Mar ke ting

APRIL*
MARCH

aprilmarch.co.kr

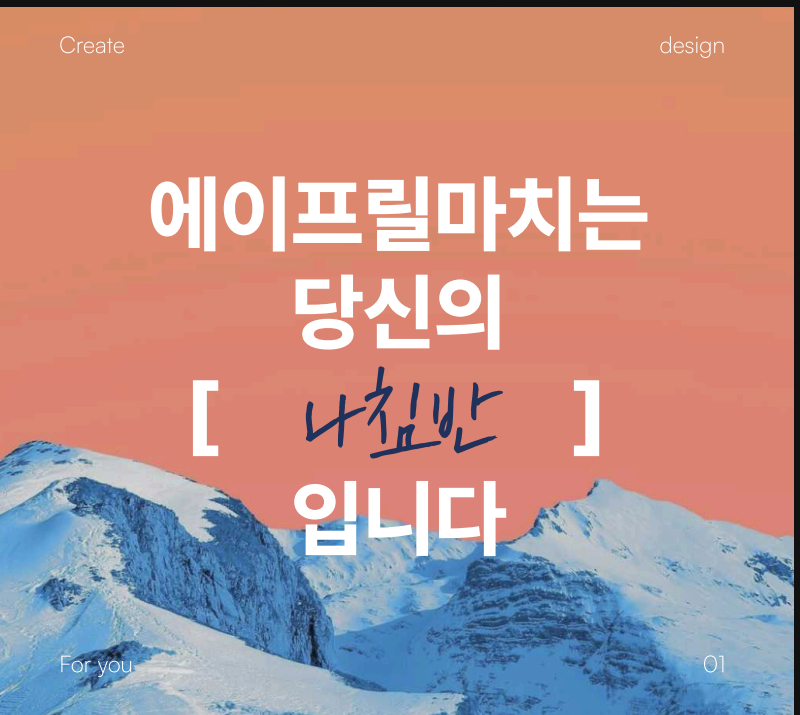
&C rea tive

How it works

마케팅과 디자인,
어디서부터 어떻게 해야할지 잘 모르겠다면?

무엇이 필요한지 어떤것을 먼저 시작해야하는지부터
함께 고민하는 에이프릴마치가 처음부터 끝까지 함께합니다





How it works

마케팅의 경쟁력, 브랜드의 지속성을
모두 담을 수 있는 곳을 찾는다면?

에이프릴마치는 마케팅에 직접적으로
도움이 될 수 있는 디자인의 정확한 방향을 제시합니다

DESIGN FULL SERVICE BRAND

아트워크 그 이상의 * 프로젝트 매니저먼트 시스템을 지원합니다

에이프릴마치 M&C 는 10년이라는 시간 동안 글로벌 대기업과 공공기관의
브랜드 개발부터 웹/모바일 사이트를 구축하며 아트워크에 대한 능력 그 이상의 매니저먼트 노하우로
브랜드의 지속적 성장과 관리를 돕고 있습니다

전략가의 통찰력 · 기획자의 창의력 · 예술가의 감성으로 무장된

우리의 꿈을 닮고 - 당신의 꿈을 담은 매력적인 브랜드를 만들겠습니다



Creative Design ✳— APRILMARCH

디자인 풀 서비스

컨설팅부터 마케팅까지 풀케어 | 브랜딩 | 웹 사이트 | 편집 • 홍보물

UXUI · 웹 · 앱 · 대시보드

기업별 맞춤형 화면설계 | 웹 • 앱 • 대시보드 | 데이터 시각화

✳ 정부지원 바우처 수행사

제조혁신 바우처 | 수출바우처 | 브랜딩 | 웹 사이트 | 편집 • 홍보물

☆ 공공기관·대학 홍보물 제작

체계적인 일정 관리 | 표준 준수 | 브랜딩 | 웹 사이트 | 편집 • 홍보물

Aprilmarch M&C

Design Service

에이프릴마치는 체계적인 컨설팅과 전략적인 디자인으로 브랜드를 지원합니다

에이프릴마치에서 디자인을 경험해보세요

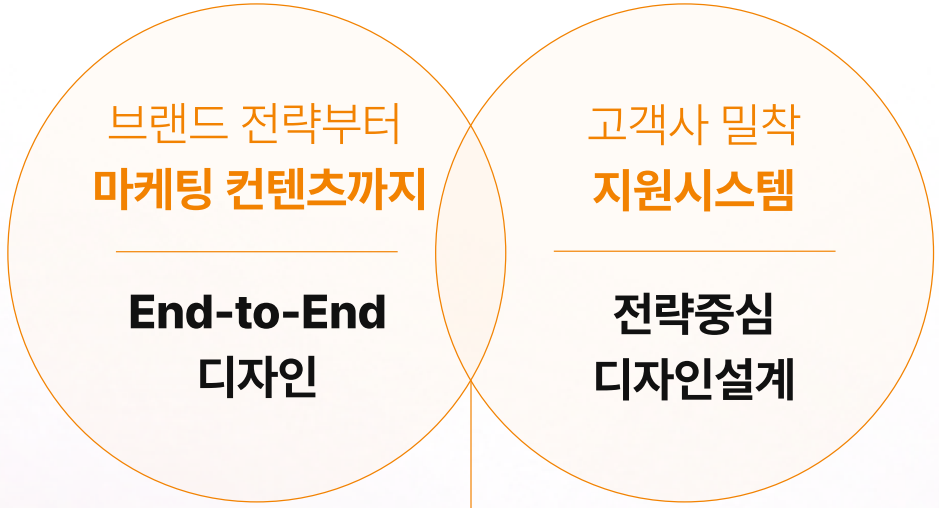
• Read more



브랜드 관리형 * 디자인 회사

전략 + 디자인 + 콘텐츠를 유기적으로 연결한 통합 디자인 서비스 제공

sine 2015



kidp 한국디자인진흥원 | 인증

Brand Strategy & Identity (BX)

브랜드 전략 수립

UX/UI Design

사용자 경험 기반의 웹/모바일 서비스 디자인

Campaign & Communication

브랜드 캠페인 기획 및 시각화 광고, 홍보물, 콘텐츠 제작

DESIGN

PLAN

MANAGE

DEVELOP

브랜드를 마주하는 * 모든 순간

고객이 브랜드를 '경험하는' 모든 지점에서

'보는 것'부터 '느끼는 것'까지

브랜드의 일관성과 매력을 유지하는 것이

우리의 목표이며 우리가 가장 잘하는 일입니다

Dual Leadership

금융권 출신 두 경영진이 직접 운영하며 * 실무 중심의 전략적이고 신뢰도 높은 디자인 서비스 제공

CEO & Creative Director

대표 차○○

우리은행

前) 우리은행 마케팅단 디자이너 (2013~2015)

중앙대학교 대학원 광고학 석사
시각디자인 학사 CAU 중앙대학교 CHUNG-ANG UNIVERSITY

前) CJ그룹 마케팅팀 디자이너 (2010~2013)

LG CNS 플랫폼 구축 UI/UX 대시보드 디자인 총괄 (4년 연속)

롯데멤버스 리서치 플랫폼 LIME 브랜드 구축 / 온&오프라인 마케팅 총괄 (10년 연속)

KBS 미디어 홍보 캠페인 브랜드 관리 / 홍보 디자인 총괄 (3년 연속)



Executive Director

경영이사 정○○

DB손해보험

前) DB 손해보험 기획팀 수석 (2013~2023)

한양대학교 HANYANG UNIVERSITY 한양대학교 법학과 학사

LG CNS 데이터 허브 시각화 프로젝트 PM

한국디자인진흥원 국민디자인성과대회 총괄 PM

서울시 평생교육원 연간 홍보대행 총괄 PM

인천테크노파크 연간 디자인 지원사업 총괄 PM

서울시 송파구청 국제관광과 글로벌 홍보사업 총괄 PM

금융권 인하우스에서
브랜드 커뮤니케이션의 실무와 조직 문화에 대한 공감

아트디렉서로서 롯데멤버스 [라임]브랜드의 BI부터 UX/UI,
마케팅 콘텐츠까지 브랜드 전반을 통합 설계한 전략형 크리에이티브 전문성

보험사 10년 근무 경험을 바탕으로
대기업 조직 문화의 구조와 니즈에 대한 깊은 이해

프로젝트 전 과정을 기획부터 운영까지
일관되게 관리하는 실행력과 신뢰 기반의 PM 역량

검증된 디자이너 & 팀 워크

한국디자인진흥원 인증 '디자인 전문인력'을 6인을 포함하며 팀전원 디자인 전공자로 구성된 디자인전문 조직으로,
기획부터 시각화, 브랜드 커뮤니케이션까지 전 과정을 직접 설계하고 실행할 수 있는 밀도 있는 역량을 보유하고 있습니다.



KEY 01

인증된 전문 인력

총 11명의 디자이너 중 6명이 한국디자인진흥원 인증
'디자인 전문인력'으로 등록

Certified ⚡ Design Experts

KEY 02

디자인 전공 기반의 설계 능력

전 직원이 4년제 디자인대학 학사 이상 학력을 보유한
전문성 중심의 정예 조직

Strategic Creative Designers

KEY 03

소수정예의 밀도 있는 실행력

디자인 기획, 시각화, 브랜드 커뮤니케이션 전 영역을
직접 설계하고 수행할 수 있는 역량보유

All-in-One Work

디자인 어워드로 독보적 전문성 입증

2014년부터 국내 40여 개 공공기관 및 언론사 - 디자인 어워드 80회 이상 본상 수상하였습니다.

제안사의 공식적인 디자인 성과이자, 전문성과 역량을 객관적으로 인정받은 결과입니다.

어워드 성과

한국전력공사, 금융감독원,
국토교통부 등 공공성과 신뢰성을
요하는 프로젝트에서의 성과 다수

디자인 능력 검증

광고, 포스터, 캠페인 등
다양한 포맷에서
디자인 능력 검증

품질 신뢰 확보

2014년부터
매년 꾸준히 수상하며
장기적인 품질 신뢰 확보

공공 분야
시각화 역량 입증

총 80회 이상
디자인 본상 수상

디자인 전문성
인증

지속성과 신뢰 기반 * 브랜드 관리 실적

대기업, 공공기관, 대학 등 다양한 분야의 브랜드 커뮤니케이션 디자인 수행

LG CNS(6년), 롯데멤버스(9년), 동국대학교(9년) 등과의 연속적인 협업을 통해
브랜드 개발 시스템 구축 부터 홍보물, UI·UX, 굿즈 디자인 등 다양한 영역에서 일관된 디자인 품질과 브랜드 경험을 제공해오고 있습니다.

Brand Management

LG CNS

LG CNS 6년 연속

브랜드 시스템 구축, 마케팅 홍보물 · UIUX 디자인

- LG CNS MLDL PPT 브로슈어 제작
- LG CNS DATA HUB PPT 브로슈어 제작
- LG CNS D&A 사업부 홈페이지 디자인
- LG CNS D&A 사내 소식지 디자인
- LG CNS D&A 사업부 로고 시스템 개발
- LG CNS D&A 사업부 홈페이지 디자인
- LG CNS MOP 로고 시스템 개발

브랜드 통합 관리 ✨ 디자인 대행

Brand Management

롯데멤버스

롯데 9년 연속

브랜드 시스템 구축, 마케팅 홍보물 · UIUX 디자인

- L.POINT LIME 2017 트렌드 인포그래픽 리포트 발간
- L.POINT LIME 2018 트렌드 인포그래픽 리포트 발간
- L.POINT LIME 2019 트렌드 인포그래픽 리포트 발간
- L.POINT LIME 2020 트렌드 인포그래픽 리포트 발간
- L.POINT LIME 2021 트렌드 인포그래픽 리포트 발간
- L.POINT LIME PPT 브로슈어 제작
- L.POINT PPT 브로슈어 제작
- L.POINT LIME 홈페이지 디자인

브랜드 통합 관리 ✨ 디자인 대행

Brand Management

동국대학교 dongguk university

동국대학교 9년 연속

브랜드 관리, 대학 브랜드 홍보물 · 입시 홍보 디자인

- 동국대학교 2018 PPT 제작
- 동국대학교 2019 종합브로슈어 제작
- 동국대학교 만해동산 기부 캠페인 리플렛 제작
- 동국대학교 만해동산 기부 캠페인 굿즈 제작
- 동국대학교 2020 홍보브로슈어 제작
- 학교법인 동국대학교 홍보영상 제작
- 학교법인 동국대학교 홈페이지 제작

브랜드 통합 관리 ✨ 디자인 대행

전방위 브랜드 설계 * 실천형 파트너십

Design Agency

Design Agency

Design Agency

1 브랜드 접점 전반을 아우르는 설계

단발성, 프로젝트성이이 아닌
온·오프라인 다양한 접점에서 디자인 풀 서비스 제공 능력

고객사에 대한 깊은 이해를 바탕으로
유기적인 디자인 운영

2 파트너로서의 신뢰 구축

프로젝트마다 최선을 다하는 전문성과 성실한 태도,
명확하고 체계적인 운영 방식을 바탕으로

신뢰할 수 있는 협업 환경을 제공

Motion & Video Design

브랜드 영상,
모션그래픽 콘텐츠

Marketing Collateral Design

브로슈어, 리플렛, 제안서 등 홍보물 &
제품 패키지 및 라벨 디자인

Brand Identitiy Design

브랜드 로고, 컬러, 타이포그래피 등
핵심 시각 요소

Brand Communication Design

광고, 포스터, 캠페인 등
메시지 전달 중심 디자인

UI/UX Design

웹사이트, 앱, 온라인 플랫폼 등
사용자 경험 중심 디자인

진정한 의미의 **브랜드 관리(BX) 업무** 수행 하는 디자인 전문 에이전시

How it works

마케팅과 디자인,
어디서부터 어떻게 해야할지 잘 모르겠다면?

Brand Full Service

무엇이 필요한지 어떤것을 먼저 시작 해야하는지 부터
함께 고민하며 처음부터 끝까지 함께합니다

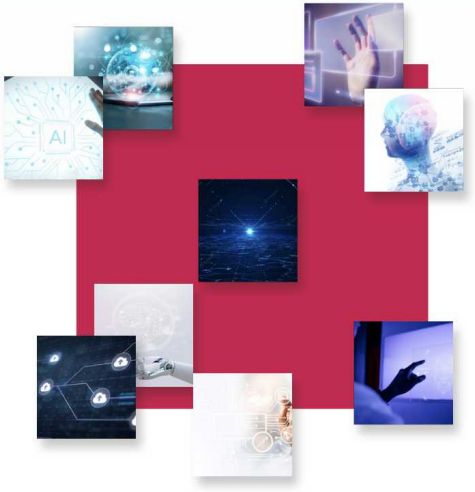

LG CNS

LG CNS

Brand Essence

'디지털 인공지능'과 함께 살아가는 현 시대에서 D&A 사업부의 유익한 오퍼링 서비스 특징을 반영
KEY MASSAGE - '새로운 세상 속에서 당신의 이야기를 만들다'를 전달하고
이야기의 상징성을 담은 말풍선 쉐이프로 심볼 표현

STEP 1



새로운 세상

Digital Transformation

STEP 2



속에서

Various Services

STEP 3



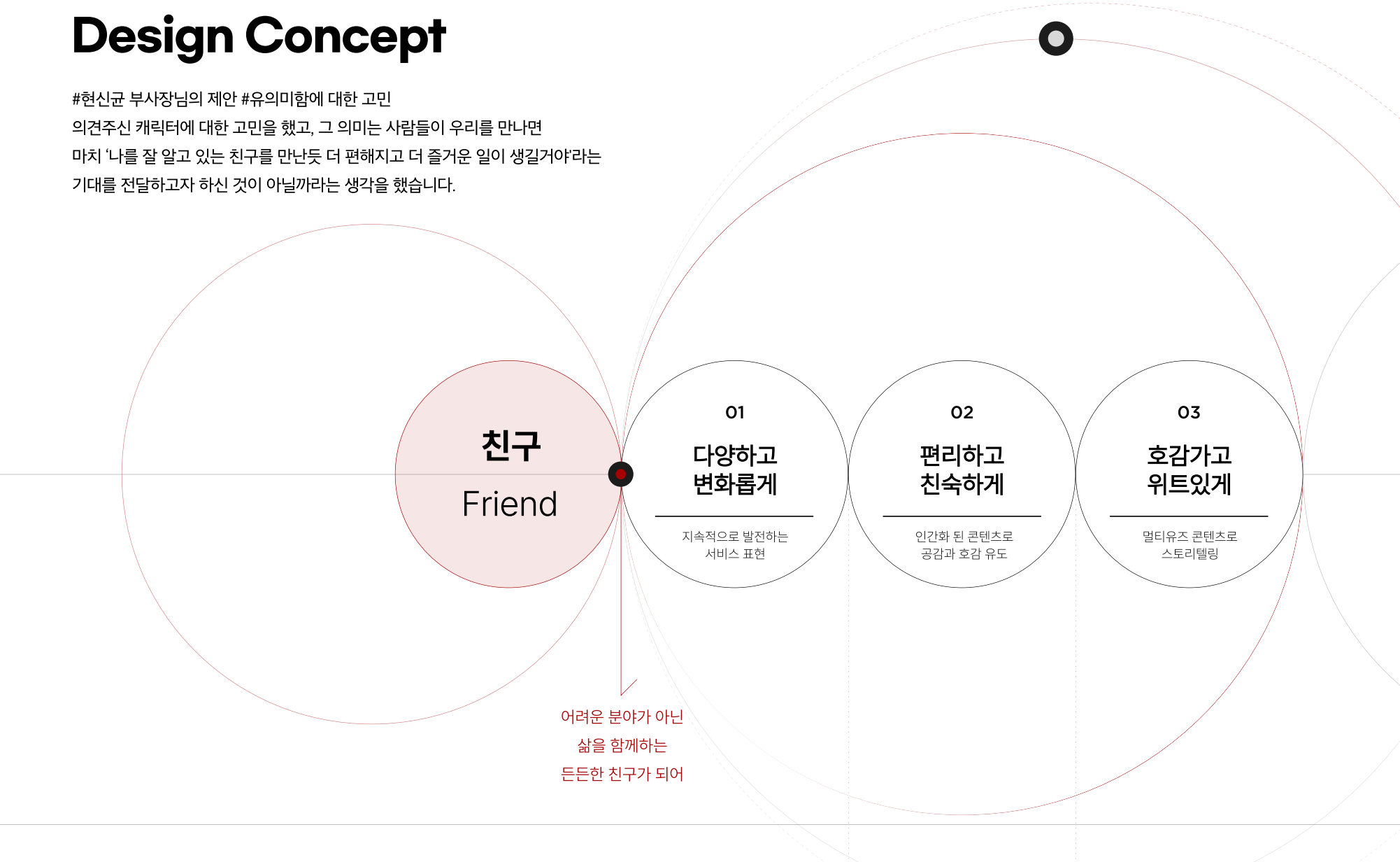
당신의 이야기를 만들다

Symbol

LG CNS

Design Concept

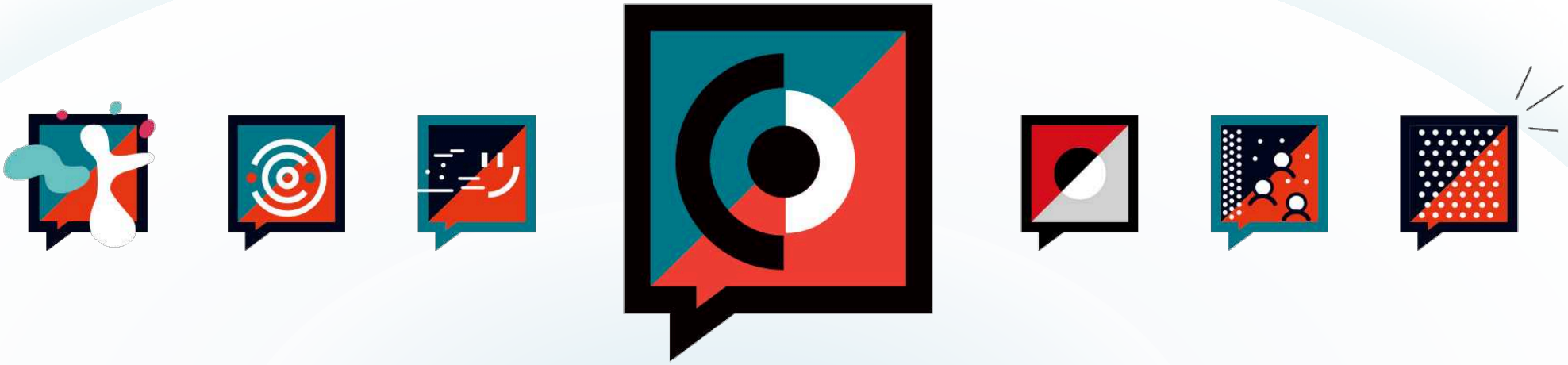
#현신균 부사장님의 제안 #유의미함에 대한 고민
의견주신 캐릭터에 대한 고민을 했고, 그 의미는 사람들이 우리를 만나면
마치 '나를 잘 알고 있는 친구를 만난듯 더 편해지고 더 즐거운 일이 생길거야'라는
기대를 전달하고자 하신 것이 아닐까라는 생각을 했습니다.



LG CNS

Signature System

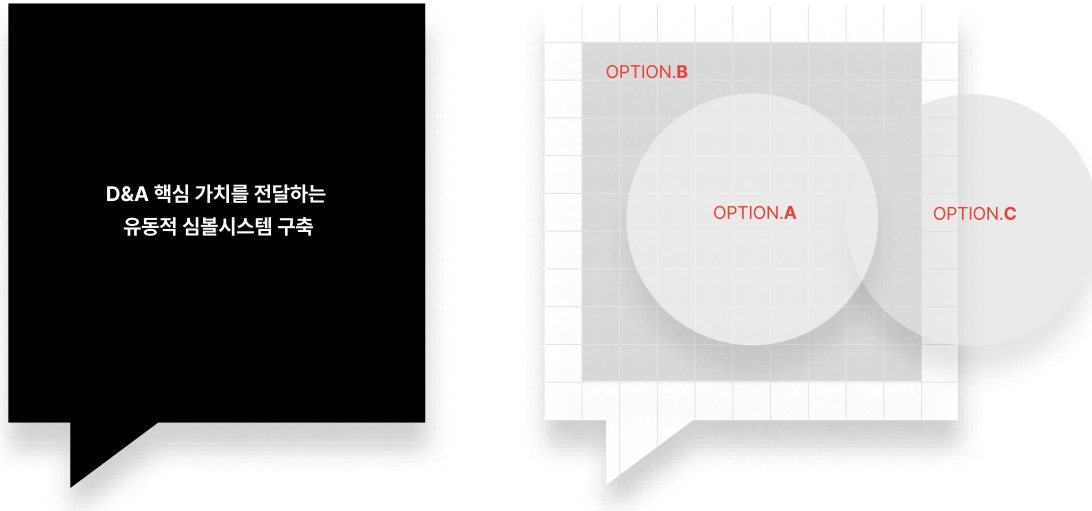
D&A 심볼 시스템은 외곽 형태는 고정하고 각 서비스의 업무 및 유형별 특성을 반영하여
유동적이며 개성있는 방법으로 고유의 아이덴티티를 유지하는 심볼 시스템 확정



LG CNS

Signature System

D&A 심볼 시스템은 외곽 형태는 고정하고
각 서비스의 업무 및 유형별 특성을 반영하여
유동적이며 개성있는 방법으로 고유의 아이덴티티를
유지하는 심볼 시스템 확정



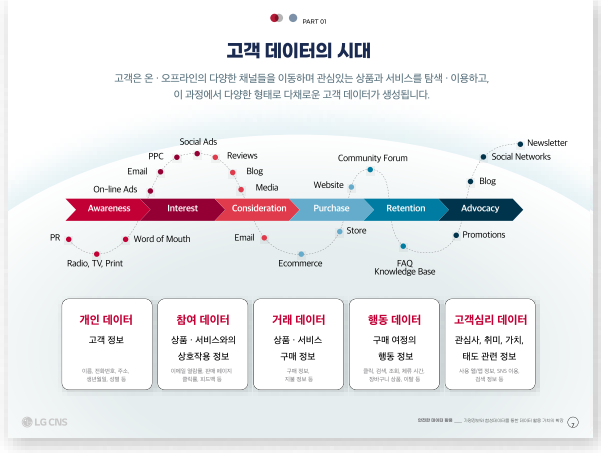
OPTION A.	OPTION B.	OPTION C.	OPTION D.
ELEMENT	COLOR	LOCATION	OUTLINE



LG CNS

Brand System

홍보 컨텐츠의 소재별 특성을 반영할 수 있도록
자유로운 라인 아이콘을 사용하였습니다.





LG CNS

Color System

LG CNS의 아이덴티티를 유지하는 브랜드와
컬러시스템을 개발하였습니다.

Main 1
RGB 195, 0, 55

Main 2
RGB 149, 0, 52

Main 3
RGB 0, 53, 77

Main 4
RGB 0, 123, 161

Sub 1
RGB 224, 59, 76

Sub 2
RGB 102, 173, 204

Sub 3
RGB 76, 110, 135

Sub 4
RGB 182, 202, 226

Sub 5
RGB 87, 100, 116

Sub 6
RGB 82, 83, 87

LG CNS

Illustration System

LG CNS의 아이덴티티를
유지하는 일러스트를 개발하였습니다.



























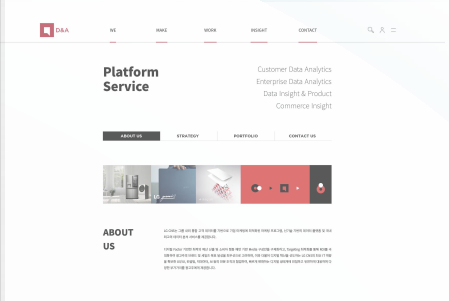


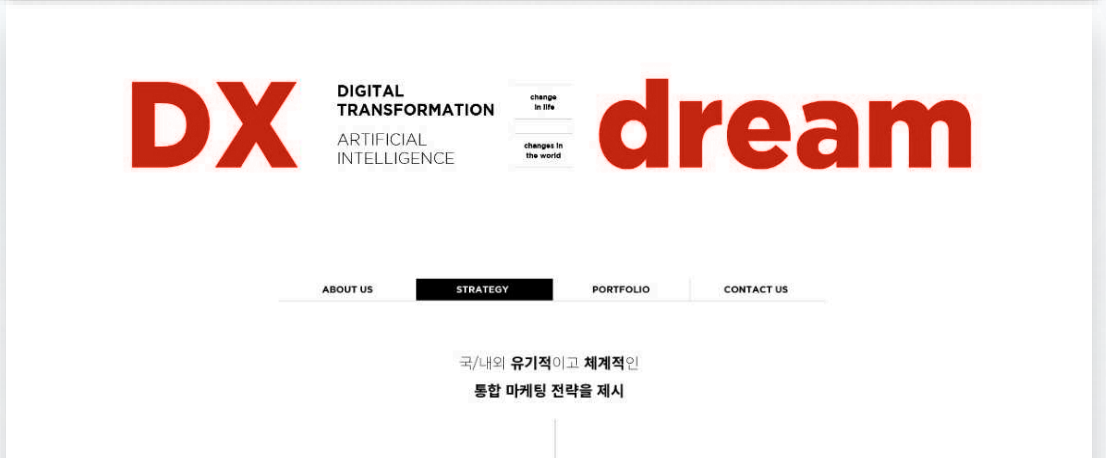
LG CNS

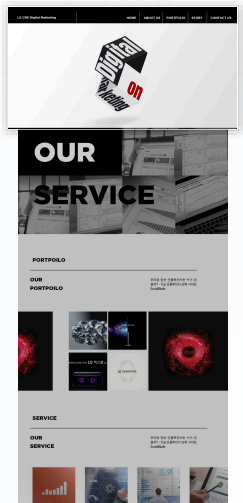
WEB Main Page

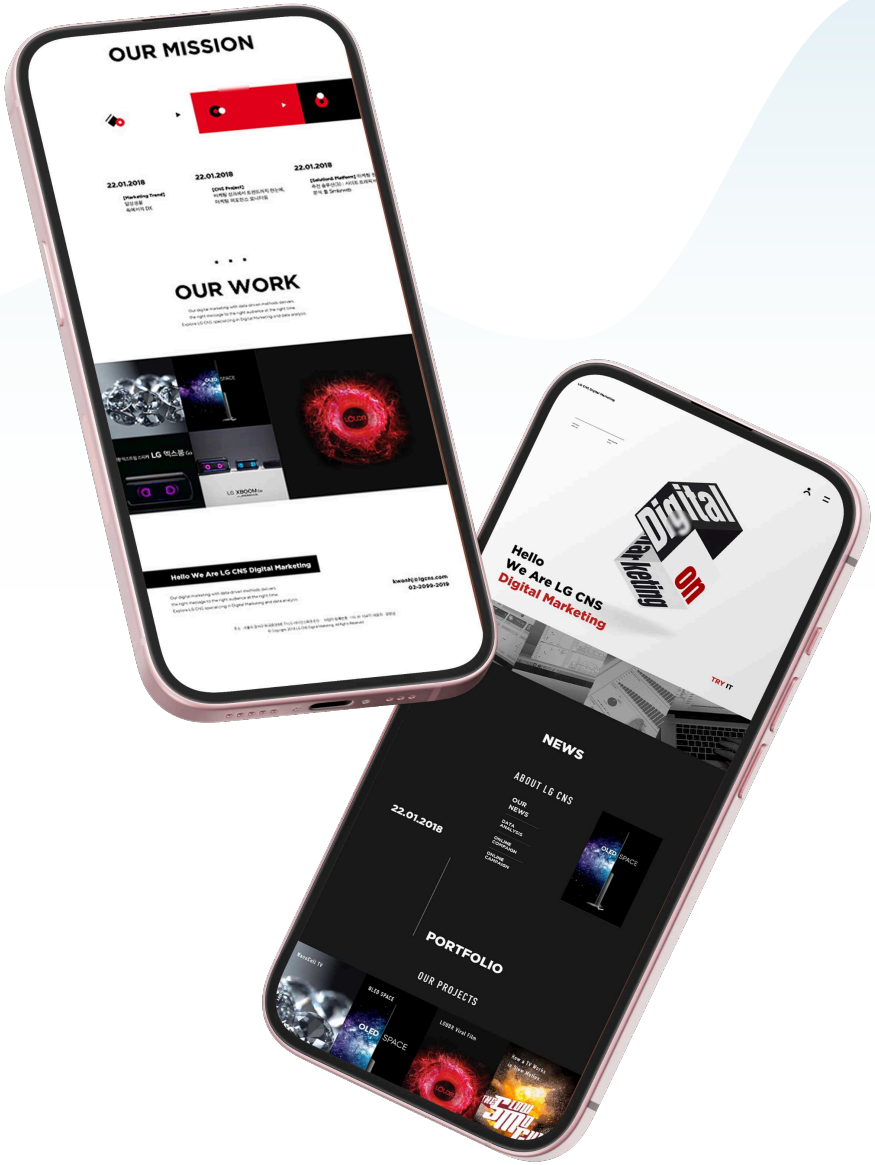








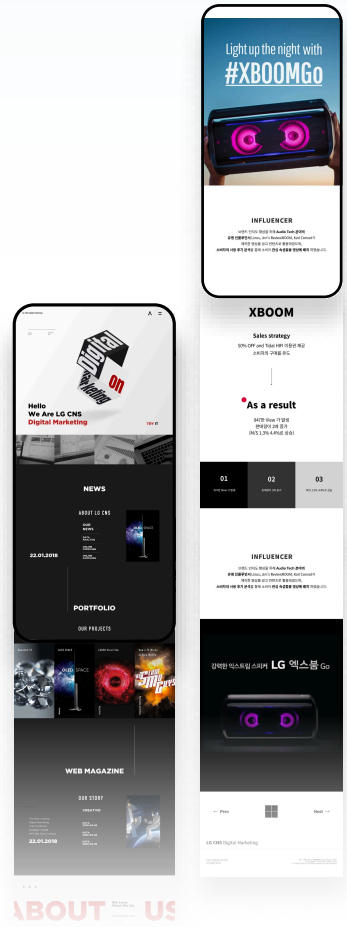




LG CNS

Mobile Page

반응형 사이트 개발로 모든 디바이스 상황에
적합한 레이아웃으로 구현됩니다.



LG CNS

Cardnews









LG CNS



LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

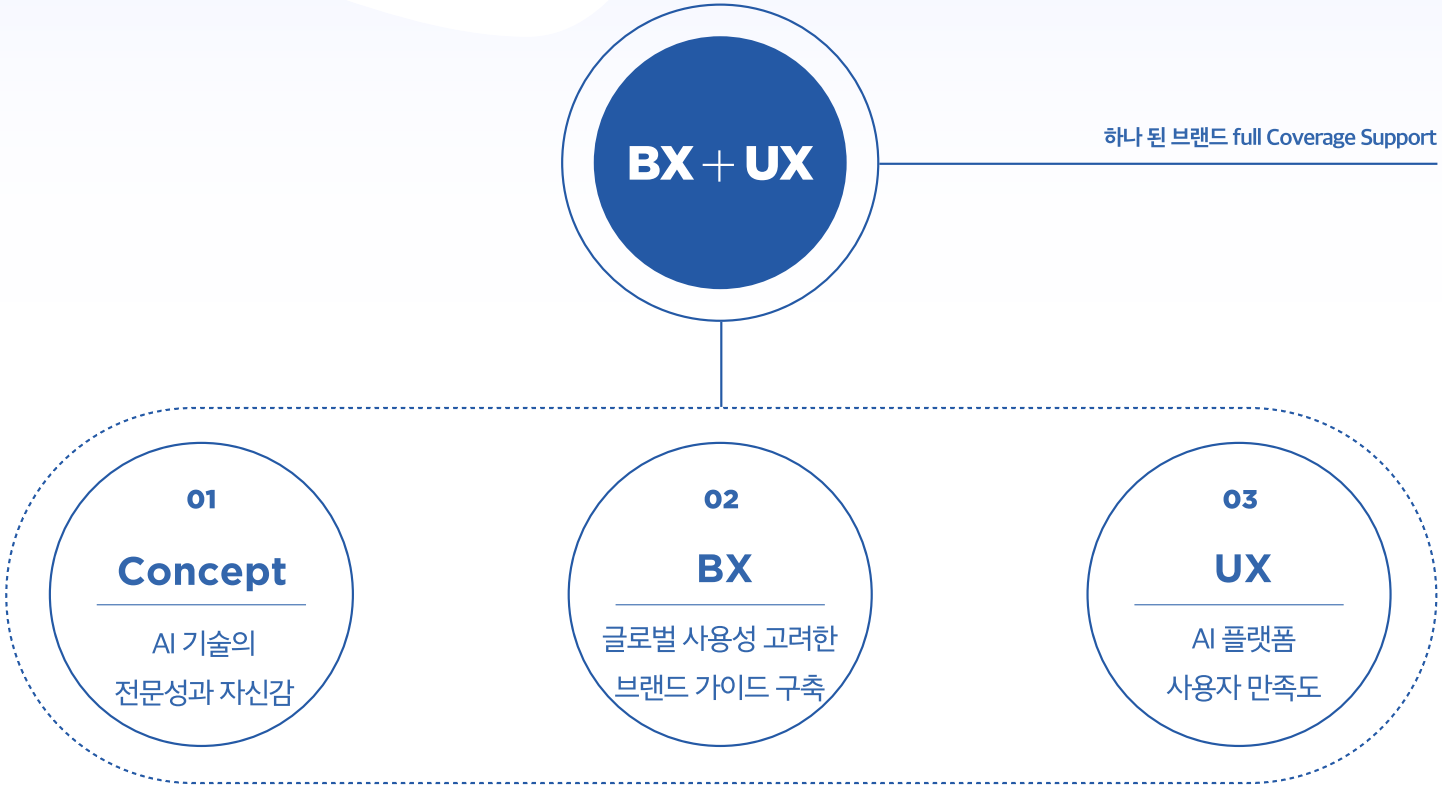
Logo Guidelines



LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

Core Purpose

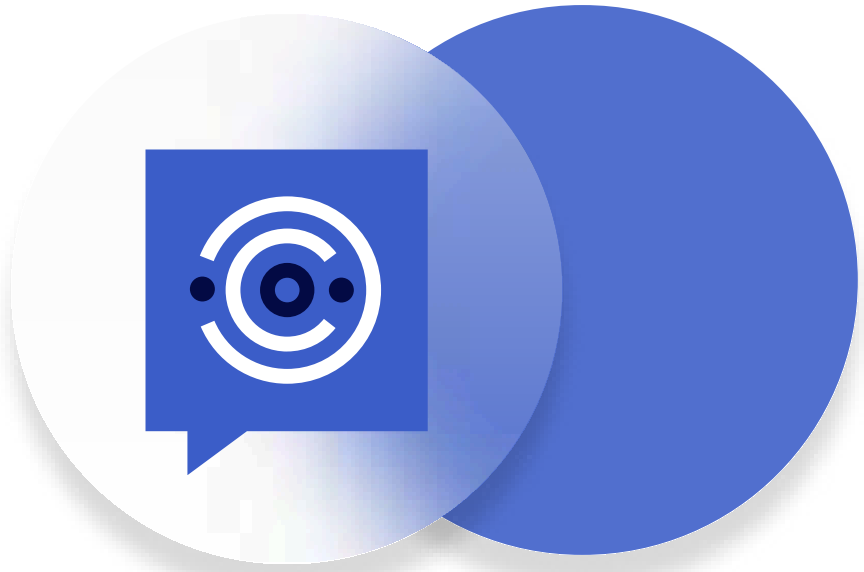
MOP 브랜드는 AI 기술을 적용한 광고 플랫폼으로 제안사에서
BX 개발부터 사이트 구축, UI/UX 가이드를 만들고
현재 3년 연속 유지보수 및 디지털 마케팅을 지원하고 있는 프로젝트입니다.

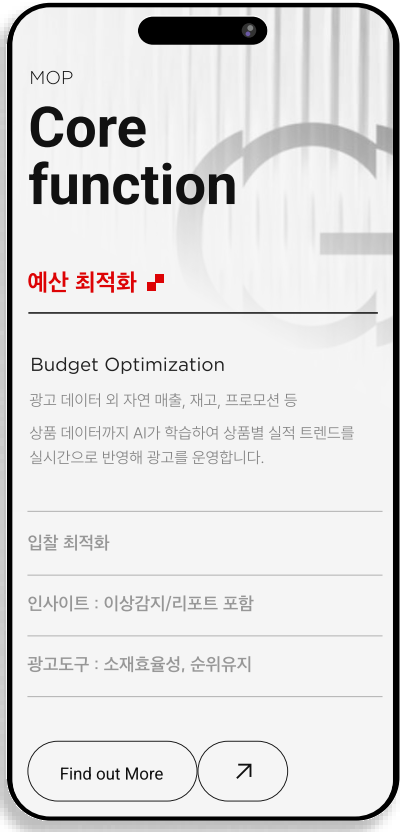


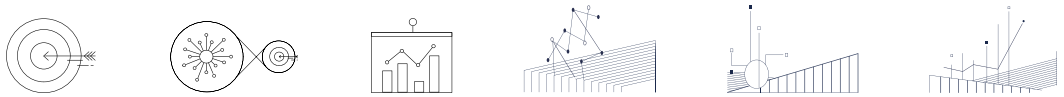
LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

Signature Symbol

플랫폼 전반에 걸쳐 브랜드의 고유한 아이덴티티를
효과적으로 전달하기 위해 디자인 시스템을 구축했습니다.
서비스별 차별성을 살리면서도 일관성을 유지할 수 있도록
심볼을 유연하고 창의적인 방식으로 개발하였습니다.



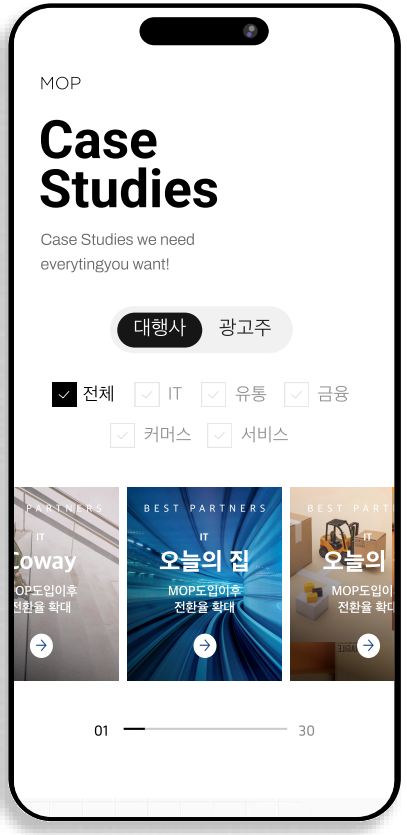


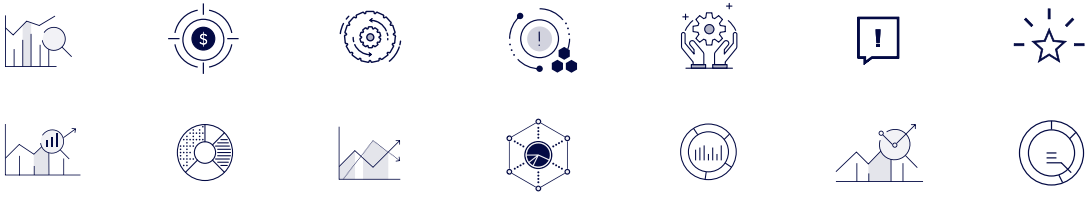


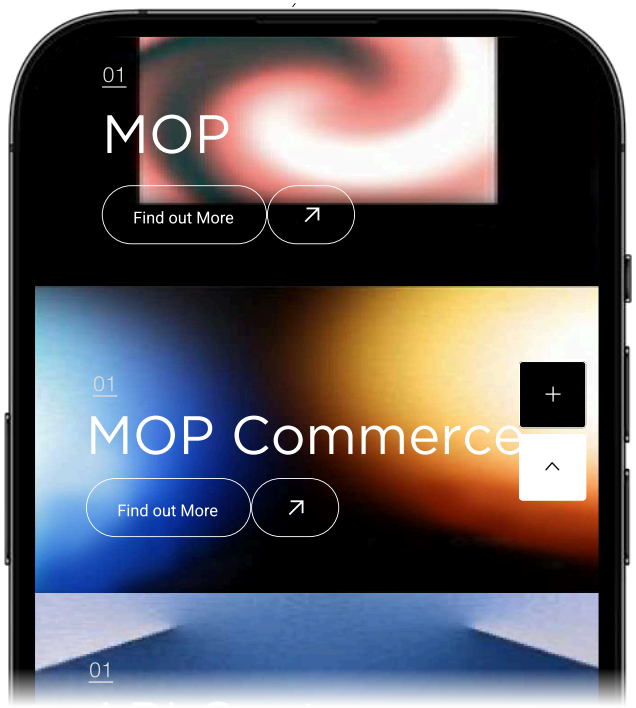
LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

Brand System

MOP 플랫폼의 아이덴티티를 유지하는 브랜드와
디자인 시스템을 개발 / 적용하였습니다.







LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

Color System

MOP 플랫폼의 아이덴티티를 유지하는 브랜드와
컬러시스템을 개발하였습니다.

Main 1
RGB 59, 94, 201

Main 2
RGB 4, 10, 69

Main 3
RGB 181, 27, 62

Main 4
RGB 204, 204, 204

Sub 1
RGB 0, 148, 255

Sub 2
RGB 5, 82, 157

Sub 3
RGB 204, 71, 74

Sub 4
RGB 211, 146, 190

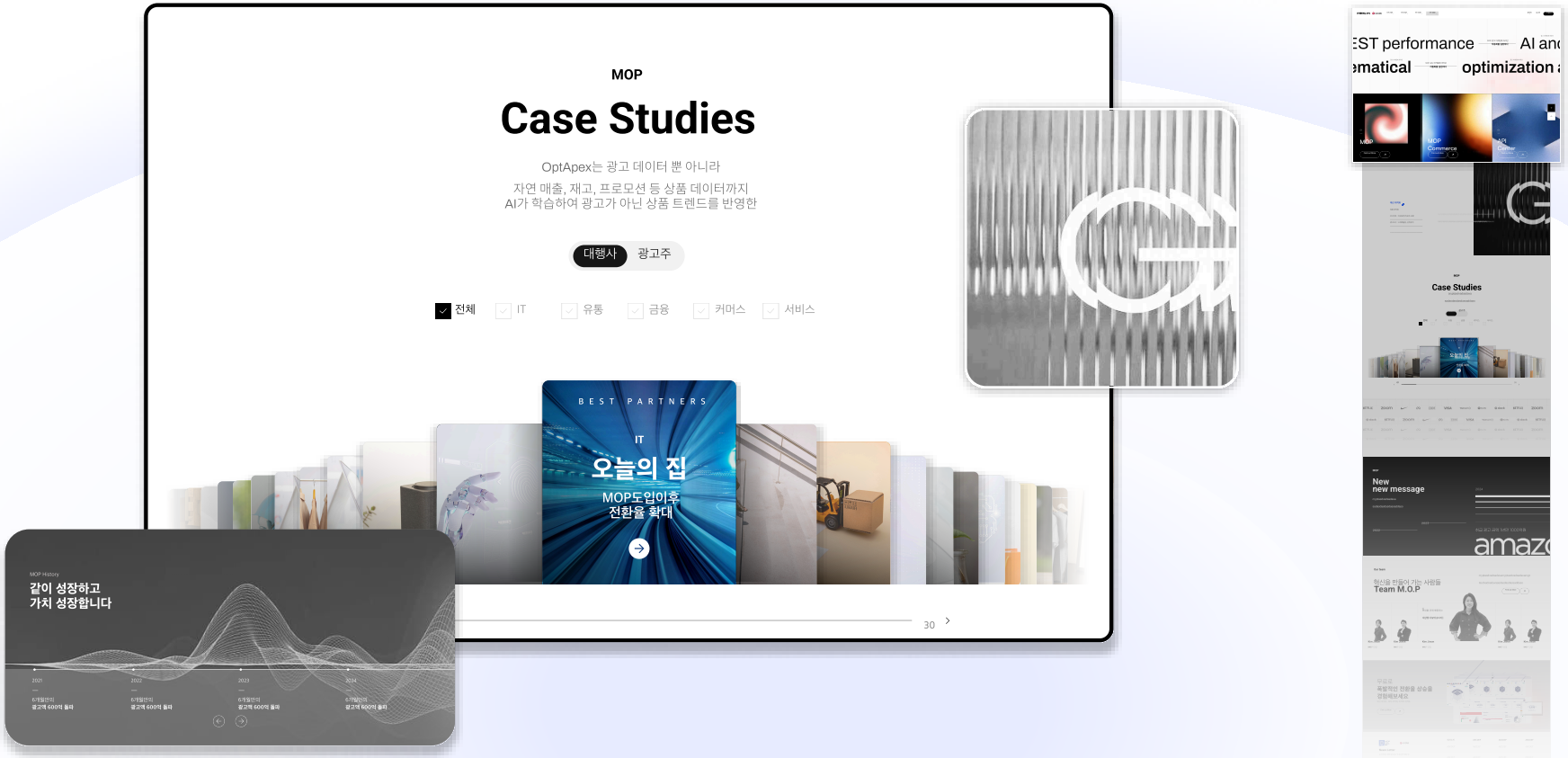
Sub 5
RGB 151, 115, 177

Sub 6
RGB 253, 175, 25

LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

WEB Main page

MOP 플랫폼의 아이덴티티를 유지하는 브랜드와
디자인 시스템을 개발하였습니다.

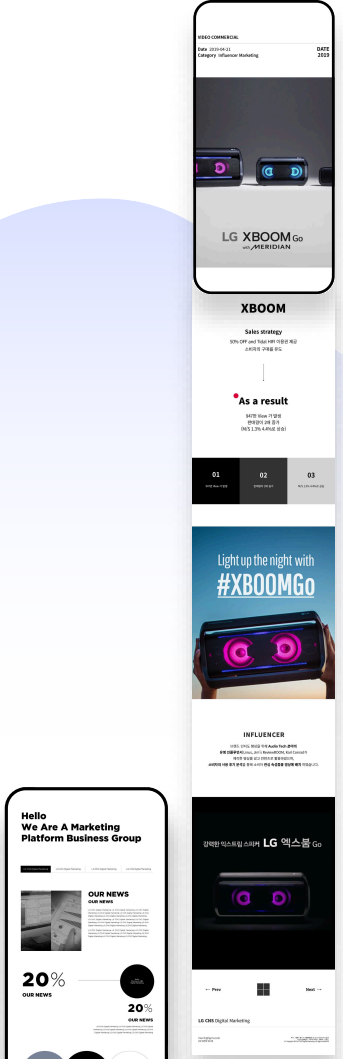




LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

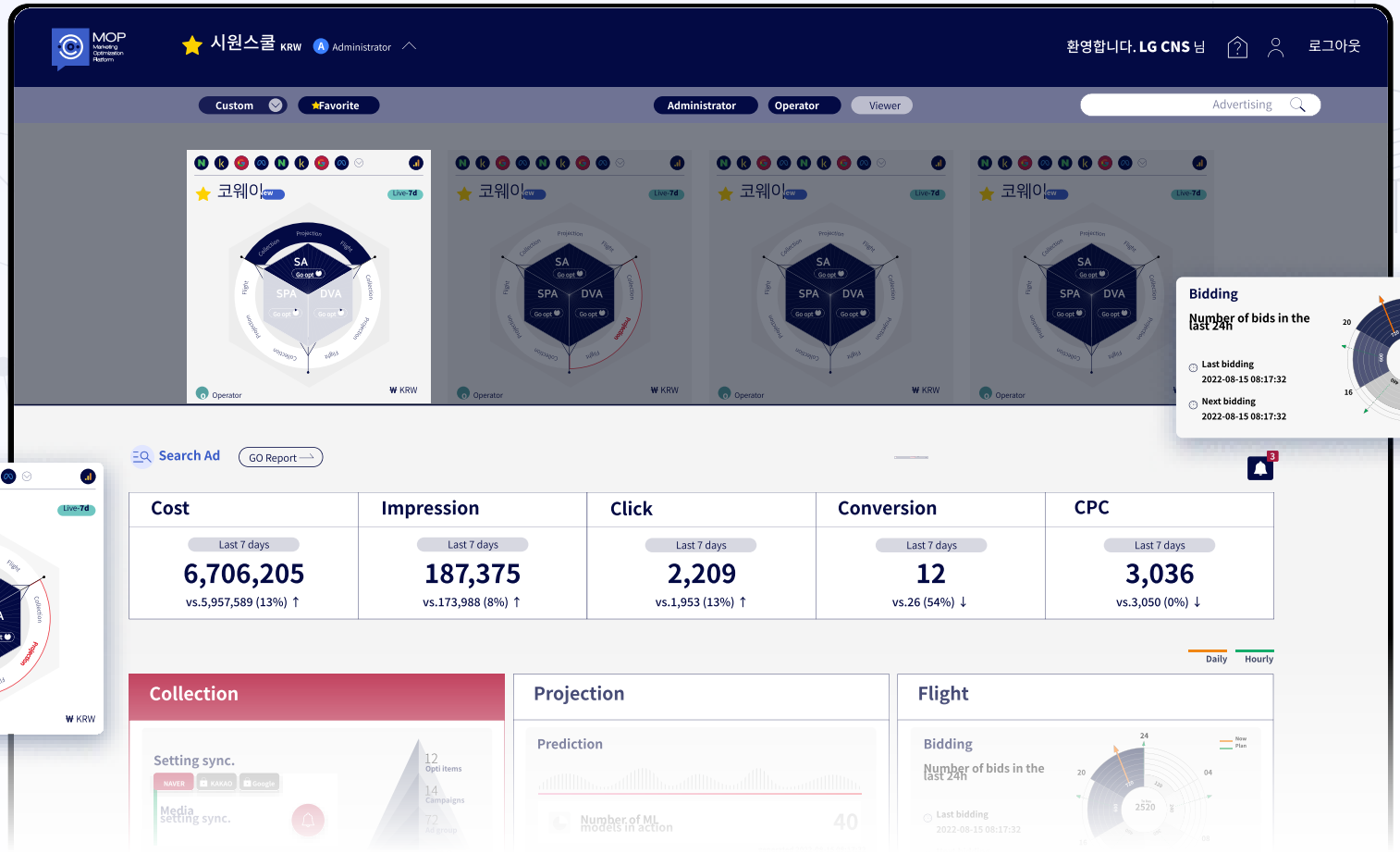
Mobile page

반응형 사이트 개발로 모든 디바이스 상황에
적합한 레이아웃으로 구현됩니다.

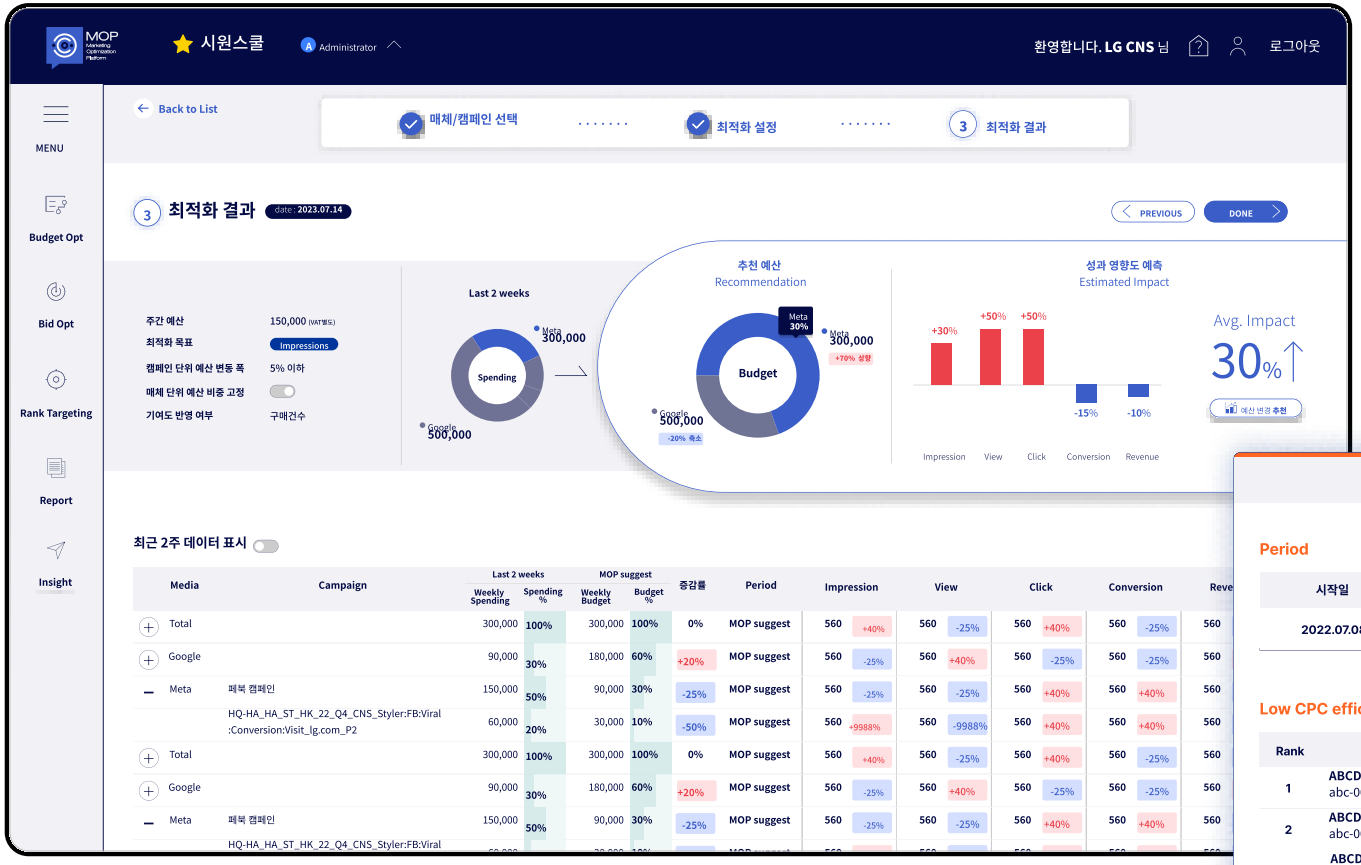


LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

Dashboard



Dashboard



High 1

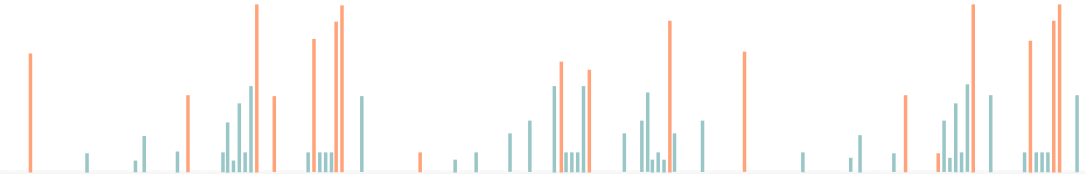
Period

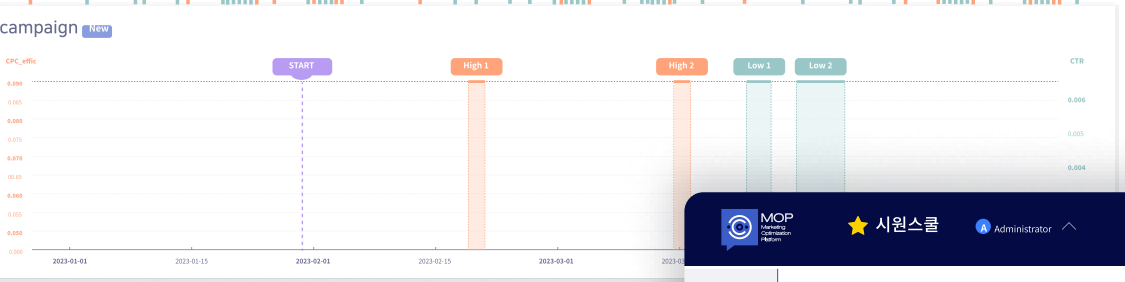
시작일	종료일	기간(일)
2022.07.08	2022.07.09	2

Low CPC efficiency TOP 3

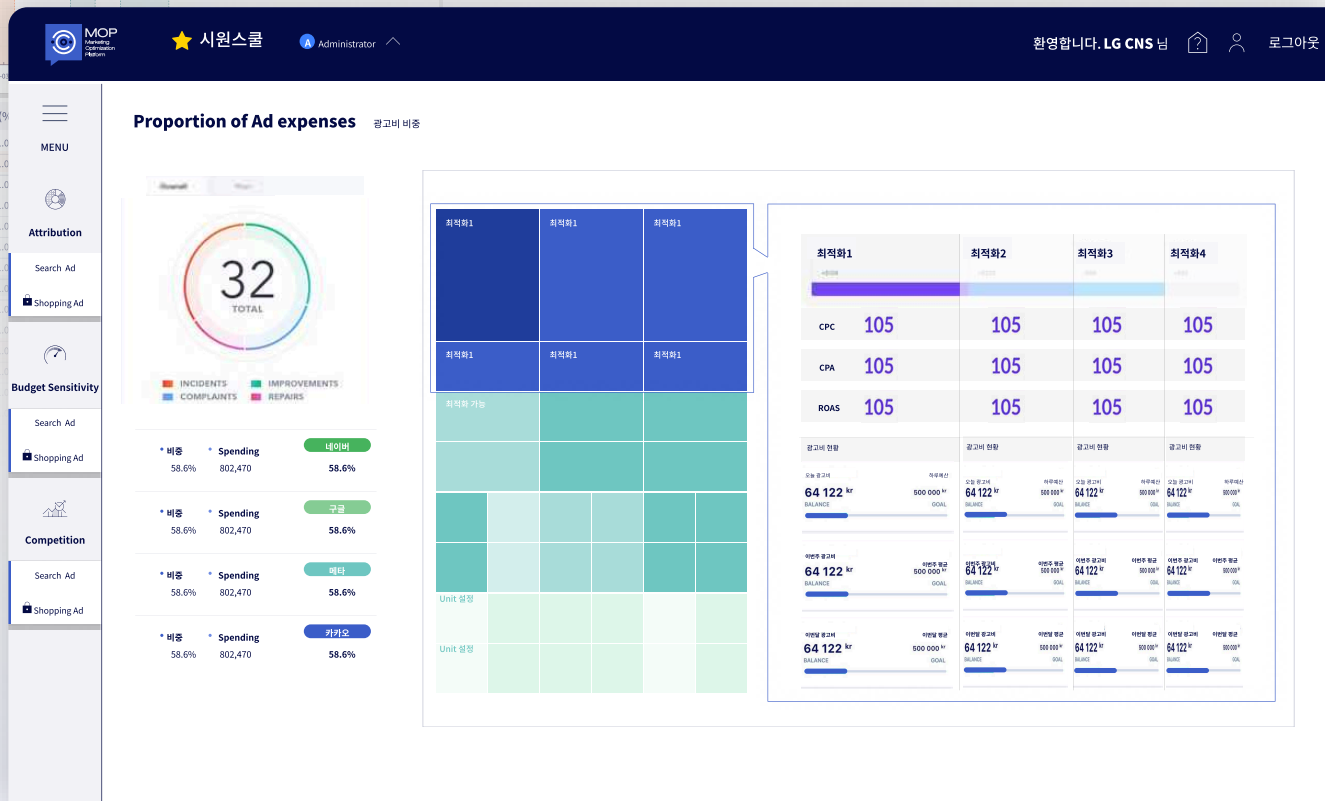
Rank	Keywords	CPC efficiency
1	ABCD abc-000-00-0000000000000000	0.4100
2	ABCD abc-000-00-0000000000000000	0.4542
3	ABCD abc-000-00-0000000000000000	0.5207

Dashboard



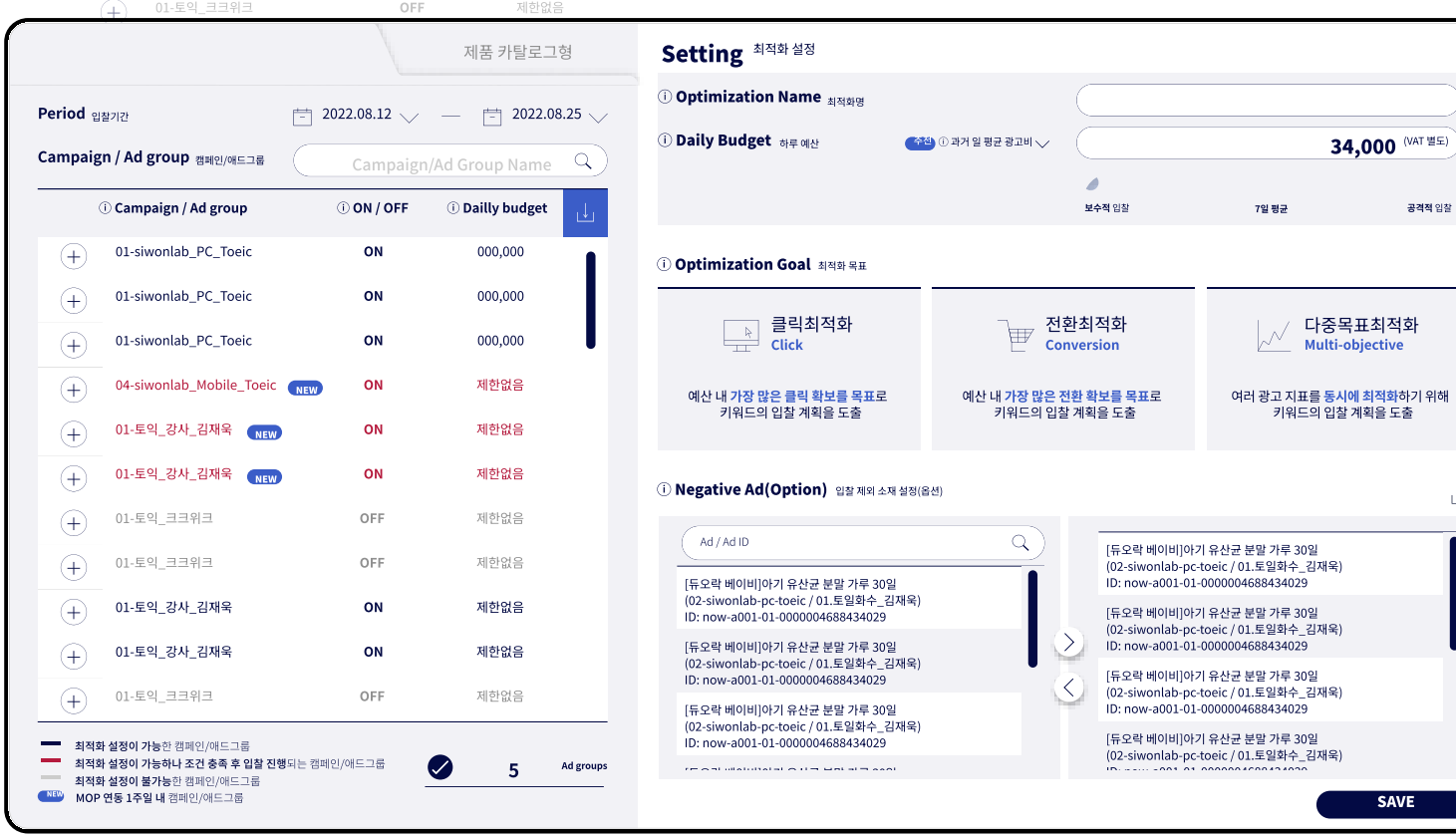


Date	Period	Cost	Impression	Click	Conversion	Revenue	CTR(%)	CVR(%
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17	High 2	2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17	Low 1	2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17	High 1	2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17	High 2	2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0
023.04.17		2,674	8,236	570	6	0	6.92	1.0

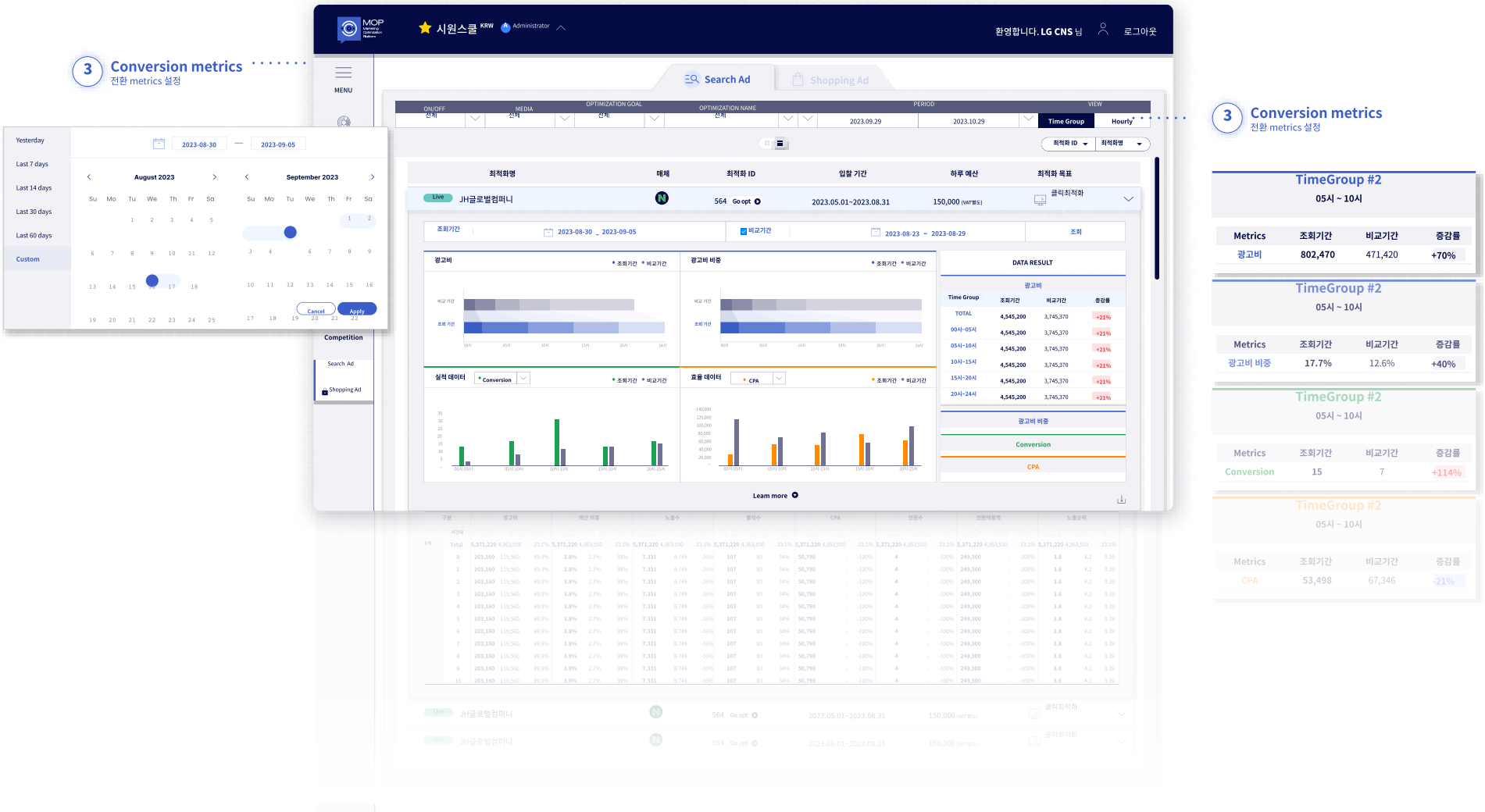


case 01 LG CNS

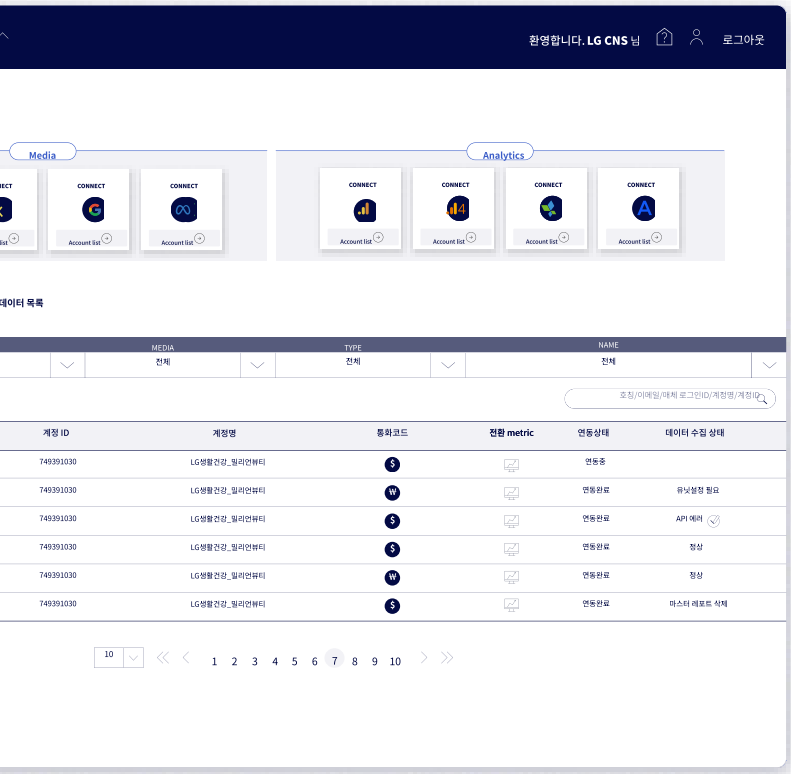
Dashboard



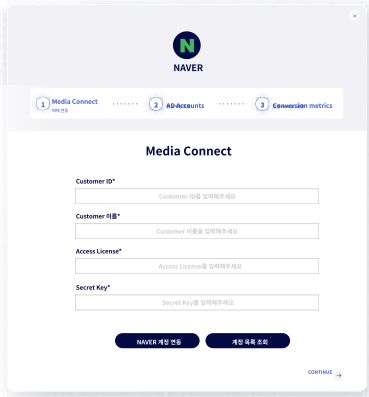
Dashboard

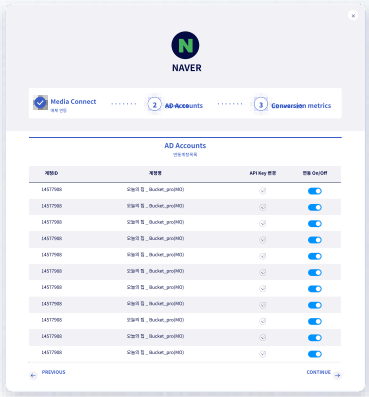

3 Conversion metrics
전환 metrics 설정
MOP
시원스쿨 KRW
Administrator
환영합니다. LG CNS 님
로그아웃
MENU
Search Ad
Shopping Ad
ON/OFF
MEDIA
OPTIMIZATION GOAL
OPTIMIZATION NAME
PERIOD
VIEW
2023.09.29
2023.10.29
Time Group
Hourly
최적화 ID
최적화명
최적화명
매체
최적화 ID
입찰 기간
하루 예산
최적화 목표
Live
JH글로벌컴퍼니
564 Go opt
2023.05.01~2023.08.31
150,000 (VAT별도)
클릭최적화
조회기간
2023-08-30 _ 2023-09-05
비교기간
2023-08-23 ~ 2023-08-29
조회
광고비
광고비 비중
조회기간
비교기간
DATA RESULT
Time Group
조회기간
비교기간
증감률
TOTAL
00시~05시
05시~10시
10시~15시
15시~20시
20시~24시
4,545,200
3,745,370
+21%
실적 데이터
Conversion
효율 데이터
CPA
광고비 비중
Conversion
CPA
Learn more
Yesterday
Last 7 days
Last 14 days
Last 30 days
Last 60 days
Custom
August 2023
September 2023
Cancel
Apply
Competition
Search Ad
Shopping Ad
3 Conversion metrics
전환 metrics 설정
TimeGroup #2
05시 ~ 10시
Metrics
조회기간
비교기간
증감률
광고비
802,470
471,420
+70%
TimeGroup #2
05시 ~ 10시
Metrics
조회기간
비교기간
증감률
광고비 비중
17.7%
12.6%
+40%
TimeGroup #2
05시 ~ 10시
Metrics
조회기간
비교기간
증감률
Conversion
15
7
+114%
TimeGroup #2
05시 ~ 10시
Metrics
조회기간
비교기간
증감률
CPA
53,498
67,346
-21%

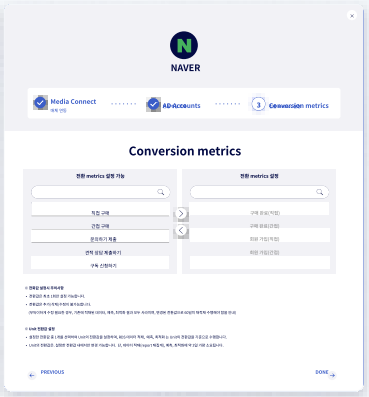
Dashboard



1 **Media Connect** 매체 연동 ..... 2 **AD Accounts** 연동계정 목록 ..... 3 **Conversion metrics** 전환 metrics 설정









LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

Booth Design



LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

Goods Design

















LG CNS | MOP Marketing Optimization Platform

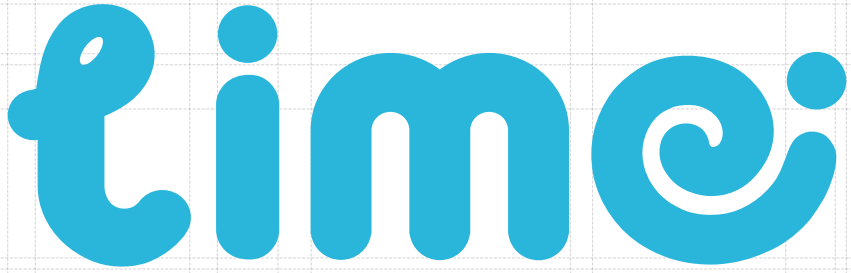
Promotional Booklet

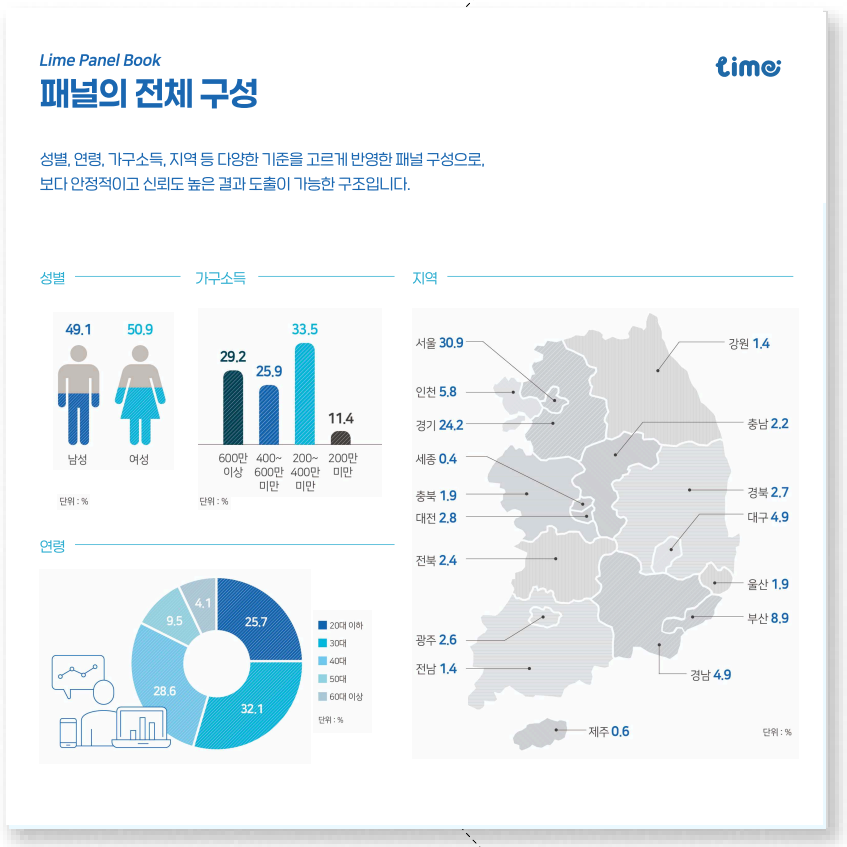



롯데멤버스

롯데멤버스

Logo Guidelines





롯데멤버스

Color System

OKPOS 플랫폼의 아이덴티티를 유지하는 브랜드와
컬러시스템을 개발하였습니다.

Main 1
RGB 25, 103, 178

Main 2
RGB 0, 185, 226

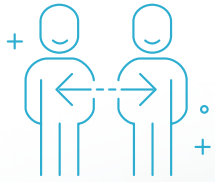
Main 3
RGB 181, 181, 181

Sub 1
RGB 70, 135, 10

Sub 2
RGB 177, 218, 10

롯데멤버스

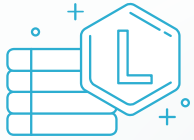
Illustration System



Lime Active Panel



Lime General Panel



L.POINT Member



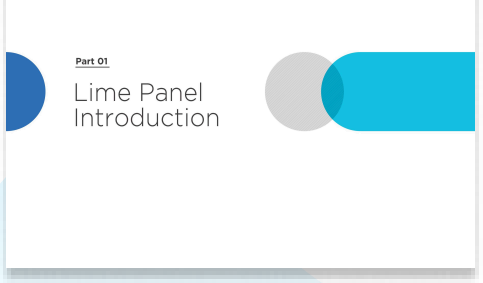
롯데멤버스

Cardnews

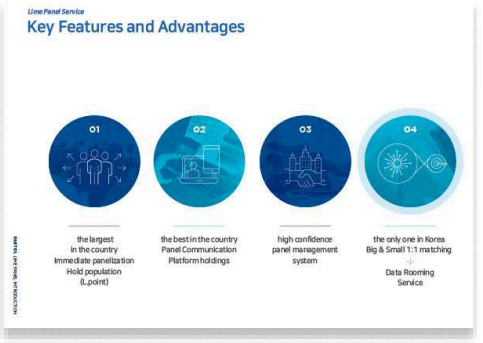


롯데멤버스

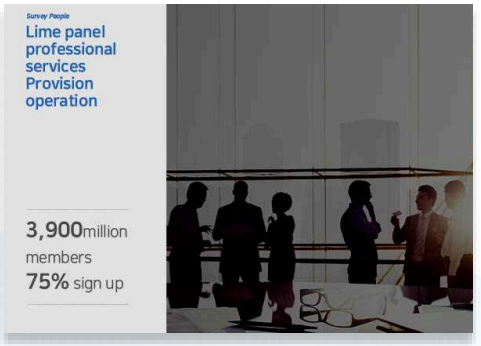
PPT Design

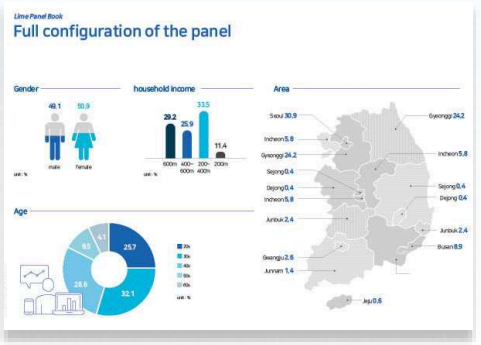


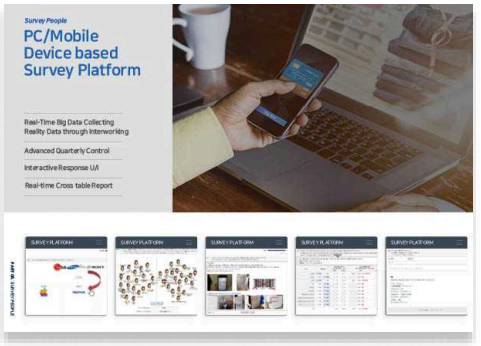


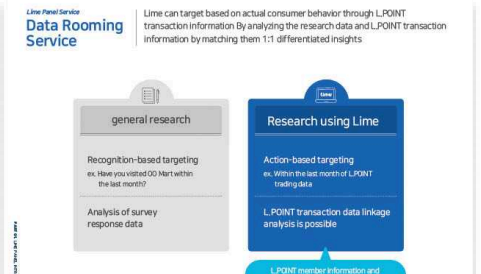












롯데멤버스

Goods Design








BIG SMALL
Data
L.POINT
L.pay
Data
Consumer Research
누 가
리 서 치 를
변 하 다 고
하 는 가
time

NICE | OKPOS™



Color System

OKPOS 플랫폼의 아이덴티티를 유지하는 브랜드와
컬러시스템을 개발하였습니다.

Main 1
RGB 55, 85, 209

Main 2
RGB 122, 213, 255

Main 3
RGB 156, 235, 228

Sub 1
RGB 122, 213, 255

Sub 2
RGB 156, 235, 228

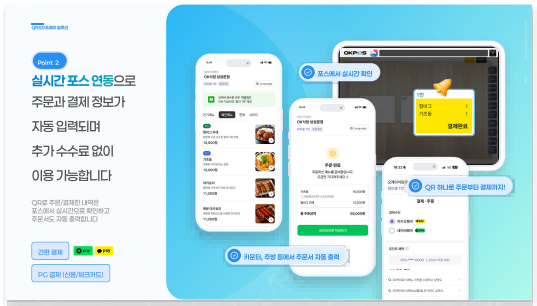
NICE | OKPOS

PPT Design

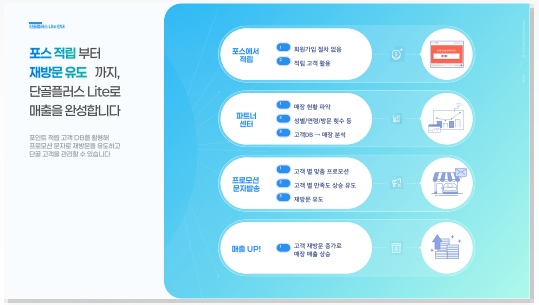




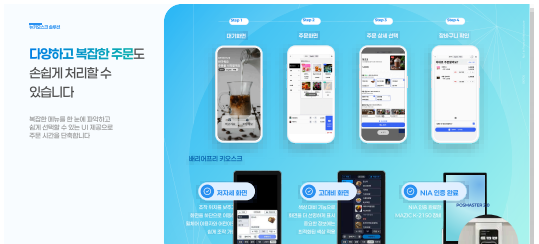






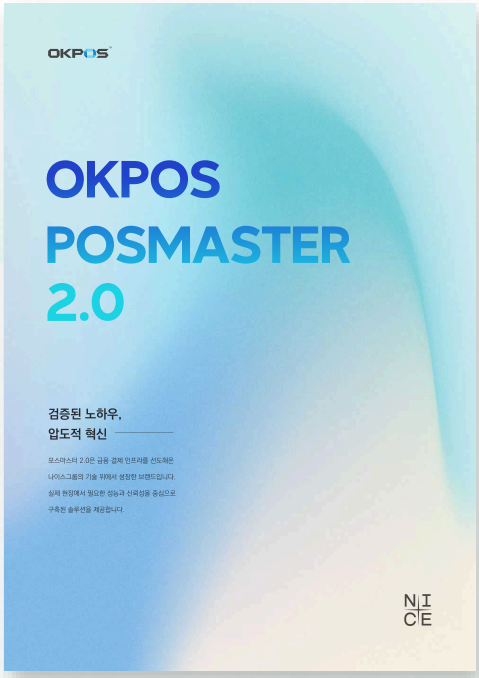


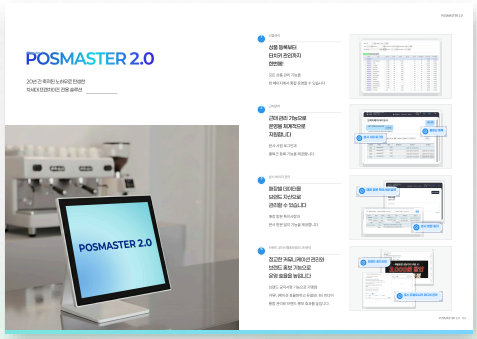


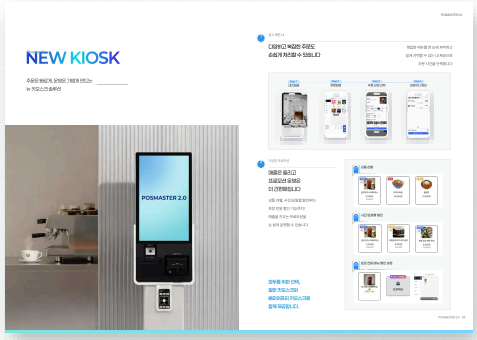


NICE | OKPOS

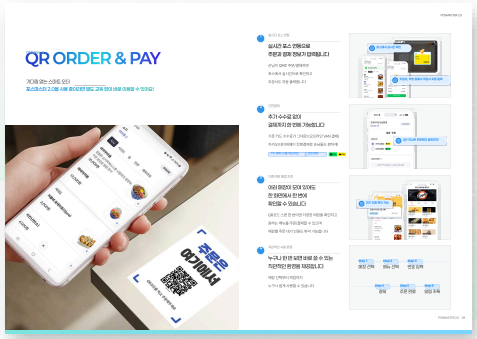
Brochure

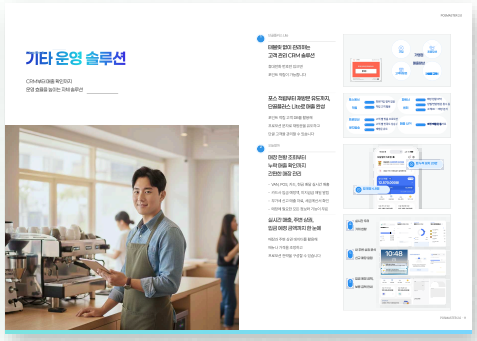








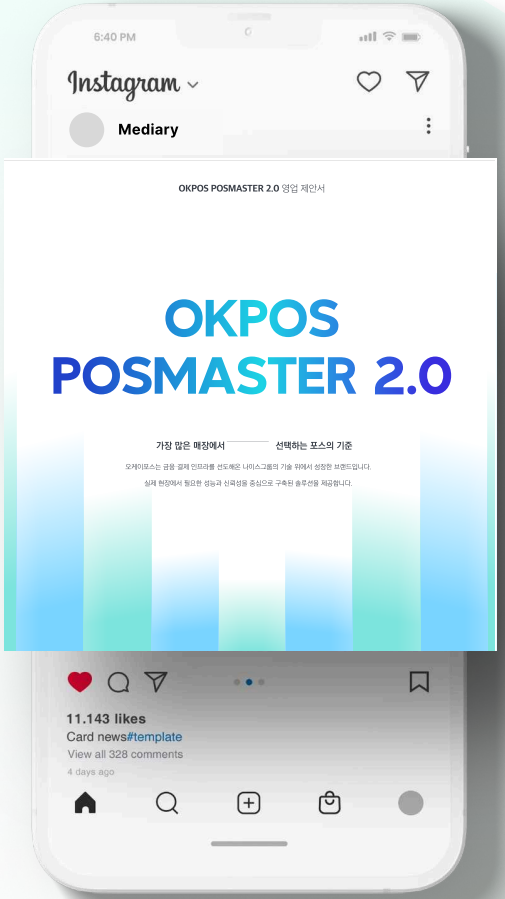




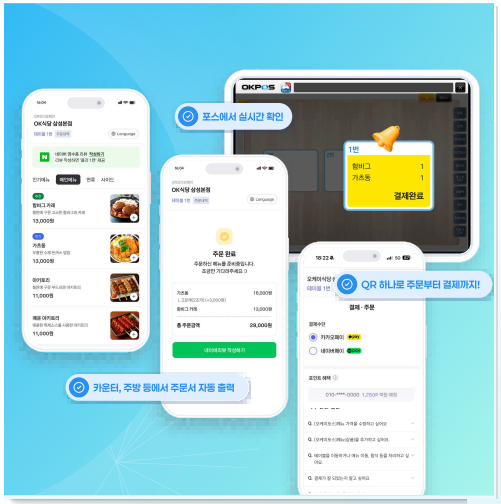
NICE | OKPOS

Cardnews



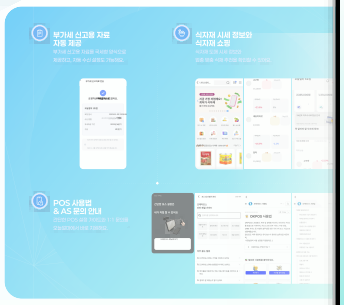




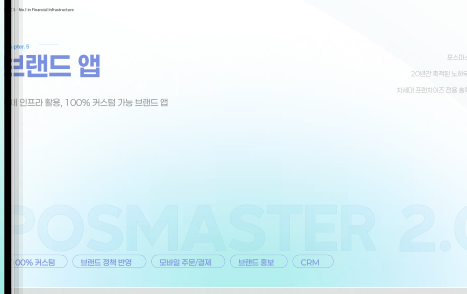


NICE | OKPOS

WEB Main Page



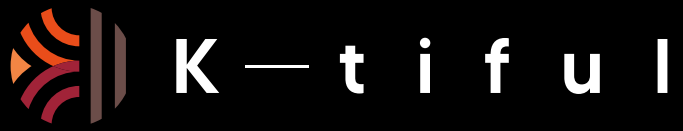




POSMASTER 2.0 통합 매장 관리 시스템

주문/결제부터 배달 주문 관리, 고객 관리 , QR오더, 매출 관리까지!
POSMASTER 2.0 시스템과 완벽 연동됩니다.




K — t i f u l

K—t i f u l

Symbol Guidelines

케이티풀 심볼

케이티풀을 대표하는 심볼로, 로고가 사용되어지지 않는 별도의 공간에 사용한다.

최소사이즈 5mm









와이비에스 심볼

와이비에스를 대표하는 심볼로, 로고가 사용되어지지 않는 별도의 공간에 사용한다.

최소사이즈 5mm









국가유산체험센터 심볼

국가유산체험센터를 대표하는 심볼로, 로고가 사용되어지지 않는 별도의 공간에 사용한다.

최소사이즈 5mm









K—t i f u l

Graphic Motive

플랫폼의 아이덴티티를 유지하는 브랜드와
그래픽 모티브를 개발 / 적용하였습니다.

DIY 전통 문화 체험 키트

DIY Traditional Culture Experience Kits



02

무형유산 전승자가 직접 개발한 DIY 전통문화 체험키트는 전통 기법을 간단하고 재미있게 경험할 수 있도록 구성되어 있습니다.

These DIY traditional culture kits, created by intangible heritage artisans, are designed to make learning traditional techniques simple and enjoyable.

다과 체험

Traditional Tea and Snack



03

전통 소반과 장인 소반 위에 정성스럽게 차려진 전통 다과를 즐길 수 있습니다.

Savor traditional tea and snacks, meticulously prepared and served on a traditional low table (Soban) crafted by skilled artisans.

한복 체험

Hanbok Experience



04

아름다운 전통 한복을 대여해 즐기는 특별한 경험. 다양한 디자인과 색감의 한복을 만날 수 있습니다.

Enjoy a special experience by renting beautiful traditional Hanbok. Discover Hanbok in various designs and colors.

공연

Performance



05

퓨전공연, 전통공연, 그리고 오페라까지 다양한 장르의 공연을 감상할 수 있습니다.

Enjoy a variety of performances including fusion shows, traditional performances, and even opera.

시연 및 토크콘서트

Public Demonstration and Talk Concert



06

무형유산 전승자들이 전통, 공예, 예술, 기술을 시연하며, 전승자들의 작품을 가까이에서 감상할 수 있습니다.

Experience the traditional crafts, arts, and skills demonstrated by intangible heritage transmitters, and appreciate their works up close.

케잇데이

K-it Day



07

한국의 아름다움을 이어가는 특별한 전통 캠페인으로, 무형유산전승자와 전통을 직접 체험하며 전통문화의 가치를 발견할 수 있습니다.

A special traditional campaign to continue the beauty of Korea. Discover the value of traditional culture by directly experiencing it with intangible heritage transmitters.

모바일 미션투어

Mission Tour



08

스마트폰을 이용해 미션을 수행하며 국가 유산 체험 센터를 탐방할 수 있는 미션 투어입니다.

A tour that allows you to explore the Korea Heritage Hub by completing missions using your smartphone.

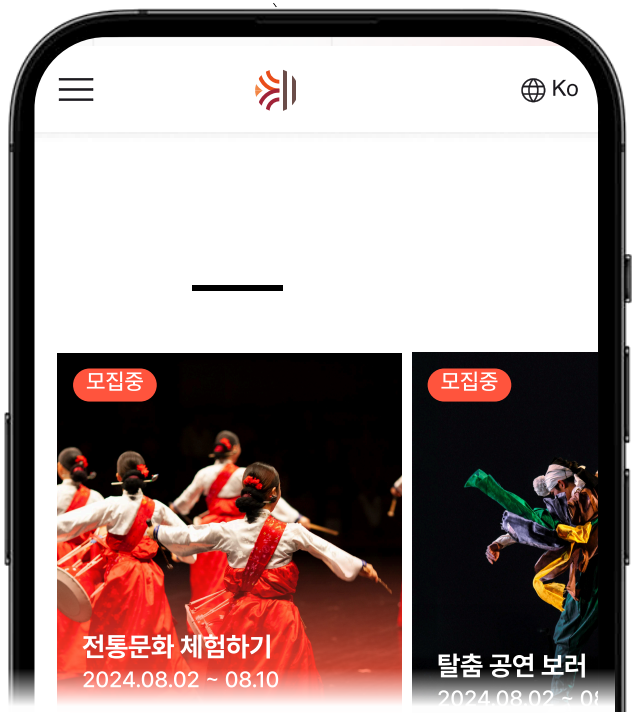


K—tiful

Color System

아이덴티티를 유지하는 브랜드와
컬러시스템을 개발하였습니다.

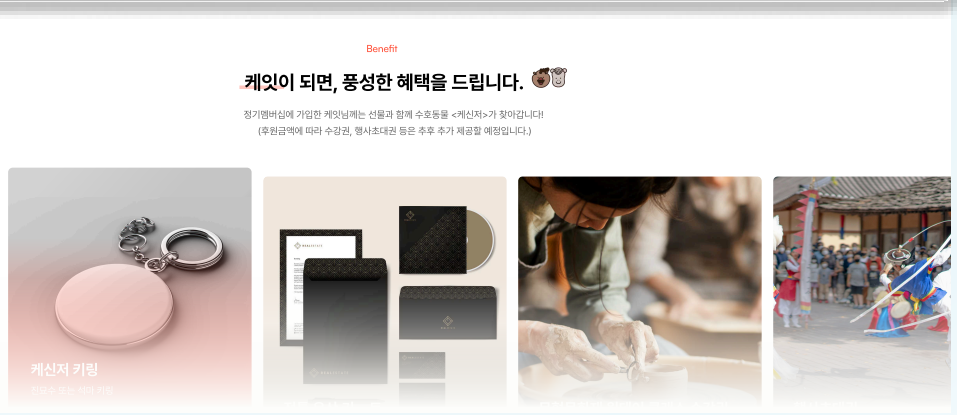
	Main 1	Main 2	Main 3	Main 4
	#EA4D1A	#F28544	#A12439	#6C4E49
	Main 1	Main 2	Main 3	Main 4
	#EA4D1A	#F28544	#A12439	#6C4E49
	Main 1	Main 2	Main 3	Main 4
	#EA4D1A	#F28544	#A12439	#6C4E49

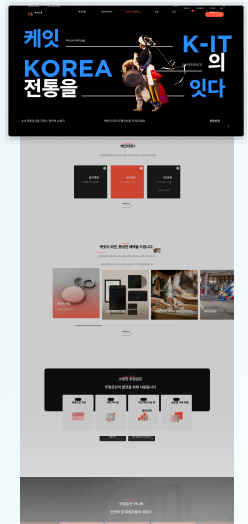


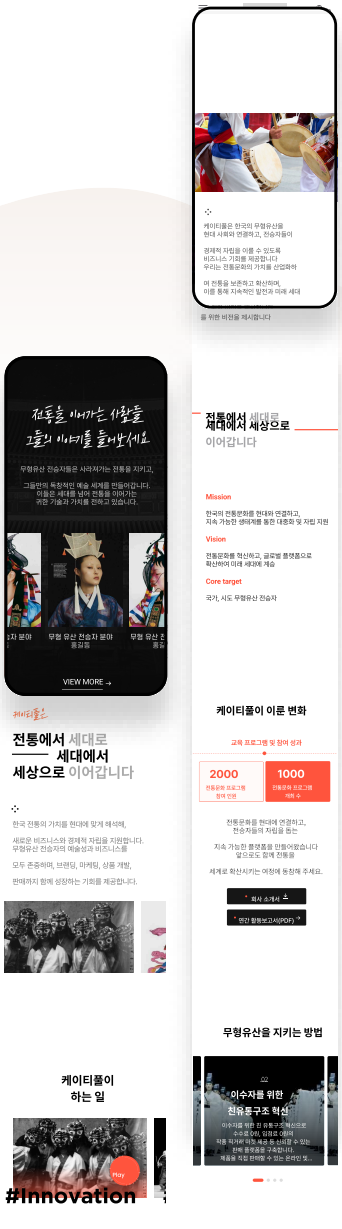
K—tiful

WEB Main page









K—t i f u l

Mobile page

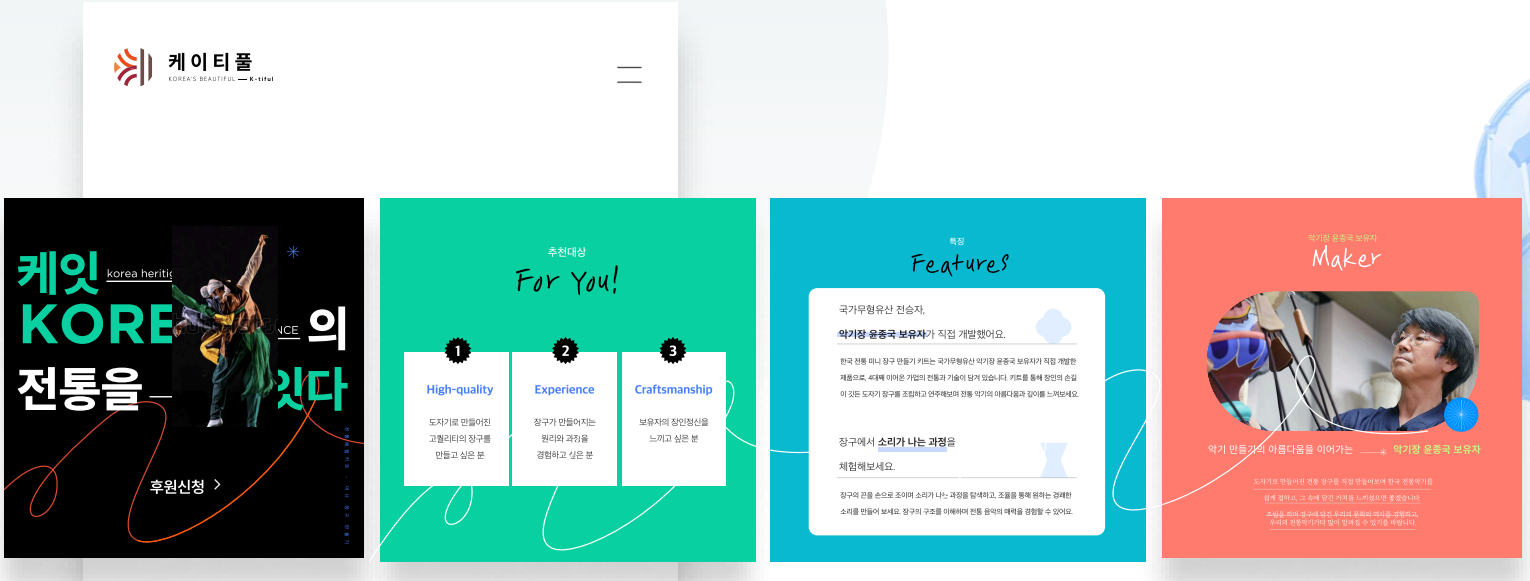
반응형 사이트 개발로 모든 디바이스 상황에
적합한 레이아웃으로 구현됩니다.



K—tiful

Card News

웹사이트 마케팅으로 활용된 카드뉴스 입니다.





K—tiful

Guide Book



How it works

마케팅과 디자인,
어디서부터 어떻게 해야할지 잘 모르겠다면?

Naming & Branding

무엇이 필요한지 어떤것을 먼저 시작 해야하는지 부터
함께 고민하며 처음부터 끝까지 함께합니다

LG CNS

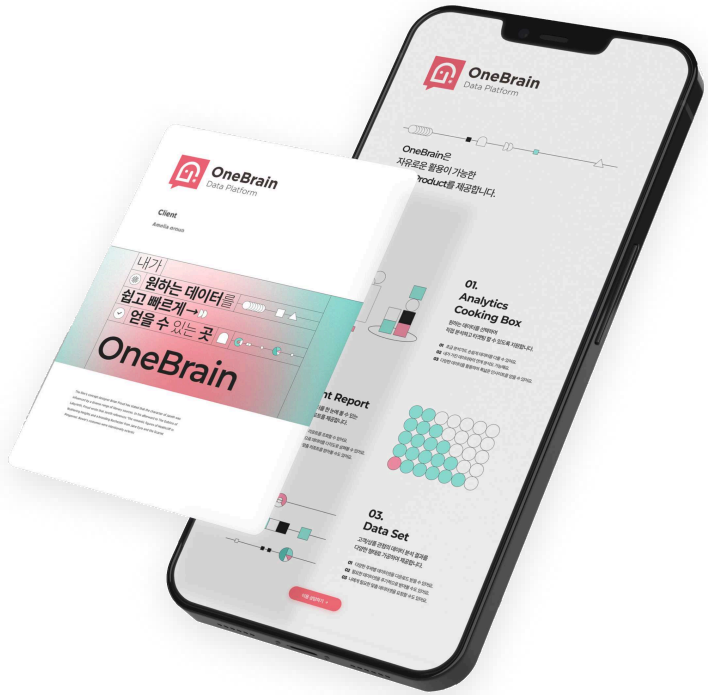
Naming · Branding



Opt/Apex

LG CNS

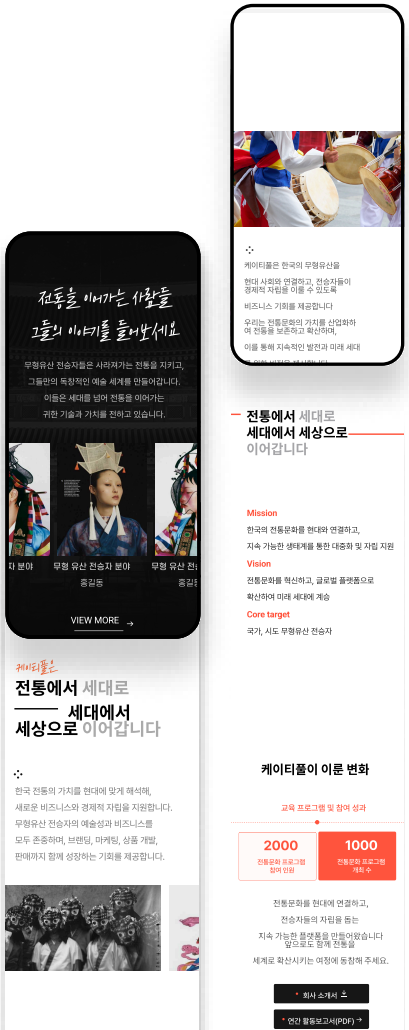
Naming · Branding



OneBrain
Data Platform

국가유산체험센터
KOREA HEIRTAGE HUB

Naming · Branding



케 이 티 풀

KOREA'S BEAUTIFUL — **K-tiful**

cup by cup

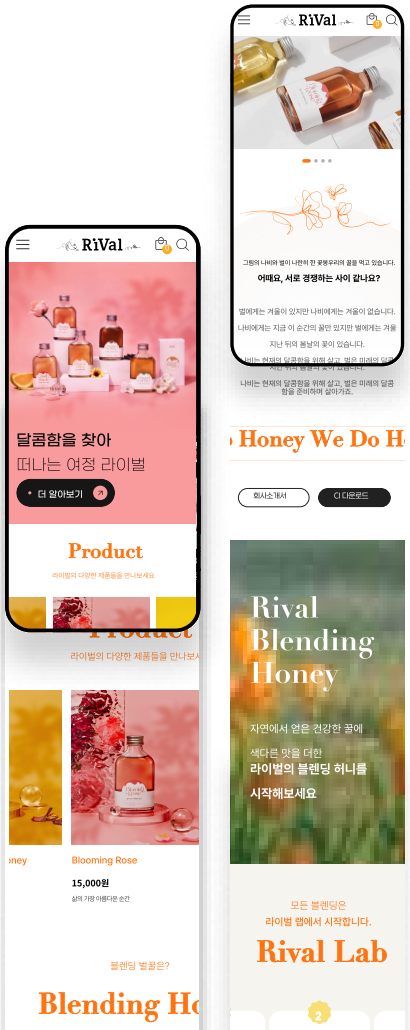
Naming · Branding



cup by cup

RiVal

Naming · Branding



RiVal

한국발명진흥회

Branding



IP Sharing

서울특별시평생교육진흥원
SEOUL LIFELONG EDUCATION INSTITUTE

Branding

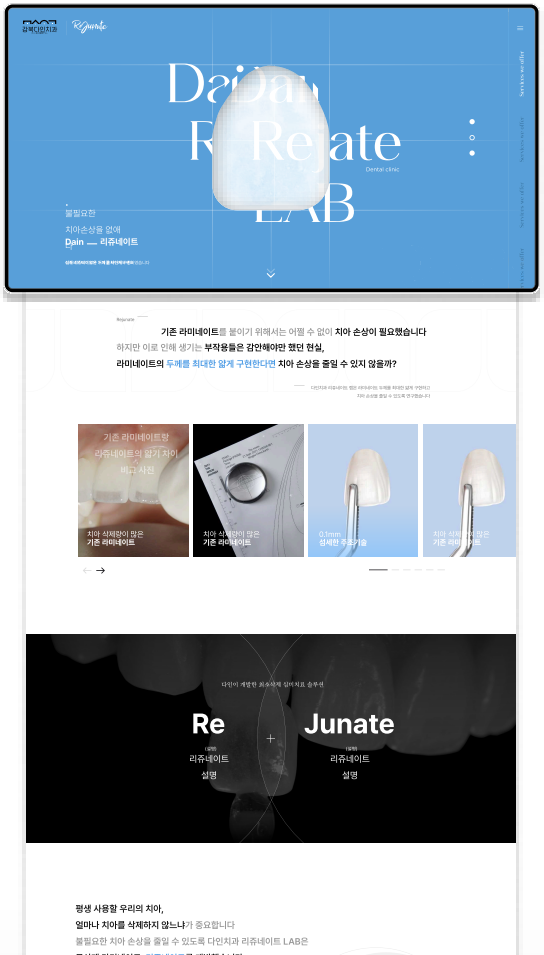






강북다인치과
DAIN DENTAL CLINIC

Branding



강북다인치과
DAIN DENTAL CLINIC

ReJunate
LAB

How it works

마케팅과 디자인,
어디서부터 어떻게 해야할지 잘 모르겠다면?

Poster & AD

무엇이 필요한지 어떤것을 먼저 시작 해야하는지 부터
함께 고민하며 처음부터 끝까지 함께합니다

Poster Design



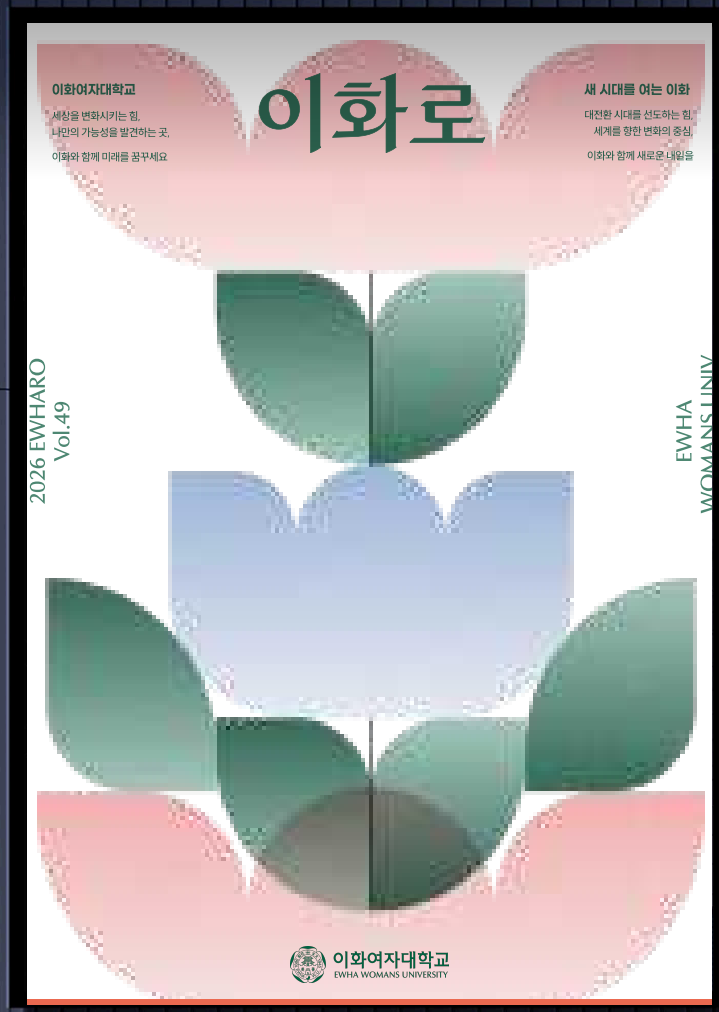


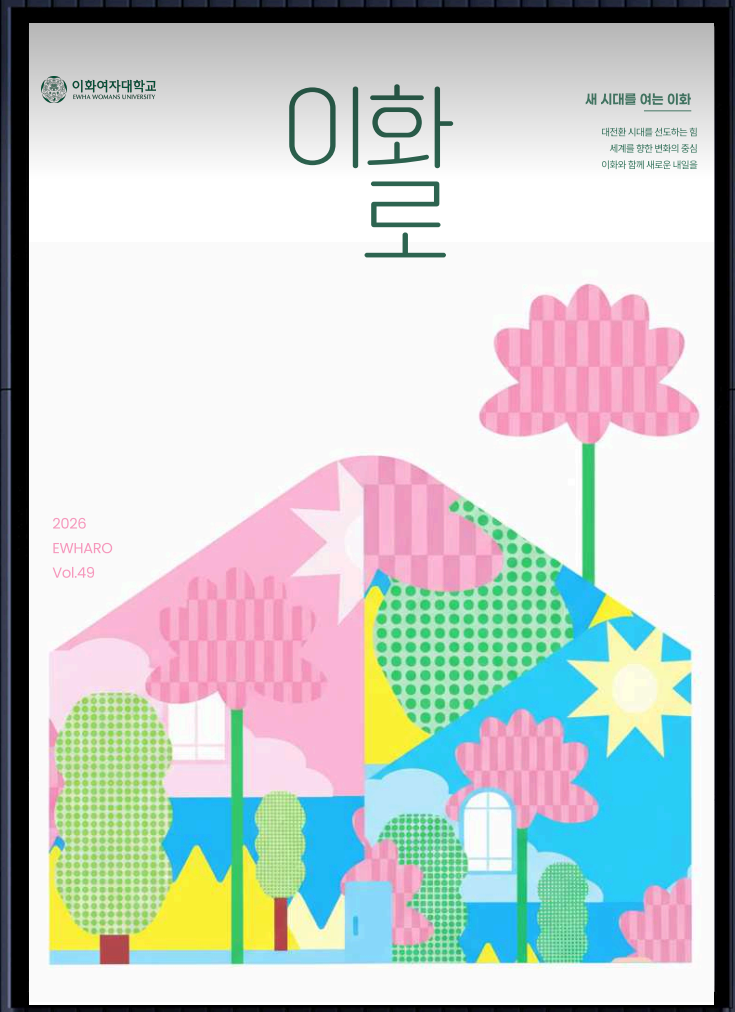
Poster Design



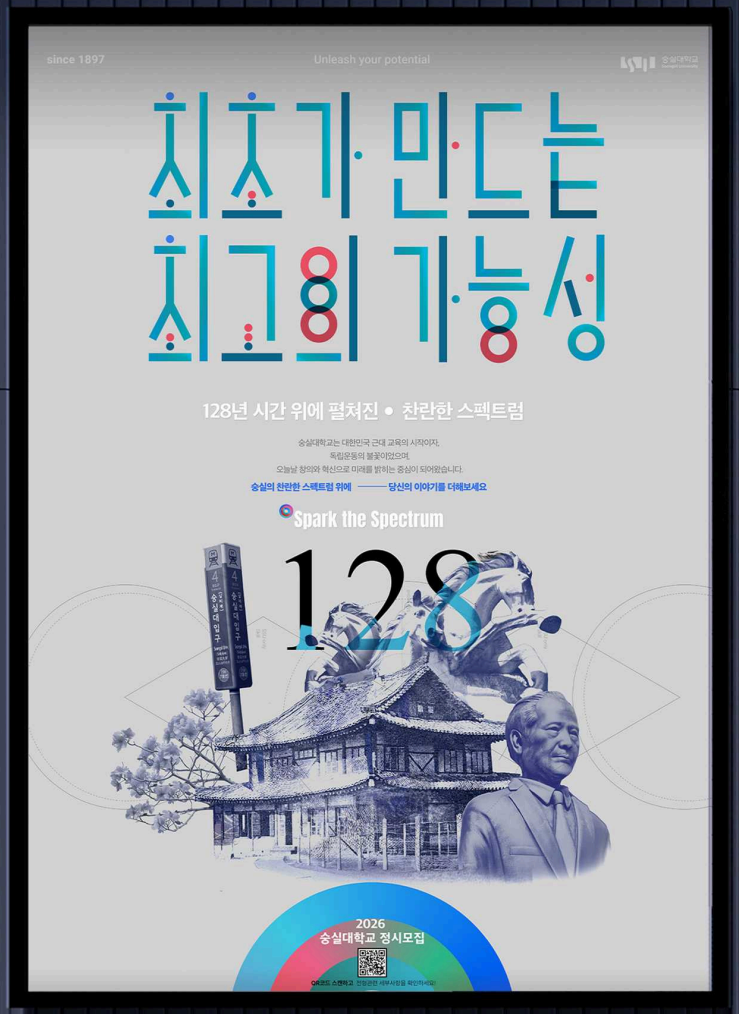


Poster Design





Poster Design





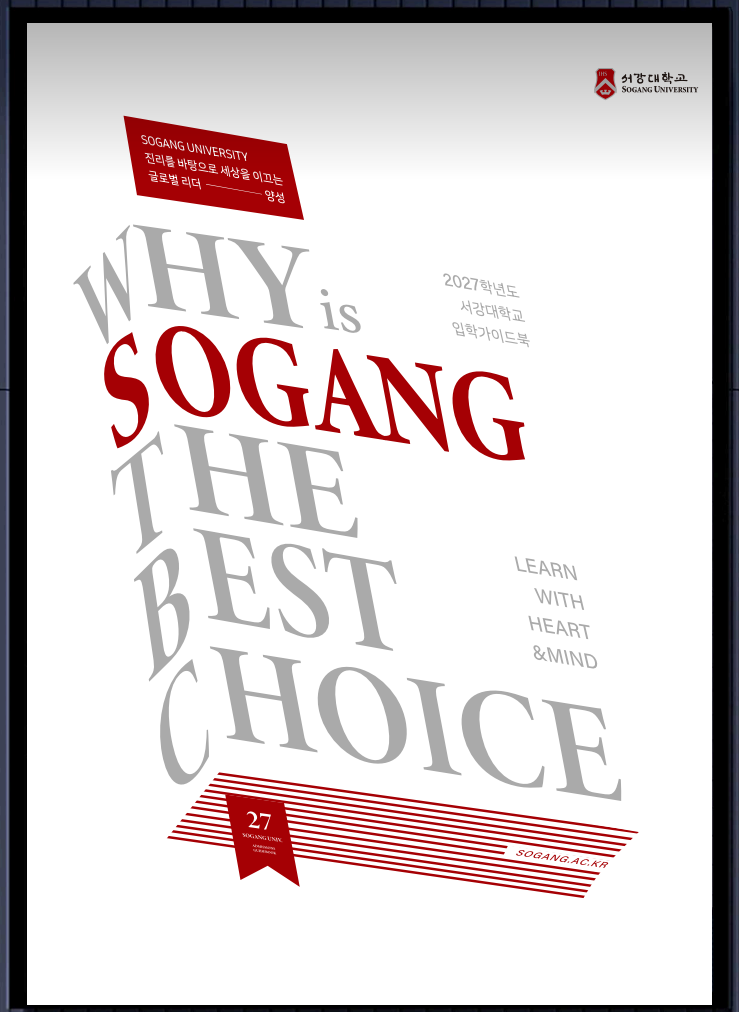
Poster Design

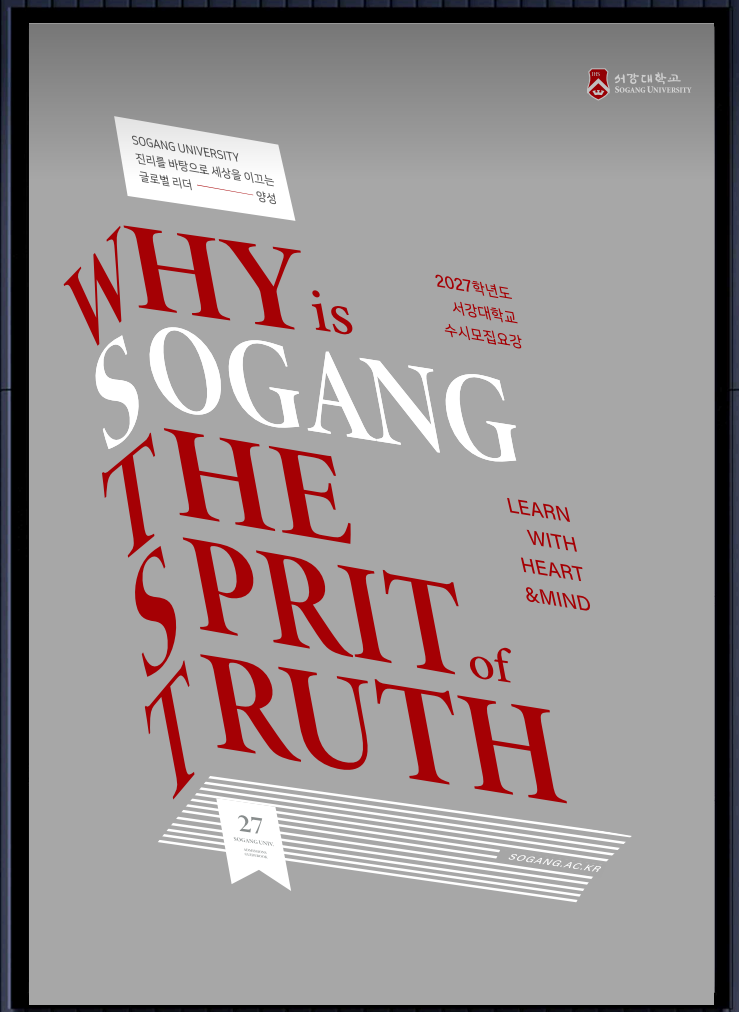


Poster Design



Poster Design





Poster Design



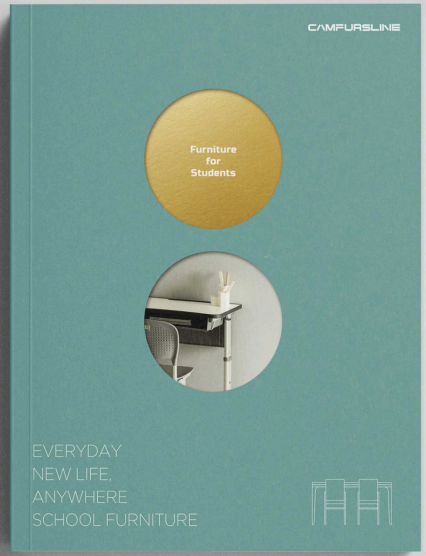
How it works

마케팅과 디자인,
어디서부터 어떻게 해야할지 잘 모르겠다면?

Editorial Design

무엇이 필요한지 어떤것을 먼저 시작 해야하는지 부터
함께 고민하며 처음부터 끝까지 함께합니다

Editorial Design





Editorial Design





Package Design





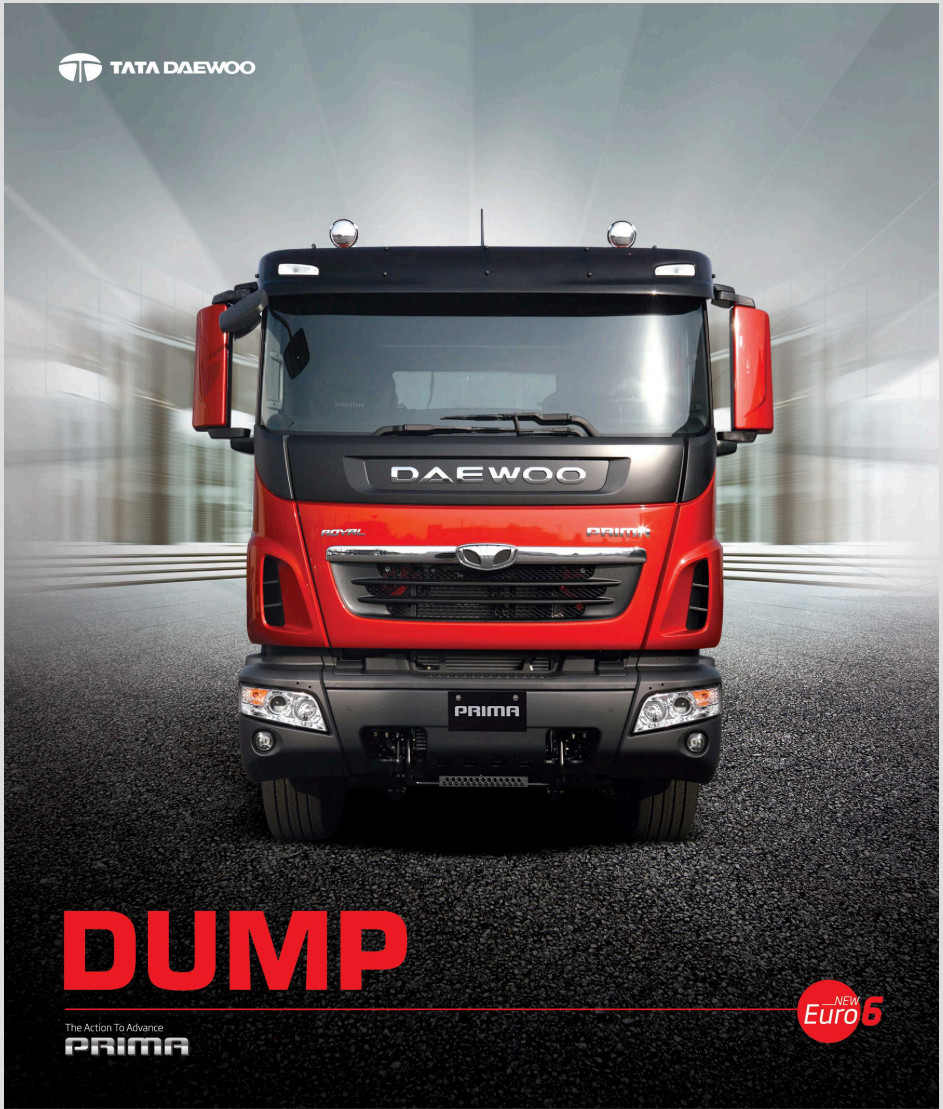
Brochure Design



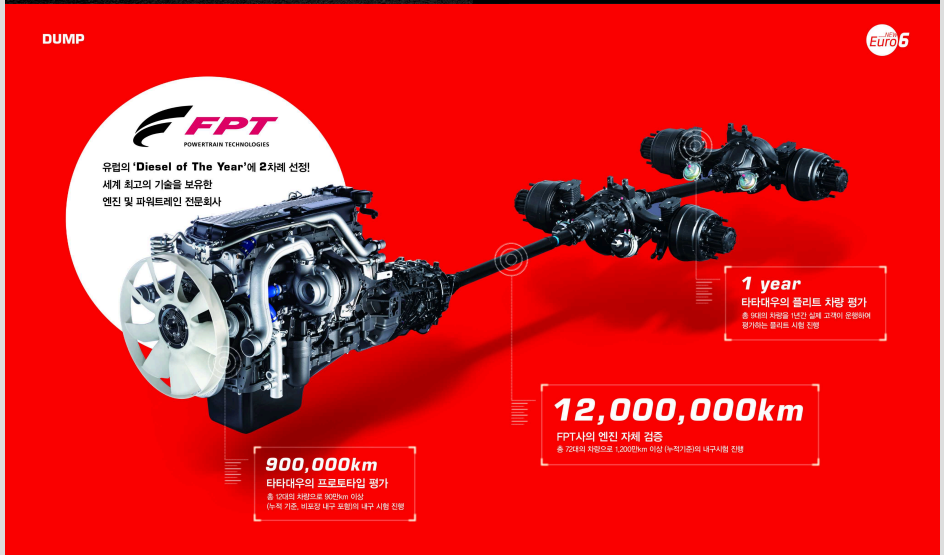




Catalog Design







Editorial Design



Editorial Design

삼성증권 SAMSUNG



MONTH 12 WEEKS 2 Week Ahead

SAMSUNG
MACRO VIEW

미국 노동시장과
통화정책
변화가능성

• 2018. 12. 17

"
실업률 하락이 지속될 경우,
향후 FOMC의 실업률 전망치 하향조정이 불가피 할 전망이다.
"

최근 미 노동부 JOLT(Job Openings and Labor Turnover) 데이터를 보면, 노동시장에 서 민간기업들이 신규 채용한 사람수(hires)가 지속적으로 증가하여 9월에 539만명으로 전년대비 7.2%증가하였다. 그러나 여전히 기업들이 채용하고자 하는 구인자수(Job openings)가 지난 2001년 데이터 작성 이후 최고치인 641만명에 달하고 있으며, 올들 어 그 증가 속도가 급격히 가팔라지고 있다. 이는 채용하고자 하나 그 자리에 적합한 지원자를 점점 더 찾기 어려워지는 구인난이 심화되고 있음을 잘 보여준다. 노동시장 이 완전고용 수준을 훨씬 상회하기 시작하면서, 능력을 갖춘 적합한 사람을 구하기가 어려워짐에 따라, 노동자들의 이직을 위한 자발적 사직이 빠르게 늘어나고 있다. 이 과정에서 통상적으로 임금상승이 동반됨에 따라, 시간당 임금상승률이 지난 2009년 이후 처음으로 전년대비 3%를 상회하기 시작하였다.

중요한 것은 2017~18년에 이어 2019년에도 잠재성장률(1.9%내외)을 훨씬 상회하는 미국의 경기확장이 지속되면서, 연간 약 0.5%포인트 내외의 실업률 하락세가 예상된 다는 점이다.지난 5년간의 안정세를 유지해 온 경제활동참가율이 급격히 상승하지 않는 한, 현재의 실업률 3.7%를 유지하는데 필요한 break-even 신규고용은 월간 약 10만명 내외 수준이다.

그런데 실제 월간 신규취업자수는 2012년 이후 평균 20만명으로 break-even 수준을 2배나 상회한다. 따라서, 2019년 2.7%인 미국 경제성장률 전망 (당사 및 컨센서스)을 감안할 때, 미국의 실업률은 현재 3.7%에서 2019년 말 3.2~3.3%, 2020년 상반기 중 3.0%수준까지 하락할 전망이다. 이는 현재 FOMC 참여자 들이 SEP(Summary of Economic Projections)를 통해 제시하고 있는 실업률 전망치(2019 년 말 3.5%, 2020년 말 3.5%)보다 크게 낮은 수치이다.

따라서, 만약 당사의 예상에 부합한 실업률 하락이 지속될 경우, 향후 FOMC의 실업률 전망치 하향조정이 불가피 할 전망이다. 2018년 중 3번에 걸친 실업률 전망 하향조정 과정에서 금리인상 횟수가 3회에서 4회로 늘어난 상황이다. Powell 의장의 말대로 미리 정해진(Preset) 금리인상 계적은 없다. 다만, 추가적인 금융여건의 급격한 악화가 없다면, 금융시장보다는 고용 지표나 주요 경기지표 동향이 통화정책 결정에 보다 중요한 변수가 될 것이다.

허진욱 james_huh@samsung.com

Global Macro Team Analysts

허진욱 james_huh@samsung.com / 02 2020 7796
정성태 sungtai.chung@samsung.com / 02 2020 7783
심혁진 hyejin.shim@samsung.com / 02 2020 7782

01 미 노동시장 구인난 심화에 따른 임금 상승

02 신규 고용자수 vs. Break-even 고용자수

자료: Bureau of Labor Statistics, 삼성증권

신뢰에 가치로 답하다 삼성증권 SAMSUNG



2018 12/07 신뢰에 가치로 답하다 삼성증권 SAMSUNG

SAMSUNG MACRO VIEW

미국 노동시장과
통화정책 변화가능성

Global Macro Team Analysts

허진욱 james_huh@samsung.com / 02 2020 7796
정성태 sungtai.chung@samsung.com / 02 2020 7783
심혁진 hyejin.shim@samsung.com / 02 2020 7782

Week Ahead 12월 둘째 주

최근 미 노동부 JOLT(Job Openings and Labor Turnover) 데이터를 보면, 노동시장에 서 민간기업들이 신규 채용한 사람수(hires)가 지속적으로 증가하여 9월에 539만명으로 전년대비 7.2%증가하였다. 그러나 여전히 기업들이 채용하고자 하는 구인자수(Job openings)가 지난 2001년 데이터 작성 이후 최고치인 641만명에 달하고 있으며, 올들 어 그 증가 속도가 급격히 가팔라지고 있다. 이는 채용하고자 하나 그 자리에 적합한 지원자를 점점 더 찾기 어려워지는 구인난이 심화되고 있음을 잘 보여준다. 노동시장 이 완전고용 수준을 훨씬 상회하기 시작하면서, 능력을 갖춘 적합한 사람을 구하기가 어려워짐에 따라, 노동자들의 이직을 위한 자발적 사직이 빠르게 늘어나고 있다. 이 과정에서 통상적으로 임금상승이 동반됨에 따라, 시간당 임금상승률이 지난 2009년 이후 처음으로 전년대비 3%를 상회하기 시작하였다. 중요한 것은 2017~18년에 이어 2019년에도 잠재성장률(1.9%내외)을 훨씬 상회하는 미국의 경기확장이 지속되면서, 연간 약 0.5%포인트 내외의 실업률 하락세가 예상된 다는 점이다.지난 5년간의 안정세를 유지해 온 경제활동참가율이 급격히 상승하지 않는 한, 현재의 실업률 3.7%를 유지하는데 필요한 break-even 신규고용은 월간 약 10만명 내외 수준이다. 그런데 실제 월간 신규취업자수는 2012년 이후 평균 20만명으로 break-even 수준을 2배나 상회한다. 따라서, 2019년 2.7%인 미국 경제성장률 전망 (당사 및 컨센서스)을 감안할 때, 미국의 실업률은 현재 3.7%에서 2019년 말 3.2~3.3%, 2020년 상반기 중 3.0%수준까지 하락할 전망이다. 이는 현재 FOMC 참여자 들이 SEP(Summary of Economic Projections)를 통해 제시하고 있는 실업률 전망치(2019 년 말 3.5%, 2020년 말 3.5%)보다 크게 낮은 수치이다.

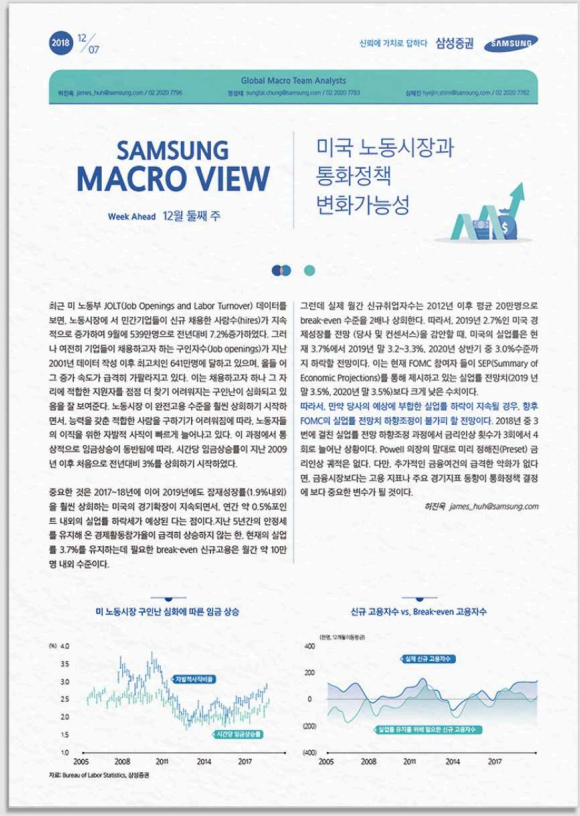
따라서, 만약 당사의 예상에 부합한 실업률 하락이 지속될 경우, 향후 FOMC의 실업률 전망치 하향조정이 불가피 할 전망이다. 2018년 중 3번에 걸친 실업률 전망 하향조정 과정에서 금리인상 횟수가 3회에서 4회로 늘어난 상황이다. Powell 의장의 말대로 미리 정해진(Preset) 금리인상 계적은 없다. 다만, 추가적인 금융여건의 급격한 악화가 없다면, 금융시장보다는 고용 지표나 주요 경기지표 동향이 통화정책 결정에 보다 중요한 변수가 될 것이다.

허진욱 james_huh@samsung.com

○ 미 노동시장 구인난 심화에 따른 임금 상승

○ 신규 고용자수 vs. Break-even 고용자수

자료: Bureau of Labor Statistics, 삼성증권



2018 12/07 신뢰에 가치로 답하다 삼성증권 SAMSUNG

Global Macro Team Analysts

허진욱 james_huh@samsung.com / 02 2020 7796
정성태 sungtai.chung@samsung.com / 02 2020 7783
심혁진 hyejin.shim@samsung.com / 02 2020 7782

SAMSUNG MACRO VIEW

Week Ahead 12월 둘째 주

미국 노동시장과
통화정책
변화가능성

최근 미 노동부 JOLT(Job Openings and Labor Turnover) 데이터를 보면, 노동시장에 서 민간기업들이 신규 채용한 사람수(hires)가 지속적으로 증가하여 9월에 539만명으로 전년대비 7.2%증가하였다. 그러나 여전히 기업들이 채용하고자 하는 구인자수(Job openings)가 지난 2001년 데이터 작성 이후 최고치인 641만명에 달하고 있으며, 올들 어 그 증가 속도가 급격히 가팔라지고 있다. 이는 채용하고자 하나 그 자리에 적합한 지원자를 점점 더 찾기 어려워지는 구인난이 심화되고 있음을 잘 보여준다. 노동시장 이 완전고용 수준을 훨씬 상회하기 시작하면서, 능력을 갖춘 적합한 사람을 구하기가 어려워짐에 따라, 노동자들의 이직을 위한 자발적 사직이 빠르게 늘어나고 있다. 이 과정에서 통상적으로 임금상승이 동반됨에 따라, 시간당 임금상승률이 지난 2009년 이후 처음으로 전년대비 3%를 상회하기 시작하였다.

중요한 것은 2017~18년에 이어 2019년에도 잠재성장률(1.9%내외)을 훨씬 상회하는 미국의 경기확장이 지속되면서, 연간 약 0.5%포인트 내외의 실업률 하락세가 예상된 다는 점이다.지난 5년간의 안정세를 유지해 온 경제활동참가율이 급격히 상승하지 않는 한, 현재의 실업률 3.7%를 유지하는데 필요한 break-even 신규고용은 월간 약 10만명 내외 수준이다. 그런데 실제 월간 신규취업자수는 2012년 이후 평균 20만명으로 break-even 수준을 2배나 상회한다. 따라서, 2019년 2.7%인 미국 경제성장률 전망 (당사 및 컨센서스)을 감안할 때, 미국의 실업률은 현재 3.7%에서 2019년 말 3.2~3.3%, 2020년 상반기 중 3.0%수준까지 하락할 전망이다. 이는 현재 FOMC 참여자 들이 SEP(Summary of Economic Projections)를 통해 제시하고 있는 실업률 전망치(2019 년 말 3.5%, 2020년 말 3.5%)보다 크게 낮은 수치이다.

따라서, 만약 당사의 예상에 부합한 실업률 하락이 지속될 경우, 향후 FOMC의 실업률 전망치 하향조정이 불가피 할 전망이다. 2018년 중 3번에 걸친 실업률 전망 하향조정 과정에서 금리인상 횟수가 3회에서 4회로 늘어난 상황이다. Powell 의장의 말대로 미리 정해진(Preset) 금리인상 계적은 없다. 다만, 추가적인 금융여건의 급격한 악화가 없다면, 금융시장보다는 고용 지표나 주요 경기지표 동향이 통화정책 결정에 보다 중요한 변수가 될 것이다.

허진욱 james_huh@samsung.com

미 노동시장 구인난 심화에 따른 임금 상승

신규 고용자수 vs. Break-even 고용자수

자료: Bureau of Labor Statistics, 삼성증권

Editorial Design

삼성증권 SAMSUNG



2018 12/07 신뢰에 가치로 답하다 삼성증권 SAMSUNG

PREVIEW 금/융/시/장 MACRO VIEW

글로벌 금융시장 미-중 정상회담에서 당사 및 시장의 기대대로 무역협상 재개와 추가 관세유보가 발표되었지만, 구체적인 사안들에 대한 조율되지 않은 발언들이 잇따르면서 정상회담 결과에 대한 회의론이 대두되고 있다. 그러나 6일 중국 상무부는 "중국은 90일 기간 내에 미국과의 합의 도달을 자신한다. 양국 협상팀은 원활한 소통과 양호한 협력을 유지하고 있다. 중국은 먼저 농산품, 에너지, 자동차 분야에서 합의 내용을 이행할 것이다"고 밝혔다. 이는 이전과는 다른 중국의 협상타결 의지를 보여준다. 따라서, 향후 협상과정에서의 노이즈가 주기적으로 불거지며 금융시장의 변동성 확대국면이 지속될 전망이지만, 경착륙을 피하려는 중국과 증시 추가하락을 피하려는 미국이 최소한 추가 관세 유보기간 연장 등에 합의할 가능성은 이전보다 높다는 판단이다.

원자재시장 WTI 기준 국제유가는 전주대비 1.2% 상승했다. 미중 정상회담 이후 추가 관세 유예 및 중국의 미국산 수입 확대가 예상된 점이 국제유가의 상승 압력으로 작용한 반면, 미국 원유 재고 증가와 12월 6일 OPEC 회의가 감산규모 합의 없이 종료된 점은 하방 압력으로 작용했다. 12월 6일 회의에서 OPEC은 원론적 수준의 감산에는 합의했다.

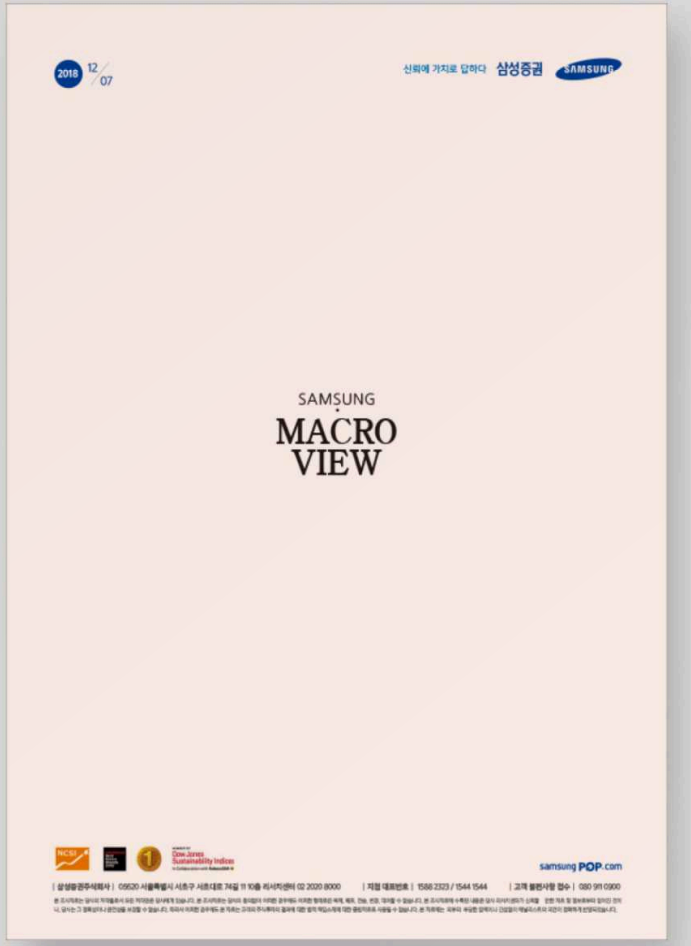
●미 노동시장 구인난 심화에 따른 임금 상승

●신규 고용자수 vs. Break-even 고용자수

●Macro Events: Week Ahead

지역	날짜	지표명	단위	컨센서스	전기	영향	비고
정책지표							
영국	12월 11일	하원 브렉시트 표결	-	-	-	상	• 부결가능성 소폭 높음
유로존	12월 13일	12월 ECB 통화정책회의	%	0.00%	0.00%	중	• 벨프로 주요준구 유지 전망
	12월 13~14일	12월 EU 정상회담	-	-	-	상	• 영국 투표결과에 따른 대응 촉각
경제지표							
미국	12월 11일	11월 NFIB 소기업 경기지수	지수	-	107.4	중	
		11월 PPI	전년대비	2.5%	2.9%	중	
	12월 12일	11월 CPI	전년대비	2.2%	2.5%	상	• 전월대비 0.0%, 최근의 안정세
		12월 12일	11월 CPI	전년대비	2.2%	2.5%	• 유지 전망
	12월 14일	11월 소매판매	전월대비	0.2%	0.8%	상	• 휘발유 가격 급락의 영향
		Control Group	전월대비	0.6%	0.3%	상	• 7월 이후 최고치 기록 전망
		11월 산업생산	전월대비	0.3%	0.1%	중	
한국	12월 12일	11월 실업률	%	-	3.9%	중	

자료: Bloomberg, 삼성증권 정리



2018 12/07 신뢰에 가치로 답하다 삼성증권 SAMSUNG

SAMSUNG MACRO VIEW

NCSI Dow Jones Sustainability Indices

samsung POP.com

| 삼성증권주식회사 | 07620 서울특별시 서초구 서초대로 74길 11 10층 리서치센터 02 2020 8000 | 지점 대표번호 | 1588 2323 / 1544 1544 | 고객 불편사항 접수 | 080 911 0900

본 조사자료는 당사의 투자정보서로 작성 제공된 것입니다. 본 조사자료는 당사의 참여없이 리포트에 대한 정확한 해석, 매수, 매도, 권유, 판단, 대리할 수 없습니다. 본 조사자료에 수록된 내용은 작성자의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성자 자신의 견해를 표현하였음을 확인합니다. 또한 자료 작성에 있어 회사로부터 어떠한 금전적 보상도 받지 않았음을 확인합니다.

Editorial Design

송파구







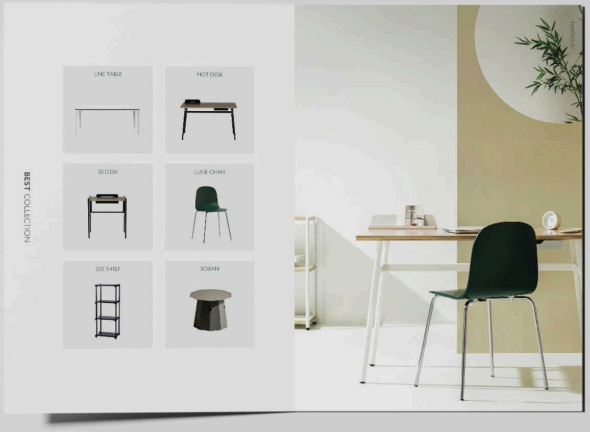




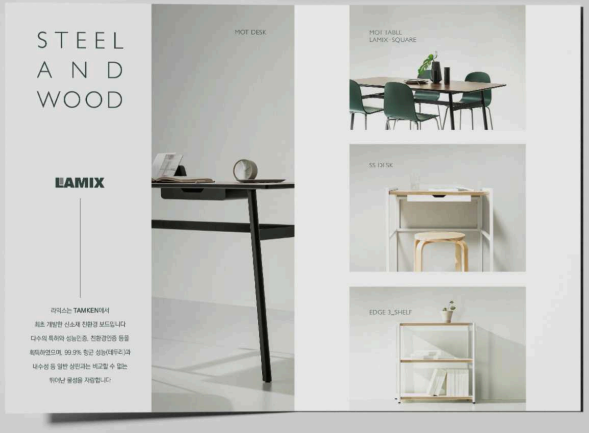
Editorial Design



Editorial Design



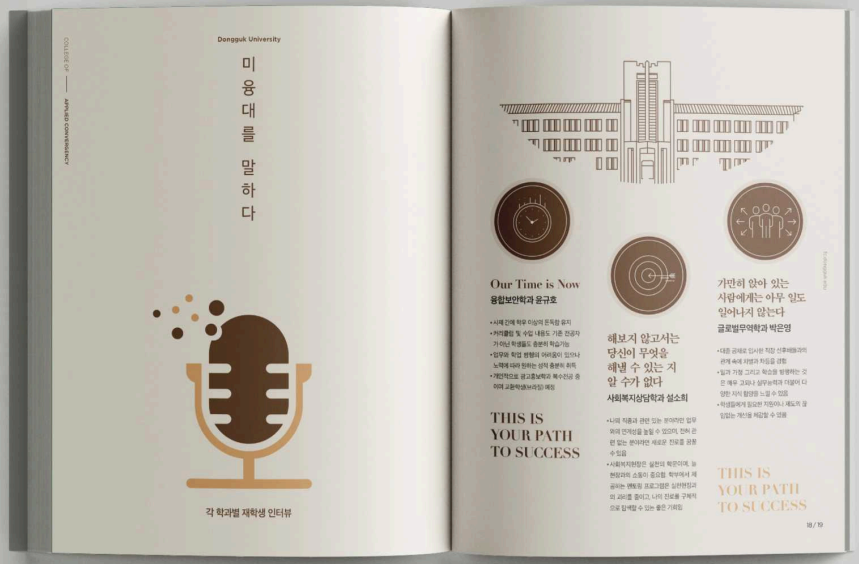




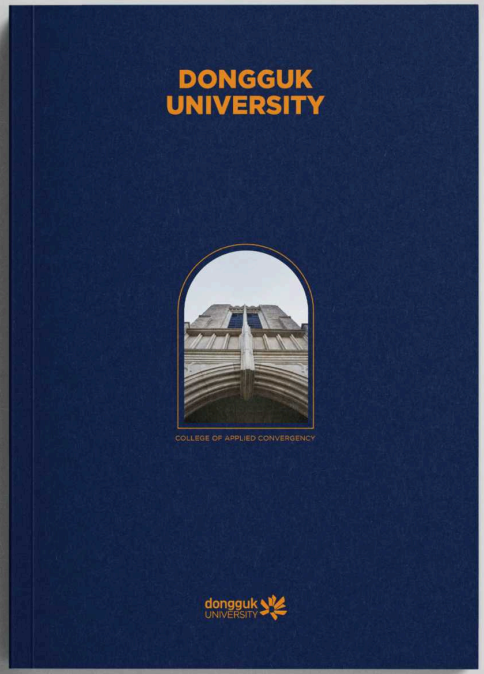


Editorial Design



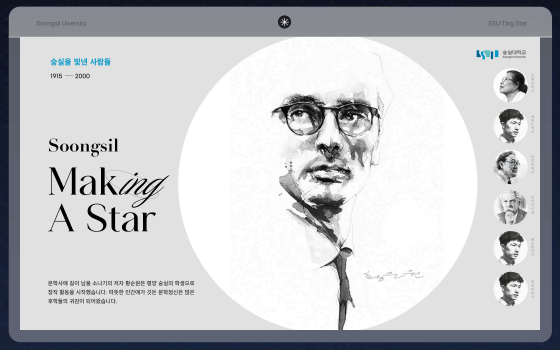


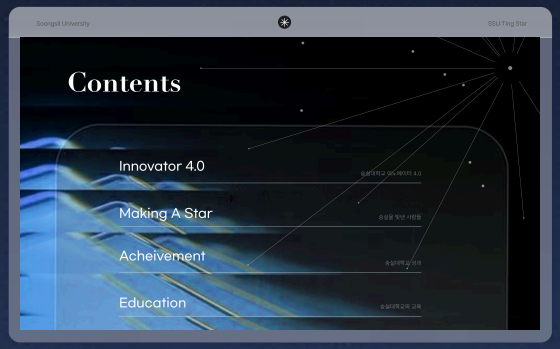
Editorial Design





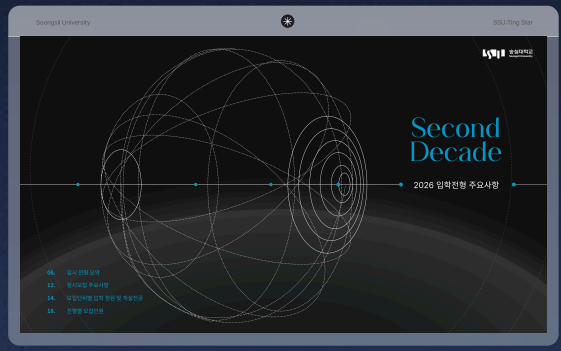
Editorial Design



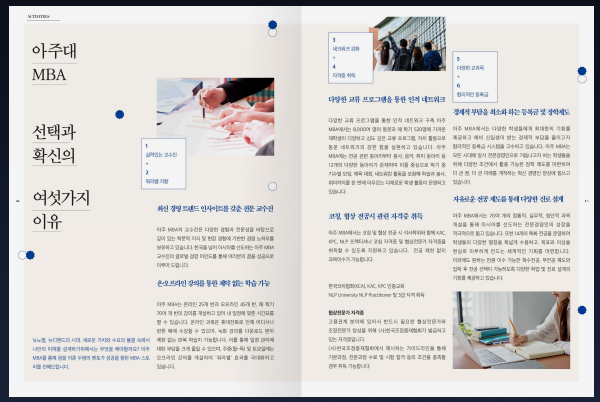




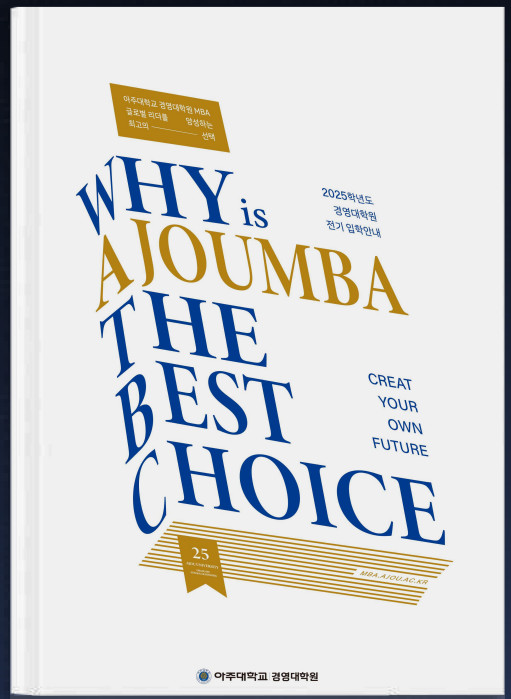




Brochure Design













Goods Design



▶포장 박스



▶카드 & 봉투

Goods Design



▶캐릭터 인형 키링



▶스티커 세트

▶원형 손거울



▶포스트잇 & 볼펜

Part 03

Poster Design





Part 03

Borchure Design

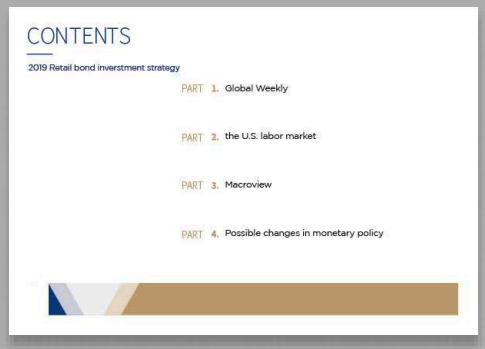


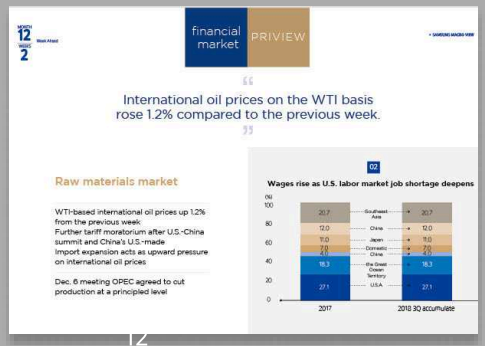
P O R T F O L I O

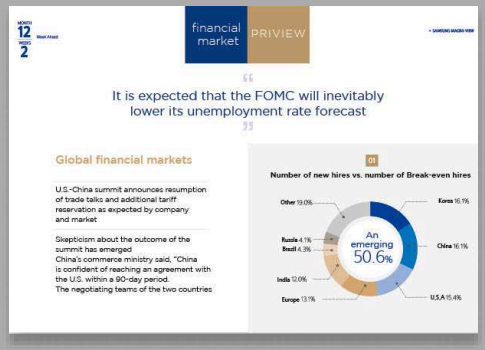
삼성증권 SAMSUNG









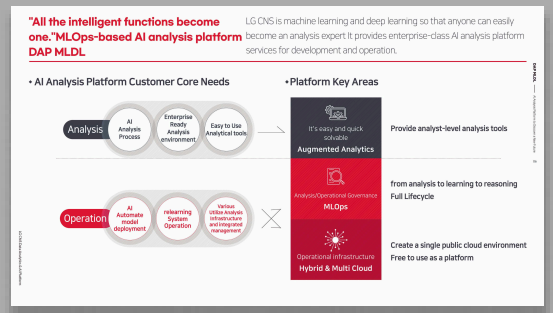


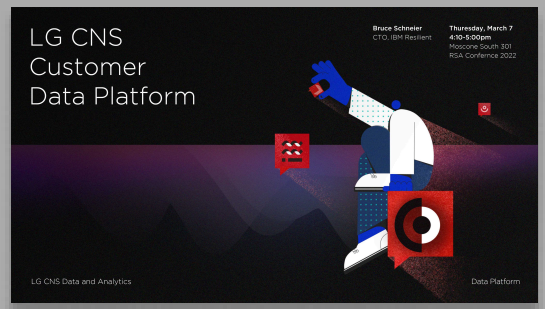


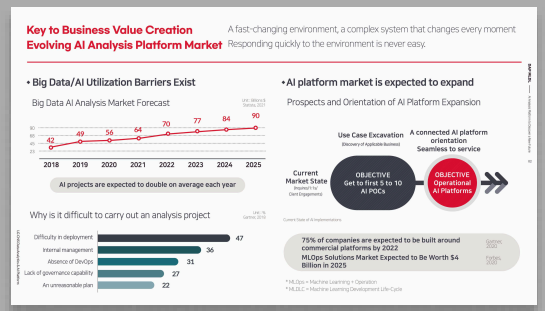


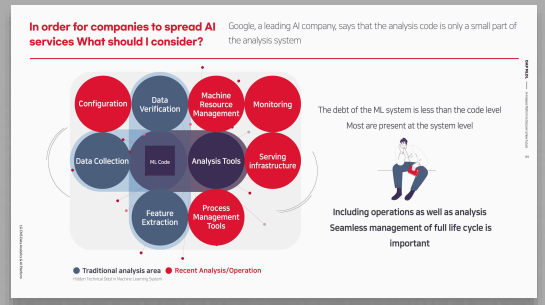


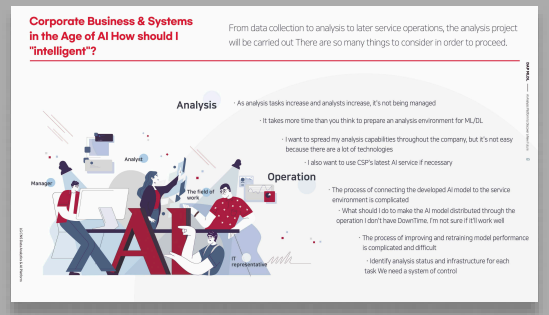
LG CNS

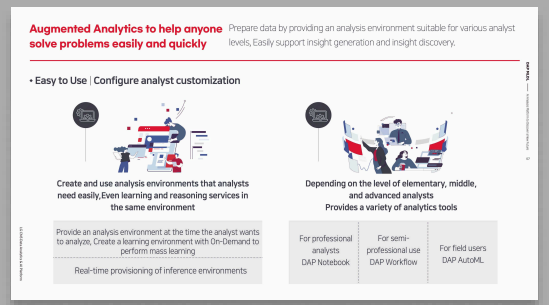

"All the intelligent functions become one."MLOps-based AI analysis platform DAP MLDL
LG CNS is machine learning and deep learning so that anyone can easily become an analysis expert It provides enterprise-class AI analysis platform services for development and operation.
• AI Analysis Platform Customer Core Needs
• Platform Key Areas
Analysis
AI Analysis Process
Enterprise Ready Analysis environment
Easy to Use Analytical tools
It's easy and quick scalable
Augmented Analytics
Provide analyst-level analysis tools
Operation
AI Automate model deployment
relearning System Operation
Various Utilize Analysis infrastructure and integrated management
Analysis/Operational Governance
MLOps
from analysis to learning to reasoning Full Lifecycle
Operational infrastructure
Hybrid & Multi Cloud
Create a single public cloud environment Free to use as a platform

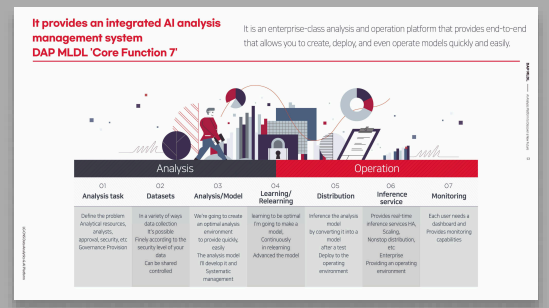

LG CNS Customer Data Platform
Bruce Schneier
CTO, IBM Resilient
Thursday, March 7
4:10-5:00pm
Moscone South 301
RSA Conference 2022
LG CNS Data and Analytics
Data Platform

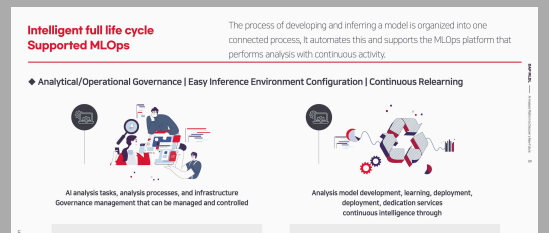

Key to Business Value Creation
Evolving AI Analysis Platform Market
A fast-changing environment, a complex system that changes every moment Responding quickly to the environment is never easy.
• Big Data/AI Utilization Barriers Exist
Big Data AI Analysis Market Forecast
42
49
56
64
70
77
84
90
2018
2019
2020
2021
2022
2023
2024
2025
AI projects are expected to double on average each year
Why is it difficult to carry out an analysis project
Difficulty in deployment
47
Internal management
36
Absence of DevOps
31
Lack of governance capability
27
An unreasonable plan
22
• AI platform market is expected to expand
Prospects and Orientation of AI Platform Expansion
Use Case Excavation
A connected AI platform orientation
Seamless to service
Current Market State
OBJECTIVE Get to first 5 to 10 AI POCs
OBJECTIVE Operational AI Platforms
75% of companies are expected to be built around commercial platforms by 2022
MLOps Solutions Market Expected to Be Worth $4 Billion in 2025


In order for companies to spread AI services What should I consider?
Google, a leading AI company, says that the analysis code is only a small part of the analysis system
Configuration
Data Verification
Machine Resource Management
Monitoring
Data Collection
ML Code
Analysis Tools
Serving infrastructure
Feature Extraction
Process Management Tools
Traditional analysis area
Recent Analysis/Operation
The debt of the ML system is less than the code level
Most are present at the system level
Including operations as well as analysis
Seamless management of full life cycle is important

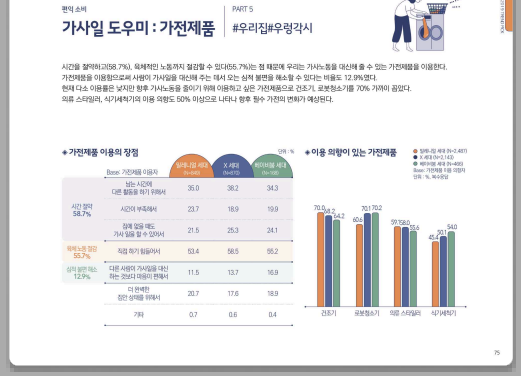

Corporate Business & Systems in the Age of AI How should I "intelligent"?
From data collection to analysis to later service operations, the analysis project will be carried out There are so many things to consider in order to proceed.
Analysis
· As analysis tasks increase and analysts increase, it's not being managed
· It takes more time than you think to prepare an analysis environment for ML/DL
· I want to spread my analysis capabilities throughout the company, but it's not easy because there are a lot of technologies
· I also want to use CSP's latest AI service if necessary
Operation
· The process of connecting the developed AI model to the service environment is complicated
· What should I do to make the AI model distributed through the operation I don't have DownTime. I'm not sure if it'll work well
· The process of improving and retraining model performance is complicated and difficult
· Identify analysis status and infrastructure for each task We need a system of control


Augmented Analytics to help anyone solve problems easily and quickly
Prepare data by providing an analysis environment suitable for various analyst levels, Easily support insight generation and insight discovery.
• Easy to Use | Configure analyst customization
Create and use analysis environments that analysts need easily, Even learning and reasoning services in the same environment
Provide an analysis environment at the time the analyst wants to analyze, Create a learning environment with On-Demand to perform mass learning
Real-time provisioning of inference environments
Depending on the level of elementary, middle, and advanced analysts Provides a variety of analytics tools
For professional analysts DAP Notebook
For semi-professional use DAP Workflow
For field users DAP AutoML


It provides an integrated AI analysis management system DAP MLDL 'Core Function 7'
It is an enterprise-class analysis and operation platform that provides end-to-end that allows you to create, deploy, and even operate models quickly and easily.
Analysis
Operation
01 Analysis task
02 Datasets
03 Analysis/Model
04 Learning/ Relearning
05 Distribution
06 Inference service
07 Monitoring


Intelligent full life cycle Supported MLOps
The process of developing and inferring a model is organized into one connected process, It automates this and supports the MLOps platform that performs analysis with continuous activity.
◆ Analytical/Operational Governance | Easy Inference Environment Configuration | Continuous Relearning
AI analysis tasks, analysis processes, and infrastructure Governance management that can be managed and controlled
Analysis model development, learning, deployment, deployment, dedication services continuous intelligence through

롯데멤버스


편익 소비

가사일 도우미 : 가전제품

PART 5 #우리집#우렁각시

시간을 절약하고(58.7%), 육체적인 노동까지 절감할 수 있다(55.7%)는 점 때문에 우리는 가사노동을 대신해 줄 수 있는 가전제품을 이용한다.
가전제품을 이용함으로써 사람이 가사일을 대신해 주는 데서 오는 심적 불편을 해소할 수 있다는 비율도 12.9%였다.
현재 다소 이용률은 낮지만 향후 가사노동을 줄이기 위해 이용하고 싶은 가전제품으로 건조기, 로봇청소기를 70% 가까이 꼽았다.
의류 스타일러, 식기세척기의 이용 의향도 50% 이상으로 나타나 향후 important 가전의 변화가 예상된다.

◆ 가전제품 이용의 장점

Base: 가전제품 이용자	일에나일 세대 (N=300)	X 세대 (N=472)	베이비붐 세대 (N=168)
시간 절약 58.7%	35.0	38.2	34.3
시간이 부족해서	23.7	18.9	19.9
장보 있을 때도 가서 일을 할 수 있어서	21.5	25.3	24.1
육체노동 절감 55.7%	53.4	58.5	55.2
작업 하기 힘들어서	11.5	13.7	16.9
심적 불편 해소 12.9%	다른 사람이 가사일을 대신 하는 것보다 마음이 편해서	20.7	17.6
더 완벽한 집안 상태를 위해서	0.7	0.6	0.4
기타			

◆ 이용 의향이 있는 가전제품


편익 소비

가사일 도우미 : 간편조리식품(2)

PART 5 #이거면#나도#요리사

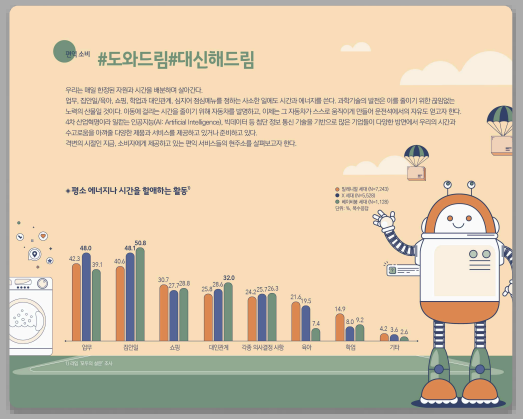
간편조리식품은 시간을 절약할 수 있는 것이 가장 큰 장점이며 조리시간뿐 아니라 외식을 나가는 시간도 줄여주고 식재료 손질부터 조리까지 간편하여 육체적 노동도 줄일 수 있다.
간편조리식품의 이용 의향은 전 세대에서 80% 이상이었고, 식재료와 함께 레시피를 제공해 간편하게 요리를 완성할 수 있는 밀키트(Meal Kit)* 형태의 제품도 많다며 출시되고 있어 관련 시장이 계속 성장할 것으로 예상된다.

◆ 간편조리식품의 장점

Base: 간편조리식품 이용자	일에나일 세대 (N=1,280)	X 세대 (N=1,280)	베이비붐 세대 (N=751)
시간절약 76.5%	시간을 어떻 수 있어 편리	66.1	74.7	74.3
	식당에 가지 않아도 집에서 요리를 즐길 수 있음	17.4	16.1	14.9
육체노동 절감 68.9%	힘에 요리할 수 있음	66.1	66.7	69.5
	일정 수준 이상의 맛을 낼 수 있음	36.4	40.7	34.2
	가성비가 좋음	35.0	34.5	28.9
	경제적임	28.1	33.5	32.9
	위생적임	15.1	16.1	15.4
	건강에 좋을 것 같음	7.6	9.4	10.6

◆ 간편조리식품 이용 의향

*) Meal(식사) + Kit(키트, 세트)에는 정적 식사 키트에는 재료을 무엇에스러고도 칭, 손질된 식재료에 먹스을 조합해 만드 복합계 조리할 수 있는 식사 키트임


편익 소비

#도와드림#대신해드림

우리는 매일 한정된 자원과 시간을 배분하며 살아간다.
업무, 집안일/육아, 쇼핑, 학업과 대인관계, 심지어 청소/정수기를 정하는 사소한 일에도 시간과 에너지를 쓴다. 과학기술의 발전은 이를 줄이기 위한 끊임없는 노력의 산물일 것이다. 이동에 걸리는 시간을 줄이기 위해 자동차를 발명하고, 이제는 그 자동차가 스스로 움직이게 만들어 운전 stress에서의 자유도 얻고자 한다.
4차 산업혁명이라 일컫는 인공지능(AI: Artificial Intelligence), 빅데이터 등 최단 정보 통신 기술을 기반으로 많은 기업들이 다양한 방면에서 우리의 시간과 수고로움을 아끼줄 다양한 제품과 서비스를 제공하고 있거나 준비하고 있다.
각변의 시점인 지금, 소비자에게 제공하고 있는 편익 서비스들의 현주소를 살펴보고자 한다.

◆ 평소 에너지나 시간을 할애하는 활동*



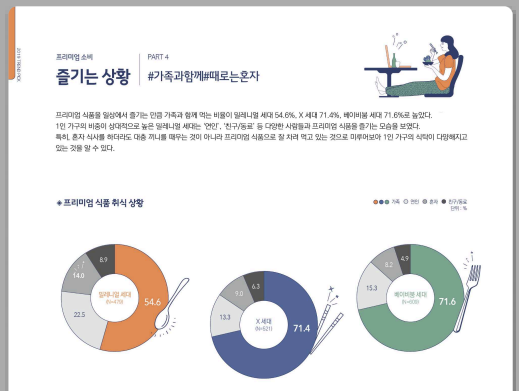

나를 위한 가치 소비

#2019#나를위한#시간과#투자를#기대해

2019년 현재를 중심으로 욜로(YOLO)의 가치관이 전 세대로 확산되어 '작지만 소소한 행복'을 강조한 '소확행'의 모습을 보였다.
2019년 우리는 어떤 삶을 기대하고 있을까?
전 세대에서 나를 위한 시간과 투자'가 좀 더 나아지길 1순위로 원하고 있어, 포미족(FOR ME族)의 성향이 더욱 강해질 것으로 예상된다.
공통적으로 나 에 가치를 두고 있지만 일에나일 세대는 '육각형'과 '자존감'에 높은 가치를 두고 있는 반면, X 세대와 베이비붐 세대는 비록하는 일상 속 '실의 현장함'으로 일과 생활에서 여유를 찾을 수 있기를 기대하고 있다.
이러한 세대별 가치가 어떤 소비로 나타날지 2019 TREND PICK에서 살펴보고자 한다.

◆ 2019년에는 중요할 것이라 기대되는 것*

	일에나일 세대 (N=1,280)	X 세대 (N=1,280)	베이비붐 세대 (N=1,280)
1 순위	나를 위한 시간과 투자	나를 위한 시간과 투자	나를 위한 시간과 투자
2 순위	소득/금여	소득/금여	경제상황
3 순위	육각형	실의 현장함	실의 현장함
4 순위	자존감	육각형	육각형
5 순위	실의 현장함	자존감	자존감


프리미엄 소비

즐기는 상황

PART 4 #가족과함께#때로는혼자

프리미엄 식품을 일상에서 즐기는 인원 가족과 함께 먹는 비중이 일에나일 세대 54.6%, X 세대 71.4%, 베이비붐 세대 71.6%로 높았다.
1인 가구의 비중이 상대적으로 높은 일에나일 세대는 '연인', '친구/동료' 등 다양한 사람들과 프리미엄 식품을 즐기는 모습을 보였다.
특히, 혼자 식사를 하더라도 대충 끼니를 때우는 것이 아니라 프리미엄 식품으로 잘 차려 먹고 있는 것으로 미루어보아 1인 가구의 식탁이 다양해지고 있는 것을 알 수 있다.

◆ 프리미엄 식품 취식 상황

롯데멤버스

Part 01

Lime Panel Introduction

Who Research It's obvious do

Lime Service introduction

Lime can be identified with research data
Big data can be linked
Korea's only research service

Lime Panel Service

Key Features and Advantages

01 the largest in the country Immediate panelization Hold population (L.point)

02 the best in the country Panel Communication Platform holdings

03 high confidence panel management system

04 the only one in Korea Big & Small 1:1 matching Data Rooming Service

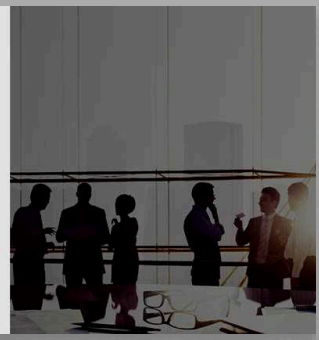
Data Rooming Service

Survey People

Lime panel professional services Provision operation

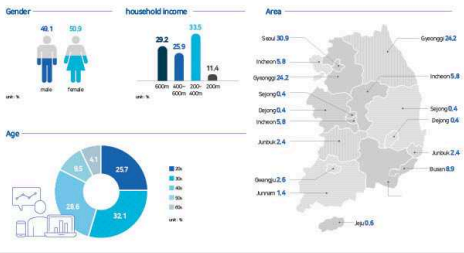
3,900million members

75% sign up



Lime Panel Book

Full configuration of the panel



Survey People

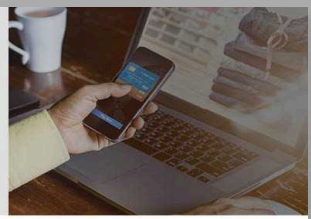
PC/Mobile Device based Survey Platform

Real-Time Big Data Collecting Reality Data through interworking

Advanced Quarterly Control

Interactive Response UI

Real-time Cross table Report





Lime Panel Service

Data Rooming Service

Lime can target based on actual consumer behavior through L.POINT transaction information By analyzing the research data and L.POINT transaction information by matching them 1:1 differentiated insights

general research

Recognition-based targeting
ex. Have you visited OO Mart within the last month?

Analysis of survey response data

Research using Lime

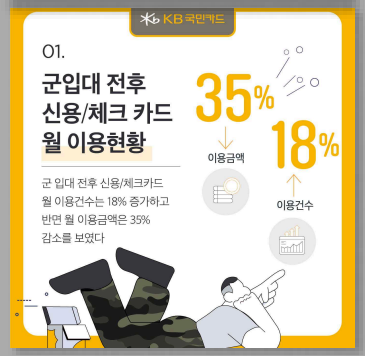
Action-based targeting
ex. Within the last month of L.POINT trading data

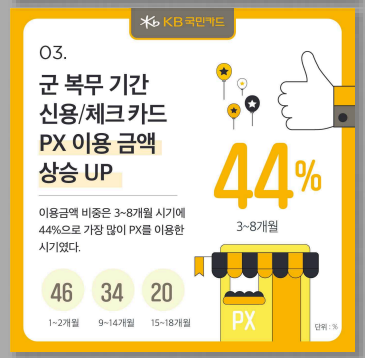
L.POINT transaction data linkage analysis is possible

P O R T F O L I O

KB 국민카드

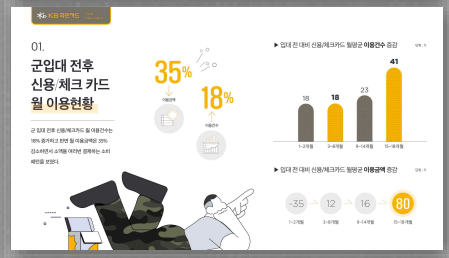




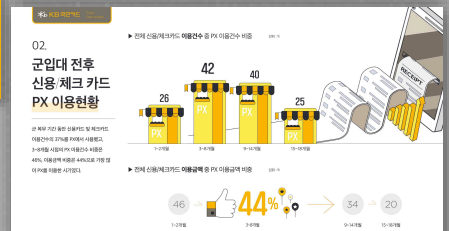










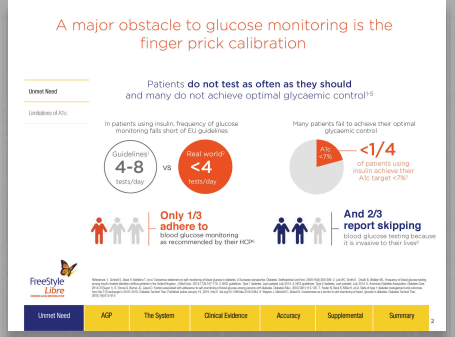


PORTFOLIO

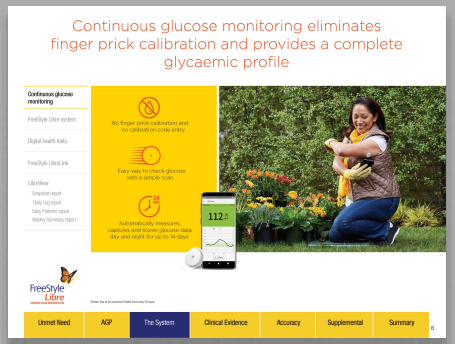
대웅제약

Abbott

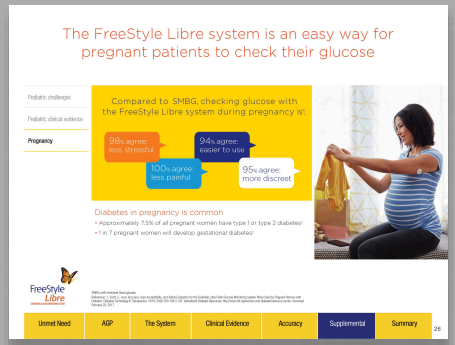
life.to the fullest.®



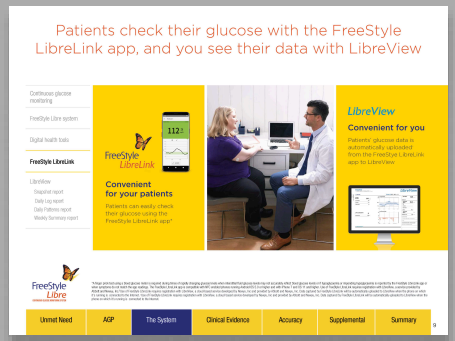














Thank you for your attention

aprilmarch.co.kr