

DIVEROID

BRAND COMMUNICATION GUIDEBOOK

브랜드 커뮤니케이션 가이드북

하나의 DIVEROID를 함께 만드는 기준
브랜드 원칙부터 제품별 표현과 다국어 제작까지

WatchDive / Universal Lite 2

Universal Pro Max / PRO CONTROLLER

개정판 1.7.1 · 2026-10-22 · 하늘색 기본 · 노랑 1~2곳

목차

사용 안내	03
01 브랜드와 제품 체계	04
02 WatchDive	10
03 Universal Pro Max	12
04 공통 시각 규칙	14
05 사진과 제품별 분위기	25
06 레이아웃과 출력	27
07 말투와 문장	29
08 다국어 작성	32
09 광고 구성	35
10 사실과 근거	38
11 사람과 AI의 작업	39
12 검수와 전달	42
부록	45

목차를 누르면 해당 장으로 이동합니다. 각 장은 판단 기준과 적용 예시를 함께 제공합니다.

이 책으로 작업하는 방법

한 브랜드를 여러 사람이 함께 만드는 데 필요한 판단과 제작 기준을 정리했습니다.

가이드북 1.7.1 · 2026-10-22 개정. 한글·영문 웹과 AI 전달 자료는 표현 기준 2.6.1을 함께 적용합니다. 네 제품의 선택한 로고를 아웃라인 SVG·투명 PNG로 등록했습니다. 제품별 역할·말투·컬러와 다운로드를 같은 기준으로 사용합니다. 사진 원본·권리·제품 기술 근거는 별도 기록을 따릅니다. 기본 강조는 Surface Blue #36A9E1입니다. Highlight Yellow #FFE55C는 완성 페이지 또는 독립 콘텐츠 전체에서 가장 중요한 총 1~2곳에만 선택적으로 사용합니다.

USE-01 불변 원칙·기본형·예외를 구분합니다

이름·공식 자산·확인된 사실·핵심 의미는 불변 원칙입니다. 첫 캠페인 순서와 템플릿은 기본형입니다. 채널·언어·출시 단계에 따른 조정은 해당 적용표에 따라 기록합니다.

맡은 일	읽을 순서
전체 기획	1장 브랜드·회사 서사 → 2·3장 제품별 선택 이유
디자인·영상	4~6장 시각 규칙 → 9장 채널·출시 단계
번역·현지화	7장 표현 깊이 → 8장 의미·용어·유머
AI 제작	11장 입력 자료 → 12장 검수·전달
최종 검토	10장 사실·근거 → 12장 검수표

기본 회사·제품 소개는 2026-10-02 선택한 방향에 따라 작성했습니다. 다른 광고 예문은 제작 방향이며 개별 사진·성능 근거·새 로고의 공개 상태를 대신하지 않습니다. 추가 언어는 서체·의미·완성 화면 검수를 거쳐 등록합니다.

책 → 제품 사실표 → 해당 채널과 목적 → 의미 카드·자산 → 완성 화면 검수 순서로 작업합니다. 오래된 자료는 역사 기록으로 읽고 최신 승인 상태를 제작 입력으로 선택합니다.

DIVEROID가 중심입니다

제품을 알리는 모든 작업이 DIVEROID에 대한 기억과 신뢰로 이어지게 합니다.

DIVEROID

실용성 · 완성도 · 실제 경험

WatchDive

위치 활용과 비용 부담

Universal Pro

이번 모델 Universal Pro Max

BR-01 DIVEROID 아래 제품과 앱을 구분합니다

DIVEROID는 모브랜드, Universal Lite 2 · WatchDive · Universal Pro Max · PRO CONTROLLER는 제품, DIVEROID app은 앱 이름입니다. 제품별 구매 이유와 승인된 로고 형태는 달라도 공식 자산 · 본문 서체 · 색 체계 · 정확하고 쉬운 설명은 공유합니다.

BR-02 각 제품의 선택 이유를 보여줍니다

WatchDive는 이미 가진 호환 위치를 다이빙컴퓨터로 활용하는 합리적인 선택입니다. Universal Pro Max는 촬영 · 다이빙 정보 · 기록을 스마트폰에서 이어가는 선택입니다. 함께 구매하거나 순서대로 업그레이드하는 기본 경로로 설명하지 않습니다.

완성 예의 이름 연결: WatchDive + DIVEROID app / WatchDive · a DIVEROID product. 후자는 관계 설명 예문이며 공식 로고 결합 형태가 아닙니다. MacBook 비유는 내부 방향 참고로 사용합니다.

우리의 약속과 메시지

다이버의 실제 필요에 맞춘 기술로 다이빙 경험을 완성합니다.

내부 방향 기준과 외부 슬로건의 역할을 구분합니다. 처음 보는 고객에게는 해당 제품이 할 수 있는 일을 먼저 설명하고, 브랜드 이야기에서는 개인의 다이빙 경험과 해양 데이터 비전을 연결합니다.

역할	표현	사용 위치
태그라인	Every dive maps the ocean. 모든 다이빙이, 바다의 지도가 됩니다.	브랜드 대표 자리·캠페인 서명
제품 약속	Complete your underwater experience.	제품 소개·세일즈 설명
비전	Make the ocean digital and fun.	회사 소개·장기 비전
개별 광고 제목	제품별 고객 상황과 가치에 맞춰 작성	광고의 첫 메시지

BR-03 한 콘텐츠에 주된 메시지를 남깁니다

광고는 고객이 기억할 가치 하나를 먼저 말하고 관련 근거와 행동을 연결합니다. 회사 소개는 기업의 역할과 비전, 제품 소개는 제품의 구매 이유를 중심에 둡니다. 모든 위치에 같은 슬로건을 반복하지 않습니다.

Every dive maps the ocean.은 브랜드 비전의 태그라인입니다. 모든 다이빙의 자동 지도화·수중 GPS·이미 제공 중인 데이터 서비스의 증거가 아닙니다. 기능은 해당 모델·출시 버전·실제 자료로 설명합니다.

회사 소개와 해양 데이터 비전

해양 데이터 비전을 먼저 말하고, 현재의 경험과 앞으로의 활용을 연결합니다.

BR-05 현재 제공하는 가치와 장기 비전을 연결합니다

회사 소개는 해양 데이터 비전 → 익숙한 기기의 다이빙 정보·촬영·기록 경험 → 축적된 기록의 미래 활용 순서로 설명합니다. 지금 제공하는 경험과 앞으로의 다이빙 장소 탐색·바다 이해 비전을 구분합니다. 제품별 소개는 역할을 먼저 설명하고 호환·구매 조건은 인접 설명과 관련 영역에 정확히 연결합니다.

구분	설명	적용 상태
현재 경험	기기의 다이빙 정보·수중 촬영·기록 경험	제품별 실제 기능·출시 단계에 따름
미래 비전	축적된 기록으로 다이빙 장소 탐색과 바다 이해를 도움	장기 방향으로 표현
회사 소개 순서	해양 데이터 비전 → 기기·경험 → 미래 활용	2026-10-02 · 1-A, 2-C 선택

현재와 미래를 구분하는 표현

현재 제품과 앱의 기록·연결 경험을 설명하고, 향후 데이터 활용은 “비전”, “미래”, “발견시켜 나갑니다”로 표현합니다. 회사 소개는 전체 제품군의 역할이며 모든 기기에서 촬영까지 제공한다는 의미가 아닙니다.

Every dive maps the ocean.은 기존 태그라인입니다. 실제 자동 해저 지도화·수중 위치 추적·이미 제공 중인 데이터 추천 서비스의 근거로 사용하지 않습니다.

회사 기본 소개 · 한국어와 영어

해양 데이터 비전으로 시작하는 3줄 기본 소개입니다. 선택한 의미와 현재/미래 구분을 유지합니다.

한국어 기본 소개

DIVEROID는 дай버의 경험을 통해 바다를 더 깊이 이해하는 미래를 만들어갑니다.

익숙한 스마트폰과 스마트워치로 다이빙 정보를 확인하고, 수중 장면과 다이빙 기록을 남기도록 돕습니다.

이 기록들이 쌓여 새로운 다이빙 장소를 발견하고 바다를 이해하는 데이터로 이어지도록 발전시켜 나갑니다.

English standard introduction

DIVEROID is building a future where every dive helps us better understand the ocean.

We turn familiar smartphones and smartwatches into tools for dive information, underwater photography, and dive logs.

Our vision is to connect these records into data that helps divers discover new dive sites and deepen our understanding of the ocean.

2026-10-02 · 1-A, 2-C의 선택에 따라 작성. 다른 언어는 비전 → 기기 경험 → 미래 활용 순서를 유지합니다. 제품별 현재 판매 여부와 기능 범위는 해당 제품 소개와 사실표를 따릅니다.

제품별 선택 이유와 근거

고객의 질문에 맞는 가치 하나를 선택하고 직접 관련된 자료로 설명합니다.

BR-06 질문·가치·근거·문구를 연결합니다

대표 대안이나 제품 기능을 나열하기보다 고객의 질문에 답하는 구매 이유를 선택합니다. 성능 우위·세계 최저가·자동 기능 비교는 해당 범위의 현재 근거가 있을 때 사용합니다.

제품·고객 질문	전달할 가치	확인할 근거
WatchDive · 이미 가진 위치를 활용할 수 있나?	호환 위치를 다이빙컴퓨터로 활용	검증 호환표·실제 위치/하우징/앱 과정
WatchDive · 무엇을 구매하고 얼마를 쓰나?	합리적인 추가 구매 구성	하우징 구성·리워드·핵심 기능 조건
WatchDive · 다이빙 중 무엇을 보나?	손목에서 다이빙 정보 확인	실제 수심·NDL·감압 안내·나침반 화면
Universal Pro Max · 내 다이빙을 남길 수 있나?	스마트폰으로 수중 순간을 기록	해당 제품의 촬영 결과·사용 경험
Universal Pro Max · 촬영 뒤에는?	스마트폰에서 돌아보고 나누는 경험	실제 확인·편집·공유 앱과 과정

제품 기본 소개 · 2026-10-02 3-A: WatchDive ▪ “이미 가진 스마트워치를 다이빙컴퓨터로.” / “Turn the smartwatch you already wear into a dive computer.” Universal Pro Max ▪ “다이빙 정보와 수중 촬영을, 내 스마트폰 하나로.” / “Dive information and underwater photography, all on your smartphone.” 호환 기기·하우징·앱 조건은 인접 설명과 호환 영역에 연결합니다. 첫 캠페인 순서와 광고 변형은 목적에 맞춰 선택합니다.

제품과 출시 정보를 구분합니다

제품의 역할은 명확히 쓰고, 출시 계획과 배송 약속은 따로 관리합니다.

항목	WatchDive	Universal Pro Max
제품 역할	호환 위치용 다이빙컴퓨터 하우징 + DIVEROID 앱	스마트폰용 촬영·다이빙 정보·나침반·로그북 하우징
대표 고객	호환 위치를 가진 가끔의 дайвер. 첫 캠페인은 연 1~2회 상황	자신의 수중 장면을 남기고 싶은 입문 дайвер
대표 대안	입문용 다이빙컴퓨터·다이빙 기능 위치	액션 카메라
출시 계획	2026년 12월 Kickstarter 하우징 캠페인 예정	2027년 3월 예정
가격 정책	MSRP US\$299 · Kickstarter 최대 50% 할인	판매 가격·채널 미확정
별도 확인	최종 리워드·호환·배송·시장 조건	호환·구현 기능·시장·배송 조건

BR-04 출시 계획·판매 대상·배송을 구분합니다

발행 시 캠페인 예정·진행·일반 판매·배송 예정의 상태를 날짜와 연결합니다. WatchDive Kickstarter는 하우징 판매가 대상이며 Ultra용 앱 단독 상품은 캠페인 판매 범위에 포함하지 않습니다. 배송일은 별도 확인합니다.

대표 결정과 실물 검증을 구분합니다. 가격·판매 정책은 확정되어도 지원 모델·시험 조건·구현 상태는 제품 담당자가 확인합니다. watchOS 10 / Wear OS 4 / iOS 17 / Android 11은 검토 목표안이며 확정 최소 OS나 전 모델 지원 약속으로 게시하지 않습니다.

WatchDive는 누구를 위한 선택인가

가끔 다이빙하는 사람의 장비 선택에 공감하는 것에서 시작합니다.

WD-01 첫 캠페인은 고객 상황에서 시작합니다

첫 인지 캠페인은 연 1~2회 다이빙하는 고객의 여행 준비·장비 선택에 공감합니다. 계속 유지할 제품 가치는 이미 가진 호환 위치의 활용과 합리적인 선택입니다. 연간 빈도는 모든 고객이나 콘텐츠의 조건이 아닙니다.

구분	기준
고객 가치	내 생활과 다이빙에 맞는 장비 선택
제품의 답	호환 위치 + WatchDive 하우징 + DIVEROID 앱
구매 전제	워치는 별도 보유. 하우징 구매자에게 핵심 다이빙 기능 포함
사용 가치	손목에서 다이빙 정보를 확인하고 이후 기록을 돌아봄
기억할 이름	WatchDive · 스마트워치용 다이빙 하우징

가끔 다이빙하는 고객을 존중합니다. 다른 장비 구매를 낭비로 평가하는 문구를 피하고, 실제 제품과 사용 가치로 합리성을 설명합니다. 세계 최저가 표현에는 현재 시장 비교 근거가 필요합니다.

WatchDive의 메시지 순서

제품 강점은 유지하고, 콘텐츠 목적에 맞게 시작점을 선택합니다.

WD-02 공감형은 첫 캠페인의 기본 순서입니다

첫 인지 광고는 고객 상황 → 워치·하우징 역할 → 비용 근거 → 기록 가치 → 행동 순서로 시작합니다. 이미 제품을 아는 고객의 기능·호환·출시 혜택 콘텐츠는 해당 질문부터 설명합니다.

완성 구성 예 · 방향 예문, 최종 카피 미승인

역할	한국어 예	영어 예
제목	이미 가진 워치로, 다음 다이빙까지.	Your everyday watch. Ready for your next dive.
제품 설명	WatchDive와 DIVEROID 앱으로 호환 워치를 다이빙컴퓨터로 활용하세요.	Turn your compatible smartwatch into a dive computer with WatchDive and the DIVEROID app.
단계별 행동	제품 이해: WatchDive 알아보기	Product understanding: Explore WatchDive

WD-03 가격에는 구성과 행사 조건을 연결합니다

MSRP는 US\$299, Kickstarter 할인 정책은 최대 50%입니다. 실제 리워드 금액·수량·기간·통화·배송비·세금과 호환 워치 별도 보유 조건은 발행 전에 확인합니다. 최대 할인 정책만으로 특정 리워드 금액이나 세계 최저가를 확정하지 않습니다.

피할 표현: 모든 워치가 다이빙컴퓨터로! / 영구 무료로 모든 기능. 확인: 워치 조건·구매 구성·핵심 기능 범위가 실제 출시 자료와 맞는가?

Universal Pro Max는 어떤 경험을 주는가

내 다이빙도 이렇게 찍어서 간직하고 싶다는 마음을 만듭니다.

UP-01 촬영과 기록의 결과를 중심에 둡니다

첫 캠페인은 실제 해당 제품으로 촬영한 결과와 사용자의 경험을 기본 이야기로 사용합니다. 기능·호환·구성 설명은 고객의 질문부터 시작할 수 있습니다. 실제 결과물이 없으면 내부 콘티로 남기거나 사실에 맞는 제작자 설명을 사용합니다.

구분	기준
고객	다이빙 장비를 알아보면서 자신의 수중 경험을 남기고 싶은 사람
원하는 첫 반응	내 다이빙도 이렇게 찍어서 간직하고 싶다
구매 이유 1	스마트폰에서 촬영물을 확인·편집·공유하기 편하다
구매 이유 2	촬영·다이빙컴퓨터·나침반·로그북을 한 기기에서 사용한다
우선 표현 방식	실제 촬영 결과와 실제 사용자의 이야기

WatchDive의 연 1~2회 빈도를 이 제품의 모든 고객에게 적용하지 않습니다. 액션 카메라보다 우수한 화질, 자동 편집·공유는 확인된 근거가 있을 때 해당 범위로 설명합니다.

Universal Pro Max의 메시지 순서

촬영 결과 → 사용자 이야기 → 제품의 역할 → 돌아보고 나누는 경험

UP-02 결과와 제품의 관계를 증명합니다

사진·영상이 어느 제품과 설정으로 촬영되었는지 확인합니다. 제품 사용 모습을 찍은 외부 카메라 영상과, 제품 자체의 촬영 결과를 구분합니다.

역할	한국어 초안	영어 초안
첫 제목	그날의 바다를, 내 스마트폰에.	Keep your dive moments on your phone.
제품 설명	촬영과 다이빙 정보를 한 기기에서. 다이빙 후에는 스마트폰에서 다시 보고 나누세요.	Capture your dive and check dive information on one device. Review and share your footage from your phone afterward.
사전 캠페인 행동	출시 소식 받기	Get launch updates

UP-03 실제 촬영 이후의 과정을 설명합니다

어떤 앱과 과정을 거쳐 촬영물을 확인·편집·공유하는지 실제 사용 자료로 확인합니다. 간결한 마케팅 설명과 단계별 사용 안내를 구분하고, 제공되지 않은 자동 처리나 기능을 추가하지 않습니다.

설렘 뒤에는 해당 제품이 만드는 경험을 보여줍니다. 장비를 이해하는 보조 제품 컷과 상세 사양 설명은 사용할 수 있습니다. 사용자 후기와 제작자 설명은 각각의 출처를 표시합니다.

사용자 전문성의 네 단계

가벼운 스노클링의 즐거움에서 정교한 수중 촬영 제어까지, 제품별 표현의 깊이를 구분합니다.

Universal *lite* 2

가볍게 즐기는 바닷속

WatchDive.

익숙한 위치로 다이빙

Universal Pro Max

다이빙과 촬영의 완성도

PRO CONTROLLER

내 의도대로 정교한 제어

Universal Lite 2 → WatchDive → Universal Pro Max → PRO CONTROLLER. 색상뿐 아니라 사진, 말투, 무엇을 먼저 보여주는지를 함께 조정합니다.

제품	표현의 중심
Universal Lite 2	즐거움과 간단한 사용 경험을 먼저 설명
WatchDive	익숙한 위치의 활용 가치와 핵심 기능을 쉽게 설명
Universal Pro Max	완성된 결과를 먼저 보여주고 촬영·기록 경험을 설명
PRO CONTROLLER	표현 의도와 제어 경험을 먼저, 상세 영역에서 셔터 속도·ISO·화이트밸런스 설명

마케팅은 모든 단계에서 쉽게 설명합니다. 이 순서는 안전·자격·방수·가격 등급이 아닙니다. PRO CONTROLLER는 Universal Pro Max와 함께 사용하는 액세서리입니다.

로고와 이름을 정확히 사용합니다

제품의 분위기는 달라도 브랜드 이름과 자산은 같게 유지합니다.




VIS-01 공식 로고와 개발 시안을 구분합니다

등록된 파일을 그대로 사용합니다. WatchDive는 둥글고 굵은 글자와 마지막 점, Universal Lite 2는 직립 Universal과 손글씨 lite·숫자 2, PRO CONTROLLER는 높이가 같은 넓고 굵은 대문자입니다. Universal Pro Max는 기존 승인 원본을 유지합니다. 본문의 제품명은 WatchDive이며 점은 로고에 포함됩니다. SVG는 아웃라인, PNG는 투명 배경입니다.

VIS-02 로고의 크기와 여백을 지킵니다

1080px 소셜 원본에서 워드마크 폭은 160px 이상, 시그니처 폭은 220px 이상입니다. 사방 여백은 워드마크 D의 글자 높이 이상 확보합니다. 인쇄물은 기존 인쇄 규칙을 별도로 따릅니다.

이름	이 책의 표기
브랜드	DIVEROID
워치 제품	WatchDive
스마트폰 제품군	Universal Pro
이번 스마트폰 모델	Universal Pro Max
스노클링 제품	Universal Lite 2
촬영 컨트롤러	PRO CONTROLLER

일상 제작은 공식 파일을 배치하는 작업입니다. 이번처럼 별도로 요청받은 로고 개발은 시안 탐색 범위이며 기존 DIVEROID 로고 변형 허가가 아닙니다. 제품명이 공백 없이 WatchDive인지, 모브랜드와 앱 이름이 구분되는지 확인합니다.

WatchDive 로고 · 제작 기준

하늘색 채움과 검정 테두리의 WatchDive.가 메인 로고입니다.



VIS-07 메인 로고와 배리에이션을 구분합니다

WatchDive 메인은 하늘색 #36A9E1 채움 · 검정 #000000 테두리입니다. 원본 8단위 획과 둥근 연결 · 끝 처리, 사방 16단위 아트보드 여백을 유지합니다. 이전 바이올렛 채움과 hollow 외곽선, 그라데이션은 선택형입니다.

밝고 단순한 배경에 메인을 배치합니다. 어두운 배경에는 등록 화이트형을, 단색 재현이 필요한 곳에는 등록 단색형을 선택합니다. D만 98%로 조정한 승인 윤곽과 기준선 · 마지막 점을 유지하며 파일 전체를 비례 확대 · 축소합니다.

항목	기준
화면 최소 폭	160px
보호 여백	사방 대문자 높이 이상
투명 PNG	폭 1200 · 2400 · 3600px, sRGB
SVG	글자 전체 아웃라인, 서체 설치 불필요
인쇄 권장 폭	30mm · 소재와 공정별 실물 교정 필요

본문은 WatchDive, 그래픽은 마침표를 포함한 WatchDive.입니다. 모브랜드 DIVEROID와 다른 제품의 로고는 기존 원본을 유지합니다. WatchDive의 6초 내부 빛 모션은 하늘색 · 검정 메인으로 돌아옵니다.

WatchDive · 메인과 배리에이션

메인은 하늘색과 검정. 단색과 외곽선은 쓰임에 맞게 선택합니다.

메인 · 하늘색과 검정

WatchDive.

바이올렛 단색

WatchDive.

바이올렛 외곽선

WatchDive.

형태	사용 기준
하늘색·검정 메인	일상적인 식별 · 화면 최소 160px
바이올렛 채움	등록된 단색 배리에이션
바이올렛 외곽선	넓은 화면의 선택형 · 권장 최소 320px
비율·여백	메인·외곽선: 8단위 획, 16단위 아트보드 여백

메인과 hollow 외곽선 모두 전체 파일을 비례 확대·축소합니다. 획 두께만 따로 바꾸지 않으며 보이는 획 바깥에 대문자 높이 이상의 보호 여백을 확보합니다. 바이올렛 채움형 파일명은 watchdive-violet-solid.svg입니다.

Universal Lite 2 · 브랜드 기준

스노클러용 스마트폰 하우징입니다.

Universal *lite* 2

바닷속 순간을, 내 스마트폰으로.

Capture underwater moments with your smartphone.

말투: 밝고 산뜻하고 친근한. 흰색·Foam 배경과 블루 포인트, 실제 스노클링 장면을 사용합니다. 밝고 산뜻한 즐거움을 전달합니다. 로고는 직립 Universal과 손글씨 lite, 가독성을 높인 숫자 2의 조합입니다. 본문에는 Universal Lite 2로 씁니다.

항목	기준
기본 컬러	#36A9E1
화면 최소 폭	220px
세대 숫자 2	보이는 높이 84단위 · Universal 대문자 높이 125단위의 67.2%. 원본 기준선을 유지하며 동일한 글자 형태를 균일 확대합니다.
보호 여백	사방 대문자 높이 이상
제작 파일	아웃라인 SVG · 투명 PNG 1200·2400·3600px
단색 버전	화이트 · 딥 바이올렛 · 블랙
그라데이션	히어로·캠페인 강조용 선택형

SVG 원본의 비율·자간을 유지합니다. 제품명은 번역해 바꾸지 않습니다. 인쇄·각인은 실제 소재와 공정으로 교정합니다. 영문 카피는 한국어 방향을 옮긴 편집 번역이며 기술 사양은 제품 사실표를 따릅니다.

Universal Pro Max · 브랜드 기준

다이빙 정보 · 수중 촬영 · 기록을 스마트폰으로 연결하는 올인원 하우징입니다.

Universal Pro Max

다이빙 정보와 수중 촬영을, 내 스마트폰 하나로.

Dive information and underwater photography, all on your smartphone.

말투: 차분하고 완성도 높은, 실제 경험 중심. 실제 제품 촬영 결과와 연결된 경험을 설명합니다. Universal Pro Max는 기존 승인 원본을 유지하며, Lite 2는 별도로 승인한 손글씨 조합을 사용합니다.

항목	기준
기본 컬러	#201748 단색
화면 최소 폭	240px
보호 여백	사방 대문자 높이 이상
제작 파일	아웃라인 SVG · 투명 PNG 1200 · 2400 · 3600px
단색 버전	화이트 · 딥 바이올렛 · 블랙
그라데이션	히어로 · 캠페인 강조용 선택형

SVG 원본의 비율 · 자간을 유지합니다. 제품명은 번역해 바꾸지 않습니다. 인쇄 · 각인은 실제 소재와 공정으로 교정합니다. 영문 카피는 한국어 방향을 옮긴 편집 번역이며 기술 사양은 제품 사실표를 따릅니다.

PRO CONTROLLER · 브랜드 기준

Universal Pro Max와 함께 사용하는 정교한 수중 촬영용 컨트롤러입니다.

PRO CONTROLLER

더 정교하게. 더 나답게.

More precision. More you.

넓고 굵은 대문자 PRO CONTROLLER의 글자 높이를 맞춰 전문성을 표현합니다. 말투는 절제되고 정교하며 이해하기 쉽게 유지합니다. Universal Pro Max와 함께 사용하는 제품이며, DSLR 비유는 세밀한 조작 경험을 설명합니다. 기능 상세는 확인된 셔터 속도·ISO·화이트밸런스 범위를 따릅니다.

항목	기준
기본 컬러	#10212E 잉크 단색
화면 최소 폭	240px
인쇄 권장 폭	35mm · 공정별 실물 교정
보호 여백	사방 대문자 높이 이상
제작 파일	아웃라인 SVG · 투명 PNG 1200·2400·3600px
단색 버전	화이트 · 딥 바이올렛 · 블랙
그래데이션	히어로·캠페인 강조용 선택형

SVG 원본의 비율·자간을 유지합니다. 제품명은 번역해 바꾸지 않습니다. 인쇄·각인은 실제 소재와 공정으로 교정합니다. 영문 카피는 한국어 방향을 옮긴 편집 번역이며 기술 사양은 제품 사실표를 따릅니다.

로고 모션 · 재생과 정지 기준

제품별 정지 메인을 기본으로, 두 가지 승인 모션을 필요한 장면에 사용합니다.

VIS-08 승인된 모션과 정지형을 함께 사용합니다

Lite 2는 5초 손글씨 루프를 사용하며 i의 점을 t의 가로획보다 먼저 찍습니다. WatchDive는 글자와 점 안에서 빛이 올라오는 6초 루프입니다. 두 모션은 히어로 · 캠페인의 선택형입니다. 웹은 재생 · 정지 조작과 동작 줄이기 설정의 정지 포스터를 제공하고, 식별이 계속 필요한 위치에는 각 제품의 정지 메인 로고를 배치합니다. 등록된 파일의 속도 · 윤곽 · 색을 유지합니다.

제품	승인 모션
Universal Lite 2	5초 · 50fps. 다듬은 손글씨를 1.3배 빠르게 재생. l → i 세로획 → t 세로획 → e → i 점 → t 가로획.
WatchDive	6초 · 25fps. 바이올렛 · 블루 빛이 글자와 마지막 점 안에서 위로 이동하고 단색으로 돌아옵니다.

Lite 모션은 Universal · 숫자 2의 딥 바이올렛과 lite의 블루를 조합합니다. 정지 기본 로고는 전체 블루 단색입니다. WatchDive 모션은 검정 테두리를 고정하고 하늘색 내부의 빛이 흐른 뒤 메인 색상으로 돌아옵니다.

웹에서는 MP4와 정지 포스터를 함께 연결하고 재생 · 정지 버튼을 제공합니다. 동작 줄이기를 선택한 방문자에게는 정지 포스터를 먼저 보여줍니다. GIF는 내려받기와 이를 지원하는 제작 매체에 사용합니다.

실제 GIF · MP4와 정지 포스터는 웹의 제품별 로고와 제작 ZIP에서 내려받습니다. PDF에는 정지형을 표시합니다. 승인 범위는 등록된 손글씨 · 글자 내부의 빛 모션이며, 추가 외곽 발광 · 3D · 그림자는 별도 디자인 결정입니다.

색은 값과 조합으로 고정합니다

사진의 바다 색과, 브랜드 디자인 요소의 색을 구분합니다.



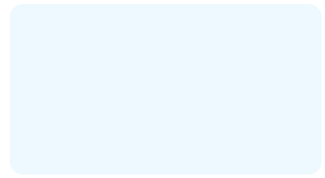
Deep Violet
#201748



Mid Violet
#3D2683



Surface Blue
#36A9E1



Foam
#EEF9FF

VIS-03 공식 색과 승인된 배경 자산을 선택합니다

기본 팔레트는 위 네 색을 따릅니다. 일반 강조는 Surface Blue #36A9E1, 최우선 포인트는 Highlight Yellow #FFE55C입니다. 노랑은 한 페이지·독립 콘텐츠 전체에서 총 1~2곳까지 선택하며 생략할 수 있습니다. 주요 CTA는 바이올렛, 경고는 Sun #F4B942, 로고는 등록 색을 유지합니다. 세부 강조 기준은 다음 쪽을 따릅니다.

배경	텍스트	운영 기준
흰색·Foam	Deep Violet 또는 #10212E	본문·밝은 광고의 기본 조합
Deep Violet	흰색	어두운 광고의 기본 조합
Surface Blue	Deep Violet	기본 강조·짙은 글자 조합

VIS-04 완성 화면에서 대비를 확인합니다

본문과 조건 문구는 4.5:1 이상의 대비를 기준으로 검수합니다. 큰 글자도 이 책의 기본 템플릿에서는 같은 기준을 적용합니다. 사진 위 문구는 실제 배경에서 측정하고, 필요하면 단색 영역으로 옮깁니다.

WCAG 본문 대비 4.5:1을 광고 검수에도 적용합니다. 인쇄 색은 기존 인쇄 가이드와 교정색로 확인합니다.

승인 배경: 정적 abyss-signal(히어로), reef-intelligence(데이터), memory-current(기록·공유); 동적 current-flow, sonar-sweep, memory-drift. 모두 diveroid-gradient- 접두어 SVG입니다. 글자는 어두운 부분에 놓고 필요하면 Deep Violet 단색 영역으로 분리합니다. 정적 본문을 선택한 WatchDive 랜딩에 동적 배경을 자동 적용하지 않습니다.

하늘색을 기본으로, 노랑은 가장 중요한 곳에

기본 강조는 Surface Blue #36A9E1. 노랑은 전체에서 총 1~2곳에만 선택합니다.

SURFACE BLUE / #36A9E1

기본 강조는 하늘색

가장 중요한 지점만

전체에서 총 1~2곳

일반적인 핵심 문구·라벨·정보 안내는 하늘색으로 강조합니다. 노랑은 가장 중요한 짧은 문구나 작은 라벨에만 사용합니다. 한 웹페이지 전체 또는 광고·포스터·이메일 등 독립 콘텐츠 한 개 전체에서 합계 1~2곳이 상한이며, 필요 없으면 0곳으로 둡니다.

역할	적용 기준
기본 강조 · 하늘색	Surface Blue #36A9E1을 사용하고 Deep Violet 또는 Ink 글자를 조합합니다.
최우선 포인트 · 노랑	Highlight Yellow #FFE55C는 전체에서 총 1~2곳. 섹션마다 반복하거나 넓은 노란 패널로 확장하지 않습니다.
CTA·상태·제품 식별	주요 CTA는 바이올렛, 경고는 Sun #F4B942입니다. 등록된 로고 색을 유지하고 강조의 의미를 문구로도 전달합니다.

단색 #FFE55C 위 Deep Violet은 약 13.00:1, Ink는 약 12.99:1의 대비를 제공합니다. 흰색 글자와의 대비는 약 1.26:1이므로 승인 조합은 어두운 글자입니다. 투명도·사진·그라데이션이 더해지면 완성 화면에서 다시 확인합니다.

2026-10-22 사용자 결정: 하늘색 기본 강조, 노랑은 전체 1~2곳의 최우선 포인트. Press 원본:

<https://diveroid.ai/press/brutalist.css> (--bk-flag)

토론: color.brand.diveroid.highlightYellow · CSS: --dv-color-highlight-yellow

서체와 글자 크기를 유지합니다

문장이 길다는 이유로 서체를 바꾸거나 글자를 임의로 압축하지 않습니다.

용도	라틴 문자	한국어
기본 서체	Pangram Sans	Spoqa Han Sans Neo
본문	Regular 400	Regular 400
제목·숫자	Medium 500	Medium 500
강조·행동 문구	Semibold 600	Bold 700

VIS-05 출력용 서체 파일을 고정합니다

완성 광고에서는 지정된 서체 파일과 버전을 사용합니다. 오피스 문서에 허용된 대체 서체를 완성 광고에 자동 적용하지 않습니다. 다른 문자권은 8장의 언어 등록 절차를 따릅니다.

1080px 소셜 원본	기본 크기	최소 크기
제목	72px	56px
설명	32px	28px
제품 라벨·행동 문구	28px	24px
조건 문구	24px	24px

위 크기는 이 책의 광고 템플릿 프로파일입니다. 웹·앱의 rem 크기 표와 별도로 적용합니다. 한국어 본문 줄간격은 1.45 이상, 제목은 1.20 이상으로 두고 글자에 맞춰 충분한 높이를 확보합니다. 최종 표시 크기에서도 읽을 수 있어야 합니다.

한글 제목 자간 -2%, 본문 -1%, 캡션·숫자 0을 기본으로 합니다. 라틴 제목 -1%, 본문·숫자 0을 사용합니다. 아랍어·인도계 문자에는 음수 자간을 적용하지 않습니다.

사진이什么的 근거인지 표시합니다

사진은 브랜드 분위기, 제품의 외형, 촬영 성능 중 무엇을 보여주는지 구분합니다.



ASSET-01 자료의 목적과 편집 상태를 기록합니다

파일 ID·출처·권리·제품·촬영 기기·버전·편집을 기록합니다. 실제 사용 증거는 자연스러운 색감과 실제 외형·화면을 유지합니다. 감성 연출은 승인된 범위에서 실제 증거와 구분하며, 다른 장비 로고는 주변 맥락으로 보여줍니다.

자료	사용 조건
실제 사용·성능 증거	해당 모델의 실제 자료. 자연스러운 노출·화이트밸런스·대비 정리
감성·분위기 영역	실제 제품 색 유지. 자연스러운 AI 바다 배경은 가까이에 합성 안내
기능 설명 화면	해당 모델·버전의 실제 앱 캡처. 실제 내용과 같음을 확인하면 화면 합성 표시는 생략 가능
사용자 증언	실제 발언·제품 경험·사용 허락을 확인

이번 WatchDive 랜딩 첫 화면과 실제 사용 증거에는 배경·화면 교체를 적용하지 않습니다. 배경과 화면을 함께 합성했다면 배경 안내는 유지합니다. 다른 브랜드의 자연스러운 로고 노출은 공식 협업 표시가 아닙니다. 보이는 사진의 모델·공개 권리·역할을 확인합니다.

2026-10-02 · 5-A: 기존 WatchDive 사진의 하우징 외형·앱 화면은 출시 기준과 일치한다고 대표가 확인했습니다. 원본 경로를 갱신했습니다. 이 확인은 촬영 자료의 버전 일치이며 배터리·방수 시험 결과 또는 모든 기기의 호환 증명으로 확대하지 않습니다.

두 제품의 분위기를 구분합니다

공통된 만듦새 안에서 소재와 색 사용의 비중을 달리합니다.

표현	WatchDive	Universal Pro Max
첫 인상	접근하기 쉽고 합리적인 선택	경험을 풍부하게 남기는 선택
주된 장면	여행 준비·손목의 실제 사용·다이빙 기록	수중 촬영 결과·촬영한 사람·스마트폰에서 돌아보는 순간
기본 바탕	흰색·Foam의 밝은 바탕	Deep Violet과 실제 수중 사진
문장 분위기	고객 상황에 공감하는 담백한 설명	절제된 설명 뒤에 구체적인 경험
공통 마무리	제품명·공식 로고·행동 하나	제품명·공식 로고·행동 하나

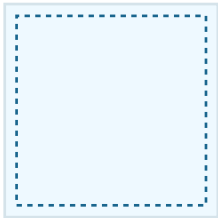
VIS-06 제품 프로필을 기본형으로 사용합니다

첫 제작의 기본형은 WatchDive wd-light, Universal Pro Max up-deep입니다. 제품별 고객 상황·자료·채널에 맞게 배경을 조정할 수 있으며 공통 색·서체·로고·가독성을 유지하고 변경된 프로필을 기록합니다.

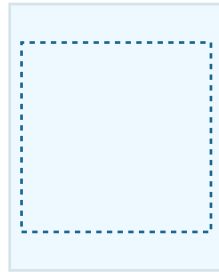
사진·타이포그래피·여백으로 강조합니다. 기능 설명 화살표와 실제 화면 표시는 가능하며, 설명과 무관한 스티커·번개·빛나는 테두리는 피합니다. 밈 허용이나 기간 한정 할인 강조를 새 장식·서체·효과 허가로 확대하지 않습니다.

원본 규격과 안전 영역

아래 수치는 DIVEROID 내부 제작 기준입니다. 매체의 실제 미리보기에서도 다시 확인합니다.



square



portrait



story

형식 ID	원본 크기	핵심 내용 영역
square	1080 × 1080px	사방 60px 안쪽
portrait	1080 × 1350px	중앙 1080 × 1080 영역의 안쪽 60px
story	1080 × 1920px	좌우 60px, 위 250px, 아래 310px 안쪽

LAY-01 템플릿의 적용 범위를 먼저 선택합니다

제품 라벨 → 제목 → 근거 이미지 → 설명 → 행동·로고는 1080px 소셜 기본 템플릿의 슬롯 순서입니다. 해당 형식에서 위치·크기를 고정합니다. 웹·인쇄·영상에는 각각의 규격을 적용하고 소셜 좌표·최소 로고 폭을 복사하지 않습니다.

소셜 플랫폼 UI와 크롭 방식은 달라질 수 있습니다. 이 규격을 플랫폼의 모든 배치에 대한 보장으로 쓰지 않습니다. 게시 위치별 미리보기 확인을 출력 검수에 포함합니다.

내용이 넘칠 때의 처리 순서

누가 수정해도 같은 순서로 문제를 해결하도록 정합니다.

	안전 영역 기준 / y 위치 · 높이(px)
2	1 제품 라벨 0 · 36
3	2 제목 52 · 260
4	3 이미지 332 · 300
5	4 설명 652 · 144
	5 조건 808 · 72
	6 행동 920 · 40 / 7 로고 여백 888 · 72

square·portrait는 위 배치를 사용합니다. story는 이미지 높이를 400px 늘리고 이후 슬롯을 400px 내립니다. 가로 위치와 전체 수치는 동봉한 배치 규칙 파일을 따릅니다.

LAY-02 소셜 원본은 문구·줄바꿈부터 다듬습니다

1080px 소셜 기본형은 의미·필수 조건 유지 → 문장 축약 → 줄바꿈 → 2px 단위로 지정 최소 크기까지 조정 순서입니다. 넘치면 장수·형식을 바꿉니다. 웹은 반응형 배치와 자동 높이를 사용하며 소셜 축소 규칙을 적용하지 않습니다.

- 제목은 이 책의 소셜 기본 템플릿에서 최대 3줄입니다.
- 설명은 최대 3줄, 제품 라벨과 행동 문구는 각각 1줄입니다.
- 가격·호환 조건을 잘라내거나 숨겨서 공간을 만들지 않습니다.
- 글자의 가로폭을 줄이거나 지정된 최소 크기 아래로 내리지 않습니다.
- 로고·제품 외형을 찌그러뜨리거나 읽어야 할 화면을 잘라내지 않습니다.

LAY-03 이미지는 비율을 유지합니다

제품 전체를 보여주는 사진은 외형이 잘리지 않게 맞춥니다. 풍경 사진을 자를 때는 초점 위치를 파일별로 기록합니다. RTL 언어라고 제품 사진이나 로고를 좌우 반전하지 않습니다.

문구 길이에 대한 글자 수 제한은 참고 경고로만 씁니다. 실제 출력에서 줄 수·최소 글자 크기·박스 밖 넘침을 확인해야 합니다.

기본 말투는 같고 강조점은 다릅니다

DIVEROID는 다이버가 이해할 수 있는 말로 실제 경험을 설명합니다.

COPY-01 고객과 목적에 맞게 쉽게 말합니다

제품 페이지는 차분하고 구체적인 존댓말과 일상적인 영어 동사를 사용합니다. WatchDive·Universal Pro 계열의 소셜 광고는 밈·말장난·대화체를 사용할 수 있습니다. 고객의 선택을 존중하며 실제 행동과 가치를 설명합니다.

요소	WatchDive	Universal Pro Max
먼저 짚을 것	가끔 다이빙하는 고객의 상황	간직하고 싶은 실제 다이빙 장면
설명 방식	어떤 위치와 무엇을 사서 어떻게 쓰는지	무엇을 찍고 어떻게 돌아보고 나누는지
감정의 역할	고객을 이해하는 공감	다시 보고 싶은 순간의 설렘
문장 끝의 역할	가격·조건 또는 다음 행동	구체적 경험 또는 다음 행동

COPY-02 강조는 의미와 제품으로 전달합니다

광고 한 편의 느낌표는 기존 기본형에서 최대 1개로 둡니다. 과장·대문자·이모지의 반복을 피하고 이름·약어의 정확한 표기는 유지합니다. 소셜 유머를 제품 페이지 말투나 새 장식 효과 허용으로 확대하지 않습니다.

실용과 설렘은 계산 비율이 아니라 문장에 담긴 역할로 봅니다. 어떤 일을 할 수 있는지, 왜 고객에게 필요한지, 실제 자료가 뒷받침하는지를 확인합니다. 채널별 말투는 표현 기준 2.0.0을 함께 적용합니다.

좋은 문장과 고쳐야 할 문장

표현을 바꿀 때도 의미와 조건을 함께 유지합니다.

고쳐야 할 표현	문제	적용할 방향
모든 위치가 다이빙컴퓨터로!	미검증 호환 확대	호환 스마트워치를 활용하는 WatchDive
영구 무료로 모든 기능	기간·기능 범위 확대	하우징 구매자에게 핵심 다이빙 기능 포함
No separate dive computer. No charging routine.	부정문 혜택 나열	이미 가진 위치의 활용과 하우징 장수명 배터리 가치
첨단 센서와 다중 모듈의 통합	첫 고객이 이해하기 어려움	손목에서 다이빙 정보 확인
AI가 안전을 판단해드립니다	안전·AI 능력 과장	삭제. 해당 모델의 실제 보조 기능만 설명

COPY-03 쉬운 용어와 정확한 화면을 함께 유지합니다

마케팅은 다이빙 기록, UI는 다이버 로그를 사용합니다. NDL은 첫 설명에서 무감압 한계 시간 또는 remaining no-decompression time으로 풀고 이후 필요한 위치에서 약어를 사용합니다. 화면 원본의 실제 표기를 임의 편집하지 않습니다.

고객의 이해를 위한 설명 예문이며 제품 기능의 승인이 아닙니다. 감압 안내·나침반·방향 표시의 기능 범위와 표현은 출시 화면·제품 사실표와 맞춥니다. 상세 조작 시간·상태 전환은 사용 안내에 둡니다.

긍정문과 쉬운 설명

고객이 할 수 있는 일을 말하고, 필요한 만큼만 설명합니다.

COPY-04 되는 일과 얻는 가치를 먼저 말합니다

마케팅은 고객이 할 수 있는 일·지원 기능·가치를 긍정문으로 씁니다. 불필요한 미지원 설명과 제한 문장은 삭제합니다. 안전·구매 조건·필수 고지·직접 묻은 제한에는 필요한 사실을 명확히 안내합니다.

COPY-05 마케팅과 사용 안내의 깊이를 구분합니다

마케팅은 간단한 행동과 결과, How It Works는 쉬운 사용 흐름을 설명합니다. 사용 설명서·안전 안내·조작 FAQ·고객지원에는 필요한 시간·상태·절차를 정확히 제시합니다. 같은 제품 사실을 다른 깊이로 설명합니다.

좋은 완성 예 · 최종 카피 미승인	이유
During your dive, press and hold to open the compass, then briefly press the button to set a heading marker.	간단한 행동과 결과
See your depth and remaining no-decompression time at a glance.	약어를 풀어 고객 가치로 설명
WatchDive's housing battery powers 500+ dives.	하우징의 장수명 가치와 범위

피할 마케팅: 모드 전환 제한을 필요 없이 소개 / 1.5초·특정 화면 조건·센서 원리 나열 / No charging. No subscription. 반복.
예외: 직접 조작을 묻는 답변에는 1.5초 등 실제 조건을 표기. 확인: 행동·가치를 바로 이해하는가, 필요한 구매 조건이 보존되는가?

번역할 문장보다 의미를 먼저 고정합니다

언어가 달라도 고객·구매 이유·근거·조건·다음 행동은 같아야 합니다.

LOC-01 핵심 의미와 보호 이름을 먼저 고정합니다

번역 전에 message_id·고객 상황·가치·필수 사실·WatchDive 등 보호 이름·행동·채널을 기록합니다. 각 언어는 이 카드에서 직접 작성하고 긍정문·쉬운 설명·원문의 유머 강도를 유지합니다.

의미 ID	변하지 않는 내용	달라질 수 있는 표현
WD.EMPATHY	가끔 다이빙하는 고객의 장비 선택 고민	질문형·서술형, 자연스러운 문장 순서
WD.VALUE	호환 위치 활용과 확인된 구매 조건	현지 통화·날짜·읽기 쉬운 설명
UP.MEMORY	내 다이빙을 찍어서 간직하고 싶은 마음	현지에서 자연스러운 감각적 첫 문장
UP.WORKFLOW	스마트폰에서 확인·편집·공유하는 경험	문장 길이와 동사 선택

LOC-02 조건을 보존합니다

호환·예정·필수 기능·촬영 후처럼 주장 범위를 정하는 말은 번역에서 삭제하지 않습니다. 가격·단위·출시 상태를 원본과 대조합니다. 제품 이름과 공식 로고는 그대로 유지합니다.

현지화 예: “My everyday watch has a dive trip planned.” → “늘 차던 위치도, 이번엔 다이빙 여행.” 같은 가벼운 의도를 살린 방향 예문입니다. 문화에 맞게 유머를 옮겨도 새 기능·후기·더 큰 성능 약속을 추가하지 않습니다. 실제 번역과 완성 화면은 검수합니다.

새 언어를 추가하는 절차

한국어와 영어 이외의 언어도 같은 등록 절차를 통과한 뒤 사용합니다.

LOC-03 언어별 서체와 줄바꿈을 등록합니다

언어·국가 코드, 글자 방향, 보호할 단어, 용어집, Regular·Medium·강조용 서체 파일, 줄바꿈 규칙, 낱짜·통화·단위 표기, 검수자를 한 묶음으로 등록합니다.

문자권	반드시 확인할 것
한국어	단어 중간 줄바꿈을 피하고 충분한 줄간격 확보
라틴 문자 언어	악센트와 특수 글자 지원, 긴 합성어, 통화·소수점 표기
일본어·중국어	해당 지역 글리프와 줄 시작·끝 금칙 처리
아랍어·히브리어	RTL 읽기 순서, 제품명·숫자의 방향 분리, 연결 글자
그 외 문자권	글리프·조합 문자·문장 방향·행간을 실제 출력으로 검수

LOC-04 언어 검수와 화면 검수를 모두 합니다

해당 언어에 능숙한 검수자가 자연스러움과 의미를 확인하고, 별도로 완성 화면의 글자·줄바꿈·조건·방향을 봅니다. 역번역과 AI 검수는 보조 수단으로 사용합니다.

현재 토큰에는 CJK용 Noto Sans 계열 후보가 있지만, 이 배포 묶음에는 해당 서체 파일과 언어별 승인을 포함하지 않습니다. 글리프를 확인하지 않은 대체 서체로 완성본을 내보내지 않습니다.

공통 용어와 표기

직접 번역해도 되는 표현과 그대로 유지할 이름을 구분합니다.

개념	한국어	영어·보호 표기
브랜드 / 워치 제품	DIVEROID / WatchDive	DIVEROID / WatchDive
스마트폰 제품	Universal Pro Max	Universal Pro Max
앱	DIVEROID 앱	DIVEROID app
컴퓨터 기능	다이빙컴퓨터	dive computer
마케팅 / UI 기록	다이빙 기록 / 다이브 로그	dive record / dive log
NDL 첫 설명	무감압 한계 시간	remaining no-decompression time
감압 안내	감압 안내	decompression guidance
워치 조건	호환 스마트워치	compatible smartwatch
핵심 기능 조건	하우징 구매자에게 핵심 다이빙 기능 포함	core dive features included with the housing
출시 전 행동	출시 소식 받기	Get launch updates

LOC-05 시장과 언어를 따로 지정합니다

en-US와 en-GB처럼 시장을 포함한 코드를 사용합니다. 영어라는 이유만으로 미국 가격·날짜·단위를 모든 시장에 복사하지 않습니다. 유럽 전체를 하나의 언어로 취급하지 않습니다.

NDL·deco 등의 UI 약어와 실제 화면 라벨은 제품 화면 기준으로 확인합니다. 사용자 설명에서는 쉬운 풀어쓰기를 우선합니다. 제품명은 공백 없이 WatchDive로 보호하고 다른 언어에서도 번역하지 않습니다.

15초 영상도 메시지 순서가 있습니다

15초 공감형·결과형은 첫 캠페인 기본 예시입니다. 목적에 따라 구간을 조정합니다.

구간	WatchDive 고객 공감형	Universal Pro Max 결과·이야기형
0~3초	여행 준비와 장비 선택 고민	실제 제품으로 촬영한 수중 장면
3~7초	호환 위치와 하우징의 역할	그 장면을 남긴 실제 사용자의 이야기
7~11초	실제 사용·가격·구매 조건	제품을 사용하는 장면과 통합의 편리함
11~15초	앱 기록과 출시 단계별 행동	스마트폰에서 돌아보고 나누는 경험과 행동

VID-01 화면과 말이 같은 내용을 설명합니다

가격을 읽는 동안 해당 가격과 조건을 보여줍니다. 사용자 발언은 실제 인용을 쓰고, 제작자 설명을 고객 후기처럼 연출하지 않습니다. 말이 없어도 제품과 다음 행동을 이해할 수 있게 자막을 제공합니다.

VID-02 읽을 시간을 확보합니다

한 자막에는 짧은 문장 하나를 담고 기본적으로 두 줄 안에서 구성합니다. 읽기 시험에서 빠르면 유지 시간을 늘리거나 문장을 줄입니다. 조건을 읽지 못할 정도로 짧게 노출하지 않습니다.

소셜 유머에는 같은 실제 근거와 고객 존중 원칙을 적용합니다. 배경음·속도는 고객이 메시지와 조건을 읽을 수 있게 선택합니다. 기능 설명·리타기팅에서는 해당 질문부터 시작할 수 있습니다. 시간 배분 자체는 성능이나 발행 승인 조건이 아닙니다.

매체마다 같은 메시지를 다르게 펼칩니다

첫 메시지와 근거를 유지하고, 설명의 길이만 매체에 맞춥니다.

매체	기본 구성	확인할 것
이미지 광고	제품 라벨·제목·근거 이미지·짧은 설명·행동	핵심 구매 이유 하나와 안전 영역
캐러셀	상황 또는 결과 → 제품 이해 → 근거 → 행동	한 장에 한 이야기, 독립적으로 읽혀도 오해 없음
짧은 영상	제품별 이야기 순서 + 실제 화면 + 자막	소리 없이도 제품·가치·행동 이해
제품 상세 페이지	광고 메시지 재확인 → 사용 과정 → 구성·조건 → 근거 → 행동	광고의 주장과 가격 조건이 이어짐
이메일	상황·소식 → 가치 → 근거 → 행동	제목과 본문이 같은 약속을 전달

CHAN-01 광고와 도착 페이지의 약속을 맞춥니다

제품·시장·언어·출시 상태·가격·판매 대상이 연결된 페이지에서도 이어져야 합니다. 제품 이해용 페이지의 내부 이동, 사전 소식 등록, Kickstarter 프로젝트 확인, 일반 구매를 각각 실제 준비된 목적지로 연결합니다.

소셜 캡션의 기본형은 첫 문장 → 실제 맥락 2~4줄 → 행동 하나, 해시태그 5개 이하입니다. 길이·구도·첫 이야기 순서는 채널에 맞게 조정하고 고객 가치와 근거는 유지합니다. 링크·등록 기능은 실제 준비 상태를 확인합니다.

채널과 출시 단계별 목적

같은 제품 가치를 유지하며 목적에 맞는 순서와 행동을 선택합니다.

CHAN-02 목적·단계·판매 범위를 먼저 지정합니다

브리프에 채널·콘텐츠 목적·인지 단계·출시 단계·실제 CTA 목적지를 기록합니다. 첫 캠페인 순서는 기본형이며 제품 이해·기능·호환·행사·회사 소개에는 관련 질문부터 설명합니다.

목적·단계	전달할 내용	행동·범위
첫 인지 광고	WatchDive 공감 / Universal Pro Max 실제 결과	실제 제품 소개로 연결
제품 이해용 페이지	역할·사용 가치·쉬운 흐름·조건	설명으로 내부 이동, 등록·구매 자동 추가 없음
사전 출시 소식	제품 가치·예정 상태	준비된 등록 경로의 Get launch updates
Kickstarter 진행	하우징 가치·구성·실제 리뷰드·일정	실제 프로젝트 확인, Ultra 앱 단독 판매 제외
기능·호환 설명	해당 질문·실제 화면·검증 조건	관련 상세 안내·호환표
기간 한정 행사	확인된 혜택·기간·대상	혜택 강조 가능, 공통 자산·장식 기준 유지
회사·파트너 소개	현재 역할·제품·해양 데이터 비전	회사 소개 승인본·실제 다음 단계

기본 말투: 제품 페이지는 차분하게, 두 제품군의 소셜 광고는 유머·ميم·대화체 가능. 번역은 원문의 의미·유머 강도를 유지합니다.
확인: 광고와 도착 페이지의 제품·가격·언어·출시·판매 범위가 같은가?

주장마다 확인할 자료가 있습니다

확인된 사실과 제작자가 제안한 표현을 구분합니다.

FACT-01 사실에 출처와 사용 범위를 붙입니다

claim_id, 제품 모델, 원문, 출처, 확인 날짜, 적용 시장, 조건, 확인 담당자, 상태를 기록합니다. 제품 기능·가격·출시 계획은 서로 다른 항목으로 관리합니다.

내용	등록 상태	발행 전 확인
WatchDive 가격 정책	대표 결정: MSRP US\$299 / Kickstarter 최대 50%	실제 리워드·수량·기간·시장·배송비·세금
핵심 다이빙 기능	하우징 구매자 포함 정책	출시 기능·무료 범위·실제 앱 화면
하우징 배터리	대표 설명: 500회 이상 다이빙 / BLE 저전력	하우징 대상임을 표시. 시험 조건·증거
호환 / 최소 OS	모델 검증 중 / OS 추천안	크기·OS·장착·앱 실제 검증
세계 최저가	비교 주장, 미검증	동일 구성·시점·시장 총비용 비교
신제품 촬영·후기	제품별 자산 등록·검수 필요	촬영 기기·실사용·사용 권리
출시·배송	캠페인·출시 예정 계획	현재 일정·배송 상태 별도 확인

FACT-02 근거가 없는 부분은 작업 중에 표시합니다

내부 초안에는 [확인 필요]를 남기고 필요한 자료를 적습니다. 완성 광고에는 빈칸이나 확인 표시를 그대로 내보내지 않습니다. 주장 범위를 줄여 해결할 때도 제품의 실제 역할은 정확히 유지합니다.

제품 사양·사용 안내에서는 사실을 정확히 유지합니다. WatchDive에는 게이지 모드가 없으며 하우징 배터리를 교체형으로 소개하지 않습니다. 500회는 하우징 배터리 설명으로, 위치 배터리 수명과 구분합니다. 60m 방수 수심과 다이빙 사용 수심도 별도 항목입니다.

역할과 순서를 고정합니다

누가 만들더라도 같은 입력을 받고 같은 기준으로 확인합니다.

순서	담당 역할	해야 할 일
1	기획 담당	제품·고객·시장·언어·목표·의미 카드 선택
2	제품·사업 정보 담당	기능·호환·가격·일정·자료의 상태 확인
3	카피·번역 담당 또는 AI	의미 카드와 용어집으로 제목·설명·행동 작성
4	디자이너 또는 제작 도구	고정 템플릿에 문구와 실제 자산 배치
5	언어·브랜드 검수 담당	의미·말투·가독성·시각 규칙 확인
6	발행 담당	최종 파일·연결 주소·버전을 확인하고 발행

OPS-01 AI가 승인 상태를 만들지 못하게 합니다

AI가 작성한 자기 검수는 참고 기록입니다. 제품 사실이나 언어·브랜드 확인 담당자의 검토를 대신하지 않습니다. 제작 도중 문구나 자산이 바뀌면 바뀐 부분을 다시 검수합니다.

기존 브랜드의 별도 확인 대상인 로고 변경·안전 및 AI 주장·법률 관련 항목은 현재 발행 규칙을 따릅니다. 일상적인 제작까지 새로운 승인 절차를 추가하는 의미는 아닙니다.

AI에 전달할 입력 묶음

프롬프트뿐 아니라 같은 자료와 같은 선택지를 전달해야 합니다.

입력	내용
규칙 버전	책 1.1.0 + communication 2.0.0 + 규칙·레이아웃 버전
제품과 범위	watchdive / universal-pro-max / company · 출시 단계·판매 대상
시장·언어	국가·언어 코드·용어집·서체
목적·행동	제품 이해 / 인지 / 기능 / 혜택 / 회사 소개와 실제 목적지
메시지	message_id · 기억할 가치와 허용 조정
사실·자산	claim_id·출처·상태 / asset_id·공개 사용 범위
템플릿	매체 형식·프로필·불변/기본/예외 구분
산출물	문구·근거 연결·미확인 항목·실제 완성 화면

AI-01 공식 제작과 개발 탐색을 구분합니다

일상 제작은 지정된 제품·의미·확인된 자료·공식 자산을 사용합니다. 별도로 요청한 로고·컬러·카피 탐색은 제안 상태로 표시합니다. AI가 새 제안을 승인 사실·공식 자산으로 만들거나 누락 자료를 추측하지 않습니다.

같은 입력이어도 생성 문장은 달라질 수 있습니다. 정확히 같은 완성 파일이 필요하면 확정한 문구·자산·템플릿·서체·배치 좌표와 동일한 출력 도구 버전을 저장해 다시 출력합니다.

공통 AI 작업 지시문

어떤 AI를 쓰든 아래 원칙과 같은 입력 묶음을 전달합니다.

DIVEROID 브랜드 커뮤니케이션 가이드북과 동봉한 규칙 파일을 적용하세요. 지정된 제품·메시지·시장·언어를 유지하고, 첨부된 사실과 자산만 사용하세요. 제목·설명·행동 문구를 작성한 뒤 각 문장이 어떤 의미 ID와 사실 ID에 연결되는지 표시하세요. 확인되지 않은 기능·가격·호환·후기는 작성하지 말고 필요한 자료를 목록으로 반환하세요.

제품의 고정 가치는 유지하세요. WatchDive 첫 인지 캠페인은 고객 공감형, Universal Pro Max 첫 캠페인은 실제 촬영 결과·사용자 경험형입니다. 기능·호환·출시 혜택·회사 소개는 목적별 순서를 사용하세요. 회사 소개는 해양 데이터 비전을 먼저, 제품 기본 소개는 역할을 먼저 설명하는 확정 방향을 따르세요. 개별 캠페인은 채널·목적·출시 단계에 맞춰 구성합니다.

고객이 할 수 있는 일과 얻는 가치를 긍정문으로 쉽게 쓰세요. 상세 조작 시간·상태 전환은 사용 안내에 두세요. 원문의 핵심 의미·조건·유머 강도를 유지하고 해당 문자권의 서체·줄바꿈을 실제 화면에서 확인하세요.

AI-02 작성 결과와 근거를 함께 반환합니다

결과에는 제품, 언어, 의미 ID, 템플릿 ID, 제목·설명·행동, 사용한 사실·자산 ID, 필요한 자료, 검수 상태가 있어야 합니다. 자동 검사 결과와 사람이 확인할 항목을 나눠 반환합니다.

실제 전달용 지시문과 입력·출력 예시는 AI 작업 묶음에 별도 파일로 들어 있습니다. 인용할 후기·기능·가격이 아직 없으면 초안 상태를 유지합니다.

발행 전 확인표

오류를 평균 점수로 상쇄하지 않고, 빠진 항목을 고칩니다.

확인 영역	통과 기준
이름·제품	공백 없는 WatchDive · 모브랜드·앱·판매 대상 구분
메시지	목적에 맞는 가치 하나. 회사 비전과 현재 기능 구분
사실·조건	가격·호환·성능·일정·후기에 자료·범위·상태 연결
말투·언어	긍정문·쉬운 설명·유머 강도와 필요한 조건 유지
자산	공식 로고·서체·권리·사진 역할과 합성 안내 확인
출력	해당 매체 규격·최소 크기·대비·모바일 가독성
행동	실제 목적지·시장·언어·출시 단계와 연결

QA-01 자동 검사와 눈으로 보는 검수를 함께 합니다

자동 검사는 이름·값·형식·범위·누락을 찾습니다. 고객이 무엇을 이해하는지, 사진과 문장의 관계, 실제 번역의 자연스러움은 완성 화면에서 사람이 확인합니다.

잘못된 제품·사실·조건, 무단 자산, 읽을 수 없는 글자, 끊긴 연결은 수정 후 다시 확인합니다. AI가 스스로 합격이라고 적었다는 이유만으로 발행하지 않습니다.

같은 결과를 다시 만드는 방법

확정된 결과물을 재현할 수 있도록 작업 묶음을 남깁니다.

OPS-02 버전과 원본을 함께 보관합니다

guide_version, template_version, locale_version, 확정 문구, 자산 파일과 해시, 가격·사실 자료의 날짜, 출력 도구와 버전, 최종 파일, 검수 기록을 함께 저장합니다.

전달 폴더	내용
01 기준	가이드북·규칙 파일·언어 규칙
02 제작 입력	제작 요청서·의미 카드·확정 문구
03 자산	공식 로고·허용된 서체·실제 제품 자료·목록
04 완성본	매체별 최종 파일과 미리보기
05 확인 기록	사실·언어·브랜드 검수 결과와 변경 내용

OPS-03 변경 범위를 기록합니다

공통 로고·색·제품명·주장 범위의 변경은 공통 기준을 갱신합니다. 제품별 장면·제목을 바꾸면 해당 캠페인 버전을 갱신합니다. 새 언어는 언어 묶음의 버전을 추가합니다. 승인된 완성 파일을 조용히 덮어쓰지 않습니다.

생성 AI의 이름이나 seed만 저장해도 동일한 이미지가 보장되는 것은 아닙니다. 확정된 생성 결과 자체를 자산으로 보관하고 이후에는 그 파일을 배치합니다.

제작을 시작하는 한 장

처음 작업하는 사람은 이 페이지를 채우고 시작합니다.

항목	기입 또는 선택
제품	WatchDive / Universal Pro Max / 회사 소개
목표	인지·제품 이해·기능·호환·혜택·회사 소개 중 선택
시장·언어	국가·언어 코드·언어 묶음 버전
고객 상황	실제 광고가 공감해야 할 순간
구매 이유	고객이 기억할 가치 한 문장
메시지 ID	WD.EMPATHY / WD.VALUE / UP.MEMORY / UP.WORKFLOW / 회사 서사 카드
사실과 자산	적용할 claim_id·asset_id와 자료 상태
템플릿	형식 ID·제품 프로필·버전
문구	제목·설명·행동·필수 조건
확인 담당	제품 정보·언어·브랜드·발행 담당
완료 조건	발행 전 확인표 통과·원본과 최종 파일 보관

회사 소개와 제품 기본 카피는 2026-10-02 선택을 적용하며, 제품 로고·모션은 2026-10-20 최종 선택과 2026-10-21 WatchDive D 시각 균형 보정과 하늘색·검정 메인 선택을 적용합니다. 선택한 디자인과 실제 제작용 원본 파일의 상태를 구분합니다. 미확인 부분은 내부 작업 목록으로 남깁니다. 제품 설명·사용 안내·고객지원의 상세 수준을 구분하고 동일한 제품 사실을 유지합니다.

이 가이드의 목표는 어느 작업자가 보아도 같은 판단 순서로 만들고 확인하게 하는 것입니다. 고객에게는 일관된 브랜드가 남고, 제품마다 선택할 이유가 분명해야 합니다.

출처와 준비할 자료

현재 자료의 범위를 이해하고 다음 제작에 필요한 것을 채웁니다.

현행 기준과 결정 출처

가이드북 1.7.1 · 2026-10-22 개정. 기존 인터뷰로 확인한 표현 기준을 유지하며 네 제품의 로고 제작 파일과 제품군 브랜드 기준을 통합했습니다. 로고는 선택 시안에서 추출한 윤곽과 지정한 색을 사용하며 파일별 해시를 등록했습니다. 사진·기술 근거·권리 기록은 별도로 관리합니다. 2026-10-22에는 Surface Blue를 기본 강조색으로, Press 페이지의 Highlight Yellow #FFE55C를 완성 페이지·독립 콘텐츠 전체에서 총 1~2곳의 최우선 포인트로 확정했습니다. 노란 포인트는 없어도 됩니다.

- 표현 기준: communication 2.6.1 · 브랜드 규칙 JSON과 동일 판 사용
- 가격: 2026-09-15 MSRP US\$299 · Kickstarter 최대 50% 결정. 실제 리워드 별도
- 배터리: 하우징 500회 이상 다이빙 · BLE 저전력 설명. 교체형 표현 수정
- 판매 범위: Kickstarter는 하우징만 판매. Ultra 앱 단독은 별도 경로
- 질문 번호 · 선택 출처: interview-notes.md와 landing-decisions.md. 원문 문답은 역사 기록

가독성과 다국어 참고

W3C Text size in translation · <https://www.w3.org/International/articles/article-text-size>
W3C Bidirectional text · <https://www.w3.org/International/questions/qa-bidi-unicode-controls>
WCAG 2.2 Contrast Minimum · <https://www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/contrast-minimum.html>

최종 제작에 연결할 자료

- 현재 승인 상태의 회사 소개 · 카피 · WatchDive 워드마크와 컬러
- 제품별 확정 사진 · 실제 화면 · 지원 모델 · 최소 OS 검증
- 시장별 리워드 · 통화 · 배송비 · 세금 · 배송 일정
- 촬영 결과 · 후기 · 권리 · 언어 검수 · 완성 화면 기록

브랜드 시작: https://hub.diveroid.com/brand-system/START_HERE.html. 디자인 토큰의 원본 버전 · 서체 파일은 실제 묶음에서 확인합니다. 이 책의 대표 결정 기록은 성능 시험이나 시장 비교 자료를 대신하지 않습니다.