

## ‘SCH-r420’, 일반부문 산업자원부장관상 수상 전자제품 패키지디자인 중요성 부각 위해 노력할 터



이 원 호

삼성전자 전략마케팅 무선디자인팀 책임디자이너

제12회 대한민국 패키지디자인대전 시상식에서 일반부문 산업자원부장관상에 삼성전자(무선디자인)의 이원호 책임디자이너가 ‘SCH-r420’을 출품, 수상의 영예를 안았다.

“한국패키지디자인협회에 감사드리며 저보다 더 오랫동안 패키지디자인을 위해 노력하신 많은 선배님들이 계신데 제가 이상을 받게되어 영광스럽게 생각합니다.”

삼성전자 전략마케팅 무선디자인팀에서 휴대폰의 그래픽 파트를 맡고 있는 이원호 책임디자이너는 제품그래픽과 연계한 패키지디자인을 비롯해 B.I(Brand Identity),

제품에 사용하는 Font 디자인 및 결정, Shop에서의 판매효과를 극대화하기 위한 제품스티커 및 POP, 캐릭터 등의 업무를 맡고 있다.

현재 삼성전자의 휴대폰은 국내 및 해외 경쟁사 제품보다 고가인 것이 사실. 이원호 책임디자이너는 금번 ‘SCH-r420’를 디자인하면서 고가에 대한 느낌을 패키지디자인에 반영하기 위해 고민을 하게 됐다.

“고가의 느낌을 살리기 위해 싸바리 TYPE, 보석함, 명품 제품들의 CASE 등을 조사·분석하고 시도해보았지만 항상 양산성이라는 부분에서 부딪치곤 했습니다.

양산성을 해결하면서 고급스런 부분을 어떻게 해결할까 많은 고민을 해야 했습니다.”

이원호 책임디자이너는 지기구조는 그대로 유지하면서 패키지디자인을 효율적으로 나타낼 수 있는 부분이 소재와 인쇄 방법의 변화에 있음을 깨닫게 된다.

그는 'SCH-r420' 패키지디자인에 소비자에게 구매 후의 만족감과 느낌을 줄 수 있는 방법을 시도, 소재를 고급화하고 인쇄방법을 변화시켜 제품의 고급화 느낌을 그대로 패키지에 표현하면서 타 경쟁사 제품 패키지와 차별화 요소를 부각, 심사위원들의 호평을 받았다.

15여년동안 삼성전자에 근무하면서 삼성휴대폰이 발매됐던 초기에 판매된 SCH-100이라는 모델의 튼튼함을 보여주기 위해 많은 시도와 노력 끝에 성공적으로 패키지디자인했던 때가 가장 기억에 남는다는 이원호 책임디자이너. 그는 패키지디자인은 마케팅의 한 요소일 뿐만 아니라 구매를 하는데 있어 중요한 커뮤니케이션 역할을 하는 것이라고 생각한다.

“제품의 맛과 멋을 패키지디자인에서 VISUAL, 소재, 지기구조 등을 효율적으로 표현했을 때 구매효과로 작용할 것입니다. 패키지디자인은 매장에서 소비자에게 최종구매요소를 제공하는 중요한 마케팅의 한 요소입니다. 짧은 시간에 구매요소를 자극할 수 있어야 하고, 구입한 이후에도 구매자에게 만족감을 줄 수 있어야 하기 때문에 외관으로 보이는 부분은 물론 보이지 않는 부분 까지도 세심한 배려가 있어야 한다고 봅니다.”

이원호 책임디자이너는 점점 소비자의 욕구 및 구매패턴이 다양화되고 다변화되는 현재, 패키지디자인에 대한 연구는 기업과 소비자 양쪽 모두에게 매우 중요한 부분이라고 강조한다.

“현재는 Off Line에서의 판매가 주류를 이루고 있지만, 향후 대부분 사이버 공간상에서 이뤄지게 될 직접 마케팅의 특성상 실물거래시의 품질보증개념보다는 제품을 받아본 후 신뢰감을 주는 것이 중요하며 이 측면에서의 패키지디자인 전략이 필요할 것이라 생각합니다.”

패키지디자인 업무를 하면서 전자제품 포장인 제품에 비해 중요하지 않게 인식될 때와 신입사원들의 패키지디자인지원자가 줄어들었을 때, 적잖은 실망을 하게 된다는 이원호 책임디자이너. 그는 패키지디자인의 경쟁력을 높이기 위해 패키지디자인공모전 및 테마가 있는 전시회 개최를 통해 실력있는 패키지디자인 인력이 발굴되고 차별화 된 패키지디자인의 장을 마련했으면 좋겠다고 토로했다. 덧붙여 그는 기업체에서 패키지디자인 종사자들과 패키지디자인을 전공하는 학생들에게도 많은 관심과 격려를 보내줄 것을 당부했다.

지속적으로 제품디자이너 및 마케팅과의 긴밀한 커뮤니케이션을 통해 창의적이고 독창적인 디자인을 시도해 나갈 것이라는 이원호 책임디자이너. 그의 노력이 전자제품분야의 판매요소에 패키지디자인의 중요성을 부각시키는데 일조할 것을 기대해 본다. ☐

박초혜 기자