

GOOCREE

Brand Identity Guide Ver.2.0

Contents

01

Introduction

1. About
2. Brand Identity 1 - Who
3. Brand Identity 2 - What/Why/How
4. Brand Key Value

02

Brand Identity

1. Master BI
2. Brand Slogan Bi
3. Sub BI(with Beta)
4. Brand Marking
5. Color & Typography
6. BI Color Variation - Standard
7. BI Color Variation - Grayscale
8. BI Misuse

03

Character

1. Stremo
2. Cremo

04

Graphic Source

1. Symbol
2. Favicon
3. Share Image
4. Twitch Banner
5. SNS Background - YouTube
6. SNS Background - Twitter
7. Twitter(Tweet)
8. AlertBox Overlay(gif)

01 Introduction

1. About

본 문서는 EJN의 서비스 GOCRE의 브랜드 아이덴티티를 사용하기 위한 규정들을 설명하기 위해 작성되었습니다. 이 규정은 BI(Brand Identity), 서체 및 색상 등에 대한 일반적인 규칙 뿐만 아니라 GOCRE의 브랜드 이미지를 구축할 수 있도록 비주얼 핵심 요소들을 시스템화하여 정리한 내용입니다.

모든 종류의 커뮤니케이션 채널에서 GOCRE 브랜드 이미지의 일관성을 유지하며 브랜드의 입지를 강화하고 콘텐츠가 확산될 수 있도록 새로운 브랜드의 비주얼을 만들 때 마다 다음 지침을 참조할 수 있도록 합니다.

1. 본 문서는 EJN의 서비스 GOCRE의 Brand Identity 관리 규정이며 다른팀 또는 외주 협업 시 효율적인 커뮤니케이션을 위한 가이드입니다.
2. 본 문서에 규정된 사항은 GOCRE의 브랜드 이미지 형성과 직결되며 추가 또는 변경할 사항이 발생할 경우, 반드시 관리 부서와 논의가 이루어져야 하며 임의로 변경하여 사용할 수 없습니다.

GOCRE는 스트리머와 시청자를 연결하는 스트리밍 파트너로서 메시지 후원 등으로 재미있는 콘텐츠를 함께 만들어갑니다.

앞으로의 GOCRE는 팬덤, 콘텐츠, 데이터 등 수익 이상의 가치를 스트리머에게 제공하는 전문적인 파트너를 지향합니다.

이 같은 브랜드 아이덴티티를 시각적으로 표현하고 사용자들과 소통하는 방법을 위한 지침이 되어야 합니다.

스트리머를 위한

손쉽게 만드는 나만의 방송 화면
"스트리머의 방송을 특별하게"

&

시청자를 위한

스트리머와 시청자가 소통하고
팬심을 표현할 수 있는 서비스

Target User : 10대~40대 Vtuber

WHAT

Vtuber를 대상으로 Youtube 플랫폼에 최적화된 서비스, 모바일에 최적화된 서비스 제공을 목표로 합니다.

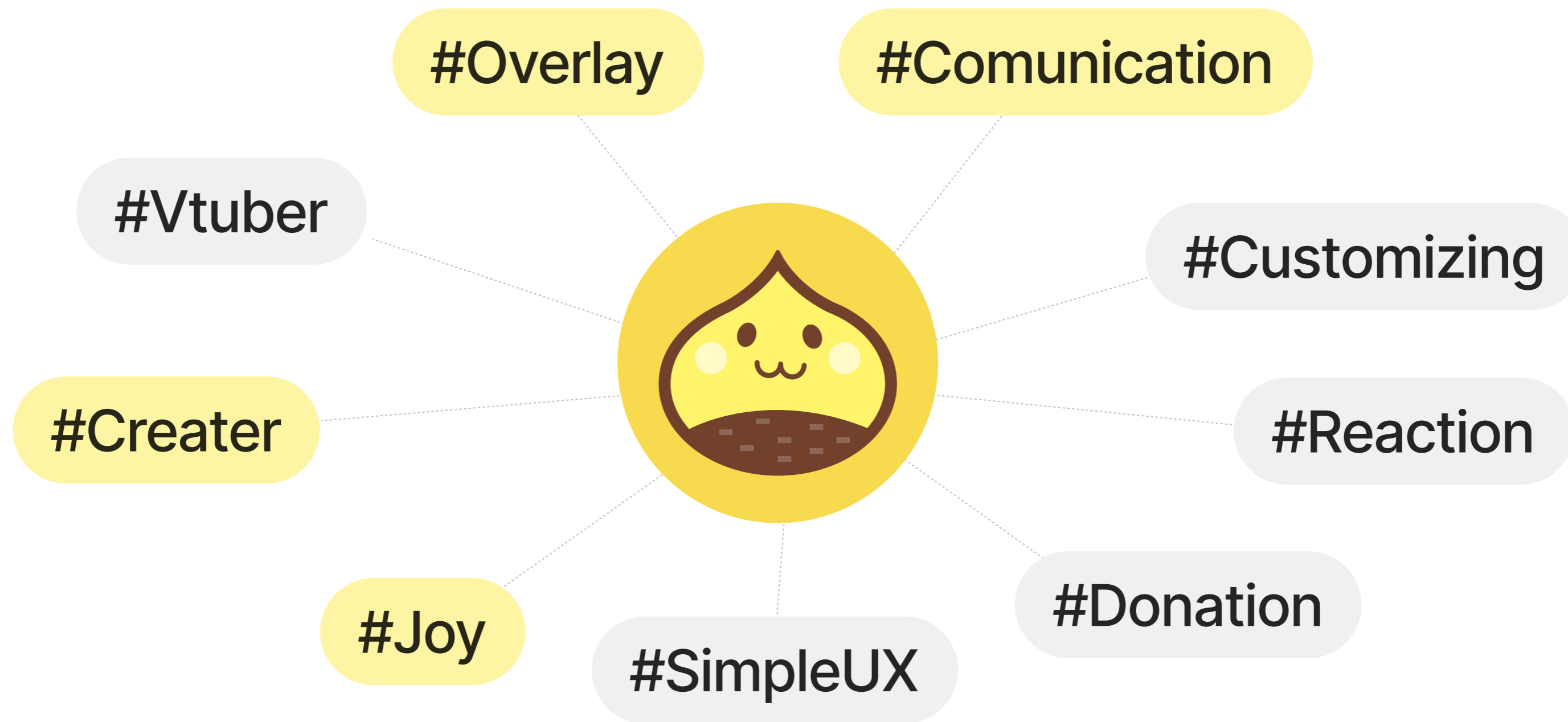
WHY

1. 월간 유튜브 슈퍼챗 랭킹 1~100위 중 85%가 Vtuber
2. 일본의 저조한 PC 점유율
3. YouTube의 라이브 스트리밍 플랫폼 시장 점유율이 약 60%

HOW

주 타겟층에게 우리가 인식시키고자 하는 GOCRE 서비스의 이미지 및 사용자 경험 설계 (BX/UX)

Vtuber*: 버추얼 유튜버, 후원(슈퍼챗)에 가장 익숙한 팬층을 가지고 있는 크리에이터 집단



02 Brand Identity

1. Master BI

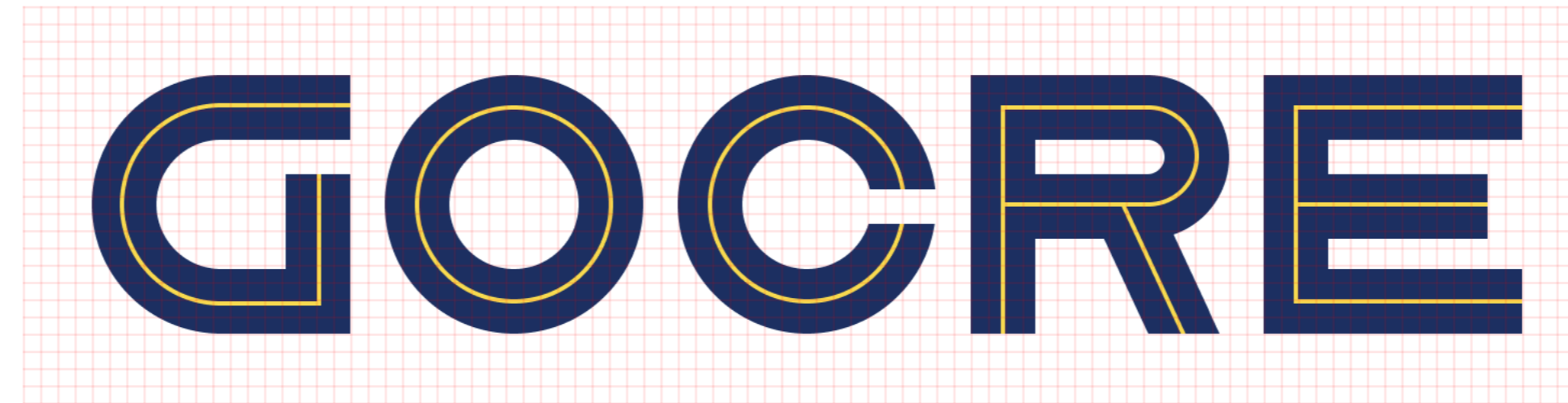
GOCRE는 영어 GO와 Creator의 앞글자 Cre를 합친 단어입니다. 크리에이터를 응원하는 의미가 담겨져 있습니다.

Cre의 발음이 일본어 Kuri(밤)와 유사하여 GOCRE의 심볼이 밤이 되었습니다.

GOCRE 로고(BI) 클리어 스페이스는 로고(BI)를 둘러싸는 영역으로 텍스트나 다른 그래픽 요소가 없는 공간이어야 합니다. *가능하다면 더 많은 여백을 사용하길 권장합니다.

Clear Space를 준수하여 로고(BI)영역이 뚜렷하게 돋보일 수 있어야 합니다.

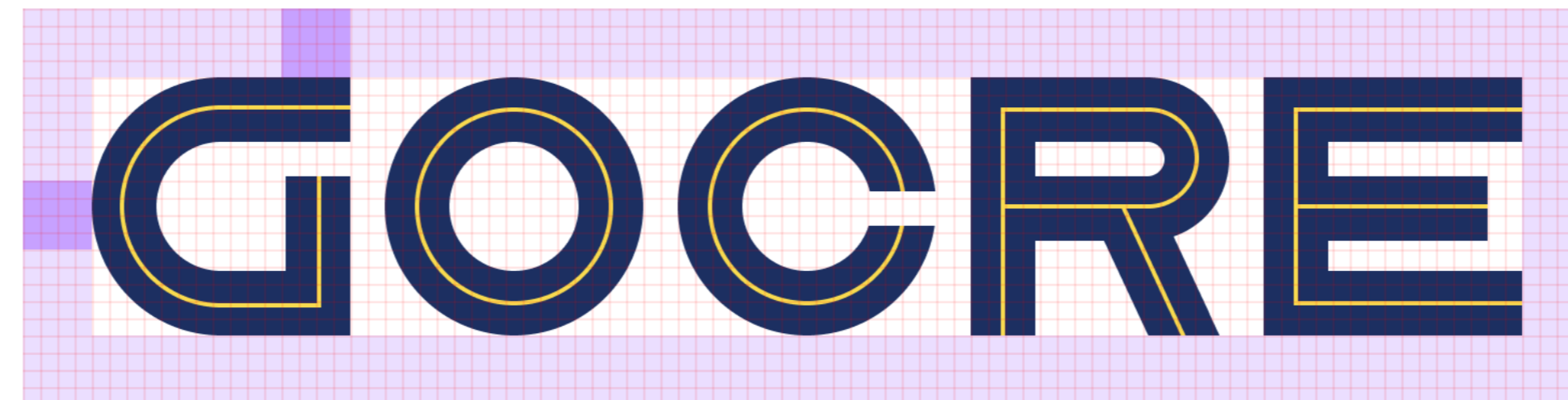
[Download](#)



Clear Space

1a

1a



02 Brand Identity

2. Brand Slogan BI

GOCRE 로고(BI) 슬로건 조합형은 단일 요소로서 간격 및 배치는 지정된 규격에 따라 사용하여 하며 임의로 변경 및 사용할 수 없습니다.

브랜드 슬로건인 あなたの配信をより楽しくユニークに (당신의 방송을 보다 특별하게)은 로고(BI)의 아래에 배치해서 사용할 수 있습니다.

공식적인 조합은 세로형 조합만 지정되어 있습니다.

로고(BI)가 그림과 함께 쓰이는 경우 색상 조합 및 슬로건 조합에 대해서는 조합, 규칙, 슬로건 내용을 변경할 수 있습니다. 단, 반드시 관리 부서와 논의가 이루어져야 하며 임의로 변경하여 사용할 수 없습니다.



Clear Space



1a

1a

1a

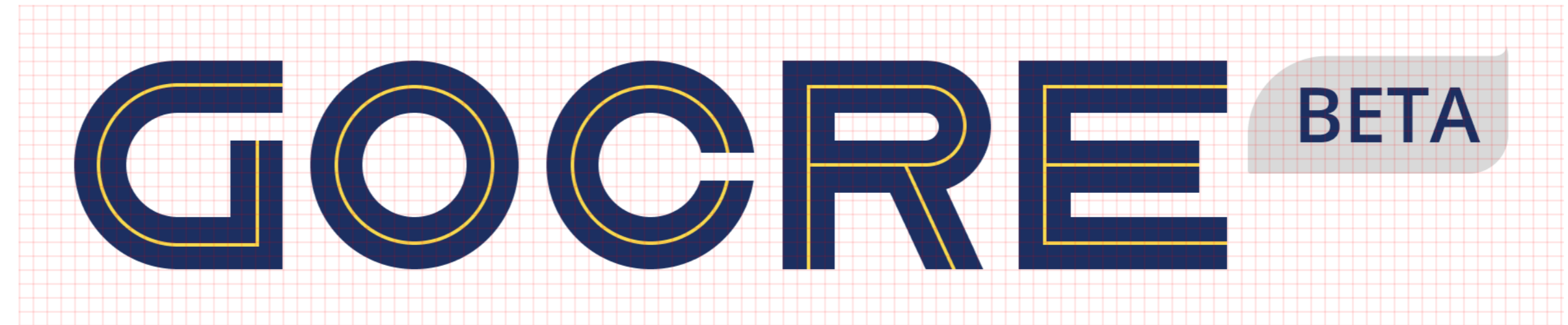
02 Brand Identity

3. Sub BI(with Beta)

BETA Label을 붙였을 경우 예시입니다.
랜딩 페이지 및 로그인 페이지에 사용되었습니다.

[Use Case - figma\(1\)](#)

[Use Case - figma\(2\)](#)



02 Brand Identity

브랜드 명칭 표기 규정

커뮤니케이션 활용 시 브랜드 오용을 최소화 하기 위한 명칭 표기 규정입니다.

4. Brand Marking

English

GOCRE

잘못 사용한 사례

~~Go-Cre~~

~~Gocre~~

~~gocre~~

Korean

고크리

잘못 사용한 사례

~~고쿠리~~

Japanese

ゴークリ

잘못 사용한 사례

~~ゴクリ~~

02 Brand Identity

GOCRE의 Primary 컬러는 Yellow로 브랜드의 가치를 표현하는 가장 핵심적인 컬러입니다.

Secondary 컬러로 BLUE 컬러가 사용됩니다.

브랜드의 비주얼을 효과적으로 표현하고 일관성을 유지할 수 있도록 제한된 컬러만 사용하는 것을 권장합니다.

로고(BI)가 그림과 함께 쓰이는 경우 색상 조합에 대해서는 변경할 수 있습니다. 단, 반드시 관리 부서와 논의가 이루어져야 하며 임의로 변경하여 사용할 수 없습니다.

아래 링크를 클릭하면 대시보드 및 후원 페이지 UI 디자인 시 사용가능한 컬러 그리고 Typography 규정을 확인 할 수 있습니다.

[Color System Guide](#)

[Dashboard Typography](#)

[Donation Typography](#)

5. Color & Typography

Primary Color(#F7E853)



Secondary Color(#1C2F61)



Yellow에서 연상되는 추상적 이미지

긍정적, 쾌활함, 열정, 재미, 명랑함, 자신감, 독창성, 창의력, 도전, 학구적인, 분석적인, 현명, 논리를 상징하는 컬러
#Donation #Cash #Cre #Chestnut #Fun #밝은 #재미 #명랑한 #행복 #젊음

Typogrphy

Japanese(Standard)

Koruri

Korean & Japanese

Noto Sans JP

English, Number

INTER

02 Brand Identity

GOCRE BI는 총 4가지 컬러 조합으로 사용이 가능합니다.
규정된 색상 배합 사용을 권장합니다.

로고(BI)가 그림과 함께 쓰이는 경우 색상 조합에 대해서는 변경할 수 있습니다. 단, 반드시 관리 부서와 논의가 이루어져야 하며 임의로 변경하여 사용할 수 없습니다.

[BI Default](#)

[BI Yellow](#)

[BI White](#)

6. BI Color Variation - Standard

Standard-1



Standard-2



Standard-3



Standard-4



02 Brand Identity

다양한 환경에서 보여지는 GOCRE BI를 고려하여
Grayscale 로고 적용을 규정합니다.

 [BI Grayscale](#)

7. BI Color Variation - Grayscale

Grayscale-1



Grayscale-2



기타-3



기타-4



03 Charater

1. Stremo

Description

평소 내성적인 성격. 끼가 많은 버추얼 유튜버. 하지만 남들 앞에서 티내고 싶어하지 않습니다. 온라인으로 사람들과 공유하는 것에 행복을 느낍니다.

ROLE

스트리머 및 버추얼 유튜버(가상 유튜버)의 특징을 대표하는 캐릭터. 낮과 밤처럼 가면을 바꿔가며 다양한 캐릭터를 소화해 낼 수 있습니다.

키워드

#Streamer #낭만주의자 #가상현실주의

[Download](#)



03 Charater

2. Cremo

Description

시청자는 스트리머를 응원하고 자신의 팬심을 표현하는 수단으로, CRE(くり) 캐시를 사용. CREMO는 그 밤을 의인화한 캐릭터입니다.

동시에 스트리머와 시청자의 소통수단이되는 캐릭터.

ROLE

시청자가 메시지 후원 시 이모티콘 또는 응원 메시지 이미지로 사용할 용도로 디자인되었습니다. 시청자의 감정을 대변하는 역할인 동시에 시청자의 후원 캐시템입니다.

키워드

#Follower #Chestnut #Donation

[Download](#)



04 Graphic Source

1. Symbol

Description

GOCRE의 Cre는 Creator의 약자로 일본어 Kuri(밤)와 발음이 비슷합니다. 그 Cre(밤 Kuri)가 영어 GO와 합쳐져서 GOCRE의 심볼이 되었습니다.

크리에이터를 응원하는 시청자의 팬심을 심볼에 담고자 했습니다.

ROLE

Favicon, Quick Icon For Web, 재화 아이콘, SNS 프로필 이미지, GOCRE 대표 아이콘

키워드

#cash #cre

 [Doanload](#)



GOCRE Identity가 반영된 대표 Symbol



단색으로 사용할 경우

04 Graphic Source

2. Favicon

Description

- Size : 16x16, 32X32, 96X96, 512x512
- favicon으로 사용할 경우 PNG로 추출



ROLE

- 브랜딩 대표 아이콘으로 SNS에사용
- SNS에 공유 시 표시되는 아이콘

[Download](#)



* 512x512



* 페이스북 프로필 이미지(위)

04 Graphic Source

3. Share Image(URL 공유용 이미지)

Description

대표 이미지는 웹사이트 링크 공유 시 프리뷰로 보여지는 이미지입니다. 600 x 315 픽셀을 유지할 것을 권장합니다.

우측 이미지(300x157.5)를 figma에서 직접 추출 시 @4x 사이즈 또는 SVG로 Export합니다.

[Download](#)



대시보드, 랜딩 페이지, 로그인 페이지



후원 페이지



* 페이스북 공유 시(위)

04 Graphic Source

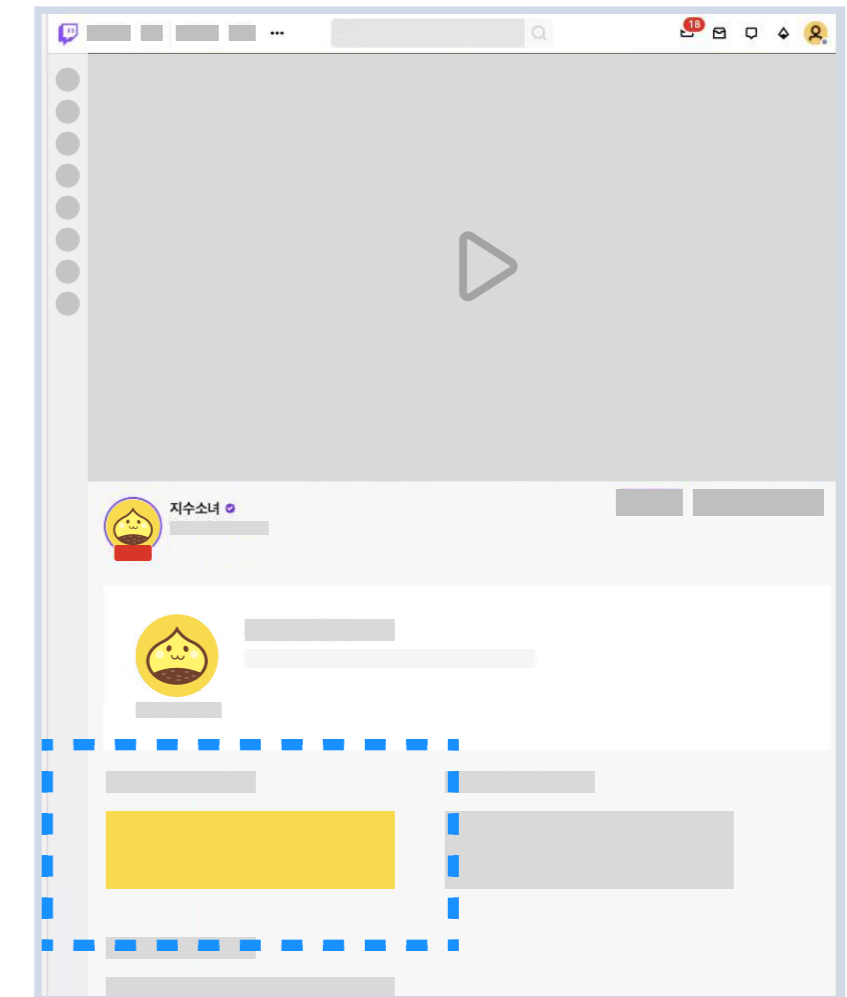
4. Twitch Banner

Description

스트리머는 자신의 GOCRE 후원페이지 링크를 연결한 배너를 Twitch 프로필 페이지에 게시할 수 있습니다.

오른쪽 배너 3종 시안은 GOCRE에서 제공하는 이미지입니다.

[Download](#)



* Twitch 계정의 프로필 페이지에 등록 시

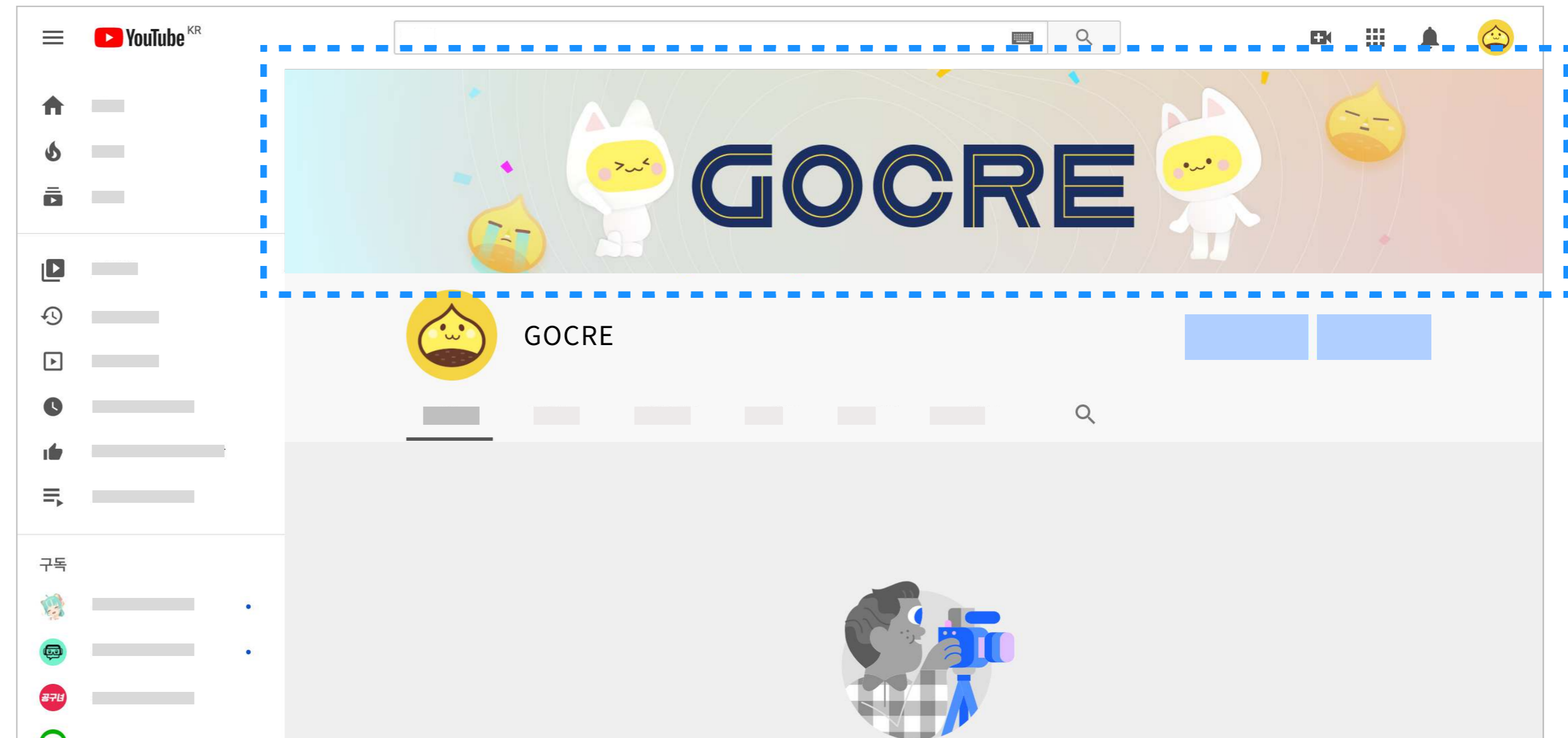
04 Graphic Source

5. SNS Background - YouTube

Description

- 배경 이미지 사이즈 규격: 2048 X 1152px

[Download](#)



04 Graphic Source

6. SNS Background - Twitter

Description

- 배경 이미지 사이즈 규격: 1500 X 500px

[Download](#)



04 Graphic Source

7. Twitter(Tweet)

Description

- Size: 912 X 516px

[Download](#)



05 Graphic Source

8. AlertBox Overlay(gif)

Description

- 정사각형 1:1 비율로 gif 이미지 제작 필요
- Max Size(pixel) : 700x700
- Min Size(pixel) : 480x480
- 애니메이션 지속 시간 1분 미만
- 용량: 1M 미만

[Download](#)



Thank you For Watching

Brand Identity Guide Ver.2.0