

At every fork, we find the way.

갈림길마다, 길을 찾습니다.

S 스튜디오포크 회사소개서 f

회사가 잘하는 일을 찾아 고객에게 보이는 기준으로 만듭니다.

디렉터가 방향을 잡고, 디자인, 마케팅, 개발이 같은 기준으로 움직입니다.

branding

브랜드 언어, 크리에이티브 디렉션

design

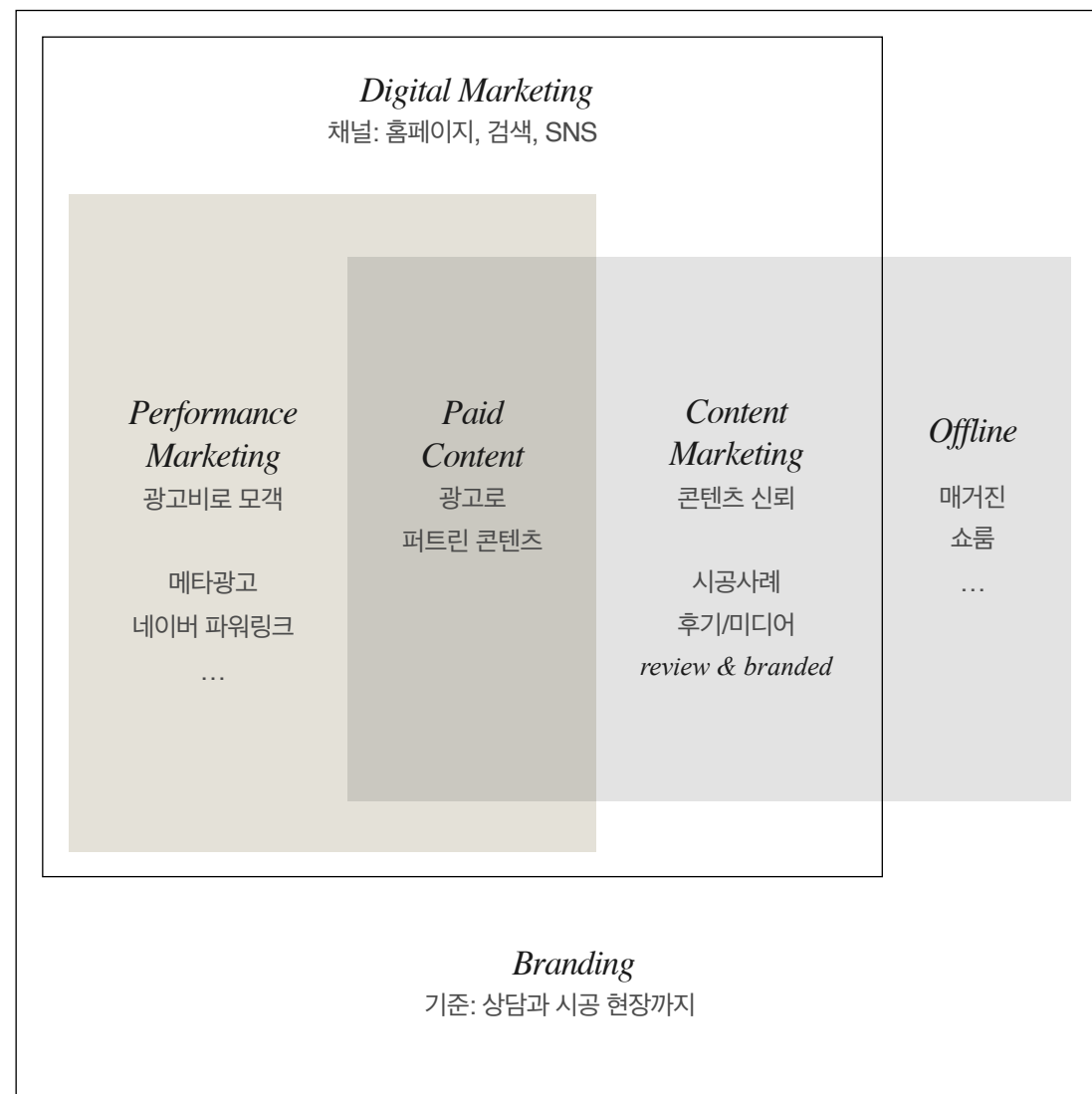
아이덴티티, 홈페이지, 인쇄물

marketing

컨설팅/디렉팅, 콘텐츠기획 및 운영, 광고집행

development

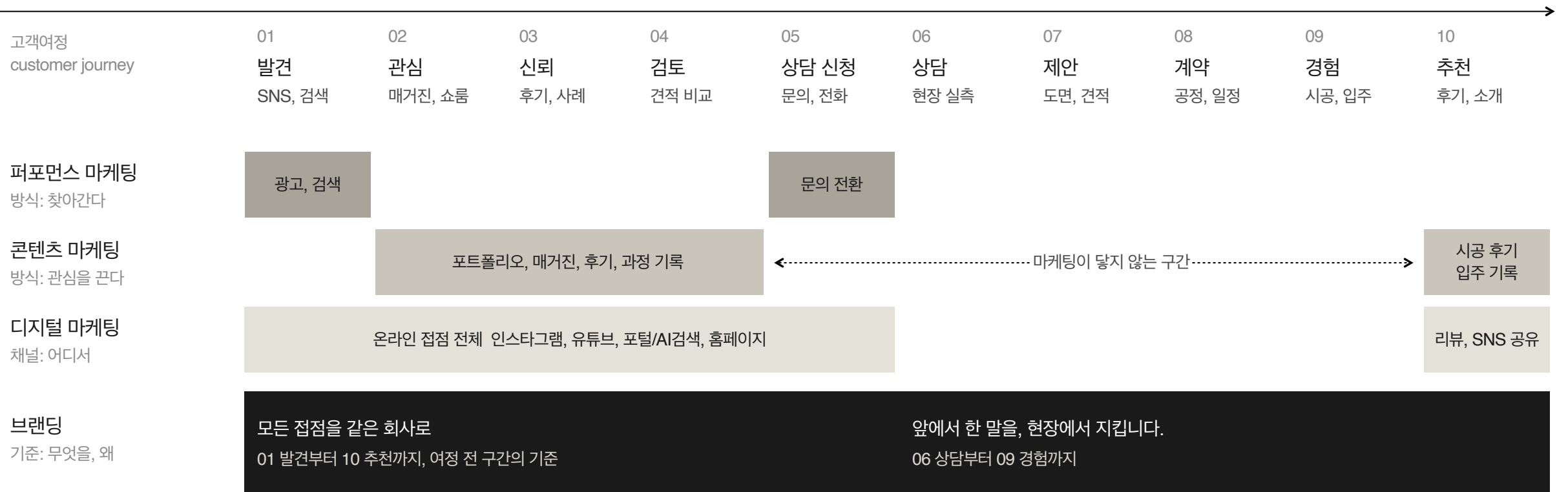
홈페이지개발, SEO/GEO



콘텐츠로 관심을 끌고, 브랜드로 확신을 줍니다.

광고는 아직 모르는 손님을 찾아가고, 콘텐츠는 그 관심을 붙잡습니다.

상담부터 입주까지, 손님이 믿고 맡기게 만드는 것은 브랜드입니다.



정해진 일만 보면, 정작 중요한 일을 놓칩니다.

로고와 홈페이지 요청으로 시작하는 일이 많지만, 요청받은 일을 바로 시작하지 않습니다.

왜 필요한지부터 묻고, 역할과 범위를 계약 전에 함께 정합니다. 말는 방식은 회사의 상황과 조직 구성에 따라 달라집니다.

ask

왜 필요한지 먼저 묻습니다

첫 만남

첫 만남에서 묻는 것은 '홈페이지가 왜 필요한지, 어디에 쓰려고 하는지'입니다. 그 답에서 회사가 이미 지키고 있는 고객과의 약속이 보이기 시작합니다.

widen

필요하면 범위를 넓힙니다

제안

로고 하나로 풀리지 않는 과제라면, 로고가 아니라 브랜딩이라는 말로 넓혀 설명합니다. 대표 인터뷰로 브랜딩을 통해 무엇을 얻고 싶은지부터 파악합니다.

실제로는

인테리어 회사의 홈페이지와 로고 개선 요청을, 대표 인터뷰부터 시작해 브랜드 리뉴얼로 넓혔습니다

narrow

필요 없는 일은 뺍니다

계약 전

지금 꼭 필요하지 않은 일은 빼자고 먼저 말합니다. 정한 범위 안에서 끝까지 책임지기 위해서입니다.

실제로는

소름 브랜드의 로고와 홈페이지까지 검토했지만, 오픈에 꼭 필요한 이름, 명함, 오픈 행사로 좁혔습니다

회사의 상황에 맞춰, 맞는 방식을 바꿉니다.

마케팅팀이 없는 회사에는 마케팅팀이 되고, 있는 회사에는 그 팀의 방향을 잡습니다.

맞는 방식은 달라도, 브랜드의 기준은 하나로 지킵니다.

team

마케팅팀이 회사 안에 없는 회사: 대표님의 마케팅팀이 됩니다

direction

마케팅팀이 회사 안에 있는 회사: 그 팀의 방향을 잡습니다

지금 모습	대표가 직접 하거나, 외부 대행사에 맡기고 있습니다	사내에 마케팅 담당자나 팀이 있습니다
겪는 어려움	대행사에 맡겨도 무엇을 요청하고 어떻게 평가할지 몰라, 결과를 판단하기 어렵습니다	실행은 되지만 기준이 없어 채널마다 말이 다르고, 담당자가 바뀌면 방향도 바뀝니다
스튜디오포크가 하는 일	대표님 대신 마케팅을 디렉션하고, 필요하면 실행까지 맡습니다 (대행사 디렉션, 위탁 대행)	브랜드 기준과 메시지를 세우고, 사내 팀을 이끅니다 (컨설팅, 디렉팅)
얻는 것	대표님은 현장과 디자인에 집중하고, 마케팅은 한 기준으로 관리됩니다	사내 팀이 같은 기준으로 움직이고, 기업형과 겨울 서비스가 손님 앞에 섭니다

일을 맡겨도 보고, 맡아도 봤습니다.

15년 동안 대행사에서 일을 받아 만들었고, 창업 멤버로 회사를 키웠고, 회사 안에서 대행사에 일을 맡겼습니다.
그래서 대표님이 무엇을 요청하고 어떻게 판단해야 하는지 압니다.

agency

대행사에서 만들고

2011–2015 디자인컨설팅에이전시

시각디자인을 전공한 UX 기획자이자 PM으로 통신(SKT), 유통(이마트, NS홈쇼핑), 글로벌 헬스케어(시그나) 등 여러 업종의 디지털 채널을 만들었습니다. 아트센터 플랫폼엘의 공간 동선과 온라인 경험을 함께 설계했습니다

insight

좋은 결과물은 요청서에서 절반이 정해집니다. 무엇을 요청하고 무엇으로 평가할지부터 함께 정합니다

startup

창업 멤버로 키우고

2015–2016 서울스토어

패션 플랫폼 서울스토어의 창업 멤버로 수익 모델, 운영 기준, 고객 지표를 처음부터 세웠습니다. 서울스토어는 회원 350만 명으로 자라 2022년 약 500억 원에 인수됐습니다

insight

작은 회사에 필요한 것은 큰 회사의 축소판이 아니라 지금 규모에 맞는 기준입니다. 필요한 만큼만 제안합니다

서울스토어 수치 출처: 파이낸셜뉴스 2022.5.9, 조선비즈 2024.11.12

in-house

회사 안에서 맡기고

2016–2026 외국계 보험사

전사 브랜드 톤앤매너를 관리하고, 홈페이지와 앱 서비스, 대형 디지털 채널 구축을 기획했습니다. 기획, 디자인, 브랜드 협력사의 일정과 결과를 관리했습니다

insight

큰 조직은 담당자가 바뀌어도 흔들리지 않는 기준으로 브랜드를 지킵니다. 그 방식을 회사의 크기에 맞게 옮깁니다

덩치가 아니라, 고객과의 약속으로 이깁니다.

대표님 회사는 가격을 정하는 방식도, 공사 뒤의 책임도 이미 갖고 있습니다.

스튜디오포크는 이 고객과의 약속을 찾아, 손님이 가장 먼저 보는 자리에 올립니다.

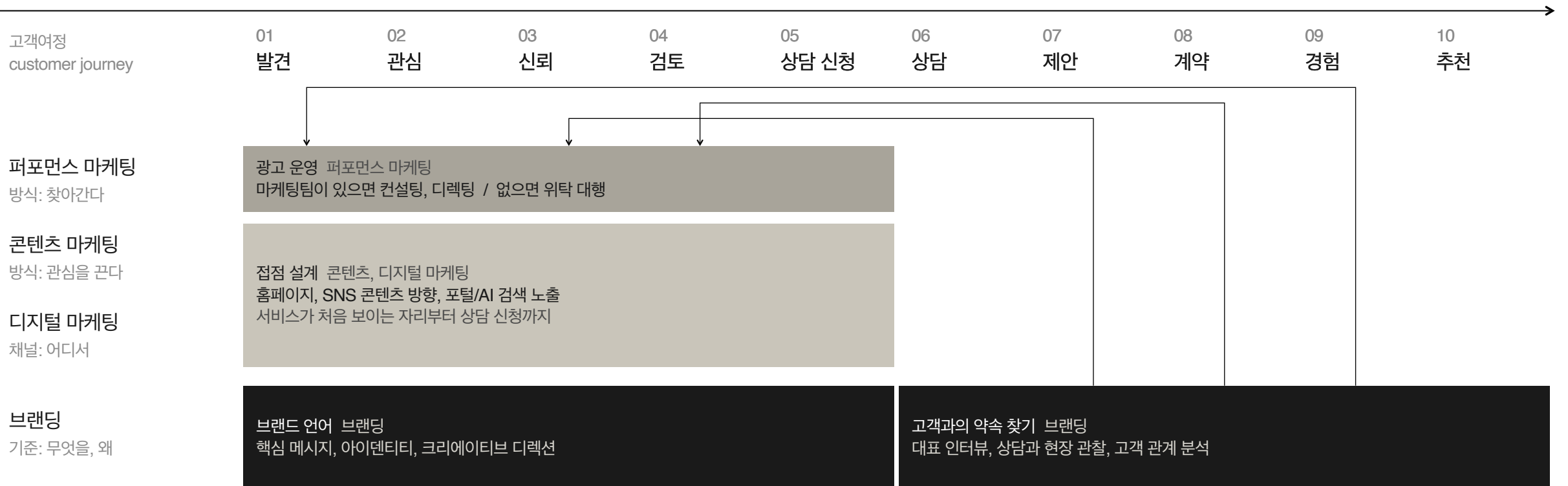
손님이 원하는 것

47.6% 리모델링할 때
전문 인테리어 업체를 선호

10.3% 기업형 리모델링 패키지를 선호

57.5% 가장 원하는 서비스로 A/S를 꼽음

월간 THE LIVING 자체 설문, 2023년 12월, 3,160명 (비확률 표본, 한 매체의 조사)



말기실 수 있는 일은 세 가지입니다.

처음이라면 FIND로 회사의 기준부터 찾고, 기준이 분명하다면 BUILD부터 시작합니다.

만든 뒤에는 DIRECT로 같은 기준을 계속 지킵니다.

discover

FIND: 진단

대표 인터뷰, 상담과 현장 관찰, 고객 관계 분석으로 회사가 이미 지키고 있는 고객과의 약속을 찾습니다

결과물

대표 인터뷰, 브랜드 분석 리포트

시작 가격

400만 원부터

define

BUILD: 브랜드 언어

찾은 고객과의 약속을 손님이 알아듣는 말과 모습으로 정리합니다

결과물

핵심 메시지, 로고와 아이덴티티, 브랜드 가이드

시작 가격

2,500만 원부터

design

BUILD: 점점 설계

홈페이지, 검색, 쇼룸 제작물처럼 회사의 서비스가 처음 보이는 자리를 만들고, 홈페이지는 운영까지 맡습니다

결과물

홈페이지 구축과 운영, 패키지, 리플렛 등 제작물

시작 가격

BUILD에 포함

deliver

DIRECT: 운영과 알리기

콘텐츠와 광고로 회사의 서비스를 먼저 알립니다. 사내 팀이 있으면 디렉팅하고, 없으면 맡아서 운영합니다

결과물

프로젝트 블로그, 콘텐츠 운영, 광고 운영, 월간 성과 리포트

시작 가격

월 150만 원부터

At every fork, we find the way.

갈림길마다, 길을 찾습니다.

스튜디오포크

hello@studio-fork.com studio-fork.com

콘텐츠 마케팅은, 두 가지로 나눠 운영합니다.

현장 소식은 공간을 보여주고, 브랜드 콘텐츠는 그 공간을 만든 사람들을 보여줍니다.

두 가지 모두 같은 네 개의 기본 채널에 올립니다.

review content

현장 소식 콘텐츠

모든 현장을, 짧고 자주

branded content

브랜드 콘텐츠

공간을 만든 사람들을, 시리즈로 깊게

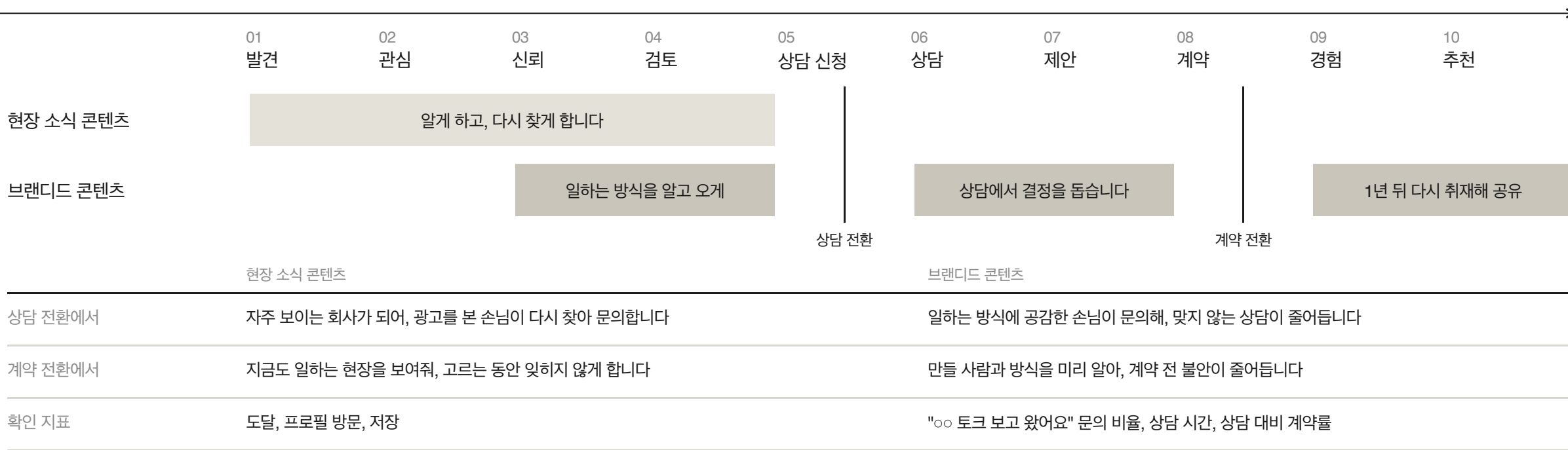
기본 채널	인스타그램, 홈페이지(프로젝트 블로그), 블로그, 스레드	
하는 일	현장마다 눈에 띄는 장면을 골라 짧게 올립니다	공간을 만든 사람들을 취재해, 이 회사가 일하는 방식을 전합니다
다루는 대상	진행하는 모든 현장의 공간	대규모 프로젝트를 만든 사람들 (대표, 디자이너, 현장 소장, 협력업체 등)
만드는 것	현장 사진, 짧은 클립, 한 줄 카피	연재 코너 (예: ○○ 토크), 사람 인터뷰, 일하는 장면 사진, 취재 글
주로 쓰는 채널	인스타그램, 스레드	홈페이지 프로젝트 블로그, 블로그 (회차는 SNS로 알림)
남는 기간	빠르게 눈에 띄고, 빠르게 지나갑니다	계속 쓰이고, 1년 뒤 다시 취재해 이어갑니다
함께하는 사람	스튜디오포크	스튜디오포크 에디토리얼 디렉터 (취재, 글, 촬영)

두 가지는 함께 운영합니다. 브랜드 콘텐츠는 별도 패키지로 견적을 드립니다.

현장 소식은 찾아오게 하고, 브랜드 콘텐츠는 결정하게 합니다.

현장 소식이 손님을 상담까지 데려오면, 브랜드 콘텐츠는 이 회사가 일하는 방식을 먼저 알고 오게 만듭니다.

그래서 상담은 짧아지고, 가격보다 이유로 계약합니다.



지표는 운영을 시작할 때 함께 정하고, 월간 리포트로 확인합니다.