

Brand Directing



「KINFOLK」



「LOTTE GFR - OTHROI」



「LOTTE GFR - KRAKKI」

Strategy MD & B/D



「LOTTE DPT. 본점 리뉴얼」



「넥스트 리테일 프로젝트/동탄」



「TUBE HOUSE/롯데 하노이물」



「롯데아울렛 동부산/의왕」

PROJECT PM



「LOTTE DPT. 상하이 중신JV」

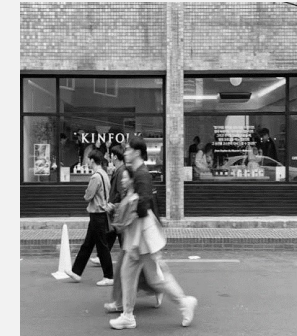


「LOTTE DPT. 식품관 리뉴얼」

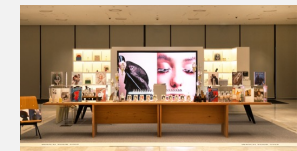
SPACE PROJECT



「까워 한남」



「킨포크 성수 한남」



「킨포크 더현대」

Brand Directing

KINFOLK IP 확장 및 Beauty 런칭

「프로젝트 개요」

덴마크 매거진 'KINFOLK' IP를 활용한 신사업 비즈니스 구축

「업무 범위」

IP 활용 콜라보 진행 * 패션 / 푸드 / 라이프스타일

뷰티 라인 익스텐션 *퍼품 및 기초 라인 확장

온/오프라인 리테일 확장 *더현대 / 콘란샷 / 성수 플래그쉽

「업무 방법」

킬러 카테고리 집중 및 유통 다각화: 라이프스타일 IP를 기반으로 프래그런스/뷰티 라인을 핵심 성장 동력으로 정의하고, 킬러 아이템 기획 및 온-오프라인 하이브리드 유통망을 동시 개척

프리미엄 채널 핀포인트 제휴 및 Exclusive 진입: 백화점 메이저 3사 최상위 점포 팝업을 집중 전개
신라면세점 Exclusive 계약, 명품 조닝 입점 / 더 콘란샷 입점 / 카카오선물하기 입점

플래그쉽 공간을 활용한 B2B 대관/콜라보 수익화: 키포크 도산 오프라인 공간을 거점 COS, 루이비통 현대자동차, 돌체구스토, 포터리 등 글로벌 이슈 브랜드와의 전략적 콜라보 및 이벤트 대관기획
연간 14억 원의 고마진 추가 수익 확보

「키포크 뷰티」

기존 뷰티라인 소진율 1%에서 3차 리오더까지 향수 라인 확장 및 영업 매뉴얼 수립으로 매출 확대



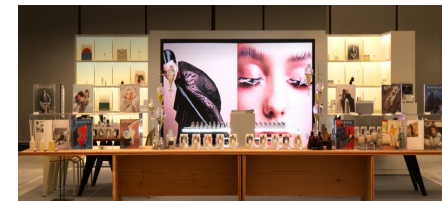
「키포크 성수 플래그쉽」

성수동 베이커리샵 르알레스카 팝업을 시작으로 3개 정식매장, 3번 팝업 진행 성수동 퍼품 트렌드 주도



「더현대 서울 팝업 'KINFOLK Slow live」

'Slow live' 컨셉으로 23개 브랜드 유치, 슬로우 라이프스타일 플랫폼 컨셉 진행 *타르틴 / 프린츠, 보난자 커피 / 모나미 외



Brand Directing

OTHROI 런칭

「프로젝트 개요」

롯데GFR 신성장 동력 필요,
신규 여성 컨템포러리 브랜드 개발 및 D2C/온라인 메이저 플랫폼 런칭

「업무 범위」

브랜드 빌딩 & 사업 전략: 브랜드 콘셉트 수립, 타깃 고객 정의, P&L 설계 및 중장기 유통 로드맵 수립
상품 기획 & 공급망 관리(SCM): 100% 자체 디자인 및 임가공 생산 체계 구축,
해외 프리미엄 수입 원단 소싱 파이프라인 개발
입점 및 영업(BD): W컨셉 단독 입점 협상 및 D2C 자사몰 세팅, 온라인 마케팅 전략 연계

「업무 방법」

공급망 최적화 및 원가 절감: 100% 수입 고밀도 프리미엄 원사를 사용하면서도,
국내 최대 원단 수입사와의 직거래 라인을 구축하여 중간 유통 마진을 제거 원단 비용을 기존 대비 20% 절감

타깃 맞춤형 핀포인트 유통 전략: 컨템포러리 타깃 유입을 극대화하기 위해 W컨셉 단독 입점 전략 실행
킬러 아이템(셔츠) 중심의 마케팅 집중으로 카테고리 1위 및 런칭 매출 5,000만 원 성과를 창출

품질 내실화 및 100% 자체 생산 체계: 외주 기성품 활용을 배제하고 100%
자체 디자인 및 임가공 생산 체계를 정립하여 제품 퀄리티와 브랜딩의 통일성을 유지함.

「프리미엄 셔츠 브랜드 'OTHROI」

프리미엄 소재에 대한 집요한 연구를 통한 일본산 소재를 사용한 셔츠 브랜드 '오스로이' 런칭



「최대 수입 소재사 '오브젝트 컴퍼니' 협업」

옷의 본질은 좋은 원단에서 비롯된다는 브랜드 철학으로 소재와 만들새에 집중,
원단 직거래를 통한 합리적인 가격의 프리미엄 제품 제작

INTERVIEW

Director Says



오스로이 오렉 디렉터의 이야기

본질: 좋은 원단의 힘

자본의 철학은 좋은 원단에서 시작되는 진정성입니다.
원단 자체가 지닌 질과 스토리를 옷에 온전히 담아 고객과 나누고 싶습니다.
영광 역시 제 옷장 속에 오래도록 남아 있는 옷,
가장 손이 자주 가는 옷에서 얻습니다.
궁극적으로 편안함과 자신감을 주는 '소재'로 만들어줬다군요.
이처럼 일상에서 느끼는 사소한지만 중요한 경험들이 오스로이의
디자인에 자연스럽게 반영됩니다.

Brand Directing

KRAKKI 런칭

「프로젝트 개요」

*CRACK 틈으로 흘러들어온 빛을 통해 시간이 만드는 빈티지
하이퀄리티 데님 중심의 유니섹스 캐주얼 브랜드 개발 및 런칭

「업무 범위」

브랜드 디렉팅 & 크리에이티브 파트너십: 데님 브랜드 컨셉 수립, 디자이너 구조 설계 및 브랜딩 총괄
사업 타당성 검토 & 유통 확장: 온라인 패션 플랫폼 소싱, 입점 조건 협상 및 백오피스 운영 프로세스 세팅
상품 라인업 & P&L 관리: 데님 카테고리 중심의 상품 라인업 구성 및 플랫폼별 입점 타당성 검토

「업무 방법」

전문 디자이너 협업을 통한 상품 경쟁력 확보: 전문 디자이너(ELIO KANG)와의 협업 프로세스를 설계
고품질 데님 라인업 및 브랜드 아이덴티티를 신속하게 구현

멀티 플랫폼 세그먼트 입점 전략: 29CM, 무신사, W컨셉, 코오롱몰 등 국내 대표 온라인
패션 플랫폼별 타깃 특성을 고려한 백오피스 운영 체계를 통합 구축 및 입점을 완료

플랫폼 연동 오퍼레이션 효율화: 입점부터 재고 관리, SCM 운영 구조를 표준화하여
여러 플랫폼으로 동시 확장할 수 있는 백오피스 기반을 마련

「KRAKKI DENIM」

디자이너 'ELIO KANG' 협업 통한 빈티지 캐주얼 브랜드 '크래키' 런칭



「KRAKKI X 29CM」

29CM와의 전략적인 협업을 통한 단기 인지도 제고, 킬잇 인플루언서 수빈과 콜라보 진행 *하우스 개러지



롯데백화점 본점 Renewal

「프로젝트 개요」

대한민국 No.1 백화점 재타환 프로젝트

전사의 역량을 집중한 콘텐츠 및 공간 리뉴얼 진행

「업무 범위」

본점/에비뉴엘/영플라자의 리뉴얼 마스터 플랜 수립

Trend를 반영한 영플라자의 MZ 콘텐츠 직접 유치 *아더에러 외

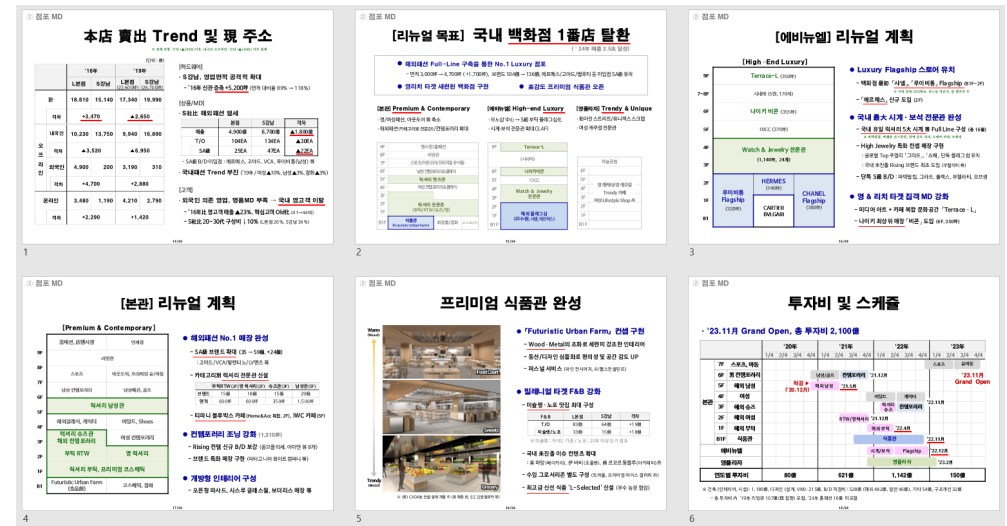
「업무 방법」

- 상권 분석을 통한 적정 컨셉 수립, MD 및 공간 디자인 진행
- 본점 상권 특성에 따른 외국인 매출 분석 *은렌카드 매출
- 쇼핑몰, 아울렛 등 20여 점포 대규모 MD 타당성 연구
- 점포/상품군/브랜드별 매출 및 효율 분석, 신규 및 트렌디 B/D 체크
- 지역별 인구 특성/소득 분석, 지하철 승하차, 통계청 자료 활용 등 유동인구 분석
- CRM, AMS(상권 내 아파트별 매출 분석), 빅데이터 시스템 통한 타겟 고객 선정
- 저효율 점포 철수 결정 등

* CRM 고객 분석 : 1~2차상권 설정, 상권별 타겟 고객, 성/연령 분석, 요일 및 계절별 구매고객, 신규 및 이탈고객, 점포별 고객 평균 체류시간, 상품군간 연관 구매, MVG / VIP+ 등 등급별 구매패턴, 추정소득 및 라이프스타일 기반 고객 Persona 분류 (대학생, 직장인, 신혼부부, 미취학자녀 등)

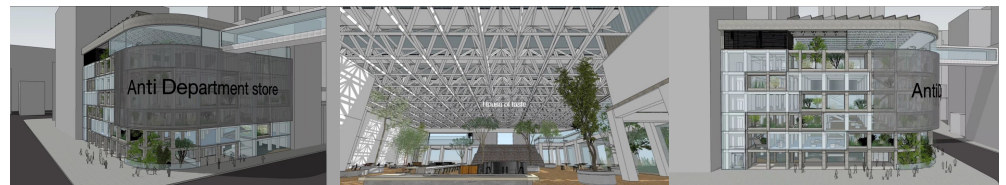
「본점 리뉴얼 마스터 플랜」

롯데타운 *본관/에비뉴엘/영플라자로 구성된 점포의 특성을 상권/고객 *외국인/건축적인 맥락을 반영한 리뉴얼 진행



「공간디자인 영플라자」

‘Anti Department store’ 컨셉으로 평효율로만 평가 받던 공간을 과감하게 개방하면서 고객이 모이는 집객의 공간으로 컨셉 전환



롯데백화점 식품관 Renewal TF

「프로젝트 개요」

롯데백화점의 전점 집객을 위한 식품관 리뉴얼 프로젝트 진행
비효율을 버리고 새로운 BI, 새로운 공간을 통한 명확한 식품관 컨셉 수립

「업무 범위」

본점 리뉴얼시 식품관 시그니처한 리뉴얼 계획 수립 *인익스테리어
신규컨텐츠 개발 *가나초콜릿샵, 해외유명 브랜드 유치 *에시레, 도미니크앙셀
BI개발, 패키징 매뉴얼 수립, 식품관 인테리어 매뉴얼 수립

「업무 방법」

- BI 리뉴얼, 기존 모던한 이미지에서 롯데의 헤리티지를 살린 BI 설계
- 동업계 식품관 운영 사례 분석 *H/S/G사의 식품관 운영 방식을 통한 리뉴얼 방향 수립
- 해외 4개국 공간 리서치 및 콘텐츠 직접 유치 * 프랑스/영국/스페인/미국
 - 공간 미팅: '토마스 헤드워 / 데이비드 치퍼필드 / 다니엘 아삼'
 - 콘텐츠 미팅: '요탐 오토랭기 / 도미니크 앙셀 / 에시레 외'
- 계열사 연계 신규 콘텐츠 개발 *롯데제과 / 롯데호텔 / 롯데칠성
- 각 카테고리 별 세부 브랜딩 진행
 - 축산 '소공정육', 수산 '자산어보', 과일 '금과옥과'



소공 정육
小公精肉



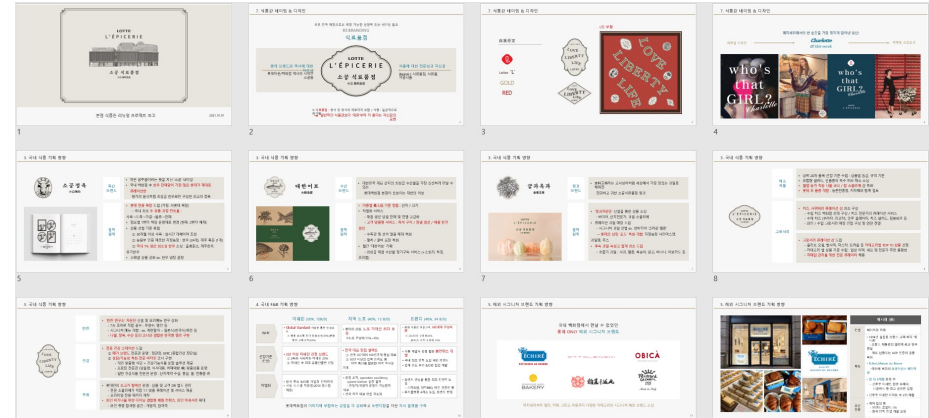
대 한 어 보
大韓漁寶



금 과 옥 과
金果玉果

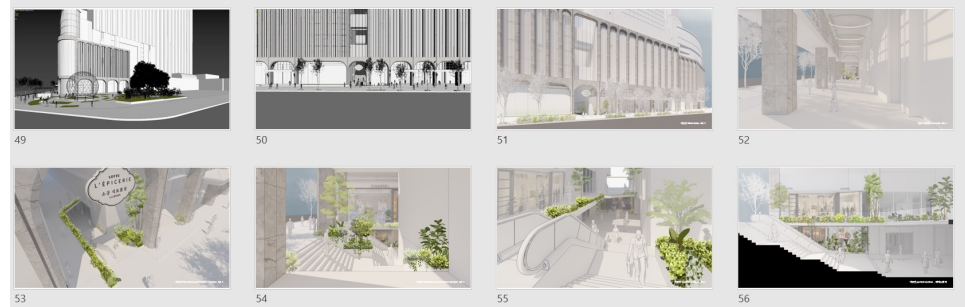
「식품관 리뉴얼 'L'EPICERIE」

롯데 1979년 헤리티지를 결합한 전체적인 브랜딩 진행 '레피서리' 라는 브랜딩과 고객이 롯데라는 브랜드 이미지를 형상화한 리뉴얼



「공간디자인 레피서리 식품관」

백화점의 일부가 아닌 식품관의 자체 브랜딩으로 독립적인 출입구와 브랜딩을 통한 별도의 콘텐츠화 진행 'LEPICERY'



PROJECT PM

롯데백화점 중신타이푸 광장 JV

「프로젝트 개요」

롯데백화점의 MD 전략 DNA를 상해 주요 점포에 이식
가장 효율화된 상환경 구축, 오프라인 리테일 경험을 설계

「업무 범위」

중국의 국영기업 중신그룹과 합작한 MD 리뉴얼 프로젝트
상해 난징시루의 중신타이푸 광장 리뉴얼을 중심으로 상해 3개 사이트
광저우 신규 프로젝트 1개 사이트 진행 *카이다얼 프로젝트

「업무 방법」

상해/광저우시의 고객 및 상권 데이터 분석을 통한 1차 컨셉 수립
롯데 주요점포 외국인 데이터 분석을 통한 한국 타겟 브랜드 유치
광저우 / 상해 5개 사이트 MD 전략안 수립 : 점/플로어/조닝/등선 등 상환경 설계

롯데백화점, 상해 진출 사업설명회 통한 국내 브랜드 유치 설명 진행
상해 난징시루 중신타이푸 MZ 특화공간 'Village 68' 오픈
'Village 68' 컨셉 수립, 22개 브랜드 유치 * 체리코코, 웨프밀 외

「중신타이푸 광장 리뉴얼 계획 수립」

중국의 청담 '난징시루'에 위치한 중신타이푸 광장의 상해에 영고객의 타겟으로한 쇼핑물 리뉴얼 계획 수립



「MD 및 공간디자인 'Village 68」

중신타이푸 광장 비효율 공간 500평을 활용한 MZ 특화공간 구현, 패션/F&B/체험이 어우러지는 문화 복합 공간 구현

Village 68



SUMMARY OF ACHIEVEMENTS



I. MD 전략 및 글로벌 MD

■ 롯데백화점 - MD전략 / 글로벌 MD / 공간디자인 ('11.7~22.7)

주요 업무 :

주요 점포 리뉴얼 전략 수립 *본점 / 하노이몰 / 동탄점

본점 영플라자 MD 진행 *Chief Buyer

Creative Director 연계 프로젝트 진행 *정구호 / 노희영

공간디자인 컨셉 수립 및 MD안 수립 *본점 / 동부산 / 의왕 타임빌라스

롯데 백화점 식품관 리뉴얼 TF 진행 * BI / 핵심 콘텐츠 유치

상해 중신타이푸 JV 프로젝트 총괄 * 특화공간 '빌리지 68' 개발

업무 성과 :

롯데백화점 본점 리뉴얼 전략안 수립 및 PM (23년 B1F/1F/영플 제외 리뉴얼 완료)

본점 영플라자 MD * 22개 브랜드 유치 진행

공간 컨셉안 수립 * 젠틀몬스터 / 패브리카 / 데이비드치퍼필드 외

하노이몰 MD 전략안 수립 * TUBE 하우스 컨셉

롯데백화점 식품관 리뉴얼 방향성 수립 * BI / 공간컨셉 / 핵심 콘텐츠 유치 (에시레 외)

상해 중신 그룹 JV 수립 * 상해 난징시루 중신타이푸 광장 리뉴얼

- 특화공간 *빌리지 68 오픈, 전략/컨셉/MD 진행 22개 브랜드 입점 (데상트 외)

주요 아울렛 전략안 수립 *동부산 쇼핑몰 파트 / 의왕 타임빌라스 리뉴얼



II. 브랜드 총괄 디렉터

■ KINFOLK - 브랜드사업 총괄 ('22. 11 - '24.6)

- 주요 업무 :

KINFOLK NOTES(프래그런스 라인) 핵심 사업화 전략 수립/포커싱,
온·오프라인 사업 확장 전략 수립 및 실행,
대형/이슈 브랜드 콜라보 추진 및 온라인 마케팅 전략 수립 및 실행,
신제품 SKU 확대 추진 및 킬러 아이템 메이킹,
오프라인 매장 인력 및 운영 관리 슈퍼바이징
해외점포 확장 *일본/미국 (오모테산도 외)

- 업무 성과 :

'22년 대비 23년 NOTES 라인 총매출(온·오프라인) +1,012% 신장,
'23년 상반기 대비 24년 상반기 NOTES 라인 총매출(온·오프라인) +519% 신장,
오프라인 - 백화점 메이저 3사(롯데, 신세계, 현대) 최상위 점포 팝업 진행,
* 롯데 잠실/월드몰점, 신세계 강남/본점, 더현대 서울/판교점
온라인 - 카카오택스몰하기 / 제네시스부티크몰 / 29cm / SSF 입점,
온·오프라인 - 신라면세점 Exclusive 계약 체결 및
국산 브랜드 최초 서울점 2층 명품/해외잡화 조닝 입점,
대형/이슈 브랜드 키포도산 연계 콜라보 진행,
* COS / Jiyong Kim / 현대자동차 / 루이비통 / 돌체구스토 외
* 대관수익 23년 연간 14억 창출

OTHROI

오스로이 셔츠는 최고 품질을 위해 100% 수입 소재만을 사용합니다.
프리미엄 원사를 고밀도로 직조한 원단은 국내에서 쉽게 접하기 어려운 텍스처 및 컬러를 구현하여
우수한 내구성과 형태 유지력으로 장시간 착용에도 변형없는 실무룩을 선사하여
매일의 루틴 속에서도 각이 다른 셔츠 경험을 제공합니다.



III. 신규 브랜드 런칭

■ 롯데GFR - 신규브랜드실 ('24.6~현재)

- 주요 업무 :

브랜드별 전략안 수립 * 브랜드 리뉴얼 / 팝업 / 신사업 프로젝트 개발

신규브랜드 개발 PM *오스로이 / 크래키

온/오프라인 유통 전략 수립 및 영업

브랜드 라인익스텐션, 오프라인 팝업 기획 및 진행 *스포티앤리치, 까웨 외

- 업무 성과 :

프랑스 브랜드 K-WAY 한남 스토어 *컨셉 / 공간디자인 / P&L / 운영

- K-WAY 헤리티지를 살린 스토어 진행 (레이로우, 뷔르브르 콜라보)

- 공간디렉팅 및 기획, 인테리어, 운영 직접 진행을 통한 비용절감 (기존 계획비 80% 절감)

여성 컨템포러리 브랜드 오스로이 런칭 *100% 자체 디자인 임가공 생산

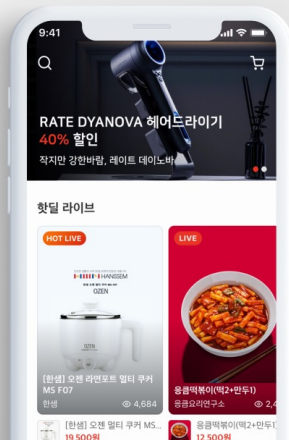
- W컨셉 셔츠 1위 (단독 브랜드), 런칭 매출 5천만원 달성

- 국내 최대 원단 수입사 직거래를 통한 원단 비용절감 (기존 대비 20% 절감)

유니섹스 케주얼 브랜드 'KRAKKI' 런칭

- 전문 디자이너 *ELIO KANG 협업, 하이퀄리티 데님브랜드 런칭

- 29CM, 무신사, W컨셉, 코오롱 몰 등 주요 플랫폼 입점



Merchandising Strategy
Back-up. 3. Digital

Web3.0

- 커뮤니티 기반 **당사만의 NFT** 유니버스 구축 및 운영 확보 (Bithumb Live ↔ Metakongz 대결구도)
- **그룹 IP, 콘텐츠** 역량 집중 (Music, Art, Ticket, Digital Items)

[Bridge]



- 커머스(쇼핑)
- 결제
- 커뮤니티 시스템

Web2.0

- **실물 기반** 당사 Edge 콘텐츠와의 연계
- NFT 유니버스 커뮤니티와 대상 프리미엄 혜택 제공
- **당사 바이럴 채널로써** 활용

IV. 라이브커머스 플랫폼 콘텐츠 및 상품 기획/전략 수립

■ 빗썸라이브 - MD 총괄 ('22. 07 - 22. 11)

- 주요 업무 :

플랫폼 사업 방향 및 리뉴얼 전략 수립,
온·오프라인 연계 프로젝트 기획 (한남, 신사),
브랜드 MD 영업 활동 및 플랫폼 콘텐츠 & 상품 기획/관리,
시스템 인터페이스 운영 개선 등

- 업무 성과 :

카카오쇼핑라이브 라이브방송 동시 송출 파트너십 체결
(브랜드 후킹, 매출 활성화 투트랙 전략),
롯데호텔 연계 추석 기획전 콘텐츠 기획/진행
(단일 브랜드 최대 매출 기록, 7천만)
이타미준 X 카레클린트 콜라보 아트굿즈 개발
(콘란삼 및 플랫폼 진행)
30여개 브랜드 유치 (롯데제과, 롯데호텔, 페트레이, 베르툼 외)
PB 브랜드 개발
NFT 연계 상환경 구축
이슈 팝업 기획 (잠수장 프로젝트)