

Blend

Blueage Group Brand Stories Magazine

Blend No.2

블루에이지 브랜드북



<Blend>는
블루에이지가 발행하는
브랜드북입니다.

블루에이지의 기본정보와
패밀리기업에 대한 소개,
블루에이지의 사업 분야와 기업역량을
그간 여러 매체에 연재됐던
블루에이지 김현청 회장의 글과 함께
각 장에 구성했습니다.

1장은 블루에이지가 생각하는 ‘성공’에 대해
2장은 관점과 시선에 따라 달라지는 ‘생각의 힘’을
3장은 블루에이지가 추구하는 ‘가치’
4장은 삶의 ‘변화’를 이끄는 방법을 제안하고 있습니다.



Blend

자유롭게 피어나기
이것이 우리가 내린 성공의 정의다.

www.blueage.xyz



Blend

“

블루!

이 단어는
환상적이며 매력적이고,
안정을 가져다주며,
우리로 하여금 꿈을 꾸게 한다.

-미셸 파스투로, '파랑의 역사'

time ade

Blend

2판 1쇄 2021년 11월 11일

발 행 인 : 김현청

발 행 처 : 블루에이지

편 집 기 획 : 차주헌, 김보경, 김대현, 강현중

편집디자인 : 김민주

등 록 번 호 : 제2015-00078호

이 메 일 : info@blueage.xyz

메 타 버 스 : www.blueage.xyz/office

홈 페 이 지 : www.blueage.xyz

이 책은 저작권법에 따라 보호받는 저작물이므로 무단 전재와 무단 복제를 금하며, 이 책 내용의 전부 또는 일부를 이용하시려면 반드시 저작권자의 서면 동의를 받아야 합니다. 이 책에 표시된 모든 상표, 로고 및 서비스 마크는 대한민국 및 기타 국가에 등록 된 블루에이지 또는 그 계열사의 자산입니다.

목차



- 06 Intro: Blend를 떠나며
 - 08 블루에이지의 어제와 오늘, 그리고 내일
 - 12 패밀리 & 브랜드
 - 13 클라이언트
 - 14 해외 네트워크
 - 16 회장 인사말
 - 18 함께하는 사람들
 - 20 추천 글: 이종석, 김영애, 김선, 신정균
-



- 24 블루에이지가 말하는 '성공': 일은 놀이다
 - 25 Brand story 1st:
신분이동, 생각이동 / 글_김현청
 - 26 사업분야: 비즈니스 키워드
-



- 28 블루에이지 다운 '다름': 주는 자가 얻는다
 - 29 Brand story 2nd:
다른 시선의 힘 / 글_김현청
 - 32 블루에이지 핵심 키워드: 블랜딩! (Blending)
-



- 34 블루에이지가 추구하는 '가치': 공유가치 창출
 - 35 Brand story 3rd:
침의 재탄생 / 글_김현청
 - 38 블루에이지가 일과 일상을 대하는 방식, 5가지 {i}
-



- 40 블루에이지가 바라는 '변화': 변화를 일으키는 리더십
 - 41 Brand story 4th:
결심말고 실행 / 글_김현청
 - 44 포트폴리오
-



- 48 팀 인터뷰를 통해 듣는 블루에이지의 모습들
 - 56 블루에이지의 행동양식 - 스마트(SMART)
 - 58 블루에이지는... 합니다.
 - 60 업무역량: One Stop Service, OSMU, Total Solution Provider
 - 66 무엇을 도와드릴까요?
 - 68 Outro: 블루에이지와 함께 하기
-



Blend 2호에는

블루에이지가 상상을 현실로 만들며 추구하던
철학과 가치 그리고 그간 이루어온 사업역량을 담았습니다.
각 장에는 '성공, 다름, 가치' 그리고 '변화'에 대한
김현청 회장의 글과 함께
블루에이지의 사업영역이 소개됩니다.

이 책의 제호인 'Blend'는 '섞다, 엮다, 혼합, 융합, 조화' 등
블루에이지의 핵심가치인
통섭(consilience)과 융복합(convergence)을 집약한 키워드입니다.
'Blend'는 블루에이지가 가진 사업역량을 소개하고
고객과의 소통을 위해 제작되었습니다.



—
비전

상상하는 대로 이루어지는 ‘컨버전스’의 세상

—
가치

나는 가슴이 이끄는 대로 살고, 새로운 것에 도전하며, 상상한 것을 실현한다.
내 꿈과 열정에 솔직 한 것, 그것이 내 삶이고 경영이다.

내가 상상하면 현실이 된다.

—
핵심키워드

컨버전스(Convergence)

통합·융합·복합을 뜻하는 단어로 이종 제품간, 비즈니스 모델간, 산업간 결합의 의미로 사용되고 있습니다. 블루에이지는 온라인과 오프라인, 가상과 현실, 기술과 문화, 공간과 디자인을 융합해 그 효과를 극대화 시키고 상승효과를 이끌어 내는 비즈니스 구조를 구축하고 있습니다. 휴대전화에 카메라 기능을 담고 음악을 듣거나 동영상을 보는 것, 나아가 GPS와 AR/VR 그리고 홀로그램 그 외 다양한 기능을 모으고 확장해 활용할 수 있는 것은 디지털 컨버전스가 이뤄졌기에 가능한 일입니다.

우리의 상상은 현실이 됩니다.

2011. 11. 11



콘텐츠와 플랫폼의 균형적인 발전 도모

블루에이지는 2011년 11월 11일 엔터포스트를 설립하고 콘텐츠 퍼블리싱과 이를 정확하고 신속히 구현할 수 있는 디자인, 웹 프로그래밍, 스튜디오를 활용한 플랫폼 기반 콘텐츠 기획 회사로 출발했습니다.



업계 최고 수준의 전문성 및 개발력 확보

블루에이지는 스토리텔링 디자인, 웹 프로그래밍, 디지털 콘텐츠 개발에 집중 투자하고, 이를 바탕으로 6차산업 컨설팅, 브랜드 빌딩, 마케팅, MICE 등의 분야에서 업계 최고 수준의 전문성 및 개발력을 인정받게 되었습니다.



브랜드 성장잠재력 및 친밀한 네트워크 구축

블루에이지는 현장의 경험과 고도화되고 안정된 기술자원을 기반으로 새로운 사업을 지속적으로 론칭하며, 이를 확장하고 강화하기 위해 국내외의 기업, 교육, 금융, 문화예술, 언론, 스포츠, 인플루언서 등의 각 분야 인사들과 파트너로 협력하고 있습니다.



글로벌 유통채널 확보

블루에이지는 중국, 일본, 인도, 인도네시아, 베트남, 태국, 러시아, 브라질, 파키스탄, 방글라데시, 필리핀, 몽골, 호주, 미국, 캄보디아 등에 유통채널을 확보하고 IT기술과 한류문화콘텐츠를 기반으로 뷰티, 주얼리, 식품 등의 유통은 물론 교육과 사회공헌 활동을 연계해 성장하고 있습니다.



고수익 고성장 사업궤도 진입

블루에이지는 K-브랜드 전략을 세우고 해외 시장으로의 확장을 꾀하고, 자체브랜드 개발을 진행, 자사몰인 머핀, Mostx, 왕가의사람들과 국내외 오픈마켓에 선보이고 있으며, 누적된 기술과 인적자원을 기반으로 문화와 예술이 결합된 '융복합 유통테크' 전문 기업으로의 비전을 설정했습니다.



따뜻한 경영, 착한 기업, 위대한 변화

블루에이지의 궁극적인 기업 목표는 세상을 향하고, 사람을 위한 선한 영향력을 증진하고, 위대한 변화를 이끌어 내며, 블루에이지의 기업활동을 통해 공유가치를 창출하는 것입니다.



오늘의 자부심과 희망찬 미래를 봅니다

2011~

- 도서출판 엔터포스트 설립
- ‘흥 JYJ’ 출간
- (주)스튜디오블룸 창립
- 대한민국건축문화제
- 서울건축문화제
- ‘건축가’지 편집
- SBS/경기도/킨텍스
대한민국 뷰티박람회 홍보대행
- 예산군 6차산업 스토리텔링
- 예산군 브랜드북 ‘예감좋은 날’ 발행
- 이탈리아 국민참지 ‘리오마레’
브랜드 디자인 & 마케팅

2015~

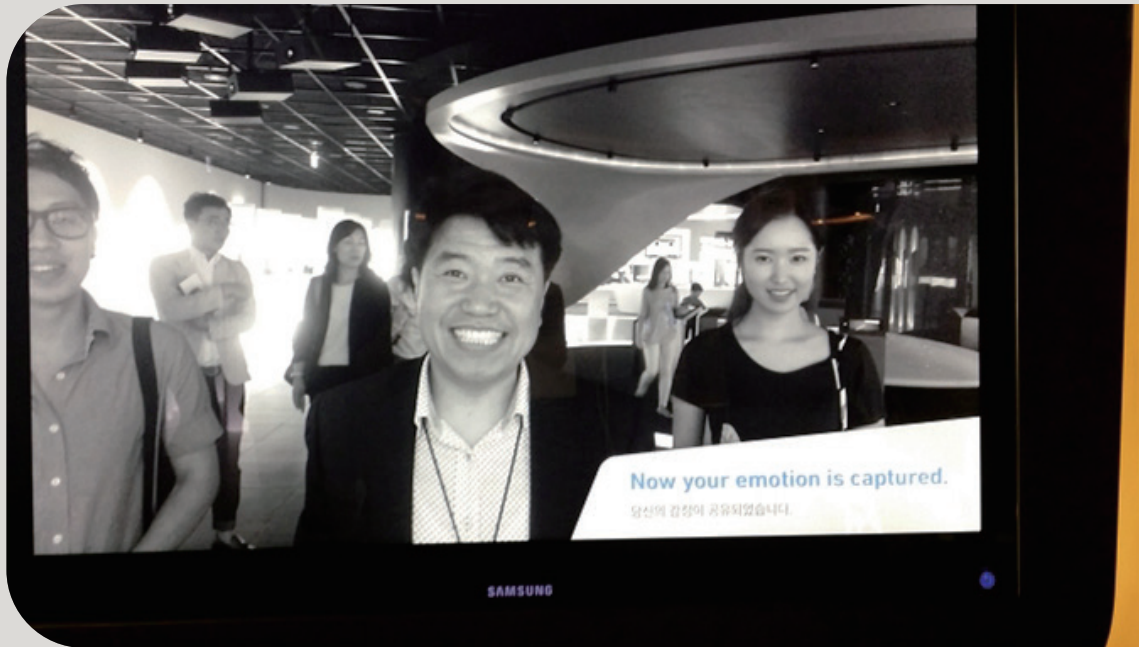
- 한국형 슈퍼히어로 프로젝트
‘더 퍼블릭’ 착수
- 삼성 이노베이션 뮤지엄 SIM
스토리텔링 디자인, 교육자료 개발
- KT 사회공헌프로젝트
‘드림(Dream)드림’ 웹개발
- 블루에이지 프로젝트 착수
- 제주여행잡지 ‘더봄’ 창간
- 한류리뷰어 ‘버닝’ 창간
- 여자를 위한 공감콘서트 ‘화’ 시작
- 캄보디아 ‘시아준수마을’ 방송촬영

2017~

- 취준생 무료 프로필촬영 프로젝트
‘굿월 스튜디오’ 시작
- 몽골 울란바토르 어린이 놀이터 및
스포츠 시설 지원 사업
- 연남동 홍대 디자인센터 설립
- ‘K-art뉴스’ 발행
- ‘Art hive’ 개발 및 서비스 개시
- 브랜드 매거진 ‘hi5ive’ 발행

한국형 슈퍼히어로 프로젝트 <더 퍼블릭>의 두번째 히어로 ‘테크노 메이지’





삼성 이노베이션 뮤지엄 <SIM> 스토리텔링 디자인과 교육자료개발을 위한 현장 방문

2019~

- 인공지능 미디어 콘텐츠 연구소 '모아시스템' 설립
- 인공지능 연구소 'Atol Lab' 설립
- 자율주행 자동차 구현을 통한 인공지능 교육 프로그램 개발
- 스마트 관제 솔루션 제작 '브루존메이커스' 론칭
- 스마트 관제 시스템 및 방역 솔루션 탑재 키오스크 개발
- 킨텍스 '대한민국 국방위산업전' 방역 솔루션 적용 및 진행

2021~

- '왕가의사람들' 브랜드 론칭
- 태국 'CP그룹' ERP 및 오픈마켓 구축 태국 현지 컨설팅
- 'Most x' 샵 론칭
- K브랜드 물류 '머핀' 창립
- K브랜드 유통그룹으로의 역량 집중
- 물류기반 융복합센터 사업 개시
- (사)한국도서관산업협회 웹개발
- 인도, 인도네시아, 캄보디아, 필리핀, 중국, 호주 외 해외 지사설립

2023~

- 캄보디아, 몽골, 베트남 지사설립
- 한국도서관산업뉴스 발행
- 이승만 '우남소사이어티' 웹개발
- 베트남 '다이남손그룹' MOU
- 삼육대학교 산학협력
- 세계직업능력교류협회 MOU

20개 이상의 멋진 플랫폼과 서비스가 고객의 성장과 함께하고 있습니다.



블루에이지
경영컨설팅
브랜드빌딩



MUST FINTECH
머스트핀테크
P2P솔루션 개발
소프트웨어 개발
핀테크시스템



블루존 메이커스
스마트 관제시스템
키오스크
스마트 방역기기



(주)위블름
시각디자인
제품디자인
홈페이지제작
콘텐츠제작



모아이시스템 (주)
인공지능 로봇개발
인공지능가상인플루언서



노스트라 에이아이
인공지능콘텐츠개발



인플로우
리더십 교육 / 자기개발



머핀
브랜드개발
국내외 이커머스판매
판매/물류대행



아트하이브
내손 안에 갤러리
미술전문 플랫폼



더버닝
한류 전문 리뷰어



Hi5ive
브랜드 매거진



머핀샵
브랜드 셀렉터



the bom
제주 여행 감성 매거진



모스트바이
특별함을 더하고 +
즐거움을 나누는 ÷
콜라보레이션 ×



K-art news
대한민국 미술뉴스



더퍼블릭
수퍼히어로 프로젝트



왕가의 사람들
전통브랜드개발, 굿즈상품개발
장인/명인 브랜드



엔터포스트
도서출판, 출판미디어



(주)웨이브 모먼트
영상 라이브방송
바이럴마케팅 검색



에이투아이
AI교육솔루션



블루벨
유통 / 제품론칭 / 판매대행



O.A.K. Point
실버뷰얼리 & 가죽 악세서리



다연공방
수제 가죽 제품



블루웰
건강식품 유통



늘품
온라인쇼핑



룩바이오 엠킨
피부과학연구, 화장품 개발

함께한 고객들

* 무순입니다.



6개국의 해외 지사와 약 30개국의 글로벌 파트너가 블루에이지와 함께 하고 있습니다.



블루에이지는 오랜 기간 신뢰로 이어진 30개국 이상의 파트너와 해외 지사를 기반으로 글로벌 경쟁력을 키우고 있습니다.

블루에이지는 방대한 해외 네트워크와 전문 분야별 팀을 보유하고 있어, 끊임없는 가능성이 펼쳐진 글로벌 시장에서 업무를 원활하게 처리하고 다양한 서비스를 제공할 수 있는 능력을 가지고 있는 것에 자부심을 느낍니다.



미국
캐나다

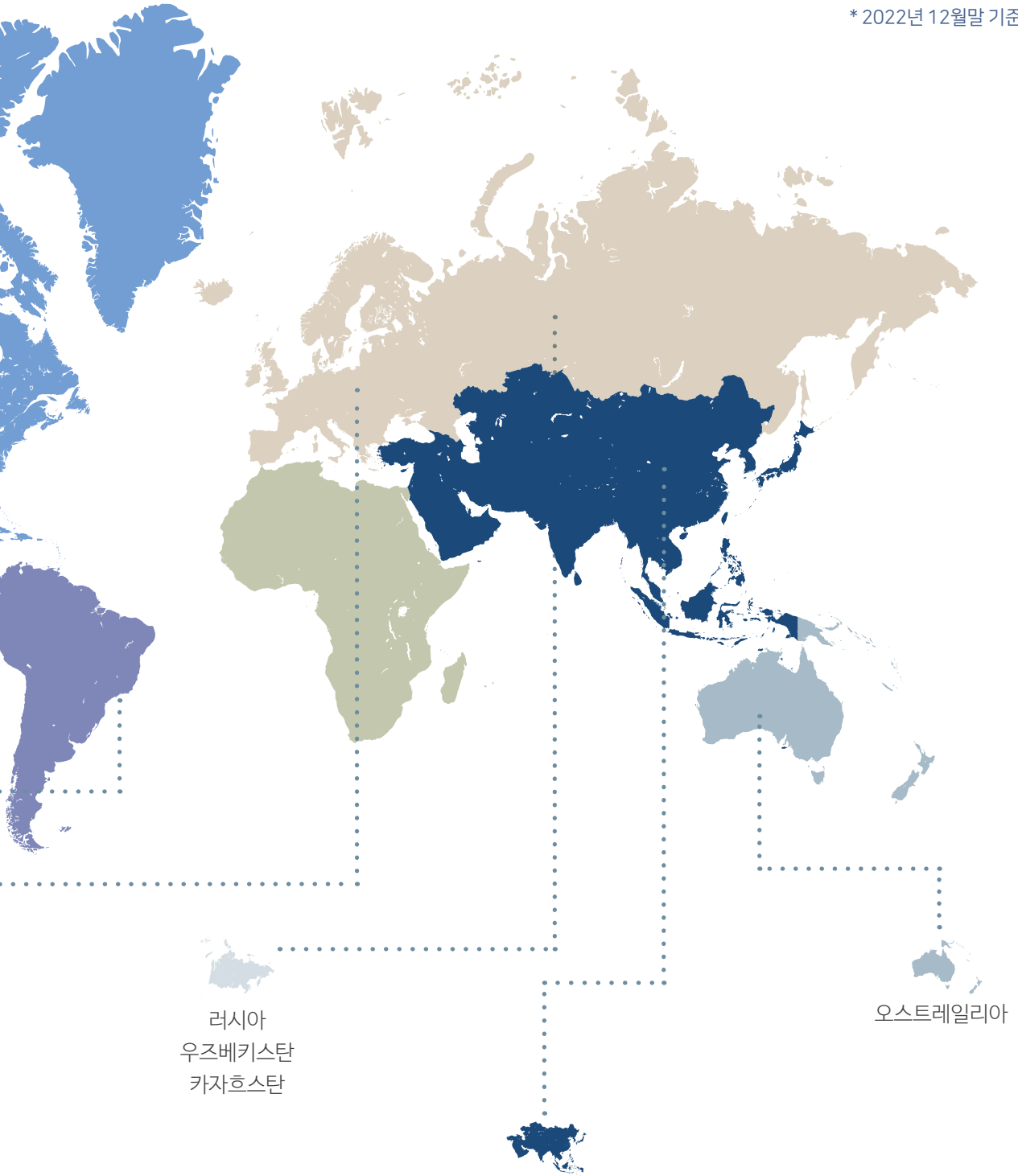


브라질



영국
독일
이탈리아

* 2022년 12월말 기준





—
김 현 청

콘텐츠기획자, 브랜드 개발자, 국제구호개발 활동가, 오지여행가, 언론인

—
블루에이지 회장

(사)한국도서관산업협회 회장, 서울리더스클럽 회장
중국경제 편집인, 한국스포츠뉴스 KSPN 편집인
hi5ive 발행인, THE BURNING CELEBRITY 발행인


—
前

ESL어학원 대표, 주간 신호등 편집장, (주)스튜디오블룸 대표이사, (주)모음플래닛 대표이사
생활체육회 (사)SAKA 부회장, 제25차 세계생활체육연맹(TAFISA) 서울 총회 조직위원
(사)사색의향기 서울시협의회장, 대한민국 위멘위원회 상임이사
국제구호개발기구 (사)GATE 설립자

숨가쁘게 변하는 21세기! 소셜네트워크, 유통 플랫폼, 비즈니스의 패러다임, 미디어의 형태가 완전히 달라졌습니다. 그 경계가 흐려지다 못해 모호해지고, 파괴되었습니다. 각기 다른 영역으로 간주되던 것들이 유기적으로 결합되고 있습니다. 서로 다른 프로세스와 언어들이 하루가 다르게 변하는 테크놀로지와 연결되고 있습니다. 온·오프라인의 경계는 사라지고 가상과 현실은 하나가 되고있습니다. 플랫폼을 넘나들며 콘텐츠가 융합합니다. 최근 전통적인 매체로부터 더욱더 다양해지고 강력해지는 첨단 과학기술에 이르기까지 서로 다른 플랫폼들이 결합하여 제3의 플랫폼으로 진화하고 있습니다.

이제 콘텐츠와 플랫폼, 마케팅과 테크놀로지, 온라인과 오프라인의 세계가 융합되지 못하는 비즈니스는 성공할 수 없습니다. 이 때문에 최고경영자로서의 덕목과 능력으로 평가받던 경험에 기반한 전문성은 새로운 패러다임에 적응하는데 오히려 심각한 장애가 되고 말았습니다. 서로 다른 영역이라고 생각했던 요소들의 경계가 빠르게 무너지며 새로운 성장과 혁신의 형태로 나타나고 있기 때문입니다. 융합(convergence)의 개념을 이해하지 못하는 혹자는 이러한 멀티 플랫폼과 다변화된 비즈니스 구조를 전문성의 부족으로 이어질 수 있다고 선부른 판단을 합니다. 이제 일하는 방식도 달라져야 하며 비즈니스 구조도 변해야 합니다. 소비의 행태도 산업의 구조도 진화하고 있으며 기업은 그에 맞는 더욱 치밀한 전략이 필요한 시대되었습니다.

블루에이지는 콘텐츠와 서비스를 자유롭게 구현하고 확장하기위해 디자인, 웹, 영상 그리고 시에 이르기까지 우리의 기술과 인프라를 고도화 안정화 시켜왔습니다. 블루에이지는 다양한 플랫폼을 비즈니스 구조로 연결하고, 마법과 같은 스토리텔링과 콘텐츠를 기반으로 상상하는 것이 현실이 되는 컨버전스의 세상을 만들어 가는데 거침이 없습니다. 블루에이지가 브랜드 개발, 마케팅, 유통에 이르기까지 국내 온 오프라인은 물론 해외 시장까지 든든한 동반자가 되어 함께하겠습니다.

만약 여러분이 다양한 플랫폼을 비즈니스 구조로 융합하고, 마법 같은 스토리텔링과 콘텐츠를 활용하여 여러분의 상상을 실현하길 원하신다면, 블루에이지 패밀리와 함께하길 추천합니다. 우리는 고객들에게 매력적인 경험을 제공하고, 혁신적인 솔루션을 통해 성공적인 사업과 미래에 대한 가능성을 열어드립니다. 우리의 탁월한 호소력과 창의적인 아이디어로 세상을 변화시키는 여정에 참여해 보세요. 고객들에게 깊은 감동과 만족을 안겨줄 수 있는 블루에이지가 여러분을 다시 한번 환영합니다. 

2012년 05월 27일

김민서
블루에이지 회장(DEO)

DEO

DEO (Design Executive Officer)는 블루에이지가 추구하는 디자인적 사고에 대한 경영이념이 반영된 용어입니다. 블루에이지는 디자인적 사고로 구시대적 고정관념과 경영방법을 탈피하고 불가능하다고 생각되었던 특색들을 결합하는 새로운 세대의 리더를 추구합니다. DEO는 분석적이고, 창조적이며, 통념을 바꾸고, 시스템을 구축합니다. 바로 블루에이지가 추구하는 인재상입니다.



이 예 선
블루에이지 대표
머핀 대표
영어번역가/영문학 박사

특별함을 더하고 즐거움을 나누는 콜라보레이션-머핀

머핀은 '혁신적인 브랜드 개발', '고객 경험 제고', '마케팅 역량'을 기반으로 온라인 유통사업의 체질을 강화하고, 공격적으로 신시장을 개척하는데 역량을 집중하고 있습니다. 특별함을 더하고(+), 즐거움을 나누는(÷) 콜라보레이션(×) 머핀은 국내시장은 물론 해외 시장으로의 진출을 위해 'K-브랜드' 전략을 세우고 전세계의 고객과 소통하며 사업 전반을 구축하고 있습니다. 머핀은 양질의 새로운 제품개발과 안정적인 판매시스템으로 제조원과 고객을 이어주는 기업입니다. 브랜드 특이성 기업으로 도약하는 머핀과 동반자로 함께 나아가길 제안합니다. **B**



차 주 현
머스트핀테크 대표
위블룸 대표, 블루존메이커스 대표
前, 스튜디오블룸 대표

금융 솔루션개발 · 스마트 관제시스템-머스트핀테크

머스트핀테크는 금융(fin)과 기술(tech)를 합한 핀테크 관련 프로젝트를 수행하고 있습니다. 머스트 핀테크는 현재 핀테크 분야 선두 사업인 온라인투자연계금융업 솔루션을 국내에서 제일 많이 그리고 가장 잘 만드는 회사로 성장 발전해 가고 있습니다. 이 외에도 기업, 브랜드, 쇼핑몰, 프로모션, 서비스 사이트 등 다양하고 재미진 작업을 많이 하고 있습니다.

우리는 혁신이 아닌 변화를 지향합니다. 운보다는 빠른 타이밍을 중시하며 생각보다 기술로 증명하길 즐깁니다. 반드시 기술로서 당신의 상상을 실현시키는, 우리는 머스트 핀테크입니다. **B**



윤 태 수
모아이시스템 대표
프로그래머, 개발자
컴퓨터과학 석사

음성기반 AI×VR·AR·홀로그램 제작-모아이시스템

모아이시스템은 인공지능을 활용한 비주얼 콘텐츠, 프로젝션 맵핑 등 새로운 디지털 미디어 기술을 활용한 디지털 마케팅 서비스를 구상하고 시장에 진출하기 위해 블루에이지가 설립한 인공지능 인사이트 연구소입니다.

이제는 마우스나 키보드 그리고 터치로 IT기기와 가전을 이용하던 시대에서 음성으로 주변의 사물과 소통하고 통제하는 시대가 되었습니다. 모아이시스템은 새로운 시대 흐름에 따라 음성기반 AI를 활용한 매체와 IT기기에 VR·AR·홀로그램을 탑재해 IT기기와 가전, 사물에 더 실감나고 입체적인 대화를 구현하는 서비스를 기획합니다. **B**

* 임원의 변동사항은 홈페이지를 참조해주세요.



신재영
COO/사장



강병욱
CFO/부사장



김혜민
CMO/전무이사



최인호
전무이사/문화학 박사
인플루우 대표



방우호
전무이사/교수/방송인
빅스비인공지능연구소리



민유리
상무이사/인사



류두열
상무이사/물류관리
블루델 대표



정인영
상무이사/대외협력
블루델 대표



김혜진
상무이사/국제교류/MICE
세계직업능력교육협회



강현종
본부장/미디어제작
늘품스튜디오 대표



강현주
본부장/프랜차이즈



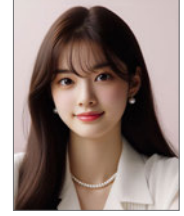
이태연
본부장/브랜드개발



구선욱
본부장/브랜드개발
블루델 대표



김성은
본부장/해외사업
블루웨이브 대표



정다운
본부장/마케팅



박지영
본부장/e-Biz운영



한대명
본부장/웹개발



홍해라
본부장/디자인



장지영
원장/R&D센터



안동한
2030 블루센터전략



김대현
실장/기획조정실



강해원
실장/비서실



김동건
실장/경영지원실



위성환
케이씨엔아이 대표
K-컬처글로벌센터



서현우
(주)이유 대표

경험 총량이 많은 기업

코캣펀딩
부장 이종석



언제나 그러한 듯 좋은 투자는 사람이 먼저 알아 봅니다. 크라우드 펀딩은 현재 우리나라에서 가장 희망적이고 미래 지향적인 투자 상품 중 하나입니다. 하지만 짧은 시간에 재앙적인 성장을 한 탓에 기반 기술이 뒷받침되지 않아 오는 문제들이 있었습니다.

머스트핀테크는 이러한 부분에 있어 국내에서는 유일하게 개념설계를 한 회사입니다. 많은 시행착오와 실패가 있었다고 하는데 아마 그 경험의 총량이 지금

의 머스트핀테크를 만들지 않았나 생각됩니다. 그리고 이러한 재앙적인 상황에서 브랜드의 확장성을 고려해 무리하게 시장에 진입하지 않고 탄탄한 내실을 쌓은 기업이라는 것이 외부에서 바라보는 머스트핀테크의 모습입니다. 믿음은 정량적인 수치로 평가되기도 하지만 때로는 정성적 수치가 더 좋을 때도 있습니다. **B**

함께 성장하는 파트너

성공회대학교
주임 김영애



100이라는 숫자는 아무에게나 허락되는 숫자가 아닙니다. 세대를 거치면서 그 안의 무수히 많은 사람의 노력과 헌신이 있어야 가능한 일이라 생각합니다.

블룸의 차주현 대표와 성공회대학교의 첫 만남은 100년에 대한 이야기로 시작됩니다. 개교 100주년 기념식 관련 행사대행 및 기획을 담당했었습니다. 당시 학교는 노출 콘크리트로 이미 현대화된 상태였으며, 정문 옆에 자리한 오래된 적벽돌로 지은 근대 건

축물만이 대학의 나이를 가능케 하는 요소였습니다. 블룸은 대학의 사상과 지향점을 공부하고, 어떤 식으로 기획해야 할지 방향을 제시하였으며, 다양한 아이디어를 분출하였습니다. 블룸은 개교 100주년 기념식 행사뿐만 아니라 얼마 전 총장님께서 직접 출연한 청소년 대상 홍보영상도 함께 작업하였습니다. 성공회대학교와 좋은 관계를 맺어 오고, 함께 성장하는 파트너로서 블룸이 앞으로도 참신한 아이디어와 뜨거운 열정으로 더욱 발전해 나가길 바랍니다. **B**

블루에이지는 키다리 아저씨

김선 주식회사

대표 김선



새로운 사업을 시작하기 전에 해당분야에 대한 정보를 얻고 사업에 대한 경험을 듣는 것은 위험요소를 줄일 수 있기 때문에 정말 중요합니다.

저는 사업의 다변화를 꾀하면서 고민되는 점이 많았습니다. 법인설립은 어떻게 해야 하는지, 마케팅은 어떻게 해야 하는지. 심지어는 계약과 관련된 문제들까지 판단하고 결정을 내려야 했습니다.

그때 지인이 소개해 준 블루에이지의 김현청 회장이 생각났고, 회장님을 몇 차례 만나면서 실력의 깊이와 관계의 농도가 진한 분임을 단번에 알 수 있었습니다. 김 회장님은 어떤 질문과 고민이든지 사려 깊게 들어주고 해결책을 제시해 줍니다. 클라이언트에게 꼭 필요하다고 판단된 부분에서는 날카로운 조

언도 아끼지 않습니다. 김현청 회장은 클라이언트의 고민과 문제를 해박한 식견으로 파악하고 필요한 정보를 제공해주는 능력이 뛰어납니다. 그간에 만났던 분들과는 정보의 질에서도 확연한 차이를 느낄 수 있었습니다. 또 업무상 도움이 필요한 분들을 연결해주는 네트워크가 넓고 깊었습니다. 그리고 그 네트워크가 매우 끈끈하다는 걸 느꼈습니다. 저는 이 모든 것은 바로 블루에이지의 역량으로 귀결된다고 생각합니다.

블루에이지는 저에게는 소설의 주인공인 주디에게 꿈과 용기를 주고 실제적인 도움을 베풀던 키다리 아저씨와 같은 기업입니다. **B**

일하는 방식과 문화가 다른 회사

자유학교 대표

소엽 신정균



일전에 김현청 회장에게 두 개의 작품을 각각 보낸 적이 있습니다. 처음에 보낸 작품에는 “자유롭게 피어나기”라고 썼습니다. 김현청 회장의 명함에 적힌 “자유롭게 피어나는 것이 성공”이라는 기업의 모토가 인상 깊었기 때문입니다.

블루에이지를 아는 사람이면 모두 공감할 수 있는 부분이 사람을 소중히 생각하는 가치와 자유로움을 추구하는 기업문화를 가지고 있습니다. 거기에는 실력있는 마케팅 회사답지 않게 꾸밈이 없고 가식이 없습니다. 잘 보이려고 애써 가공도 하지 않습니다. 오히려 소박함과 자유로움이 느껴집니다. 더불어 무엇이든 잘 풀어낼 것 같은 실력과 자신감이 고스란히 묻어납니다. “자유롭게 피어나기”는 김현청 회장이

추구하는 블루에이지의 기업의 가치와 비전을 한 번에 알아볼 수 있는 글입니다.

또 다른 작품 한 점은 블루에이지의 서초동 스튜디오에 걸려 있는 “나도 풀어주고, 남도 풀어주자”라는 글입니다. 이것 또한 비즈니스와 사람과의 관계를 풀어내는 김현청 회장의 뛰어난 역량이 매우 잘 설명된 글입니다. “모든 길은 로마로 통한다”는 말처럼 비즈니스 성공의 길은 블루에이지로 통합니다.

일하는 방식이 다르고 자유로운 문화가 있는 블루에이지를 비즈니스 파트너로 삼는 것은 고객으로부터 확고한 신뢰를 얻는 방법 중에 하나입니다. **B**



BLUEAGE가
말하는

“
성공
”

Playful Work
일은 놀이다

우리가 가면 길이 된다

미래를 예측하는 가장 좋은 방법은
미래를 창조하는 것이다.

신분이동, 생각이동

글_ 김현청 / 블루에이지 회장
brian@hyuncheong.kim

의식주(衣食住)가 허영의 대상이 되지 않으려면 하나가 더 필요합니다. 바로 사람(人)입니다.
우리가 살아가는데 필요한 것은 의식주가 아니라 주인의식(主人意識)입니다.

절대적 빈곤, 상대적 빈곤

점심으로 1,500원하는 김밥을 먹지언정 후식만 큼은 비싼 커피브랜드를 손에 들고 사무실에 들어가는 회사원이 있습니다. 이게 그에게는 양보할 수 없는 바닥이고 꺾어서는 안 되는 자존심입니다.

인간의 삶은 풍요로워 졌지만 영혼의 자존감은 빈곤함을 면치 못하고 있습니다. 절대적 빈곤을 해결하고 나니 그 끝을 알 수 없는 욕망이라는 이름의 상대적 빈곤이 우리의 삶을 아사(餓死)시키고 있습니다. 누군가에게는 고급 차를 타지 못한다는 자괴감, 품위유지를 할 수 없는 것에서 오는 박탈감, 주변사람들을 의식하고 비교하는 데서 오는 자존심의 손상은 죽기보다 싫은 것들입니다.

세상은 온통 우리에게 좋은 성적을 올려야 하고, 번듯한 직장을 얻어야 하고, 능력 있고 돈 많은 배우자를 만나야 하고, 더 폼 나는 도시와 더 넓은 아파트에서 살아야 하고, 더 멋진 차를 타고 다녀야 잘사는 것이고 성공한 삶이라고 강요하고 있습니다. 그렇게 사는 것이 잘사는 것이고 행복한 삶을 사는 것인지 의문을 제기하면 세상물정 모르는 속없는 사람이라고 비아냥거리기까지 합니다.

롤로 메이는 이런 현상을 일컬어 ‘자아를 상실한 현대인’이라 칭했습니다. 현대인들은 타인의 눈길의 유무에 민감하고 내가 그들에게 소속되어 있는지 아닌지에 사로잡혀 고통 받고 있습니다. 바로 자존감 없는 자존심입니다. 이것도 옳고 저것도 옳은, 이럴 수 있고 저럴 수도 있다는 다양성을 인정하지 못하는 통합성(統合性)을 상실한 세상입니다.

의식주가 아닌 주인의식

살아가는 데 꼭 필요한 세 가지가 있습니다. 바로 의식주(衣食住)입니다. 그런데 이게 언제부터인가 허영심의 대상이 되어버렸습니다. 의식주가 허영(虛榮)의 대상이 되지 않으려면 하나가 더 필요합니다. 바로 사람(人)입니다. 우리가 살아가는데 필요한 것은 의식주가 아니라 주인의식(主人意識)입니다. (정철, 불법사건) 삶의 주인의식을 갖기 위해서는 자신을 사랑하고 세상을 사랑하는 방법을 알아야 합니다. 자녀들에게 자신을 이해하고 마음을 터놓을 수 있는 곳이 바로 가정이고 부모이어야 함을 알려주어야 합니다. 우리의 청소년들에게는 교실에 있는 친구들이야말로 경쟁하고 밟고 뛰어넘어야 하는 관계가 아닌 상생하는 관계로 만들어 줘야 합니다. 세상은 계약과 이용의 관계가 아니고 관용과 수용의 관계가 되어야 함을 가르쳐야 합니다.

니체는 “당신 자신을 잘못 사랑하면 고독한 감옥에서 인생을 보내게 된다”라고 했습니다. “좋은 학교에 가지 못하면 창피해서 어떻게 하나. 좋은 차를 타지 않으면 무시를 당할 텐데, 유명 브랜드 하나 들고 다니지 않으면 궁색해 보일 텐데”라는 생각은 바로 주인의식을 상실했기 때문입니다. 유복하고 풍요로운 환경에서 최고로 최상으로 사는 것만 강요받은 세대가 빈궁에 처하거나 어려움이 닥쳤을 때 어떻게 사는 것이 잘사는 것인지에 대해서는 배우지 못했기 때문입니다.

남에게든 자신에게든 의식 없는 부와 성공을 강요하는 것은 좁은 소양입니다. 성공은 “신분의 이동이 아니라, 생각의 이동”입니다. ㉞



블루에이지의 사업분야

1



브랜드 빌딩

제품기획
마케팅
프로모션전략
광고 제작·대행
스토리텔링
보도자료 제작 & 배포
바이럴

2



브랜드 디자인

로고
BI·CI
인쇄·포장
제품 디자인
통합 디자인
디자인 컨설팅

3



콘텐츠 제작

출판물
홍보물
영상 콘텐츠
미디어 파사드
미디어 맵핑

4



M I C E

공간 기획
공간 디자인
기업회의
컨벤션
전시박람회
국제대회

블루에이지의 8가지의 비즈니스 키워드로
고객님께 필요한 솔루션에 맞춰 **블랜딩** 해드립니다

5



웹 제작 개발

홈페이지
쇼핑몰제작
유지·보수 및 교육
웹 개발
웹 프로그래밍

6



엔터테인먼트

공연·이벤트 기획
창작 예술
행사 기획·주관
매니지먼트

7



유통

E-커머스
네이버 스마트스토어
쿠팡 / 아마존 / 쇼피
판매대행
라이브 방송

8



인공지능

AI솔루션개발
음성기반
가상인플루언서
AR / VR
홀로그램



BLUE AGE

다운

“

다름

”

Givers Gain
주는 자가 얻는다

우리의 창조는 곧 시대의 가치다.

사람을 모으면 원동력이 되고,
생각을 모으면 혁신이 되며,
마음을 모으면 감동이 된다.

다른시선의 힘

글_ 김현청 / 블루에이지 회장
brian@hyuncheong.kim

인생의 성패의 갈림길에 처하게 될 때
우리의 태도와 현실을 대하는 관점은
위기상황을 고착시킬 수도 있으며
위기를 기회로 바꿀 수도 있습니다.
혹은 일상에서 우리가 어떻게 표현하고 어떤 생각을 하느냐에 따라
그 결과는 긍정이 될 수도 있고 부정이 될 수도 있습니다.

태풍에도 떨어지지 않은 사과

태풍이 몰아칩니다. 거친 비바람에 나무가 쓰러지고 평화롭던 시골 마을은 황폐해졌습니다. 탐스럽게 익은 사과나무는 겨울 찬바람에 나뭇잎 떨어지듯 앙상한 가지만 남겨져 있습니다. 그 어느 때도 이처럼 파괴적인 태풍은 없었습니다.

1991년 일본의 아오모리현에 몰아친 태풍 이야기입니다. 이날 몰아친 태풍으로 수확을 앞둔 사과의 90%가 땅에 떨어졌습니다. 아슬아슬하게 달린 10%의 사과마저도 태풍으로 인해 굵히고 멍이 들어 상품 가치가 없게 되었습니다. 몹쓸 태풍이 1년 농사를 하룻밤 사이에 휩쓸고 지나갔습니다. 손쓸 방법도 하소연할 곳도 없는 기막힌 현실이었습니다. 이쯤 되면 농부들의 상실감은 짐작이 가실 것입니다. 농부들은 과수원에 텅군 낙과를 바라보며 하늘을 원망했습니다.

그때 한 농부가 하늘을 바라봅니다. 앙상한 사과나무에 위태롭게 달렸지만, 그마저도 ‘태풍 맞은 사과’가 그의 눈에 들어왔습니다. 그런데 그의 생각이 달라졌습니다. 삶의 희망까지 앗아간 태풍을 이겨내고 단

단히 매달려있는 사과, ‘태풍 맞아 못 팔게 된 사과’가 아니라 ‘태풍에도 떨어지지 않은 사과’가 눈에 들어왔습니다. 농부는 그길로 과수원을 빠져나옵니다. 그리고 ‘합격’이라는 스티커를 만들고 ‘태풍에도 떨어지지 않은 사과’라는 포장지를 제작합니다.

‘태풍에도 떨어지지 않은 사과’는 입시를 앞둔 수험생들에게 주술 같은 바람이 담겨 ‘합격사과’라는 이름으로 입시 마케팅 시장을 휘몰아쳤습니다. 평소 같으면 태풍을 맞아서 제값도 못 받았을 사과가 사랑하는 자녀에게, 애인에게, 친구에게 특별한 것을 선물하고 싶은 사람들에게 ‘태풍에도 떨어지지 않은 사과’라는 감동적인 이야기가 입혀져 일반사과의 10배 이상의 가치로 팔리게 됩니다.

사과의 본질은 바뀌지 않았습니다. 사과를 바라보는 시선(frame), 사과에 부여된 관점(frame)이 달라졌을 뿐입니다. 표현 혹은 관점(frame)의 차이에 따라 결과가 달라지는 현상, 즉 프레이밍효과(framing effect)입니다.



죽 쬐는 가게의 이유

강조점이 달라지면 결과도 달라지는 프레이밍효과는 우리의 일상에서 쉽게 찾아볼 수 있습니다.

어느 마을에 죽을 파는 가게가 한날한시에 나란히 문을 열었습니다. 서로 경쟁을 하게 된 이 가게는 맛도 가격도, 심지어는 내부시설도 큰 차이가 나지 않았습니다. 그러나 시간이 지나가면서 두 가게의 매출에는 큰 차이가 나기 시작했습니다. 이 두 가게의 차이점은 무엇이었을까요? 매출이 적은 가게의 사장은 매출이 많이 발생하는 가게를 몰래 엿보았습니다. 역시 맛도 가격도, 시설도 별다른 차이가 나지 않았습니다. 하지만 곧바로 자기 가게와 옆집 가게의 차이를 발견하게 되었습니다. 자기 가게의 종업원은 “달걀을 넣을까요?

말까요?”라고 말하지만, 잘 되는 옆 가게는 “신선한 달걀을 하나 넣을까요? 두 개 넣을까요?”라고 말하는 것이었습니다.

표현의 차이가 전혀 다른 결과를 가져온 것입니다. 부정적인 관점을 가진 사람은 “물이 반 컵밖에 남지 않았네!”라고 표현하고 긍정적인 태도를 가진 사람은 “물이 아직 반 컵이나 남았네!”라고 이야기합니다. 아들의 더럽혀진 옷을 세탁하며 미련한 어머니는 “너 때문에 매일 빨래하기 힘들다!”라며 아들의 기를 죽이고, 지혜로운 어머니는 “오늘도 정말 재밌게 놀았구나?”라며 아들의 기와 자존감을 살려 줍니다.



산을 만나면 길을 만들고

우리의 삶 속에도 때로 천둥과 비바람을 동반한 태풍이 몰아칩니다. 손쓸 겨를도 없고 손쓸 방법도 없는 어쩔 수 없는 상황을 말입니다. 하지만 누군가는 과수원 바닥에 떨어진 사과를 보며 망연자실하고 누군가는 태풍에도 떨어지지 않은 사과를 통해 희망을 발견합니다.

봉산개도 우수가교(逢山開道 遇水架橋)라는 말이 있습니다. “산을 만나면 길을 만들어나가고 물을 만나면 다리를 놓아 건넌다”라는 말입니다. 인생의 성패의 갈림길에 처하게 될 때 우리의 태도와 현실을 대하는 관점은 위기상황을 고착시킬 수도 있으며 위기를 기회로 바꿀 수도 있습니다. 혹은 일상에서 우리가

어떻게 표현하고 어떤 생각을 하느냐에 따라 그 결과는 긍정이 될 수도 있고 부정이 될 수도 있습니다.

제임스 앨런은 그의 저서 ‘위대한 생각의 힘(The Path to Prosperity)’에서 “사람을 성공하게 하거나 파멸시키는 것은 다름 아닌 그 자신이다”라고 이야기했습니다. 생각이라는 무기고에서 우울함과 무기력과 불화 같은 무기를 만들어 자신을 파멸시킬 수도 있고, 환희와 활력과 평화가 넘치는 천국 같은 집을 지을 도구를 만들 수도 있다는 것입니다. 바람을 맞서면 부러지거나 휩쓸리지만, 돛을 세우면 항해를 할 수 있고 날개를 펴면 날아올 수 있습니다. **B**

블루에이지의 핵심 키워드

블랜딩!(Blending)

토탈
솔루션

유통
테크

융합

브랜드
빌딩

변화
이끌기

통섭

통합

연다

원소스
멀티유즈
OMSU

지속
가능



공유
가치

디자인적
사고

원스톱
서비스

위라벨



BLUEAGE가
추구하는

“
가치
”

Creating Shared Value
공유가치 창출

함께 걸어야 오래 걷는다

도움을 구하는 손을 잡아주는 것만큼
의미있는 일은 없다

심미 재탄생

글_ 김현청 / 블루에이지 회장
brian@hyuncheong.kim

성공하는 사람은 능률을 위해 여유의 필요성을 생각하고,
성공을 거두지 못하는 사람은 여유가 없어서 쉬지 못한다고 생각합니다.
심미 재탄생입니다.
심미에 대한 경직적인 생각에서 벗어나다면 삶은 훨씬 풍요롭고 행복해집니다.

다리 없는 새, 심미 없는 삶

파푸아의 정글에 처음 방문했을 때 가장 인상 깊게 들은 말은 천국의 새(birds of paradise), 바로 극락조(極樂鳥)에 관한 이야기였습니다. 파푸아 정글에 머무는 동안 천국의 새가 존재한다는 신비로운 이야기와 정글의 경이로움에 여행의 재미도 한껏 고조되는 듯했습니다. 그러나 극락조에 관한 이야기는 원주민들의 전쟁축제에서 사용하던 그들의 머리 장식을 통해 금세 서글픈 이야기로 바뀌어버렸습니다.

아마존 정글과 더불어 파푸아는 세계 자연생태의 보고입니다. 1만 종 이상의 식물과 400종 이상의 나비와 양서류가 각각 서식합니다. 파푸아에는 600종

이상의 희귀조류가 살고 있습니다. 화려한 모습과 특유의 구애 행동으로 세상에 알려진 극락조를 비롯해 날지 못하는 거대한 화식조, 정원을 만드는 바우어 새, 코뿔새, 코카투앵무새류를 비롯해 온갖 희귀하고 아름다운 새들의 천국입니다.

이런 새들, 특히 극락조는 파푸아 300여 원시 부족의 축제를 위한 장식품과 잔치에 사용될 예물로 포획되고 있습니다. 남자들은 축제와 잔치를 위해 신분 따라 천연염료와 새의 화려한 깃털로 치장하기 때문입니다.



다리 없는 새의 전설

여기서 극락조에 ‘다리 없는 새(footless)’라는 이름이 붙여집니다. 원주민들은 짝짓기를 위해 보금자리 만드는 극락조를 잡아 도망가지 못하도록 다리를 잘라내고 우리에게 가두었습니다. 이렇게 다리가 잘린 채 우리에게 갇힌 새를 본 유럽인들은 실제로 이 새가 다리가 없다고 생각했습니다. 그리고 이 극락조를 ‘다리 없는 새’라고 불렀습니다.

이 다리 없는 새의 이야기는 그 후 여러 가지 이야기들을 만들어 냅니다. 한국인들에게도 친숙한 ‘아비정전’이라는 영화에서 주인공 장국영이 홀로 맘보춤 추기 전 침대에 누워 독백하는 내용이 있습니다.

“다리 없는 새가 있어. 이 새는 나는 것 외에는 알지 못했지. 새는 날다가 지치면 바람에 몸을 맡기고 잠이 들지. 이 새가 땅에 몸이 닿는 날은 생애에 단 하루, 그

새가 죽는 날이라네.”

다리 없는 새로 알려진 극락조는 파푸아뉴기니아와 호주 북부 소수지역에 서식하고 있으며 현재 40여종이 확인되었지만, 구애를 위해 화려한 깃털을 진화시키고 암컷을 유혹하기 위해 격정적인 춤을 춘다는 것 외에는 알려진 바가 그리 많지 않습니다. 극락조가 화려한 깃털을 하고 기이한 춤을 추는 것과 정원을 꾸미고 정자를 짓는 것은 종족보존을 위해 암컷을 맞아들이기 위한 구애 행동입니다. 극락조는 일상을 살기 위한 정원과 동지가 아닌 오직 암컷의 마음을 사로잡기 위해 화려한 집을 짓고 정원을 만듭니다. 그 화려함이 오히려 포식자의 눈에 쉽게 발견되는 위험을 감수하면서 말입니다.



날갯짓 멈추기

극락조는 일생을 투자해 살지도 못할 거처를 마련하는 것도 부족해 정글에서 가장 아름다운 날개와 색상으로 치장합니다. '다리 없는 새'의 이야기는 우리의 인생과 너무 닮았습니다. 영원을 사모하는 마음과 사랑을 추구하는 삶이 탐욕과 허영의 이야기로 바뀌었기 때문입니다. 사랑을 이루지 못하고 결국 다리가 잘린 새 하늘을 날아다닐 수밖에 없는 모습에서 진정한 평안과 안식을 모르고 반복된 일상을 사는 자아를 상실한 현대인의 삶을 볼 수 있습니다.

세상은 우리에게 날기를 요구합니다. 어린 자녀들과 젊은이 그리고 가장들에게 튼튼한 날개로 끊임없이 비상하고 더 많은 날갯짓으로 삶의 정글을 날아다니라며 다그칩니다. 잠시 날개를 접고 쉬라는 것에는 인색합니다. 오히려 한시라도 날지 않으면 불안해합

니다.

쉽 없이 날아오르는 것만이 성공을 보장하지 않습니다. 도약할 때도 심신이 지쳐있을 때도 쉬이 필요합니다. 진정한 성공을 위해서는 더 많이 일하는 것이 아니라 더 잘 쉬는 것이 중요합니다.

성공하는 사람은 능률을 위해 여유의 필요성을 생각하고, 성공을 거두지 못하는 사람은 여유가 없어서 쉬지 못한다고 생각합니다. 우린 푸르른 창공을 날갯짓하다 보금자리에서 쉬는 '극락조'가 아니라 날다가 지쳐도 바람 속에서 쉴 수밖에 없는 '다리 없는 새'가 아닐까요? 우리는 주어진 모든 시간 동안 일에만 몰두할 수 없습니다. 쉬는 재탄생입니다. 쉬에 대한 경직된 생각에서 벗어나면 삶은 훨씬 풍요롭고 행복해집니다. ⑬

5개의 i

1 / Intellectual / Ideas Insight / Information



1st. i = 나

따뜻한 경영, 착한 기업, 위대한 변화를 이루어가며
나를 바로 세우기 위한 첫 번째 i

- 일 때문에 가족으로서의 역할과 책임을 등한히 하지 마세요.
- 인사(人事)와 인사(人師)는 만사입니다. 잘 웃고 밝게 행동 하며, 덕을 행하세요.
- 건강이 최고입니다. 잘 먹고, 잘 놀고, 잘 쉬세요.
- 남을 잘되도록 돕고 수익의 일부는 도움이 필요한 곳에 나누세요.
- 말을 많이 하지 말고 잘 경청하세요.
- 홀로 있을 때나 편한자리에도 도리에 어그러짐이 없도록 몸가짐을 바로 하고 언행을 삼가하세요.



2nd. i = Intellectual_이지적인

구조주의적 관점으로 통합의 시대를 살아가는
지혜를 얻기 위한 두 번째 i

- 두려움과 사랑을 모두 받는 리더가 되어야 합니다.
- 뭐든 할 것, 실패할 것! 그러나 단기성과와 장기적 안목을 균형 있게 유지하도록 하세요.
- 동료에게 자신감을 심어주고, 안 되는 것은 안 된다고 하세요.
- 약속은 꼭 지키세요.
- 소통하되 지속적으로 하세요.
- 과거의 경험과 지식이 장애가 되는 시대입니다. 고정관념을 부정하고 격식과 형식을 파괴하세요.



3rd. i = Ideas_아이디어

개념을 도출하고 콘셉트를 구상해

설득하는 능력을 키우기 위한 세 번째 i

- 아이디어는 즉시 기록하고 현실이 되게 하세요.
- 단순화하면 목표가 명확해집니다. 단순한 아이디어에서 거대한 혁신이 시작됨을 기억하세요. 그리고 원하는 결과를 얻을 때까지 시도하세요.



4th. i = Insight_통찰

인문 종교 역사 예술 문화 등에 대한

세계관과 통찰력을 갖기 위한 네 번째 i

- 매일 책을 읽고, 꿈을 쓰고, 뜻을 세우세요.
- 매일 아침 방향을 분명하게 말하고 목적을 정의하세요. 그리고 선택의 순간에는 “할 수 있을까”가 아니라 “할 가치가 있을까” 생각하고, 시작한 다음에는 집중하고 몰입하세요.
- 틀림없이 문제를 만날 것입니다. 문제는 즐기세요.




5th. i = Information_정보

일과 삶에 필요한 플랫폼에 대한

정보와 지식을 공유하기 위한 다섯 번째 i

- 정보를 독점하지 말고 공개하고 공유하세요.
- 정보의 기록과 보존을 위해, 더불어 당신의 작업물을 잃지 않기 위해 쉬지 말고 저장하고, 범사에 백업 하고, 항상 기록하세요.
- 배움 앞에는 솔직하게 말하고 정중하게 대하세요.



BLUEAGE가
바라는

“

변화

”

Change Agent
변화를 일으키는 리더십

우리의 직진 신호는 ‘블루’다.

일에 프로가 되지 않으면 일의 포로가 된다.

결심말고 실행

글_ 김현청 / 블루에이지 회장
brian@hyuncheong.kim

사람들은 대부분 변화와 더 나은 삶을 갈망하며 결심을 합니다.
그러나 그러한 결심이 결실로 나타나지 않는 이유는 무엇일까요?
시간을 달리 쓰고, 사는 곳을 바꾸고, 새로운 사람을 사귀어보세요.

변화와 더 나은 인생을 위해 새해 마다 세우는 계획과 꿈들은 얼마나 실현되고 있을까요? 이 질문에 대부분의 경우 겸연쩍은 미소를 스스로에게 짓고 있을 것입니다. 한해를 정리하고 새해를 맞이하며 사람들은 대부분 변화와 더 나은 삶을 갈망하며 결심을 합니다. 그러나 그러한 결심이 결실로 나타나지 않는 이유는 무엇일까요?

경제학자이며 경영 컨설턴트인 오마에 겐이치 박사는 새로운 결심을 하는 것이야말로 가장 무의미한 행위라고 조언했습니다. 그는 인간을 바꾸는 방법은 3가지뿐이라며 그 세 가지는 “시간을 달리 쓰는 것, 사는 곳을 바꾸는 것, 새로운 사람을 사귀는 것”이라고 말했습니다. 이 세 가지 방법이 아니면 인간은 바뀌지 않는다는 것입니다. “단단히 먹은 마음이 사흘을 가지 못한다.”는 작심삼일의 이유를 이제야 알 것도 같습니다.

시간을 달리 쓰는 것

매일 아침 우리에게 86,400원을 입금해주는 은행이 있습니다. 그러나 이 돈은 단 하루만 사용할 수 있으며 내일을 위해 저금을 할 수도 모자란 누군가에게 나눠줄 수도 없습니다. 이 돈은 24시간×60분×60초씩 매일 우리에게 주어지는 86,400초라는 시간입니다. 사용하지 않으면 사라져버립니다. 이 시간은

한평생 살아가며 ‘내 것’이라고 말할 수 있는 유일한 것이기도 합니다. 그리고 남녀노소 누구에게나 공평하게 주어져 있습니다.

우리는 늘 흘러간 시간에 대해 아쉬워합니다. 그리고 빠르게 다가오는 시간은 안타까워합니다. 각종 문제와 이슈들에 대해서는 시간이 해결해 줄 것이라고 믿곤 합니다. 그리고는 어제와 다르지 않은 일상을 반복합니다.

칼릴 지브란은 “우리는 계절과 더불어 달라질 수 있겠지만, 계절이 우리를 바꿔놓지는 않는다”라고 말했습니다. 시간이 본질에서 해결할 수 있는 것은 없습니다. 그 시간 속에서 살아가는 개인이 어떻게 시간을 활용하는가에 미래가 달라지는 것입니다. “하루아침에 성공하려면 15년이 필요하다”는 말은 같은 맥락입니다. 그만큼 오랜 노력과 집중이 필요하다는 말이겠지요. 그러나 다행인 것은 이 15년이라는 시간도 매우 빨리 지나간다는 것입니다.

태어날 때부터 운명이 정해진 사람은 없습니다. 시간을 어떻게 쓰느냐에 따라 운명이 달라집니다. 어떤 사람은 늘 열심히 일하고 자기 계발을 하며 쉼의 시간도 갖습니다. 그러나 어떤 사람은 늘 ‘바쁘다’라는 말만 반복하며 허둥지둥 살아갑니다. 이 둘의 운명은 이미 결정된 것입니다. 삶을 다르게 살고 싶다면 우선, 시간을 달리 사용해야 합니다.



사는 곳을 바꾸는 것

이솝우화의 토끼와 거북이의 경주를 우리는 모두는 잘 알고 있습니다. 토끼와 거북이가 달리기 시합을 했고 자만심에 빠진 토끼가 경기 중에 잠을 자다가 거북이에게 졌다는 이야기입니다.

여기에 어떤 교훈이 있을까요? 언제나 성실해야 한다는 것? 자만하면 안 된다는 것? 하지만 이 경기는 처음부터 잘못된 것이었습니다. 땅에서 사는 토끼와 물에서 사는 거북이의 경기였기 때문입니다. 둘 중 하나는 불리한 조건이었기 때문입니다.

사는 곳이 다른 토끼와 거북이의 경기는 성실해야 한다거나 자만하지 않음으로 극복할 수 있는 것은 아닙니다. 같은 조건에서 토끼와 거북이가 또다시 경주한다면 절대로 거북이가 토끼를 이길 수는 없습니다. 물에서 빠른 속도를 낼 수 있는 거북이가 땅에서는 절

대적으로 불리한 조건이기 때문입니다. 상황을 바꾸어 토끼와 거북이가 바다에서 경주한다면 분명 거북이가 단 한 번의 패배도 없이 매번 큰 차이로 이길 것입니다.

경주에서 늘 패배한다면 당신이 땅에서 달리는 거북이가 아닌지 생각해보아야 합니다. 변화를 가져오는 두번째 방법은 사는 곳을 바꾸어 보는 것입니다. 그리고 그곳에서 자만하지 말고 성실하게 경주하는 것입니다. “무지한 열정보다 위험한 것은 없다”라는 말은 바로 토끼와 달리기를 하겠다고 응한 거북이를 두고 하는 말입니다. 왜 거북이가 육지에서 경기해야 합니까? 거북이는 바다에서 경주해야 합니다. 열정도, 꿈을 꾸는 것도 중요하지만 그 열정과 꿈의 자리인 환경을 바꿔보세요.



새로운 사람을 사귀는 것

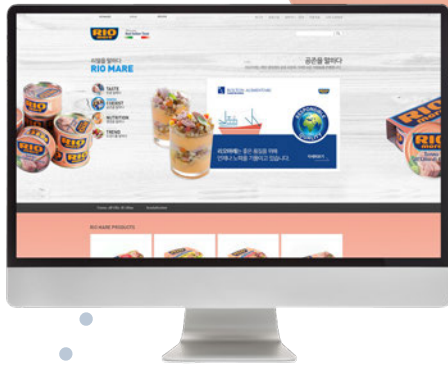
인사(人事)가 만사라는 말이 있습니다. 살아가다 보면 마주 대하는 사람과의 예의와 관계를 위한 인사는 많은 것들을 해결해 줍니다. 또 다른 인사가 있습니다. 사업을 하는 과정에서 보면 잘되던 일을 사람이 어렵게도 하고, 해결하기 어려운 문제를 사람이 해결하기도 합니다. 사람을 잘 부리고 소통하는 것보다 중요한 일은 없습니다.

우리가 언제 어디서 무엇을 하며 살든 사람을 만나는 것은 필연적입니다. 내 주변의 사람들이 좋은 자극을 줄 수 있는 사람, 같은 꿈을 꾸고 격려할 수 있는 사람, 이해관계는 다르고 추구하는 바는 달라도 부족함을 채우고 협력할 수 있는 사람인지 생각해 보세요. 신변잡기를 늘어놓고 남의 이야기로 웃고 떠드는 만남도 때로는 필요하지만 그것만이 전부라면 안 됩니다.

늘 만나는 사람을 만나고 가는 곳에만 간다면 삶의 변화를 이룰 수 없습니다. 세계적인 동기부여 전문가이며 작가인 앤드류 매튜스는 “진정으로 당신의 삶을 바꾸고 싶거든 당신을 에워싼 것들부터 바꾸라”라고 말합니다. 변화된 삶을 위해서는 일상에서 반복되던 시간을 바꾸고, 사는 장소를 옮길 수 없다면 주변 환경을 바꾸고, 용기와 적극성을 가지고 새로운 사람들을 만나는 것이 필요합니다.

이제 결심만 하지 말고 실행해보세요. 우물에서 뛰쳐나오세요, 번데기 속에서 안주하지 말고 껍질을 벗고 나비가 되어 날아오르세요. 시간을 달리 쓰고, 사는 곳을 바꾸고, 새로운 사람을 사귀어보세요.

‘실행이 답’입니다. ⑩



[웹 + 패키지 디자인 + 마케팅]
리오마레

이탈리아 국민 참치 리오마레의
웹사이트와 패키지디자인, 국내로칭 마케팅

[정기간행물]
더 봄 매거진

일상 속 더 가까운
제주이야기를 담은
감성여행 매거진



[스토리텔링 + 브랜딩 + 마케팅]
예산군

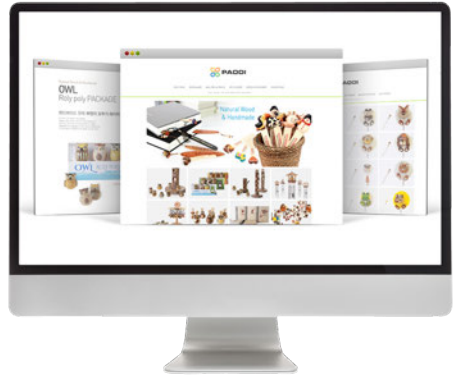
1년간 6차산업 스토리텔링
마케팅, 브랜딩
브랜드책자 발행



[쇼핑몰 + 촬영]

파오디

나무로 제작한
사무, 홈데코용품 쇼핑몰



[콘텐츠기획 + 웹툰]

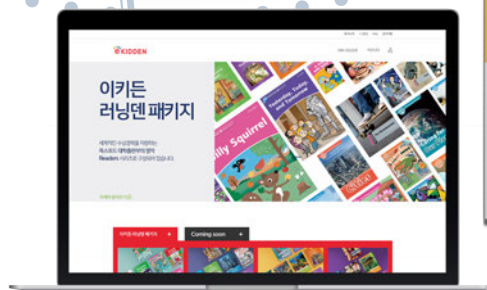
더 퍼블릭

한국형수퍼히어로 프로젝트
네이버, 다음 론칭

[웹 + 시각디자인 + 마케팅]

EBS 이키든 러닝덴

스마트한 영어 리딩의 시작
이키든 플랫폼 웹사이트 & 소개서





[기계제조 + 프로그램]
블루존메이커스

방역전문 게이트 및 키오스크

[MICE 홍보]
대한민국 뷰티박람회

경기도, SBS, 킨텍스
뷰티박람회 홍보대행



[전시회]
**대한민국 국방위산업전
DX KOREA2020**

대한민국육군협회, 킨텍스, KOTRA, (주)DXK
K-방역 부스참여
출입구 메인 방역장비 및 키오스크 지원



[E-커머스 컨설팅, IT기획]

태국 CP그룹

E-커머스 운영 전략과 플랫폼 구축
통합솔루션 설계 및 간편결제
AR쇼룸 및 AR피팅 솔루션 적용
라이브커머스 운영 전략



[스토리텔링 + 디자인]

삼성 이노베이션 뮤지엄 SIM

스토리텔링
아카데미 프로그램 제작
북디자인 기획출판



[공간기획 마스터플랜]

한국전통문화전당

전주시
한스타일(한식 한복 한음 한옥 한
방 한글)을 컨셉으로
공간구성 마스터플랜 기획



자유롭게 피어나기... 이것이 우리가 내리는 성공의 정의다!



Q. 블루에이지 입사 동기가 궁금합니다.

A. 프로젝트 매니저/ 저스틴_ 저는 기획부터 결과물까지 한 번에 처리할 수 있는 올인원(all-in-one) 디자인에 대한 목마름이 있었습니다. 취업할 회사를 찾으면서 우연히 블루에이지를 알게 되었습니다. 블루에이지는 수많은 직군의 전문가들이 연결되어 기획부터 결과물이 만들어지는 전 과정에 협력하고 있음을 알 수 있었습니다. 그리고 블루에이지가 그들의 콘

텐츠를 자신들만의 고도화되고 안정화된 기술로 플랫폼에 담아내는 점이 더욱 매력적으로 느껴졌습니다. 콘텐츠와 플랫폼이 연결된 올인원 프로젝트가 가능한 곳, 바로 제가 꿈꾸던 회사였습니다. 저는 망설이지 않고 블루에이지에 입사 지원을 했고 꿈꾸던 회사에 합격했습니다.

A. 그래픽 디자이너/ 매건_ 친구가 먼저 블루에이지에 입사하고 근무했습니다. 그 친구는 입사 후 틈만



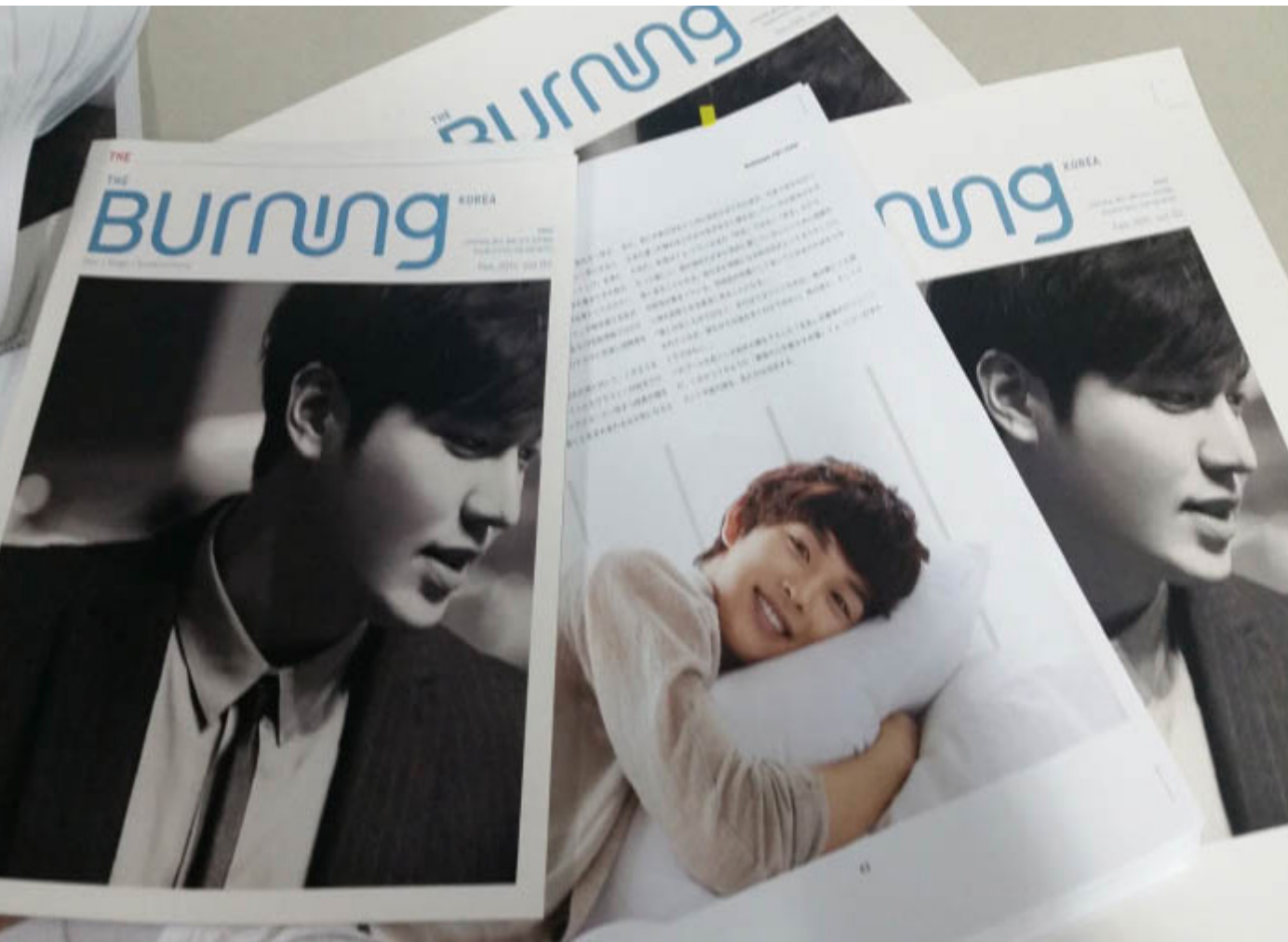
나면 블루에이지에 서 일어난 업무에서부터 문화 그리고 직장동료나 선후배 이야기까지 재밌는 일상을 저에게 들려주었습니다.

어느 순간 블루에이지에 대한 호기심이 생기더라고요. 그러다 우연히 친구를 통해 블루에이지의 프로젝트를 부탁받아 진행하게 되었습니다. 그리고 그 기간 가장 많이 들었던 생각이 “아~ 이런 회사라면 계속 일하고 싶다”였어요. 그런데 프로젝트 마무리될 무렵 블루에이지의 대표님이 정식으로 일해보면 어떻겠냐

고 제안하더라고요.

이제 블루에이지의 일원으로 내부에서 본 우리 회사는 친구에게 듣던 대로 참 매력적인 일터입니다.

A. 비주얼 아티스트/ 제프리_ 신입사원 모집공고에서 ‘자유롭게 피어나기! 이것이 우리가 내린 성공의 정의다’라는 블루에이지의 슬로건과 워라벨(Work and Life Balance)이 가능한 회사라는 점에 마음이 끌렸습니다.



저는 바로 입사를 위해 자기소개서를 작성하면서 무언가에 끌린 듯 블루에이지 홈페이지를 찾았습니다. 블루에이지는 회사의 일상을 실시간으로 포스팅 하더라고요. 저는 블루에이지 포스팅에서 “자유롭게 피어나기”라는 슬로건이 단순한 구호가 아니라는 것을 단번에 알 수 있었습니다. 블루에이지의 일상은 누군가를 의식해 의도적으로 만들어 내는 콘텐츠만이 아니었습니다.

사실 블루에이지는 작지만, 저희 분야의 전공자들

에게는 매우 매력적인 회사로 알려진 곳입니다. 공간 디자인 분야에서 경험을 쌓고 있던 저에게 ‘공간과 문화와 디자인의 통섭’을 기치로 한다는 블루에이지의 사업 방향은 저의 진로를 새롭게 설정하게 되는 결정적인 계기가 되었습니다. 특히 저는 지역을 기반으로 작업을 하는 블루에이지의 업무에 많은 매력을 느꼈습니다. 공간을 기반으로 문화와 디자인을 채우는 회사, 그곳에서 일하는 팀원들이 참 매력적으로 느껴졌습니다.

Q. 블루에이지는 어떤 회사인가요? 팀 내에서 하는 직무와 연관을 지어 답변해 주시죠.

A. 프로젝트 매니저/ 저스틴_ 블루에이지에는 콘텐츠기획자, 디자이너, 프로그래머, 마케터가 모두 회사 내부에 있어서 협업하는 문화가 자연스럽게, 프로젝트를 진행할 때는 시너지가 극대화됩니다. 이 협업 시스템은 일정과 예산을 효율적으로 운용할 수 있게 합니다. 프로젝트매니저로 아무리 규모 있고 수준이 높은 역량을 요구하는 대형 프로젝트라도 우리 회사의 팀원들과 함께라면 두려움이 없이 진행할 수 있다는 자신감이 있습니다. 전문성과 협업을 통한 효율의 극대화는 블루에이지가 가지고 있는 가장 큰 강점입니다.

A. 웹 디자이너/ 클라라_ 블루에이지는 고객이 현명한 의사결정을 내릴 수 있게 함께 고민하는 하는 회사입니다. 먼저 충분히 듣고 질문을 합니다. 홈페이지야 말로 브랜드를 한 번에 보여주는 플랫폼입니다. 아주 작은 곳까지 의도가 들어가 있죠. 하지만 고객 대부분은 홈페이지 제작에 생소합니다. 그래서 전문용어를 최대한 자제하고, 쉽게 설명하기 위해 노력합니다.

개발자라는 이유만으로 저희가 모든 주도권을 가졌다고 생각하면 나중에 큰 부메랑이 되어 돌아옵니다. 최대한 고객의 상황을 이해하려고 노력해야 합니다. 기술적인 이해가 불충분한 고객과는 충분한 대화를 나눈 뒤 브랜드 스토리, 유지관리 가능성, 제작비 등을 고려한 다음 시작합니다. 웹 개발은 건축과 똑같습니다. 용도에 따른 예산과 개발이 필수입니다. 모든 고객의 필요와 사정이 다 똑같을 수는 없기 때문이고 그 판단은 개발자가 하고 적절한 기준점을 제공해야 합니다. 각 고객에게 맞춰 최적화된 홈페이지와 플랫폼을 제작하는 유연성이 블루에이지의 가장 큰 경쟁력이라고 생각합니다.





A. 그래픽 디자이너/ 매건 블루에이지는 재미있습니다. 고리타분하지 않아요. 우선 대표님이 격의 없이 대해주시고, 회사 분위기도 자유롭습니다. 강요가 없는 게 너무 좋은데, 너무 자유롭다 보니 지시가 편한 누군가에게는 적응이 어려울 수도 있겠다는 생각이 듭니다. 무엇보다 프로젝트가 다양하다 보니 매너리즘을 느끼지 못합니다. 이 부분도 누군가에게는 어려운 부분이겠죠.

A. 비주얼 아티스트/ 제프리 블루에이지를 디자인, 웹 개발, 프로그래밍 등의 개발회사로 알고 있는 사람이 많습니다. 하지만 블루에이지는 브랜딩, 마케팅 그리고 여행이나 미술 등의 문화예술 영역을 기반으로 한 콘텐츠 기획 전문 기업입니다. 블루에이지는 창업 이후 꾸준히 콘텐츠에 투자했고, 콘텐츠를 원하는 대로 구현하고 빠르게 서비스하기 위한 솔루션을 개발하고 이를 유지 관리하기 위해 고도화 안정화해 온 것이 플랫폼 기업이라는 이미지를 만든 것 같습니다. 블루에이지는 탄탄한 플랫폼을 기반으로 콘텐츠를 만드는 회사입니다.

A. 브랜드 매니저/ 데니스 사실 블루에이지는 관련 분야에 있는 취준생들이나, 경력자들에게 잘 알려진 회사입니다. 블루에이지의 김현청 회장은 인터넷 포털사이트에서도 확인할 수 있듯이 콘텐츠기획자나 언론지망생들에게 동일시의 대상이자 만나고 싶은 사람 중의 하나로 꼽힐 정도로 인지도가 있습니다. 우리 회사 입사 면접 지원자 중에도 입사 여부와 상관없이 김현청 회장을 만나고 싶어 지원하는 예도 꽤 많았습니다.

블루에이지는 소리 없이 강한 회사입니다. 트렌드를 읽고 고객이 원하는 그 이상의 것들을 만들어 내는 것을 지켜보면서 “아~ 우리 회사는 가까운 미래에 뭐가 되도 되겠구나”라고 생각했습니다. 준비된 블루에이지가 기회를 만났을 때 어떤 역량을 발휘하게 될지 기대됩니다.



Q. 가장 인상 깊었던 프로젝트는?

A. 브랜드 마스터/ 코디_ 우리 회사에는 가끔 생각지 못한 프로젝트나 현실감 없는 제안들이 오곤 합니다.

몇 년 전 삼성전자 이노베이션 뮤지엄(SIM) 스토리텔링 디자인이나 태국 CP그룹 전자상거래 컨설팅이 한 예입니다. CP그룹과 전자상거래 전반에 걸친 분석과 현지 시장에 맞는 제안서를 작성하고, 화상회의와 현지 미팅도 시행했습니다. 그리고 태국에서 기술적인 자문까지 포함해 6개월간의 프로젝트를 진행한 것은 그간 축적된 블루에이지의 경험과 기술이 얼마나 대단한 것이었는지를 실감할 수 있는 상징적인 실체였습니다.

블루에이지의 그간 행보를 보면 늘 트렌드를 읽고 앞서가는 회사였습니다. 이게 국내외 시장에서 전문성을 인정받으며 거침없이 전진하는 이유로 생각합니다.

A. 콘텐츠 기획자/ 제니퍼_ 제주 여행잡지 'the bom'과 한류 리뷰 잡지 'BURNING'을 발행하던 때를 잊을 수가 없습니다. 두 잡지 모두 반응이 뜨거웠습니다. 제주 여행잡지 'the bom'은 일을 하면서 힐링 되는 프로젝트였습니다. 제주 곡곡과 곳곳을 다니며 글과 사진으로 담아내면서 참 행복한 순간을 보냈습니다.

같은 시기에 회장님께서 화보 중심의 연예계 잡지가 대세일 때, 보는 잡지가 아닌 읽는 잡지를 만들어 보자고 하면서 'BURNING' 프로젝트를 제안했습니다. 사진이 아닌 글로 생생한 공연현장을 묘사하고, 깊이 있는 분석기사를 쓴다면 팬들에게 사진보다 훨씬 더 영향력이 있을 것이라고 설명하였습니다. 결국, 두 잡지 모두 모든 온라인서점 관련 분야 1위에 자리매김했고, 해외에서 판권문제가 이어졌습니다. 콘텐츠가 강한 회사! 바로 블루에이지의 면모를 잘 보여준 프로젝트였습니다.



Q. 현재 집중하고 있는 프로젝트는?

A. 브랜드 마스터/ 코디 이민 가고 싶은 나라 1위! 여행하고 싶은 나라 1위! 세계에서 가장 품질 좋은 제품을 생산하는 나라, 선진국을 넘어 선도국이라 불리는 나라, 기술의 표준을 만드는 나라! 바로 대한민국입니다. 해외에서는 미래의 세계를 보려면 대한민국 서울을 가보면 된다는 말도 있습니다. 식민지와 전쟁을 통해 폐허가 된 세계에서 가장 가난하고 초라했던 나라에서 현재는 동서양의 젊은이들이 열광하고 정치 경제 사회 문화 분야에서 가장 영화롭게 빛나는 나라가 되었습니다.

영어분야에서 가장 권위 있는 옥스퍼드 사전은 2021년 로마자 알파벳 'K'에 새로운 정의를 추가하며 "K는 한국 문화를 지칭하는 접두사가 되었으며 쿨함의 전형이 되었다"라고 설명을 덧붙였습니다. 이제 한국이 무엇을 만드는지, 한국인이 무엇을 입는지, 한국인들이 어떻게 행동하는지, 한국에서 어떤 노래가 유행하는지, 심지어는 한국의 음식까지 유례없는 인기를 끌고 있습니다.

블루에이지의 브랜드 마스터로 국내 경쟁력 있는 소상공인과 농가, 그리고 중소기업이 생산하고 있는 양질의 K-브랜드를 발굴하고 우리의 브랜드개발 경험과 기술력을 동원해 국내외의 소비자에게 선보이는 것이 저의 목표입니다. 유통테크! 이는 블루에이지의 주력 사업분야이기도 합니다.

A. 프로젝트 매니저/ 저스틴 블루에이지라서 가능한 일이 있습니다. 넘버원(number one)이 아니라 온리원(only one)이 되는 것, 이미 세상에 있던 것들은 고도화 안정화하고, 세상에 없던 것들은 현실이 되게 하는 것입니다. 블루에이지의 즐거운 상상과 우리가 만든 행복한 경험이 사용자와 소비자에게 친숙한 일상이 되는 것입니다. 이제는 소유의 시대가 아니고 체험의 시대입니다. 블루에이지가 가진 창의적이고



즐거움 문화가 체험의 시대에 걸맞은 서비스를 제공할 수 있을 것입니다. 세상이 플랫폼을 기반으로 돌아가는 것 같아도 결국 경쟁력은 누가 좋은 제품 혹은 영향력 있는 콘텐츠를 가지고 있느냐가 중요합니다.

우리는 콘텐츠를 보다 단순하고 유연하게 서비스할 수 있는 능력을 갖춘 회사입니다. 게다가 서비스와 콘텐츠를 잘 담고 가공할 수 있는 플랫폼이 강력한 회사입니다. 블루에이지는 회사의 슬로건처럼 “기술과 문화와 디자인의 통섭”이 이루어지는 회사입니다. 우리가 가진 인프라와 기술력으로 고객에게 즐거운 일상과 행복한 경험을 선물하는 디지털콘텐츠가 강한 회사가 될 것입니다. 구체적으로 AR뷰, AR쇼룸, AR 피팅 등의 기술을 손쉽게 활용하는 서비스를 제공하는 것입니다.

A. 프로젝트 매니저/ 마이클 블루에이지는 우리의 이상과 꿈을 담은 물류 기반 융복합문화센터 설립을 준비 중입니다. 융복합센터는 그간 경험과 기술의 집약체가 될 것입니다. 이곳은 아날로그적인 경험과 인공지능 기반 미디어아트가 즐거운 체험을 선사하는 공간입니다. 다양한 분야의 트렌드를 제시하고, 새로운 인사이트를 공유하면서 문화를 만들어 가는 장소입니다. 대중문화 예술을 통한 사회 공헌은 물론 문화와 예술을 체험하고, 새로운 형태의 소비자 경험을 할 수 있는 공간이 될 것입니다.

생산자에게는 판매공간을, 문화 예술인에게는 창작 활동을, 소비자에게는 아트센터, 아카데미, 스튜디오, 쇼핑공간과 체험시설을 통해 보고, 듣고, 느끼고, 맛보는 즐거운 경험을 제공하는 공간입니다. **B**



S, M, A, R, T

Sophisticated_세련됨

Mannered_격식

Advanced_진보적

Rainbow_다양성

Technology_기술력

Specific_구체적

Measurable_측정가능

Achievable_실현가능

Result oriented_결과 중심적인

Time bounded_기간 설정



- 일 때문에 가족으로 해야 할 역할과 책임을 등한시하지 말 것!
- 건강이 최고! 잘 먹고, 잘 놀고, 잘 쉬 것!
- 남이 잘되도록 돕고 수익 일부는 도움이 필요한 곳에 나눌 것!
- 매일 책을 읽고, 꿈을 쓰고, 뜻을 세울 것!
- 뭐든 할 것, 실패할 것, 원하는 결과를 얻을 때까지 시도할 것!
- 무지한 열정보다 위험한 것은 없다. 공부하고 배울 것!
- 정보를 독점하지 말고 공개하고 공유할 것!



- 부정적인 이야기는 절대 하지 말고 듣지도 말 것!
- 안 되는 것은 안 된다고 하고 약속은 꼭 지킬 것!
- 일할 때는 몰입하고 문제는 즐길 것!
- 인사는 만사! 잘 웃고 밝게 행동할 것, 사람을 얻을 것!
- 오늘 일을 내일로 미루지 말 것!
- 지도가 아닌 지형을 보기 위해 전문가의 도움을 구할 것!
- 쉬지 말고 저장할 것, 범사에 백업할 것, 항상 기록할 것!

문화를 만듭니다.

- 일단 밝게 웃자!
- '나때'는 그만! '라떼'는 환영!
- 하고싶은 말은 해라!
- 회의는 짧게, 수다는 길게.
- 부정적인 말은 절대 사절!
- 소문을 화제로 만들지 말라!

일터가 아닌 놀터를 추구합니다.

- 내가 재미없으면 남도 재미없다.
- 실패허용! 실패는 경험이며 성공의 일부다.
- 권한위임! 책임은 대표가 진다. 해보라!
- 기분이 태도가 되지 않게하라!
- 공감할줄 아는 사람이 되라.



워크숍



신입사원 환영 촬영



슬로베니아 IOC위원과함께



캄보디아 시아준수마을 방송촬영



청룡영화제 취재



평창 동계올림픽 발대식



정기간행물 편집기획/발행



JYJ 도교동 공연 촬영차



스튜디오 컨셉 촬영



변화를 일으킵니다.

- 프레임은 깨고, 트렌드는 정복하기.
- 디자인적 사고, 시스템적 기획, 전략적 행동.
- 시너지스트가 되라!
- 넘버원이 아닌 온리원을 추구하라!
- 멈추지 않으면 변화는 일어난다.
- 말투를 바꾸면 변화가 시작된다.

문제를 해결합니다.

- 모든 답은 현장에 있다. 현장으로 가라!
- 무지한 열정보다 위험한 것은 없다.
- 열심보다 제대로 하라!
- 잘못된 질문에는 답이 없다.
- 외면하지 말고 대면하라!



신입사원 면접



회사 스튜디오에서 송년회



컬처데이



업무역량강화교육



여자를 위한 '화' 콘서트



6차산업 현장답사



더봄 잡지 제주도 취재



인쇄물 감리



디자인실과 스튜디오 내부



제25차 TAFISA 총회



1st.

블루에이지는

모든 프로젝트를 일괄서비스(OSS)합니다.

One Stop Service

OSS는 어떤 일을 한 장소에서 한 번의 방문으로
완료시켜 주는 서비스를 말합니다.

블루에이지에서는 기술과 문화와 디자인의 통섭을 기치로
정부나 기업, 단체, 개인의 비즈니스에 필요한 모든 것이
한 공간에서 한 팀을 통해 이뤄져 사업의 시너지가 극대화됩니다.

블루에이지의 원스톱 서비스(One Stop Service)는
브랜드빌딩-스토리텔링-패키지 디자인-시각 디자인-홈페이지제작-프로모션으로 이어지며
효율성이 도모되고 불필요한 거품을 줄일 수 있어 비용과 일정이 절약됩니다.







2nd.

블루에이지는

원 소스 멀티 유즈(OSMU)가 가능합니다.

One Source Multi Use

OSMU는 하나의 소스(source) 즉, 하나의 콘텐츠(contents)로
여러 상품 유형을 전개한다는 뜻입니다.

하나의 콘텐츠를 영화, 게임, 책, 캐릭터용품 등의
다양한 방식으로 개발하여 판매하는 전략으로
최소의 투자 비용으로 높은 부가가치를 얻을 수 있는 장점이 있습니다.

마케터, 스토리텔러, 콘텐츠기획자, 작가, 디자이너, 프로그래머가
고유한 사업영역을 가진 출판, 디자인, 웹, 스튜디오를 기반으로 협력하고 소통하며
각각의 고유한 감성과 전문성을 접목해 확장 가능한 서비스와 제품을 만들어 제공합니다.







3rd.

블루에이지는
토털 솔루션을 제공합니다

Total Solution Provider

하나의 프로젝트를 위해 협력하고 진행 되어야 할 일련의 작업을
한곳에서 한 번에 하나의 통일된 콘셉트와 통합디자인으로 제공해 드립니다.

회사의 설립과 제품 개발, 디자인, 마케팅, 브랜딩
나아가 제품촬영, 브로슈어 제작, 홈페이지와 쇼핑몰, 보도자료와 홍보까지
숙련된 전문가들을 통해 한 번에 진행할 수 있다면
그보다 좋은 환경은 없을 것입니다.





무엇을 도와드릴까요?

다음 중 귀하 혹은 귀사에게 도움이 필요한 영역에 표시 해주시기 바랍니다.
표시를 다 하셨으면 모든 면이 다 보이게 촬영한 후 카카오톡이나 메일로 보내주세요.

기본정보

기업 · 단 체 _____

대 표 자 _____

주 소 _____

업 종 _____

연 락 처 _____

이 메 일 _____

홈 페이지 _____

카카오톡 오픈채팅

카카오톡 오픈채팅방에서
'블루에이지'나 'blueage'를 검색하시면
채팅이 가능합니다.



카카오톡 오픈채팅

카카오톡 오픈채팅 주소

<https://open.kakao.com/me/blueage>

이메일 보내실 곳

info@blueage.xyz

브랜드북으로 귀사를 소개하세요.

본 단행본과 같은 종류의 브랜드북 제작을 원하시면 info@blueage.xyz로 문의해주세요.

상품기획

- 네이밍
- BI / CI
- 브랜드스토리
- 콘셉팅
- 브랜드 전략 수립

스토리텔링

- 카피라이팅
- 각종 콘텐츠 원고 : 영상, 웹 등

마케팅

- 마케팅 전략 수립
- 바이럴 마케팅, 제품 체험단 리뷰
- SNS마케팅
(페이스북 카카오토리 인스타그램 등)
- 보도자료 작성 및 배포

컨설팅/연구

- 시장조사
- 각종 기획서, 제안서, 보고서
- 지역 / 마을 개발 기본계획수립
- 체험관, 전시장, 테마관 공간기획
- E 커머스, 쇼핑몰 론칭 컨설팅

MICE

- 축제
- 전시 / 컨벤션 / 박람회
- 이벤트 프로모션
- 기업행사
- 캠페인

디자인기획

- 명함 / 서류봉투
- MICE(국제대회, 전시컨벤션, 전시부스) 디자인
- 브로슈어, 리플렛, 카달로그, 포스터
- 제품디자인, 패키지 제작
- 캐릭터
- 일러스트 / 캘리그래피

미디어 및 영상 콘텐츠 기획 제작

- 웹콘텐츠 제작
- 영상콘텐츠 제작
- 미디어 파사드, 미디어 맵핑 콘텐츠 기획
- 유튜브, 라이브커머스 제작

웹사이트 제작, 웹프로그래밍

- 반응형 웹 제작 / 개발
- 웹페이지 디자인 / 제작
- 홈페이지 유지 보수
- 쇼핑몰 개발 / 제작
- AR뷰, AR쇼룸, AR피팅 기획 / 제작

교육

- 브랜딩 / 마케팅 교육
- 지역 6차 산업 활성화 교육
- 스피치 / 프레젠테이션 맞춤 교육
- 리더십교육

출판/인쇄

- 기획출판
- 사보 정기간행물 발간
- 브랜드북 제작



블루에이지와 함께 만들어보세요.

개인, 스타트업,
소상공인 및 중소기업
단체를 위한
맞춤 솔루션이
준비되어 있습니다.





이제, 고객님은 일에만 집중하세요.

블루에이지는 브랜드 마케터, 콘텐츠 기획자, 작가, 디자이너, 프로그래머가 고유한 사업영역을 가진 퍼블리싱, 디자인, 웹, 영상, VR/AR/홀로그램, 인공지능을 기반으로 협력하고 소통하며 제품개발, 콘텐츠 생산 등 비즈니스에 필요한 모든 것을 한 공간에서 해결하는 토털솔루션(Total Solution)을 제공합니다.

블루에이지 메타버스 오피스

국내 여러곳에 흩어져 있는 블루에이지 프로젝트 팀과 해외 지사들과의 협업을 위해 메타버스 사무실을 구축해 업무를 진행하고 있습니다.

www.blueage.xyz/office

문의하기

- 대표메일: info@blueage.xyz
- Biz 센터: biz@blueage.xyz
- 디자인센터: sun@blueage.xyz
- 미디어센터: moon@blueage.xyz
- Ai 인사이트 Labs: info@myownai.net
- 제품기획 브랜딩: info@muffin.ne.kr
- 편집실: news@hi5ive.xyz
- 카카오톡오픈채팅:
<https://open.kakao.com/me/blueage>



카카오톡 오픈채팅

카카오톡의 오픈채팅에서
'블루에이지'를 검색하세요.

Follow us

 facebook.com/blueagegroup

 instagram.com/blueagegroup



www.blueage.xyz

—

자유롭게 피어나기!
이것이 우리가 내린 성공의 정의다.