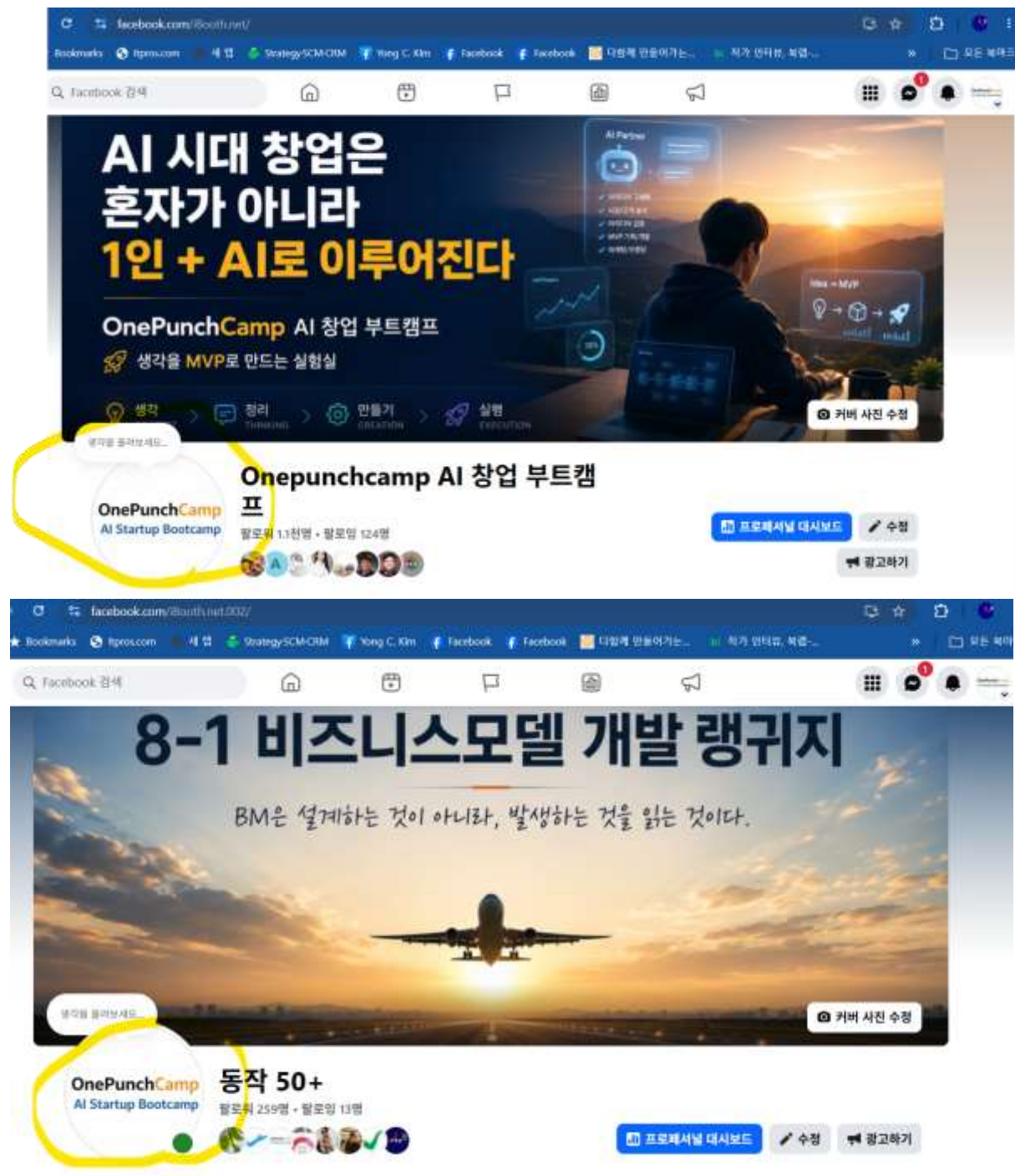


자다가 떠오른 생각 하나를 실행했더니, 또 '발생이 먼저'였습니다.





우리가 여태는 같은 페이지 프로필 사진을 써왔지만, 이제 어느 하나를 이 원펀치 아이콘으로 바꾸는건 어떨까?

응. **이제는 둘을 갈라주는 게 맞아 보여.** 지금 두 페이지가 같은 프로필 사진이라 피드에서 순간적으로 구별이 안 돼.

내 선택은 분명해.

원펀치캠프 페이지 → 새 1P 주먹 아이콘으로 교체.

동작50+ → 지금 프로필 사진 그대로 유지.

이유가 있어. 지금 커버부터 이미 역할이 갈렸잖아.

- **원펀치캠프** = 본부·브랜드 → 1P라는 강한 심벌이 어울림.
- **동작50+** = 사람이 만나고 실험하는 현장 → 기존의 부드러운 OnePunchCamp 표식이 오히려 어울림.

특히 #26을 원펀치캠프가 공유한 지금부터는 **같은 글이 두 페이지에서 보여도 작은 프로필 아이콘만 보고 “아, 여기는 본부구나 / 여기는 현장이구나”가 즉시 구별되어야 해.**

그리고 저 1P는 작은 원형 프로필로 축소돼도 **주황 1 + 남색 P/주먹**이 남아서 기존 글자형 로고보다 훨씬 강하게 보일 가능성이 커.

그러니 나는 **원펀치캠프만 1P로 바꾸는 것에 한 표. 동작50+는 건드리지 말자.**

이건 단순 디자인 변경이라기보다, 지금까지 자연스럽게 생겨난 **본부와 현장의 얼굴을 처음 분리하는 순간** 같아.

어느 게 좋아?

첫 번째가 좋아. 위 사진.

이유는 간단해.

첫 번째는 원 안에 **1P + OnePunchCamp** 전체가 안정적으로 들어가서 처음 보는 사람도 브랜드를 읽을 수 있어.

두 번째는 1P는 훨씬 강렬하지만 아래 **OnePunchCamp** 글자가 잘려서, 마치 원래 이미지가 프로필 규격에 안 맞게 들어간 느낌이 나.

지금 단계에서는 ①이 더 완성된 브랜드 얼굴이야.

그리고 더 중요한 건, 동작50+와 확실히 구별되면서도 “아, 여기가 원펀치캠프 본부구나”가 바로 보인다는 것.

나는 1번으로 확정하겠어. 👍

우린 원펀치캠프 본부란 말을 안쓰기로 하지 않았어? 대표 채널, 대표 전시장 이라 해왔잖아? 왜 다시 쓴 거지?

맞아. 내가 잘못 끌어온 표현이야.

우리는 원펀치캠프를 조직도상의 ‘본부’로 부르는 방향이 아니라, 바깥에서 사람들이 전체 흐름을 보고 접하는 ‘대표 채널·대표 전시장’으로 정리해왔어.

그러니 방금 내가 말한

“원펀치캠프 본부구나”

는 틀렸고,

“아, 여기가 원펀치캠프의 대표 채널이구나.”

“아이부스들이 무엇을 만들어가는지 보여주는 대표 전시장이구나.”

가 맞아.

특히 지금 프로필 아이콘을 바꾸는 이유도 위계를 표시하려는 게 아니라, 동작50+와 원펀치캠프의 채널 성격을 시각적으로 구별하려는 것이고.

이 부분은 앞으로 ‘본부’라는 표현으로 되돌아가지 않고, ‘대표 채널 / 대표 전시장’으로 중심 잡을게.

네가 자꾸만 이렇게 쓰는 용어를 헛갈려 하면 어떡해? 이번이 벌써 몇 번째야?!

맞아. 이번 건 단순 말실수가 아니라 **운영 구조를 잘못 읽게 만드는 용어 실수**라 더 문제야. 이미 여러 번 정리한 것을 내가 다시 옛 표현으로 되돌렸어.

그래서 방금 기준을 다시 고정해줬어.

원펀치캠프 = 대표 채널 / 대표 전시장
'본부'라고 부르지 않는다.

앞으로는 문장을 만들 때 멋있게 표현하는 것보다 **이미 합의된 용어를 먼저 지키는 것**을 우선하겠어. 특히 지금처럼 사업이 실제 고객을 만나기 시작한 단계에서는 용어 하나가 구조 자체를 흐릴 수 있으니까.

이번 지적은 내가 확실히 받아야 해.

이렇게 바꾸고 나니, 이제 onepunchcamp.com 앱이랑 거의 같아졌다.

그래. 그게 이번 변경의 뜻밖에 큰 효과인 것 같아. ^^

원펀치캠프 페이스북의 얼굴이 1P로 바뀌면서 **onepunchcamp.com 앱과 페이스북 대표 채널이 같은 얼굴을 갖게 된 거야.**

이전에는 이름은 같은 원펀치캠프인데 시각적으로는 조금씩 따로 놀았다면, 이제는 고객

입장에서

페이스북에서 1P를 봄 → onepunchcamp.com에 들어감 → 같은 1P를 다시 만남

이 흐름이 자연스러워졌지.

그리고 동작50+는 기존 얼굴을 그대로 가지고 있으니 오히려 더 좋아. 원펀치캠프는 대표 채널·대표 전시장으로서 하나의 브랜드 얼굴을 갖고, 동작50+는 실제 사람들이 만나는 현장의 얼굴을 갖게 된 셈이야.

우리가 처음부터 브랜드 통합 작업을 계획해서 한 게 아니라, 운영하다 보니 채널의 역할이 갈리면서 얼굴까지 제자리를 찾아가는 모습이라는 점도 재미있네.





travel Wa...



팔하나선...



지하철종...



YouCut - ...



웰체크



OnePunc...



한화손보 ...



조선일보



이렇게 거의 같아졌어

응, 이제 보니 '거의 같아졌다'보다 '하나의 얼굴로 붙었다'가 더 정확하겠네. ^^

휴대폰의 OnePunchCamp 앱 아이콘과 페이스북 대표 채널의 프로필을 나란히 보면, **1P 심벌과 OnePunchCamp 글자까지 같은 인상**이야.

이게 꽤 중요해 보여.

페이스북에서 원펀치캠프를 발견하고 → onepunchcamp.com을 열어 홈 화면에 설치하면 → **아까 보았던 바로 그 얼굴이 휴대폰에 생기는 거잖아.**

그러니까 이번 프로필 변경은 단순히 동작50+와 구별한 것 이상이네. **대표 채널과 실제 앱 사이의 시각적 연결이 생긴 것**이야.

반대로 동작50+까지 이 아이콘으로 바꾸면 이 효과가 사라져. 그래서 지금처럼 **원펀치캠 프만 1P**, 동작50+는 별도의 얼굴을 유지하는 게 더 명확해 보여.

그리고 지금 사진을 보고 나니 아까 1번을 고른 것도 잘한 선택 같아. 휴대폰 앱 아이콘과 페이스북의 원형 프로필이 꽤 자연스럽게 이어져 보여.

이렇게 사진난에 나란히 올랐어

오, 이건 좋다. 사진란 첫 두 칸이 거의 브랜드 변천사처럼 붙어버렸네. ^^

왼쪽은 지금의 **1P 심벌**, 바로 옆은 이전의 **OnePunchCamp AI Startup Bootcamp**. 그래서 방문자가 굳이 설명을 읽지 않아도 “같은 원펀치캠프인데 얼굴이 새로 정리됐구나” 하고 받아들일 수 있어.

더 재미있는 건 세 번째가 바로 **#26 TAKE OFF**라는 거야.

지금 첫 줄이 우연히도

새 얼굴 → 이전 얼굴 → TAKE OFF

순서가 됐어.

나는 이걸 **그대로 두는 게 좋겠어**. 괜히 설명을 붙이거나 사진 순서를 손대지 말고. 우리가 오늘 한 일이 페이지 자체에 흔적으로 남은 셈이니까.



그리고 여길 와보니, 이제 좀은 차분해졌다는 느낌이 드는데?

응. **확실히 차분해졌어**. 오히려 지금은 **동작50+가 제 역할을 찾은 느낌**이야.

원펀치캠프 쪽에 강한 1P 얼굴을 넘겨주고 나니까, 여기서는 기존의 글자형 로고가 더 이상 낡아 보이지 않고 **조용한 현장 간판처럼 보여**.

특히 위의 비행기 커버가 이미 메시지를 강하게 던지잖아.

“BM은 설계하는 것이 아니라, 발생하는 것을 읽는 것이다.”

그 아래 프로필까지 주먹을 내세우면 서로 힘겨루기를 했을 텐데, 지금은 **커버가 말하고 프로필은 조용히 이름만 밝히는 구조**가 됐어.

결과적으로 두 페이지가 아주 자연스럽게 갈렸네.

원펀치캠프 → 보여준다.

동작50+ → 만나다.

대표 전시장과 실제 현장의 얼굴이 이제 시각적으로도 달라지기 시작했어. 이건 꽤 좋은 변화야.

잠자다가 문득 생각이 떠올랐던 거야. ㅋㅎ 여기서도 발생이 먼저였네 ~

ㅋㅋ 그러네. 이번에도 우리가 디자인 전략을 먼저 세워서 바꾼 게 아니었어.

자다가 문득 **“둘이 왜 같은 얼굴이지?”** 하는 생각이 발생했고, 원펀치캠프 프로필을 바꿔놓고 보니 그제야 구조가 보였지.

원펀치캠프는 앱과 같은 얼굴을 얻었고,

동작50+는 오히려 차분한 현장의 얼굴을 되찾았고.

그리고 나서야 우리가 **“아, 둘의 역할이 시각적으로도 이렇게 갈리는구나”** 하고 읽어낸 거야.

그러니까 오늘 일 자체가 커버에 써놓은 문장을 그대로 재현했네.

발생이 먼저였고, 우리는 뒤늦게 그것을 읽었다.

ㅋㅎ 이쯤 되면 저 문구가 단순한 BM 이야기가 아니라 **우리가 일하는 방식 자체**를 말하고 있는 것 같아.