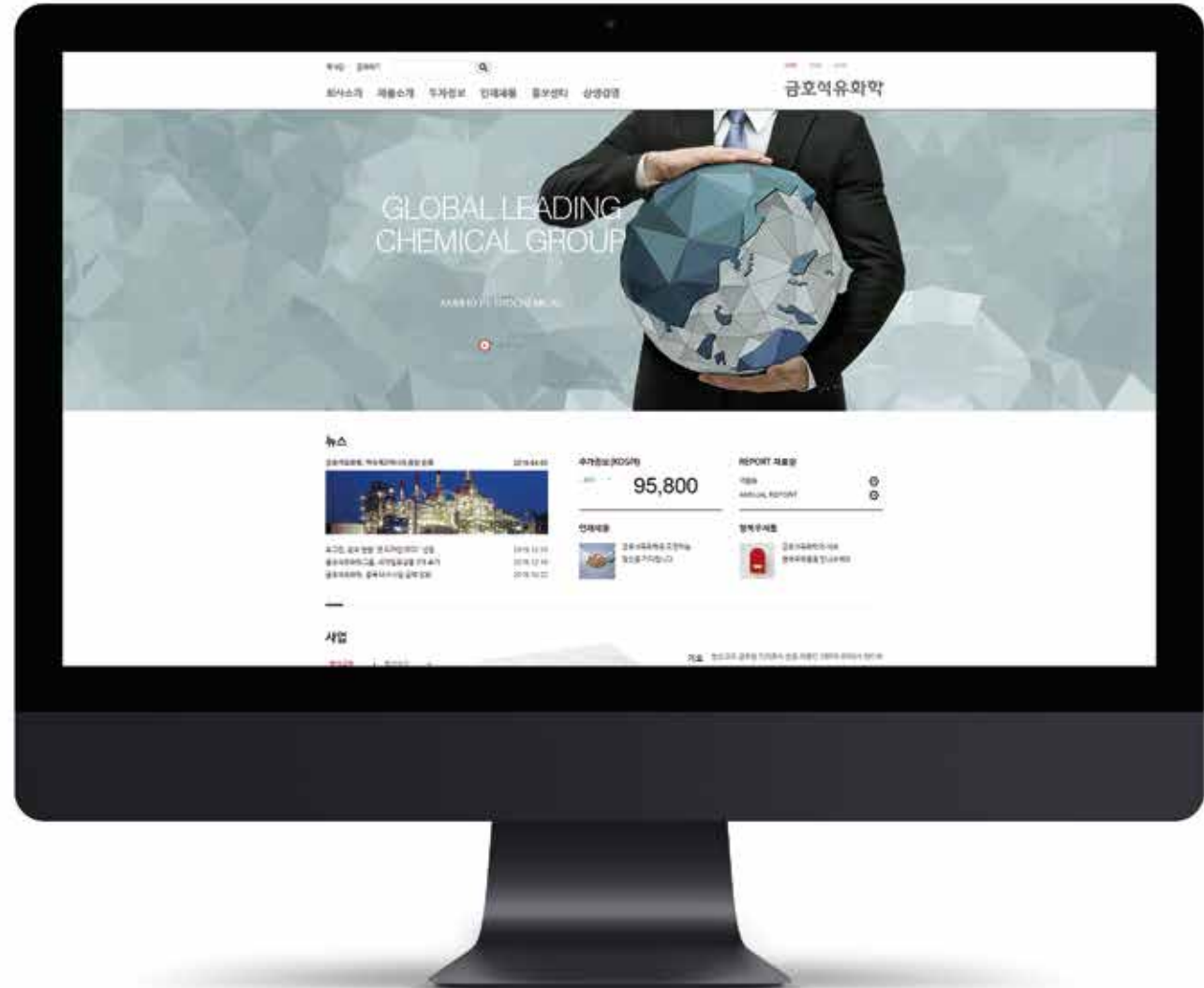
2014 & AWARD Corporate Websites Grand Prix



플렉서블, 물, 동심원, 물결, 아날로그

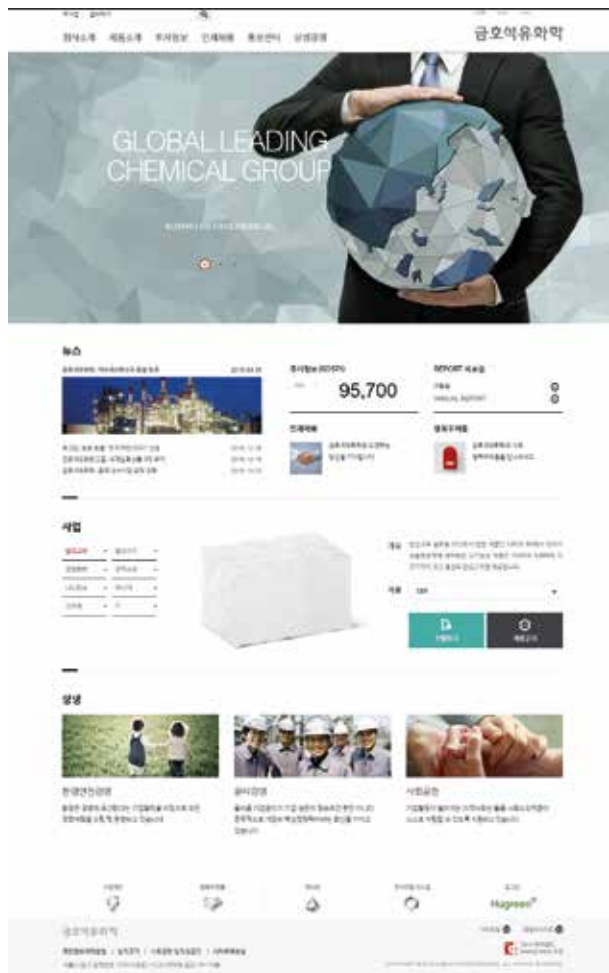
금호의 뜻 중 "호"를 모티브로 한 물의 유동적인 모습들을 웹사이트의 그래픽 요소들로 활용하였으며, "착한 기업"이라는 이미지를 나타내기 대외적인 브랜드 포지셔닝 메타포로 사용했습니다. 또한 금호석화가 만들어내고 있는 제품들의 특성(물성,연성)들을 이용, 고유의 메타포로 형상화하여 활용하였으며 폴리곤(제품 에센스) 오브젝트와 결합된 디자인으로 표현하였습니다.

아름다운 호수라는 의미인 "금호"에 걸맞는 브랜드를 재정립해 보수적인 시선을 넘어서 "진실하고 아름다운 기업"으로 다가갈 수 있기를 바랍니다.



금호석유화학 오피셜 웹사이트

SCREEN



KBS UI/UX

KBS

2013.10 - 2014.04

○

공영방송 KBS의 N스크린 대응설계 및 웹접근성 준수를 위한 새로운 UX/UI의 템플릿 구축을 통하여 최신 웹디자인 트렌드를 반영함과 동시에 PC 웹, 모바일 웹에 최적화된 디자인 방향성을 정리해 공영방송 KBS의 대외경쟁력강화를 위한 사이트 & 앱을 제작 하였습니다.

“누구를 위한 UI인가?”

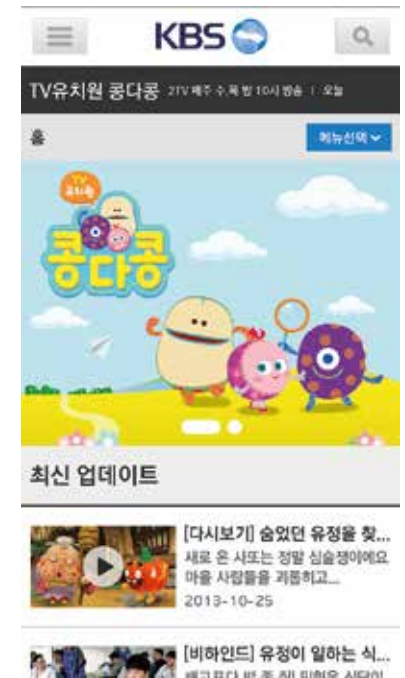
“무엇을 위한 UI인가?”

GUI관점에서 가져가야 할 것 그리고 버려야할 것들에 대해 포괄적인 방향에 대해 고민했습니다. 숨기고 찾아내게 하는, 클릭하여 보여지는 UX/UI가 아닌 그리고 사용자 환경과 사용성을 더 고려하고 담아내는 지금의 UX 트렌드 방향을 담아내고자 불필요한 이미지 남용의 자재 리스트업 되는 정보들이 많을 수 밖에 없는 영상 콘텐츠의 태생적 특성, WUI와 TUI가 더 고려된 콘텐츠 접근성을 해치지 않는 심플한 디자인을 담고자 하였습니다.



KBS UI/UX

SCREEN



한화호텔&리조트

한화리조트

2013.05 - 2013.12

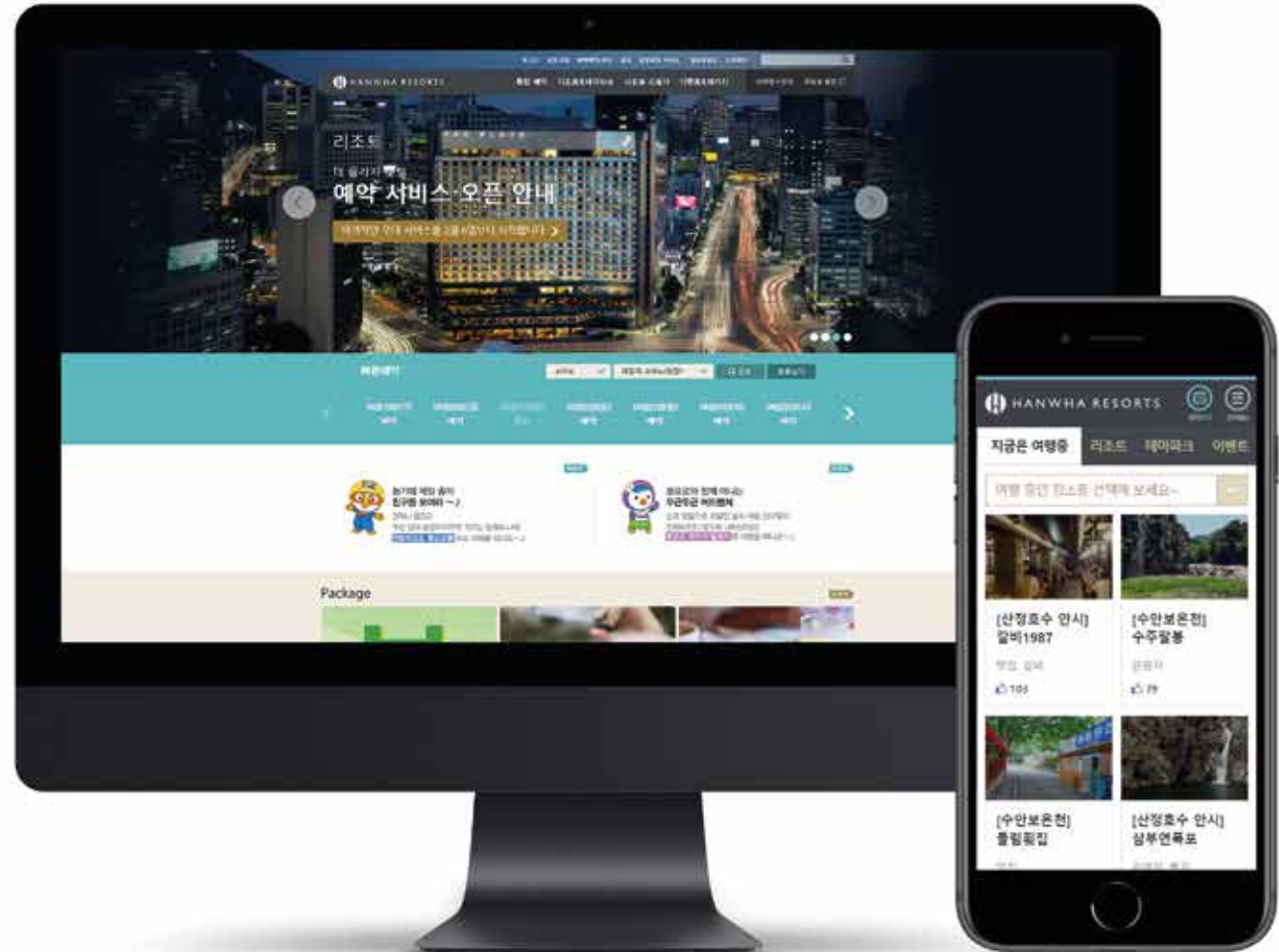
<http://www.hanwharesort.co.kr>

○

한화리조트, 한화리조트 오피셜, 플라자 CC, 분양사이트로 구성된 프로젝트로 2013년 4월부터 12월까지 총 8개월간 진행되었습니다. 한화리조트 프로젝트는 한화호텔&리조트(주)의 기업 위상 및 사업 특성을 고려하여, 노후화된 디자인의 개선 및 효율적이고 편리한 정보 제공의 재구성을 통한 고객 사용성 증대를 위하여 이와 관련된 온라인 사이트를 통합하고자 구축하였습니다.

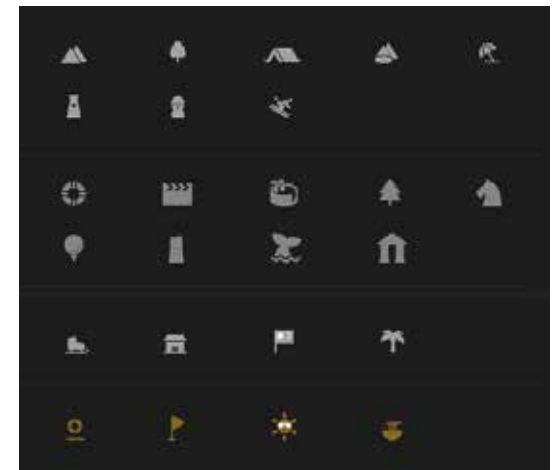
고객의 경험가치가 끊임없이 연결되는 Customer Journey Platform의 구축을 목표로, 감성경험, 정보경험, 기능경험, 경험의 연계까지 4단계의 서비스 플로어를 구성하여 한화리조트만의 고객 친화적 서비스 플랫폼을 구축하고자 했습니다.

서비스 플로어는 Reality(소통 및 전달), Simplicity(구조적 설계 및 기능 개선), Linkability(공유 및 연계)의 3가지 Principle은 프로젝트 전과정에 Guide로 적용되어 일관성 있는 사이트로 구축되었습니다.



한화호텔&리조트

SCREEN



한화호텔&리조트 오피셜 웹사이트

한화리조트

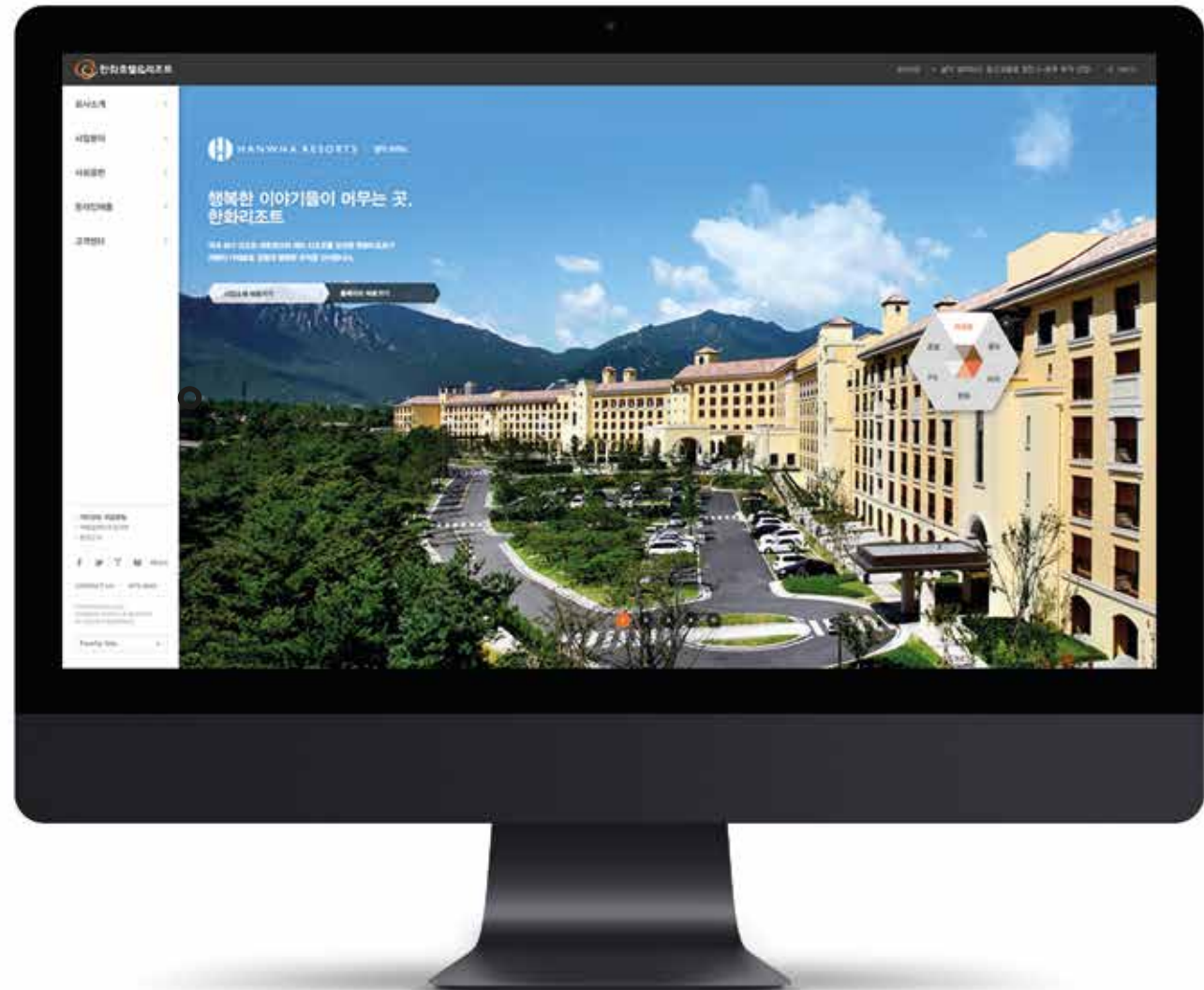
2013.06 - 2013.10

<http://www.hwrc.co.kr>

○

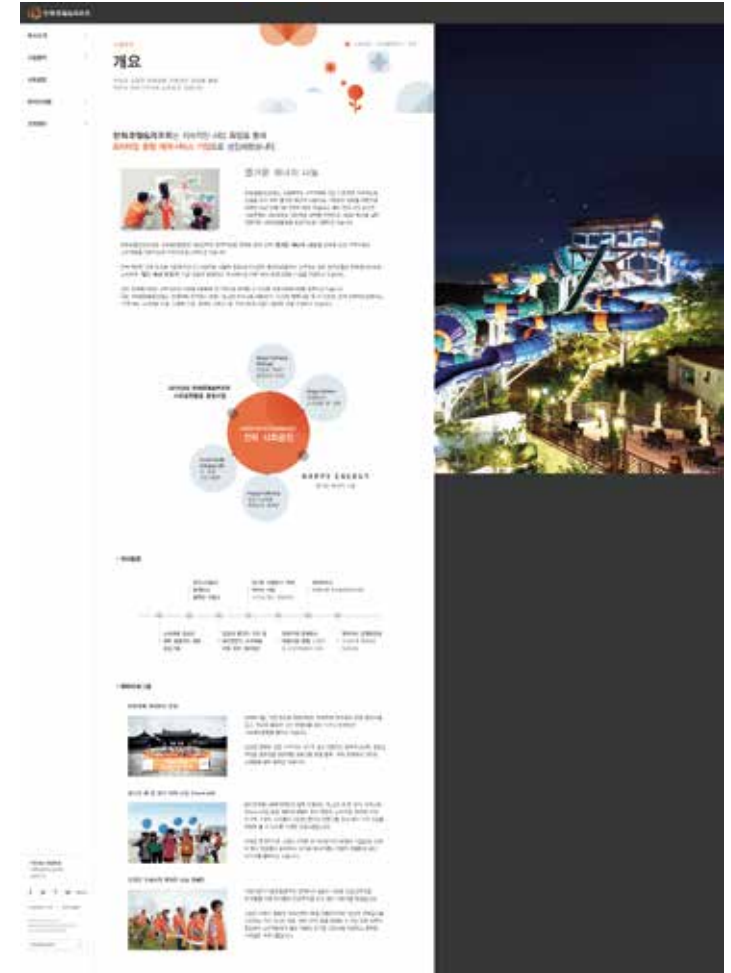
한화호텔&리조트 고객의 경험가치가 끊임없이 연결되는 Customer Journey Platform의 구축을 목표로, 감성경험, 정보경험, 기능경험, 경험의 연계까지 4단계의 서비스플로어를 구성하여 한화리조트만의 고객 친화적 서비스 플랫폼을 구축하고자 했습니다.

서비스 플러오는 Reality (소통 및 전달), Simplicity (구조적 설계 및 기능 개선), Linkability(공유 및 연계)의 3가지 Principle은 프로젝트 전 과정에 Guide로 적용되어 일관성 있는 사이트로 구축되었습니다.



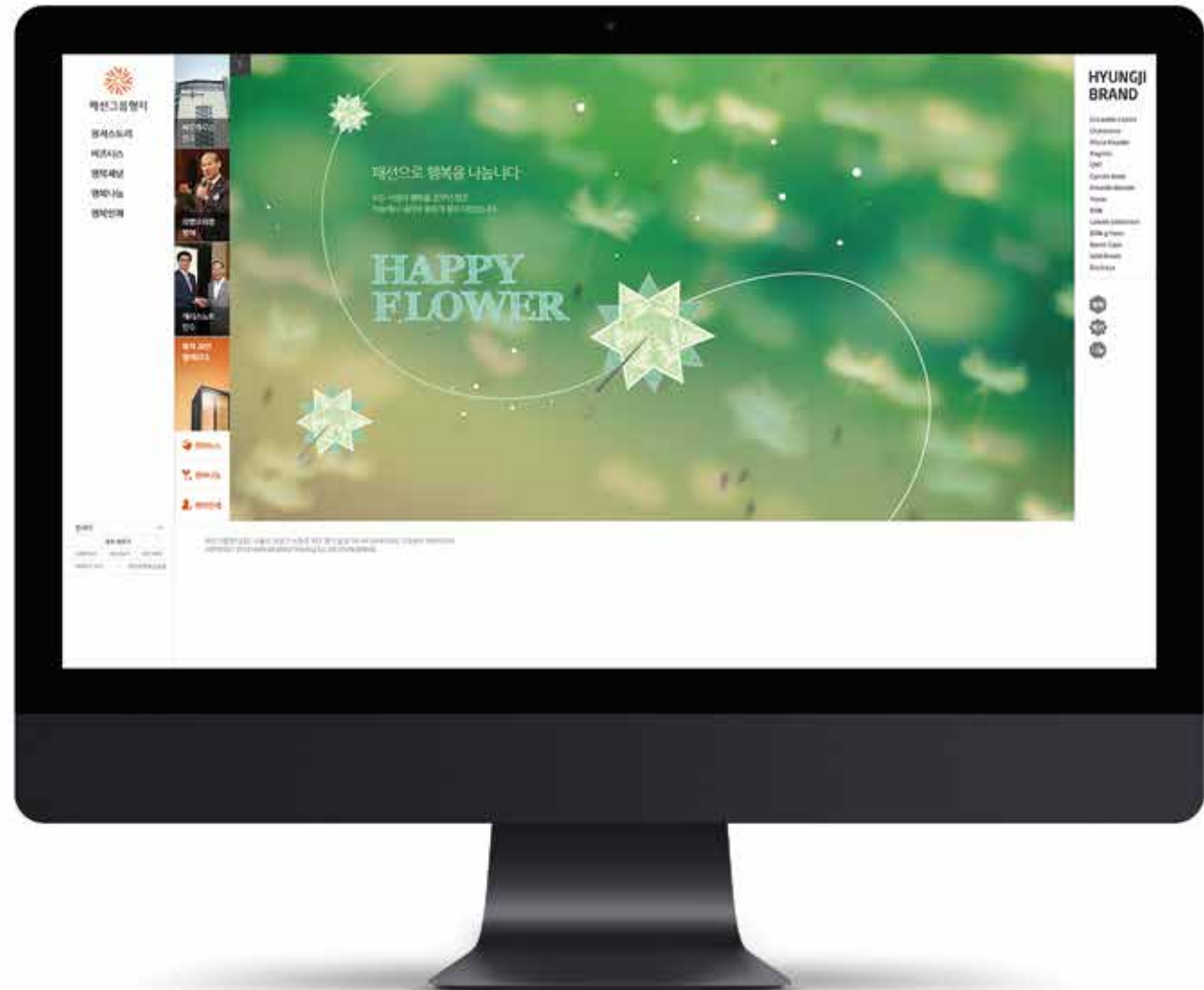
한화호텔&리조트 오피셜 웹사이트

SCREEN



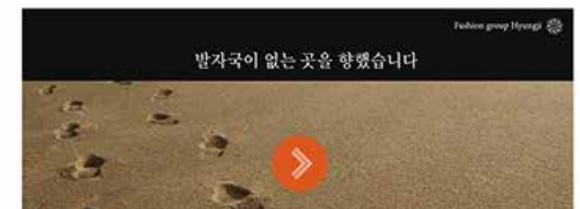
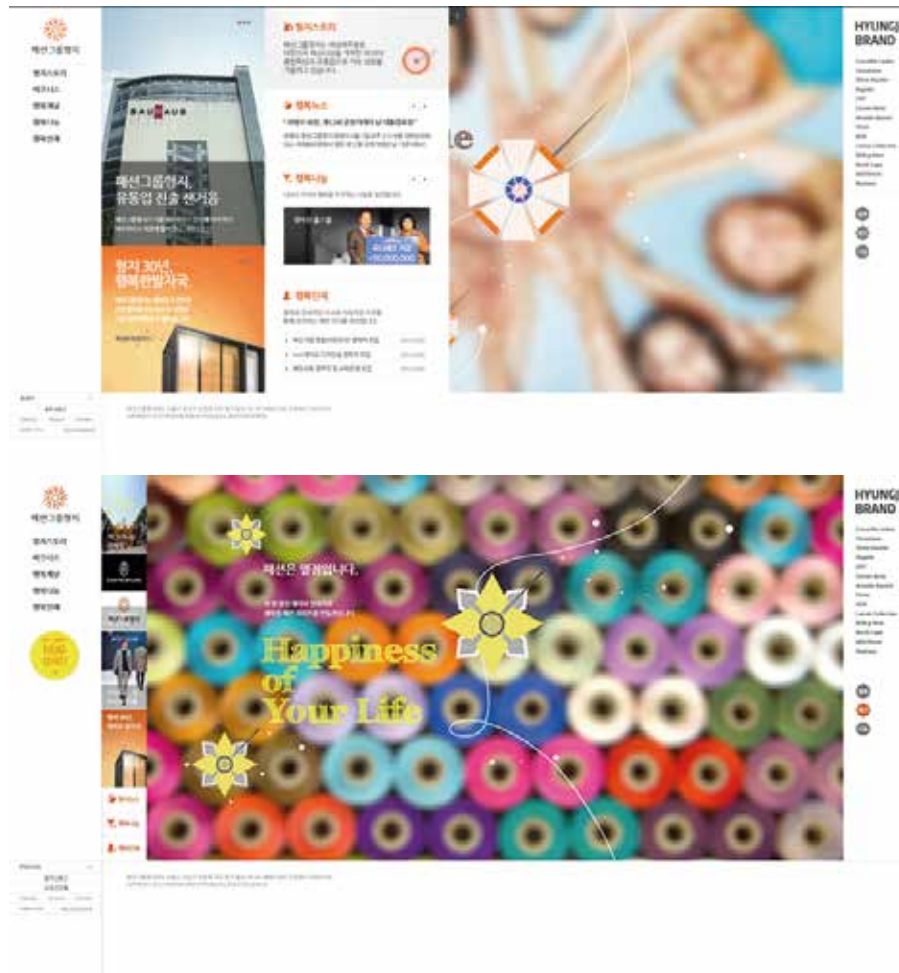
2013.06 - 2013.08

행복, 패션, 나눔이라는 기업모토에 따라 파스텔톤과 모노톤의 그래픽을 사용함으로써 친근하고 가까운 기업으로서 형지그룹의 모습을 나타냈습니다.



패션그룹형지

SCREEN



우리파이낸셜 모바일앱

우리파이낸셜

2013.02 - 2013.07



우리파이낸셜 모바일 고객용 앱 및 채권회수지원 시스템 기획 및 디자인 UI 개선작업을 진행하였고 진행 및 개발은 삼양데이터시스템과 협업하여 구축하였습니다.

우리파이낸셜 고객용앱은 "Liquid Experience UI"를 컨셉으로 이용현황 조회부터 상품추천 및 상품안내까지 자연스럽게 흐르는 UX를 고려하였습니다.



우리파이낸셜 모바일앱

SCREEN



파라다이스워커힐 카지노 운영대행

파라다이스 워커힐

2013.02 - 2013.06

○

파라다이스 워커힐 카지노 웹사이트 및 이벤트 등 사이트 및 확장되는 콘텐츠를 통일성 있는 Site로 운영하였습니다.

브이더블유는 파라다이스 워커힐 카지노가 온라인 환경에 신속하고 효과적으로 대응할 수 있게 One-Team형태의 유지보수 시스템을 구축하였으며, 파라다이스 그룹& 계열사의 웹사이트 역량을 극대화 하였습니다.

브이더블유는 운영품질을 유지하기 위해 리스크 발생시 최단시간 내에 최선의 결과를 도출하기 위한 프로세스를 확립하였습니다.

파라다이스 워커힐 카지노의 이벤트, 웹사이트, 객장 내부의 LCD등 다양한 어플리케이션에 맞추어 다양한 디자인을 구현하였으며, 이를 바탕으로 파라다이스 워커힐 카지노의 고급스러움을 표현하였습니다.



파라다이스워커힐 카지노 운영대행

SCREEN



2014 브라질 월드컵 우승팀 알아맞추기

총 150억 원의 현금
₩ 85,000,000 의 행운을 드립니다.

8월 4일(수) 오후 2시 ~ 10월 14일(토) 오후 10시까지 모집합니다.

종류 2014년 06월 27일(금) ~ 07월 14일(토) 18일간

대상 당사 모든 고객

간접방법 2014 브라질 월드컵 경기 결과에 따라 우승팀을 알아맞추고
국기 추정행에 따라 행운을 받아주세요.

8월, 4일, 월드컵 우승팀을 알아맞추고 해당 국가의 추정행에서 1명씩
추첨하여 4인 1행운을 드립니다.

우승팀	추첨일	추첨시간	추첨장소
브라질	8월 4일	오후 2시	서울특별시 강남구 테헤란로 123 (파라다이스워커힐 카지노)
미국	8월 11일	오후 2시	서울특별시 강남구 테헤란로 123 (파라다이스워커힐 카지노)
독일	8월 18일	서울특별시 강남구 테헤란로 123 (파라다이스워커힐 카지노)	
프랑스	8월 25일	오후 2시	서울특별시 강남구 테헤란로 123 (파라다이스워커힐 카지노)

참가방법 본 행사에 참가하려면 본 행사에 대한 안내를 받으셔야 합니다.
본 행사에 대한 안내는 본 행사에 대한 안내를 받으셔야 합니다.

SK이노베이션 Battery

SK이노베이션

2013.01

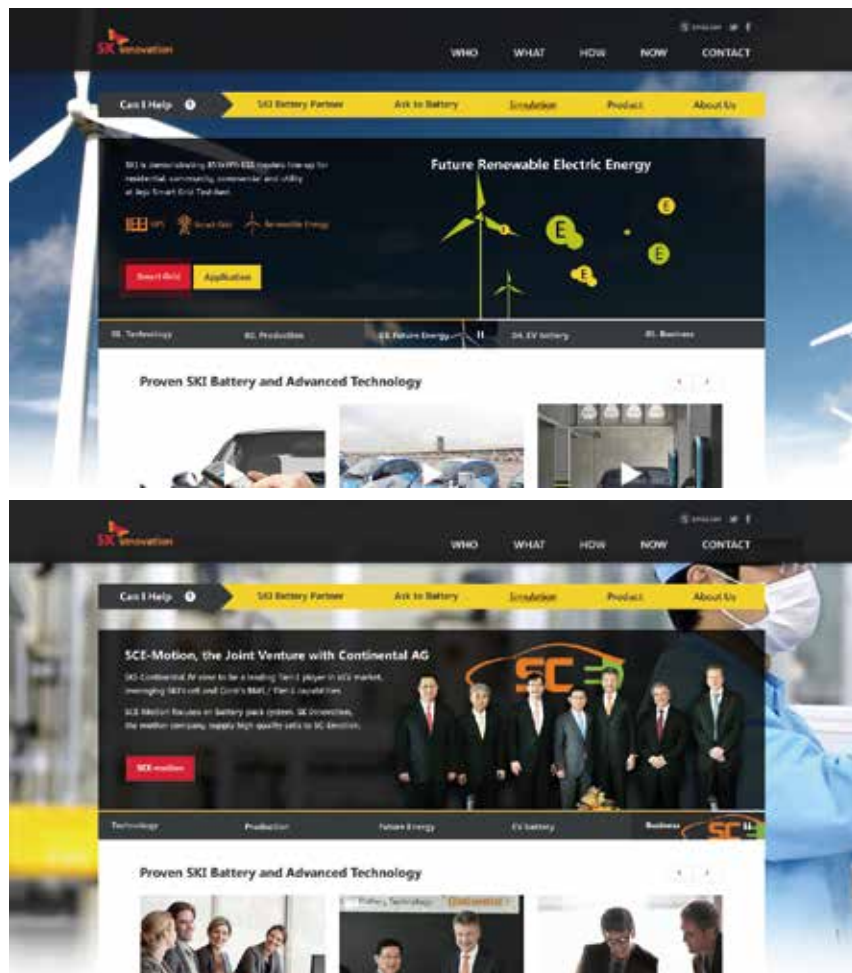


SK이노베이션 Battery 웹사이트의 구축 전략은
Make Different Rules & Lead로 Battery Business의
전반적인 사업 및 홍보 채널로 활용합니다.



SK이노베이션 Battery

SCREEN



 2009 GOOD DESIGN
공공서비스 웹 및 디지털 멀티미디어 부문



구축 | 피씨웹 | 오피셜

능률교육 NE KIDS

능률교육

2012.12

2009 GOOD DESIGN 공공서비스 웹 및 디지털 멀티미디어 부문



구축 | 피씨웹 | 서비스

현대카드 CUBE

현대카드

2012.11



구축 | 태블릿 | 서비스

현대캐피탈 스마트 비즈니스

현대캐피탈

2012.01



구축 | 피씨웹 | 오피셜

경동나비엔

경동나비엔

2012.01



구축 | 피씨웹 | 브랜드

코스모폴리탄

허스트중앙

2012.09



구축 | 피씨웹 | 오피셜

동양플랜트

동양온라인

2012.06



구축 | 피씨웹 | 오피셜

STX Pan Ocean

STX

2012.04



구축 | 피씨웹 | 브랜드

SAMSUNG LED

SAMSUNG LED

2012.04



구축 | 피씨웹 | 브랜드

JLOOK

허스트중앙

2012.03



구축 | 피씨웹 | 서비스

KB Card & Life

KB카드

2012.03



구축 | 피씨웹 | 브랜드

타파웨어 Brands

타파웨어

2012.01



2011 WEB AWARD
교육부문 대상



2012 GOOD DESIGN
디지털 콘텐츠 부문



구축 | 피씨웹 | 오피셜

능률교육

능률교육

2011.01

2011 WEB AWARD 교육부문 대상
2012 GOOD DESIGN 디지털 콘텐츠 부문



2011 WEB AWARD
문화/레포트 부문 대상



2012 GOOD DESIGN
디지털 콘텐츠 부문



2011 & AWARD
문화, 레포트 부문 대상



구축 | 피씨웹 | 브랜드

CJ 나인브릿지

CJ SYSTEMS

2011.09

2011 & AWARD 문화, 레포트 부문 대상
2011 WEB AWARD 문화, 레포트 부문 대상
2012 GOOD DESIGN 디지털콘텐츠 부문



구축 | 피씨웹 | 브랜드

제이콘텐트리

제이콘텐트리

2011.09



프로모션 | 피씨웹 | 브랜드

MS 굿바이 IE 6

NHN

2011.06



프로모션 | 피씨웹 | 브랜드

KIA SOUL GDI

기아자동차

2011.06



구축 | 피씨웹 | 브랜드

CJ 아지트

CJ 문화재단

2011.05



구축 | 피씨웹 | 서비스

삼성카드 카드찾기 2.0

삼성카드

2011.05



구축 | 피씨웹 | 오피셜

CJ 문화재단

CJ 문화재단

2011.05

WA 2011 WEB AWARD
기업 일반 부문 대상



구축 | 피씨웹 | 오피셜

현대건설

현대건설

2012.12

2011 WEB AWARD 기업 일반 부문 대상



구축 | 태블릿 | 브랜드

르노삼성 FINDER

르노삼성

2011.02



구축 | 피씨웹 | 서비스

CJ 도너스캠프

CJ 문화재단

2011.01



구축 | 피씨웹 | 오피셜

웅진에너지

웅진에너지

2010.02

WA 2011 WEB AWARD 기업 일반 부문 대상



구축 | 피씨웹 | 서비스

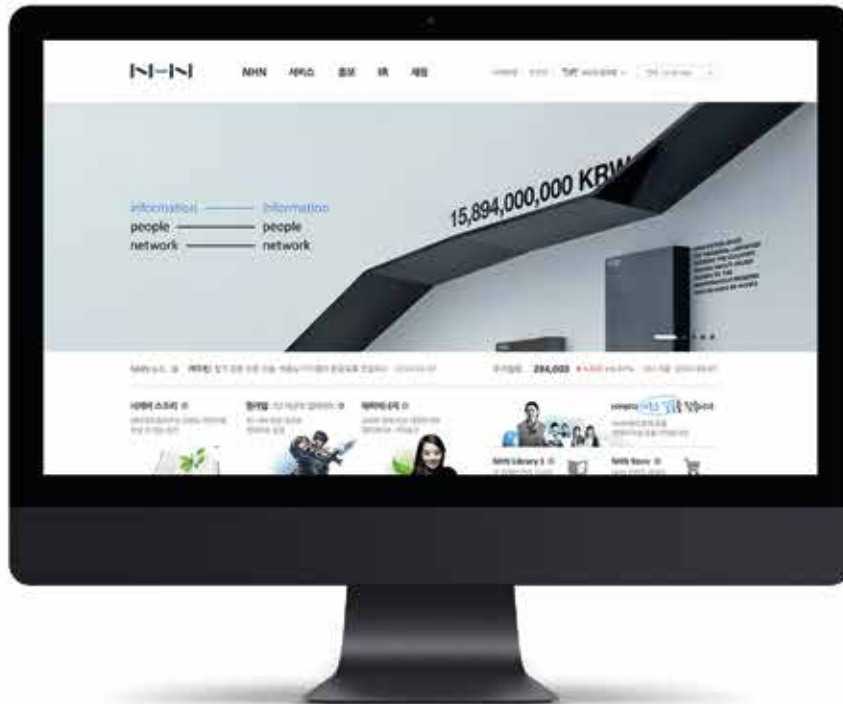
SK그룹 SHARE THE HEART

SK M&C

2010.10



2010 WEB AWARD
기업 서비스 대상 수상



구축 | 피씨웹 | 오피셜

NHN

NHN

2010.10

2010 WEB AWARD 기업 서비스 대상 수상



2010 & AWARD
웹기획 홍보 대상



구축 | 피씨웹 | 오피셜

OCI

OCI

2010.09

2010 & AWARD 웹기획 홍보 대상



2009 WEB AWARD
인터넷 정보서비스 부문 최우수상



구축 | 피씨웹 | 서비스

LEMON TREE

중앙M&B

2010.09

2009 WEB AWARD 인터넷 정보서비스 부문 최우수상



2010 WEB AWARD
서비스업 부문 우수상 수상



구축 | 피씨웹 | 오피셜

스포츠 토토

스포츠토토

2010.07

2010 WEB AWARD 서비스업 부문 우수상 수상



구축 | 모바일앱 | 서비스

롯데멤버스 모바일 GUI

롯데정보통신

2010.05

WA 2010 WEB AWARD
교육부문 대상



구축 | 피씨웹 | 브랜드

대교 눈높이아티맘

대교

2010.04

2010 WEB AWARD 교육부문 대상



2010 WEB AWARD
교육부문 대상 수상



구축 | 피씨웹 | 브랜드

서울디자인재단

디자인재단

2010.01
2010 WEB AWARD 교육부문 대상



구축 | 피씨웹 | 브랜드

원디클럽

동양온라인

2009.12



구축 | 피씨웹 | 오피셜

중앙 M&B

중앙 M&B

2009.12



구축 | 피씨웹 | 브랜드

HEREN

중앙 M&B

2009.11



구축 | 피씨웹 | 브랜드

SURE

중앙 M&B

2009.09



2010 IF AWARD
GOLD MULTI AWARD



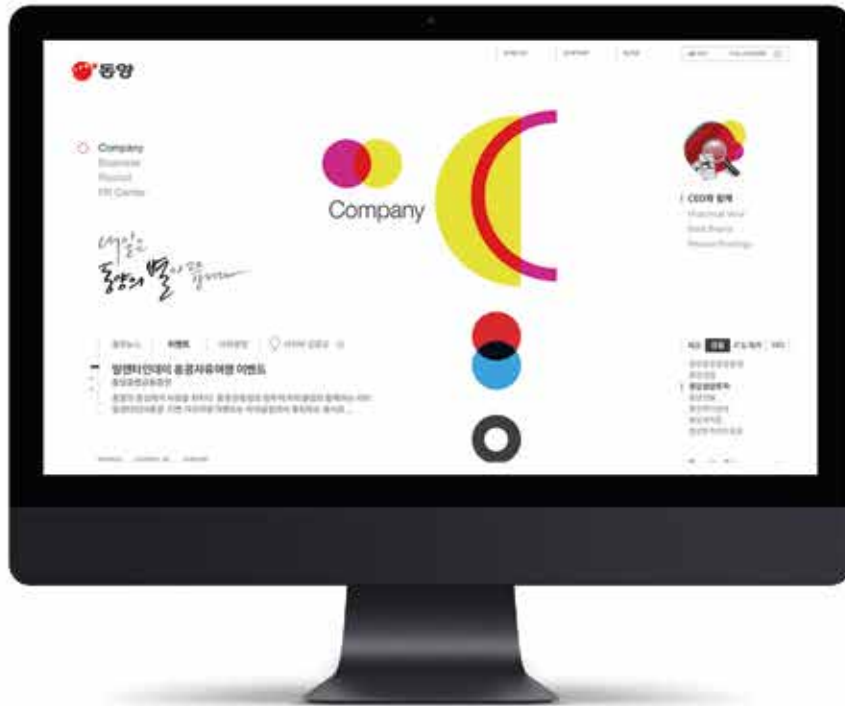
2008 WEB AWARD
대기업부문 대상 수상



2009 GOOD DESIGN
커뮤니케이션 디자인부문 우수디자인



2008 WEB AWARD
디자인 이노베이션 부문 대상 수상



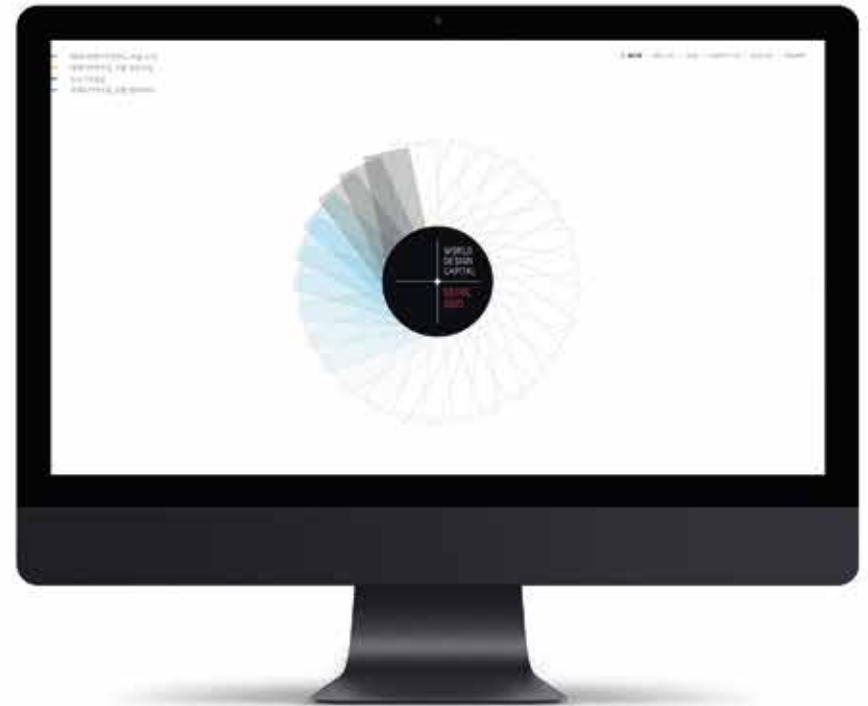
구축 | 피씨웹 | 오피셜

동양그룹

동양온라인

2009.07

2010 IF AWARD GOLD MULTI AWARD
2008 WEB AWARD 대기업부문 우수
2009 GOOD DESIGN 커뮤니케이션 디자인부문 우수디자인



구축 | 피씨웹 | 브랜드

세계디자인수도서울 2010

서울특별시

2008.04

2008 WEB AWARD 디자인 이노베이션 부문 대상 수상



2009 GOOD DESIGN
커뮤니케이션 디자인부문 우수디자인



구축 | 피씨웹 | 브랜드

CECI

중앙 M&B

2011.09

2009 GOOD DESIGN 커뮤니케이션 디자인부문 우수디자인



구축 | 피씨웹 | 브랜드

동양매직 SKINNY

동양온라인

2009.07



구축 | 피씨웹 | 브랜드

동양종금 W-CMA

동양온라인

2009.07



구축 | 피씨웹 | 브랜드

여성중앙

중앙 M&B

2009.09



구축 | 피씨웹 | 서비스

PANSTAR

팬스타

2009.04



2008 WEB AWARD
브랜드 커뮤니티 부문 우수상 수상



구축 | 피씨웹 | 브랜드

현대기아차 자동차문화캠페인

현대기아차

2008.10

2008 WEB AWARD 브랜드 커뮤니티 부문 우수상 수상



프로모션 | 피씨웹 | 브랜드

KB Checkcard

KB카드

2008.07



구축 | 피씨웹 | 브랜드

동양종금 W-CMA

동양온라인

2008.07



프로모션 | 피씨웹 | 브랜드

KB LEATHER

KB카드

2008.04



구축 | 피씨웹 | 브랜드

면사랑

면사랑

2008.04



구축 | 피씨웹 | 서비스

롯데리아몰 디자인 리뉴얼

롯데리아

2008.04



구축 | 피씨웹 | 브랜드

CJ 애니파크

CJ 애니파크

2008.02



THANKS FOR WATCHING

V°WONDERLAND EXTENSION