

 orderin



사람(人)을 위해 기술을 놓다(in)
기술보다 사람이 먼저입니다.
그래서 우리는, 사람을 위해 기술을 만듭니다.



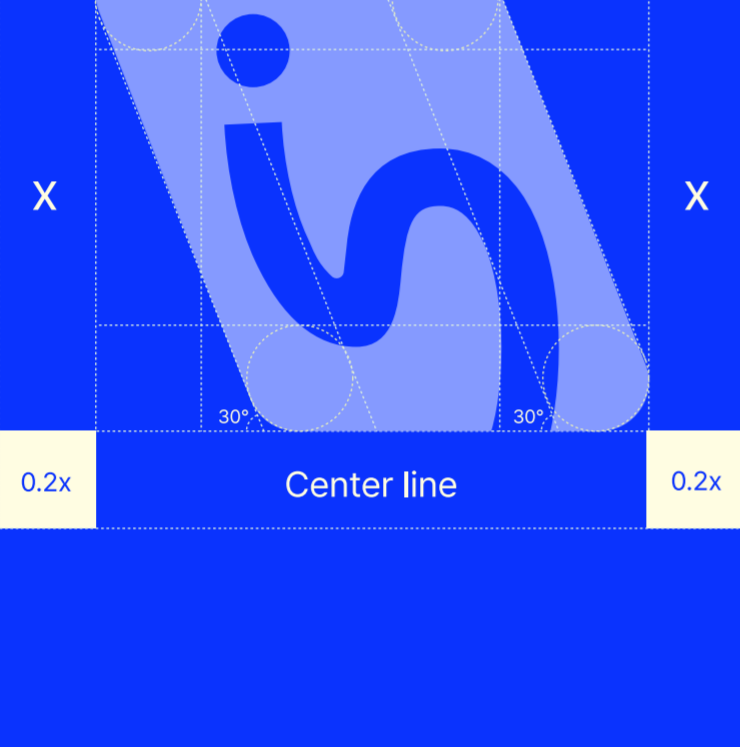
매장에 키오스크를 놓으면 일이 더 편해질 거라 기대하지만, 현실은 고객은 머뭇거리고, 직원은 더 바빠지기도 합니다.



오더인은 그 장면에서 출발했습니다.
사람이 어떻게 보고, 누르고, 결정하는지부터 먼저 고민합니다.



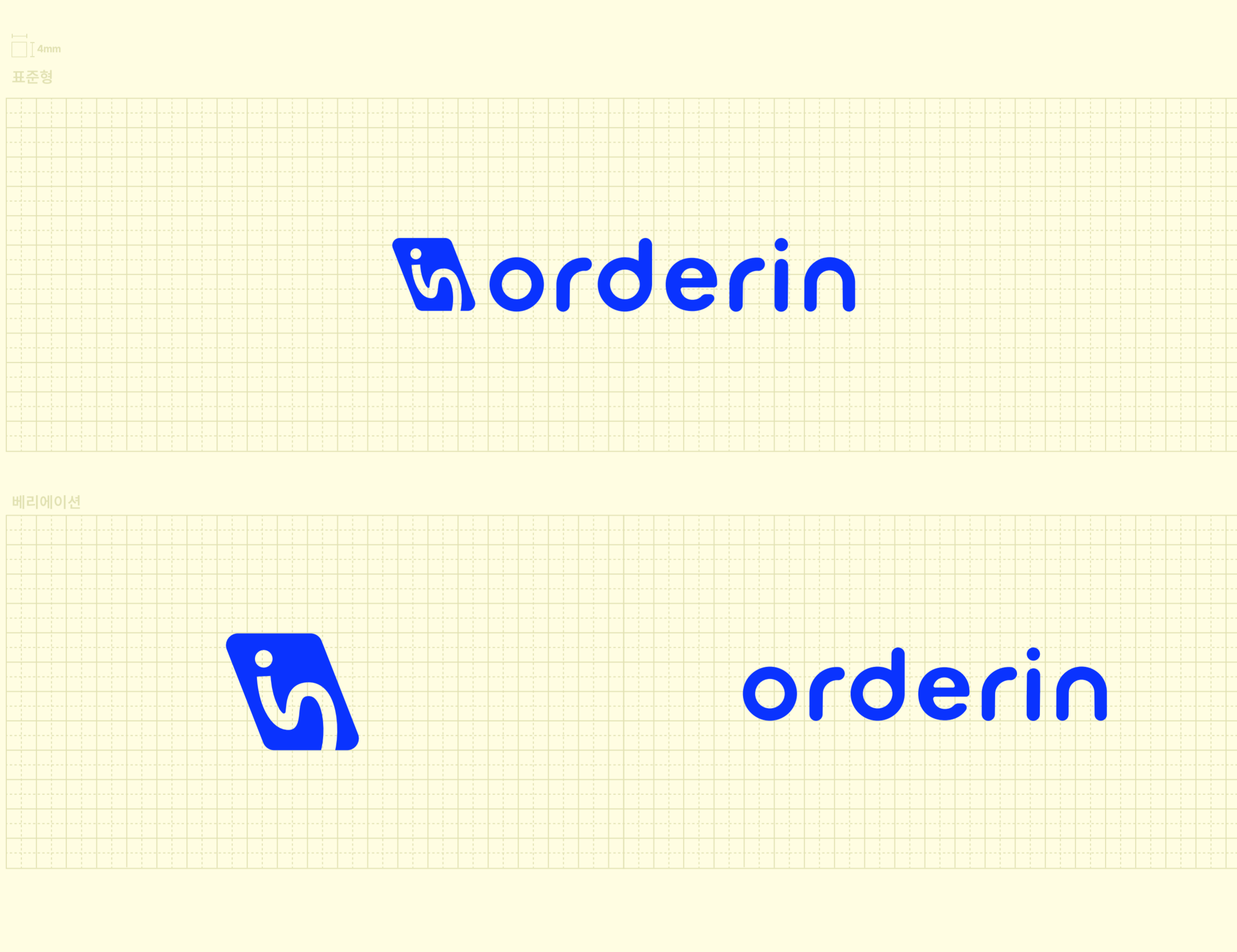
처음 보는 사람도 자연스럽게 사용하는 화면
고민 없이 결정까지 이어지는 흐름
문명이 가버려지는 구조



키오스크
사람이 가장 터치하기 편한 각도 30° ~ 45°

in Touch

사람이 가장 터치하기 편한 각도를 사용해 로고에 기술을 지정했으며
[in]에 알파벳 형태를 터치하고 있는 손에 형태와 합하여 제작하였습니다.



Main Color

PANTONE®
2935 C

CMYK 100 63 0 2
sRGB 0 87 191
HEX 0057BF

오더인의 블루 컬러는
빠른 결재, 직관적인 화면, 즉각적인 반응처럼
사용하는 순간 바로 작동하는 경험의 명확함을 표현합니다.

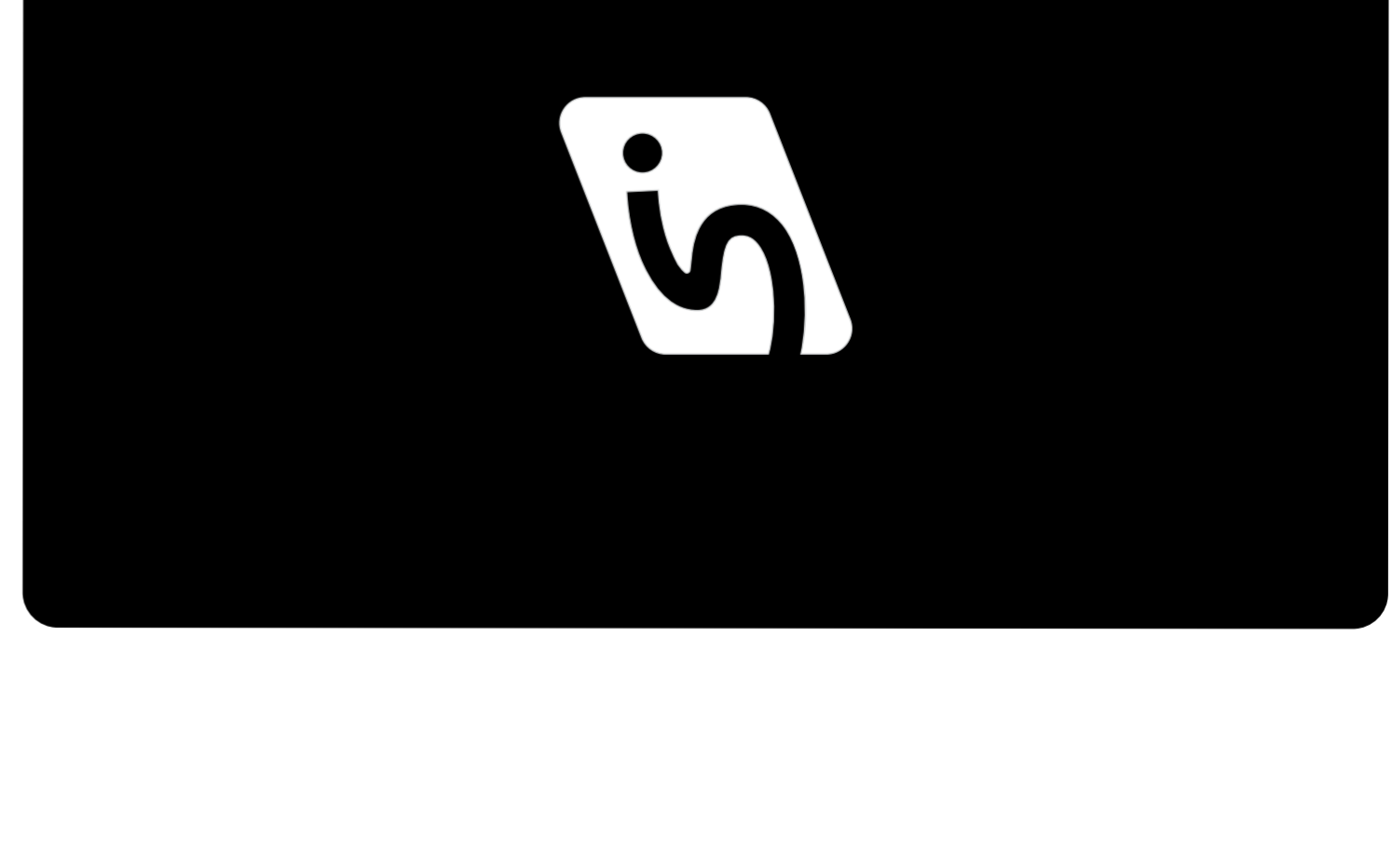
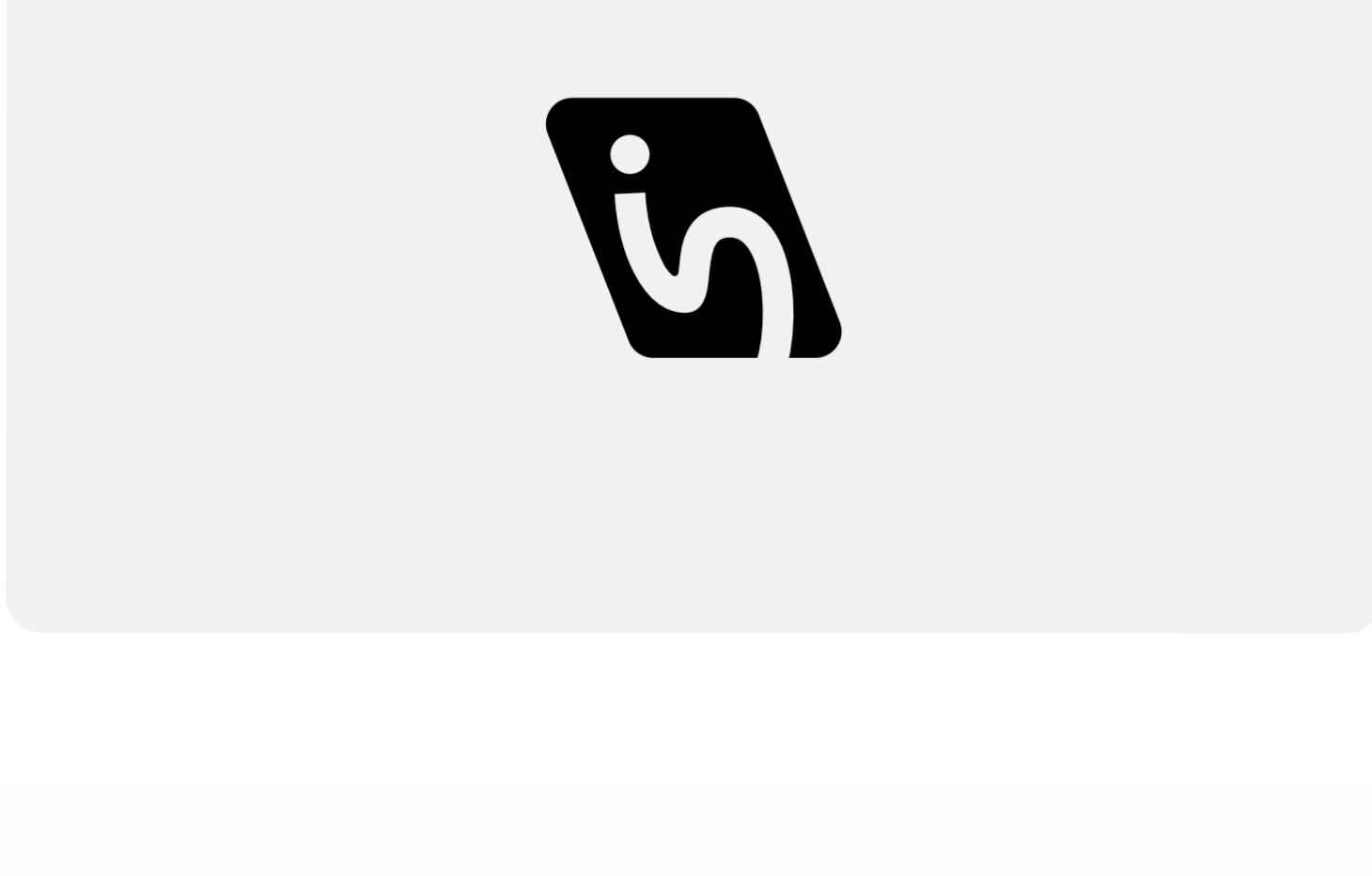
Sub Color

PANTONE®
Yellow c

CMYK 0 0 10 0
sRGB 255 252 229
HEX FFFCE5

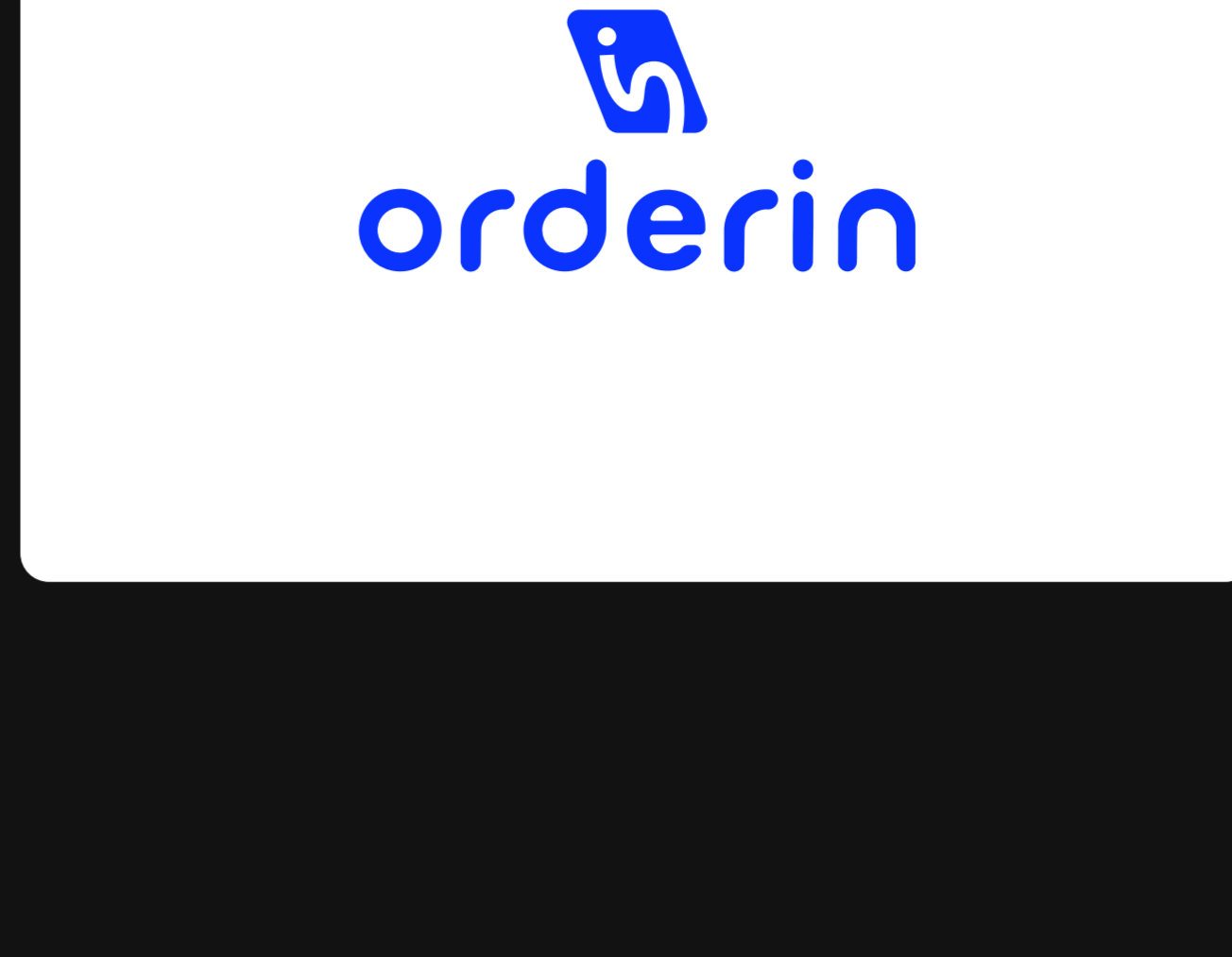
서브 컬러는 긴장을 풀어주는 베이지를 사용했습니다.
부담 없이 다가갈 수 있는 느낌, 편안하게 사용할 수 있는 분위기,
자연스럽게 익숙해지는 경험을 만들어줍니다.

White - Black



시그니처 로고

심볼과 로고타입이 결합된 시그니처 형태가 가장 기본이 되는 로고입니다. 로고는 심볼과 시그니처로 사용할 수 있으며, 일관된 커뮤니케이션을 위해 컬러나 색상, 스타일의 변형, 타 그래픽 요소와의 결합 없이 그대로 사용해야 합니다.



로고 사이즈

디자인의 구분과 로고의 시인성을 위해 최소 사이즈 규격을 정해드리며, 최소 사이즈보다 작게 사용하여도 문제는 없지만 로고의 확인이 어려우니 지켜주시는 것을 권장드립니다.



심볼 로고

심볼형태가 가장 기본이 되는 로고입니다. 로고는 심볼과 시그니처로 사용할 수 있으며, 일관된 커뮤니케이션을 위해 컬러나 색상, 스타일의 변형, 타 그래픽 요소와의 결합 없이 그대로 사용해야 합니다.



타이포 로고

타이포타입에 시그니처 형태가 가장 기본이 되는 로고입니다. 일관된 커뮤니케이션을 위해 컬러나 색상, 스타일의 변형, 타 그래픽 요소와의 결합 없이 그대로 사용해야 합니다.



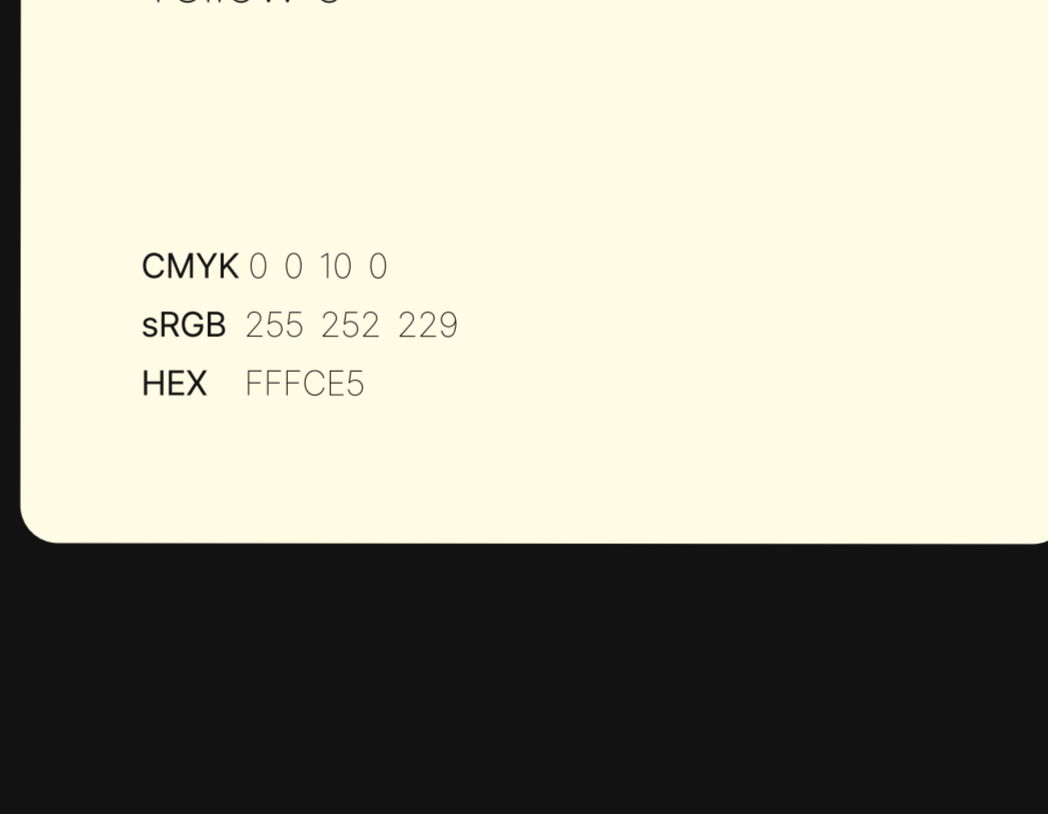
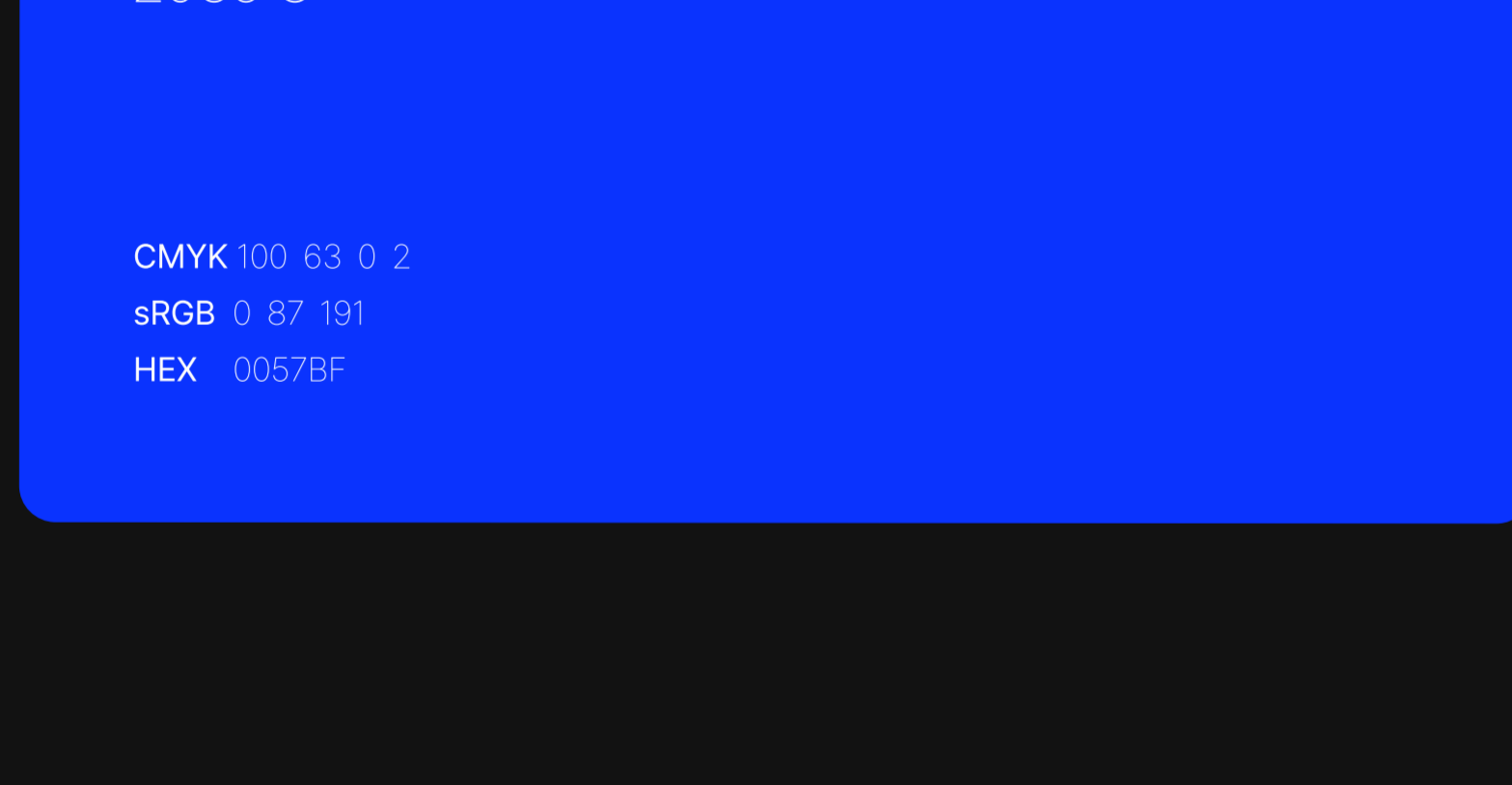
모노 로고

색상을 한정적이게 사용해야 할 경우 사용됩니다. 블랙, 화이트로 사용할 수 있으며, 일관된 커뮤니케이션을 위해 컬러나 색상, 스타일의 변형, 타 그래픽 요소와의 결합 없이 그대로 사용해야 합니다.



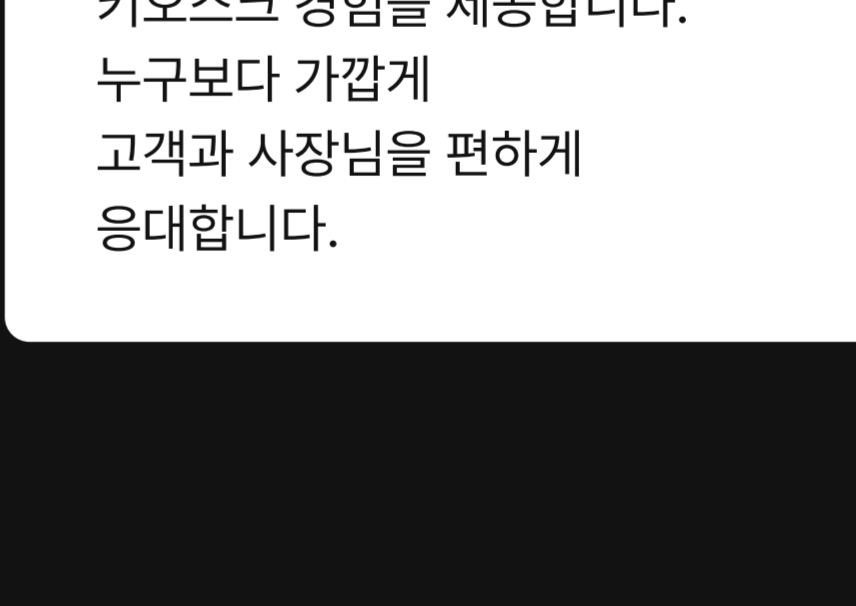
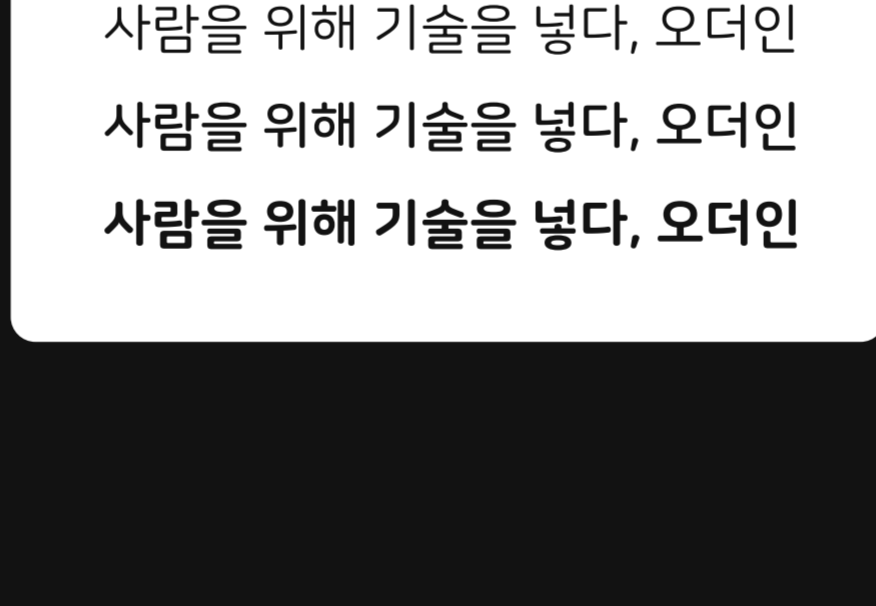
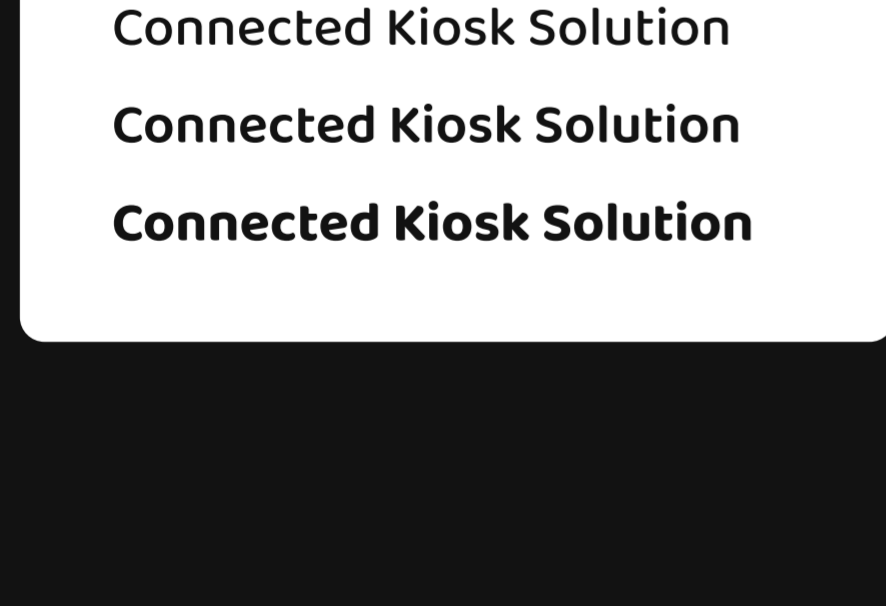
브랜드 컬러

오더인에 시그니처를 담은 컬러이며 브랜드 컬러는 절대 변형할 수 없습니다.



브랜드 폰트

오더인 로고와 함께 사용할 수 있는 폰트 계열입니다.



로고 사용 유의사항

일관한 브랜드 커뮤니케이션과 이미지 저해 방지를 위해 로고 사용 시 아래 사항들을 반드시 지양해주세요.



 orderin