



TRYOUT

Brand Identity System Guide

인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

Marketing Strategy

*AIDMA모델에 따른 심리마케팅을 적용한 사용자심리 단계별 브랜드화 추진

브랜드에 주목(Attention)하고, 흥미(Interest)를 일으키고, 다시 욕망(Desire)을 일으켜 그 브랜드를 기억(Memory)시킴으로써 구매 행동(Action)으로 이어지게 하는 과정의 앞 글자를 딴 모델

*AIDMA모델은 미국의 R.홀이 정립한 광고효과

Step.1 주의 (Attention) TRY OUT	Step.2 흥미 (Interest) TRY OUT	Step.3 욕구 (Desire) TRY OUT	Step.4 기억 (Memory) TRY OUT	Step.5 활동 (Action) TRY OUT
브랜드를 인지하는 단계	차별화로 흥미/관심을 갖는 단계	욕구를 갖는 단계	브랜드의 정보를 기억하는 단계	실제 브랜드를 경험하는 단계
<p>‘Attention’ 단계에서는 브랜드를 파악하고 이목을 집중할 수 있도록 하는 것이 중요하다.</p> <p>그러므로 다양한 방법을 통해 소비자와의 접근성을 높이고 관심을 갖게 만들어야 한다.</p>	<p>‘Interest’ 단계에서는 브랜드에 흥미나 관심을 갖게 되는데, Attention 단계에서 생기는 브랜드 파악과 더불어 구매 욕망이 생기기 바로 전 단계의 심리 상태이다. 관심이나 흥미를 끌기 위해서는 만족감을 제시하고 이들을 자연스럽게 유인할 수 있는 마케팅이 필요하다.</p>	<p>‘Desire’ 은 브랜드를 소비하고 싶어하는 잠재의식이 존재하는 단계이다. 이 단계에서는 소비 욕망을 불러일으킬 수 있도록 오감을 만족시킬 수 있는 전략이 필요하다.</p>	<p>‘Memory’ 는 무엇인가를 계기로 브랜드를 소비하기 위해 기억해내는 단계이다. 소비자와의 접촉 횟수를 증가시켜 브랜드에 대한 호의적인 기억을 강화시킨다.</p>	<p>‘Action’ 는 브랜드를 기억해내어 소비하거나 경험하는 것으로 자극을 통해 소비나 행동을 이끌어내는 것이 가장 중요하다.</p>

인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드



Our Brand

TRYOUT

인천스타트업파크 실증 프로그램 통합 브랜드 네임으로
기업의 제품 및 서비스 조기 상용화를 위하여 현장 실증을 통해
기술 검증한다는 의미를 가지고 있습니다.

트라이아웃은, 스포츠에서 행하는 선수 선발 테스트이자 입단 테스트로,
연습 경기를 통해 선수의 기량을 확인하고 영입을 결정하기 위한 제도입니다.
인천스타트업파크도 실증프로그램을 통해 기업의 기술과 가치를
현장에서 직접 확인할 수 있도록 공공/민간 협력파트너와 함께 지원합니다.

인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

Brand Mark

2024년도 인천스타트업파크의
실증 프로그램 통합 브랜드 TRYOUT

실증프로그램을 통해 역량 있는 기업을 선발하여
수많은 스타기업을 양산한다는 의미를 담아,
별을 품은 스탬프 스타일의 마크를 사용합니다.

표준마크



최소사이즈
규정 20mm



변형예시



인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

Mark rules



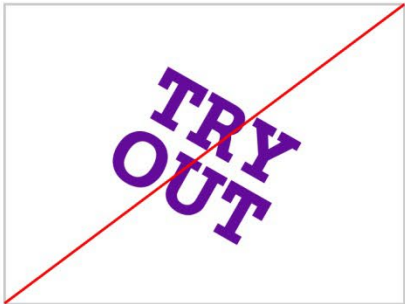
마크를 복잡한 배경 위에 컬러 스타일로 사용하지 않는다.



배경색을 마크 색상과 명도를 유사하게 사용하지 않는다.



마크요소의 비율을 변형하지 않는다.



마크의 기울기를 변형하지 않는다.

Brand Font

Sandoll Book

산돌 북은 곧고 직선적인 돌기와
현대적인 감각이 돋보이는 폰트입니다.
기본 모듈에 충실하게 제작하며
모든 돌기의 직선적인 형태를 강조하였고
단아하면서도 현대적인 특징이 있습니다.

국문

01 Light
OTF / TTF

트라이아웃

02 Medium
OTF / TTF

트라이아웃

03 Bold
OTF / TTF

트라이아웃

04 ExtraBold
OTF / TTF

트라이아웃

영문

01 Light
OTF / TTF

TRYOUT

02 Medium
OTF / TTF

TRYOUT

03 Bold
OTF / TTF

TRYOUT

04 ExtraBold
OTF / TTF

TRYOUT

인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

Brand Slogan

‘세상의 모든 실증’
슬로건과 함께 브랜드 확산이 가능합니다.

세상의
모든 실증 —
**TRY
OUT**



세상의 모든 실증



인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

Brand Color

인천스타트업파크의 컬러시스템의 기본정신 7가지 중
사람/인재를 뜻하는 파플퍼플 컬러를 메인컬러로,
친환경 및 ESG경영, 글로벌 진출을 뜻하는
글로벌그린컬러를 포인트 컬러로 사용합니다.
이 외에 블랙, 화이트를 보조색상으로 사용합니다.



People
Purple



Global
Green



BI(Brand Identity)
Color system

※ BI 컬러시스템을 브랜드 컬러로 활용할 수 있습니다.



인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

Branding

심볼요소, 패턴, 일러스트가 비주얼적 요소로 활용되며 이 요소를 내부에서
> 외부로 > 매체별로 유기적으로 점진적 확장시켜나가고자 다음의 규칙을 설정합니다.



정체성이 분명하게
나타나는 디자인

예: 컬러, 패턴, 일러스트 등 다양한 요소 중복 활용



메인 이미지를 해치지 않는
서브타입 정체성 표현

예: 대표 컬러 30% 이하 사용 및 로고 활용



최소한의
브랜드 정체성 표현

예: 로고 활용



적절하고 자연스러운
정체성 표현

예: 대표 컬러 30% 이하 사용 및 로고 활용

인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

Copy & Contents

Step.1 주의 (Attention) TRY OUT

브랜드를 인지하는 단계

통합브랜드에 대한 설명 + **실증자유구역 인천스타트업파크에서 실증하세요 TRYOUT**

Step.2 흥미 (Interest) TRY OUT

차별화로 흥미/관심을 갖는 단계

Step.3 욕구 (Desire) TRY OUT

욕구를 갖는 단계

실증자유구역 인천스타트업파크

당신의 [기술]을 [



]에서 실증하세요 TRYOUT

Step.4 기억 (Memory) TRY OUT

브랜드의 정보를 기억하는 단계

제품
서비스
가치
...



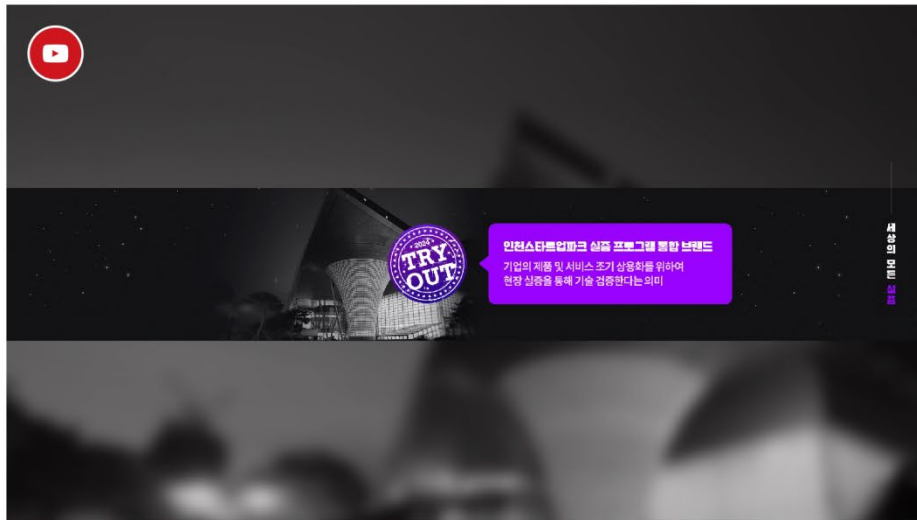
Step.5 활동 (Action) TRY OUT

실제 브랜드를 경험하는 단계

인천스타트업파크 실증브랜드 디자인 가이드

SNS skin

유튜브, 페이스북, 링크드인, 인스타그램 등 인천스타트업파크의
인천스타트업파크와 실증, TRYOUT 브랜드를 인자시키기 위한 첫 단계



실증자유구역 인천스타트업파크에서 실증하세요 TRYOUT

인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

Brand fixation

TRYOUT 브랜딩 강화를 위해
SNS 채널 콘텐츠를 고정시켜 상시적으로
홍보하는 방법을 적용합니다.



incheon_startup_park

팔로잉 ▾

메시지 보내기

...

게시물 480

팔로워 4679

팔로우 1713

인천 스타트업파크

공공 및 정부 기관

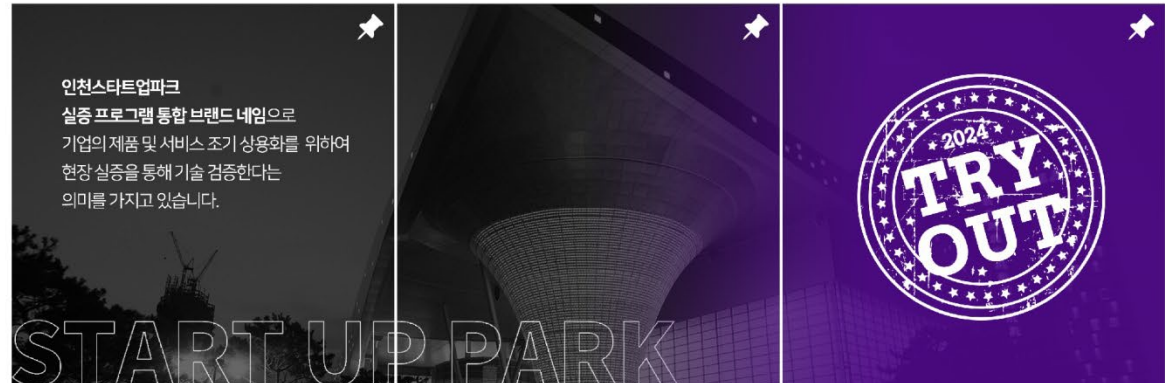
인천스타트업파크 홈페이지 및 다양한 정보가! 📄

🔗 linktr.ee/incheon_startup_park+1

📖 게시물

🎞 릴스

🏷 태그됨

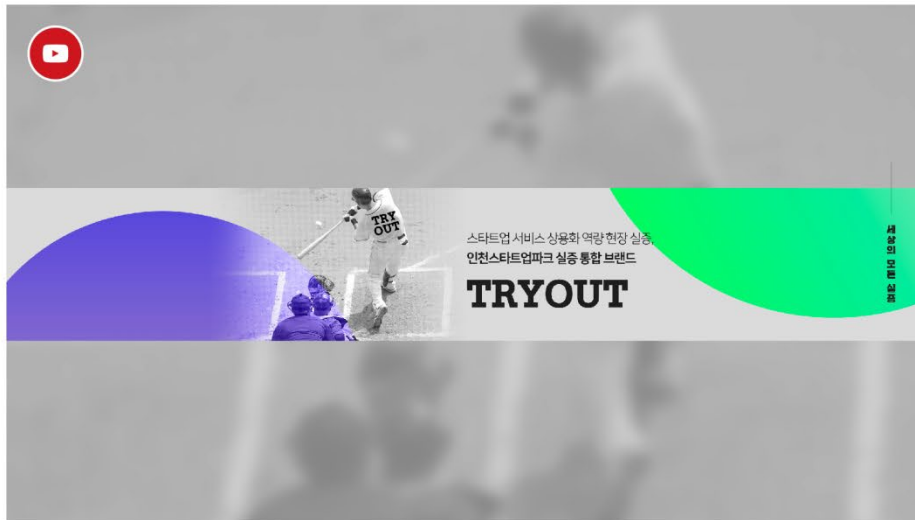


인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

SNS skin

야구

관심이나 흥미를 끌기 위해 가장 대중적인 스포츠 분야의 TRYOUT 이미지를 차용하여 SNS채널별 스킨 실증 통합 브랜드 TRYOUT과 연계하여 유기적으로 홍보합니다.

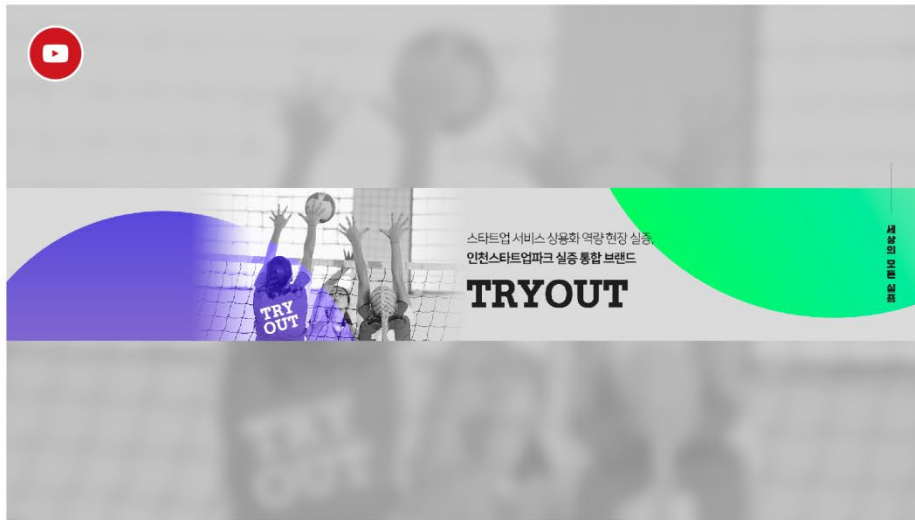


인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

SNS skin

배구

관심이나 흥미를 끌기 위해 가장 대중적인 스포츠 분야의 TRYOUT 이미지를 차용하여 SNS채널별 스킨 실증 통합 브랜드 TRYOUT과 연계하여 유기적으로 홍보합니다.



인천스타트업파크 브랜드 시스템 가이드

