

# QR코드 마케팅과 '디자인QR코드'

TED 브랜드랩 시각디자인전공 G2009514 이지은

## 목차

### I 서론

#### 1. 연구목적 및 범위

### II 환경과 현황 분석

#### 1. QR코드의 개념

#### 2. QR코드 사용 환경 및 적용 현황

### III QR코드의 '디자인QR코드' 작업

#### 1. 기본 개발 방향

#### 2. QR코드 형성 과정 및 디자인 작업

#### 3. '디자인QR코드' 개발 사례

### IV 결론

#### I 서론

##### 1. 연구목적 및 범위

로고디자인은 오랜 기간 기업 및 단체를 나타내는 상징으로써 기능해 왔다. 그러나 시간이 흐를수록 기업은 현대 매체의 다양한 발전으로 인해 단 한 가지의 표식으로 고객과 소통하는 것은 미약하다는 것을 깨닫고, 그래픽 패턴을 비롯해 로고디자인과 연계 가능한 인쇄매체 및 광고 등을 전개해 왔다. 특히, 인터넷 시대에 들어서자 웹의 쌍방향적 특성을 활용한 소통을 쉽게 찾아 볼 수 있는데 최근 스마트폰의 급격한 전파로 급부상한 QR코드 마케팅 또한 이 중 한가지다. 현재 기업 마케팅에 활용 되는 수많은 미디어 가운데 본 논문에서는 QR코드의 활용 및 QR코드 디자인에 초점을 맞추고자 한다.

#### II 환경과 현황 분석

##### 1. QR코드의 개념

QR코드(Quick Response code)란 흑백 격자무늬 패턴으로 정보를 나타내는 매트릭스 형식의 이차원 바코드이다. 주로 일본에서 많이 사용되었고 최근에는 한국에서도 일반적으로 쓰인다. 명칭은 덴소 웨이브의 등록상표 Quick Response에서 유래했다. QR코드는 종래에 일반적인 바코드의 용량 제한을 극복하고 그 형식과 내용을 확장한 2차원의 바코드로 종횡의 정보를 가져 숫자 외에 문자의 데이터를 저장할 수 있다. 숫자 최대 7089자, 문자 최대 4296자, 이진8비트 2953바이트, 한자 등 아시아 문자 최대 1817자를 담을 수 있는 용량이다. 보통 디지털 카메라나 전용 스캐너로 읽어 활용하며, 현재 일본에서 판매되고 있는 카메라폰의 대부분이 이를 지원하고 있다.

최근에는 한국의 스마트폰에도 이와 같은 기능이 내장되어 있다.



◀QR코드 기본형

## 2. QR코드 사용 환경 및 적용 현황

QR코드가 현재 한국에서 주로 활용 되는 분야는 인쇄 광고이다. 예를 들어 패션잡지의 의류 브랜드 광고이미지 상단이나 하단에 자리한 QR코드를 스마트폰으로 촬영하면 그대로 해당 의류브랜드의 홈페이지에 접속해서, 새로운 시즌의 신상품 카탈로그를 만나 볼 수 있다. 혹은 영화 포스터에 자리한 QR코드를 스캔해 영화 예고편을 볼 수 있는 사이트로 이동하기도 한다. 일본에서는 빌보드에 부착한 콘서트 광고에 QR코드를 삽입해 홍보 하는 것을 쉽게 찾아 볼 수 있다. 이와 같이 QR코드는 고객이 특정한 브랜드나 상품에 대해 관심이 생겨 더 자세한 정보를 원할 경우 그 자리에서 더 많은 정보를 제공해 구입 등의 적극적인 행위로 유발 시키는 효과적인 방법이라 할 수 있다.

## III QR코드의 '디자인QR코드' 작업

### 1. 기본 개발 방향

QR코드를 활용한 마케팅에서 특히 필자가 주목하는 것은 바코드 자체가 기업과 소비자를 연계하는 창구로서 바로 작동한다는 점이다. QR코드 자체가 기업을 더 자세히 보여주는 문이 될 수 있는 것이다. 그렇다면 바코드 스캔 이전의 형태 또한 기업의 기존 심벌 로고를 반영한다면 더 효과적일 것이다. 기본 로고의 색상을 활용하거나 심벌의 형태를 연상시키는 조형을 활용하는 등의 방법을 생각해 볼 수 있다. QR코드는 접속에 반드시 필요한 부분 이외에는 농담의 판별이 가능한 내에서 색조의 조절 등의 디자인을 할 수 있기 때문에 QR코드를 로고디자인과 연계해 제2의 로고디자인 혹은 로고디자인 자체로 만들 수 있는 가능성이 있다.

### 2. QR코드 형성 과정 및 디자인 작업

QR코드는 인터넷 주소를 입력하기만 해도 바로 QR코드를 형성해 주는 웹페이지([qrcode.kaywa.com](http://qrcode.kaywa.com))를 쉽게 찾아 볼 수 있다. 이처럼 바코드를 만든다고 해도 디자인이 필요 할 경우에는 QR코드의 접속에 방해가 되지 않는 한에서 위에 언급한 것과 같이 기업의 특색 등을 활용한 '디자인QR코드' 를 만들 수 있다. 국내에서는 FUNNYSALAD([www.looloolala.com](http://www.looloolala.com)) 라는 회사가 일명 'QR코드 디자인 전문 회사' 로 왕성한 작업을 하고 있다. 형성된 QR코드 자체를 훼손 하지 않고 그대로 활용 한다면 일반 디자이너도 작업이 가능 하지만, 바코드 속에 형태를 넣는 등의 디자인을 하게 될 경우에는 스캔에 반드시 필요한 공간을 포함해 바코드를 재배열을 해야 하기 때문에 전문 엔지니어와의 협업이 필수적이라고 한다.

### 3. '디자인QR코드' 개발 사례

다음 예시는 QR코드에 기업의 특색을 더해 '디자인QR코드' 로 개발 한 것이다.





서울디자인 한마당  
SEOUL DESIGN FAIR 2010



스마트폰으로 만나는  
서울디자인한마당2010 QR코드   
Daum 스마트폰 어플리케이션을 다운받아 지금 바로 찍어보세요



#### IV 결론

향후 QR코드는 현재 주로 활용되는 것과 같이 홍보 뿐만이 아닌 기업의 특성을 살린 효율적인 로고디자인으로 발전시켜 나갈 수 있을 것이다.