

하루 5분씩 읽는

디자이너

미국에서 외주받기

Baehaus

들어가며

이 책은 누구를 위한 책인가

이 책은 국내에서 활동하고 있는 모든 디자이너를 위한 책입니다.

한국의 디자인 외주 단가와 연봉은 이미 오래전부터 낮은 수준에 머물러 있습니다. 이 문제는 단순히 개인의 실력이나 노력의 문제가 아니라, 시장 구조 자체에서 비롯된 흐름입니다. 본문에서도 설명하겠지만, 이 구조 안에서는 일정 수준 이상의 수익을 만들기 어려운 경우가 많습니다.

그럼에도 불구하고 많은 디자이너들이 높은 완성도의 작업을 만들어내고 있습니다. 열정 하나로 버티며 실력을 쌓아온 분들이 상당히 많고, 실제로 그 결과물의 수준도 상당히 높습니다.

이 책은 그 격차를 해결하기 위한 하나의 방향을 제시합니다. 금전적인 문제는 실력을 더 키우는 것만으로 해결되지 않는 경우가 많습니다. 오히려 시장을 바꾸는 것이 훨씬 직접적인 해결책이 될 수 있습니다.

디자인은 해외로 비교적 쉽게 확장할 수 있는 몇 안 되는 직군 중 하나입니다. 플랫폼을 통해 물리적인 제약 없이 진입할 수 있고, 실제로 많은 기

회가 열려 있는 시장이기도 합니다.

해외 시장에 대해 궁금했던 디자이너, 더 나은 환경에서 일하고 싶은 디자이너, 그리고 지금의 구조에서 벗어나 새로운 방향을 찾고 있는 분들에게 이 책이 도움이 되기를 바랍니다.

영어를 못하는데 해외에서 활동이 가능한가

저는 스레드에서 '디자이너 해외 진출'에 관련된 포스팅을 하며 활동을 하고 있는데, 이 질문은 거의 매일 받는 질문입니다. 그래서 책의 앞부분에서 먼저 짚고 넘어가려고 합니다.

결론부터 말하면, 문제없이 가능합니다.

몇 년 전까지만 해도 해외에서 활동하려면 영어가 큰 장벽이었습니다. 하지만 지금은 상황이 많이 달라졌습니다. AI와 번역 도구가 발전하면서 기본적인 의사소통은 충분히 해결할 수 있는 수준이 되었고, 실제로도 많은 디자이너들이 이를 활용해 문제없이 작업을 진행하고 있습니다.

해외 클라이언트와의 커뮤니케이션은 대부분 텍스트 기반으로 이루어 집니다. 전화나 대면이 아닌 메시지로 소통하는 경우가 많기 때문에, AI

를 활용하면 큰 어려움 없이 대화를 이어갈 수 있습니다. 중요한 것은 완벽한 영어가 아니라, 전달이 되는 영어입니다.

또 하나 많이 받는 질문이 '시차'입니다. 이 부분 역시 크게 걱정할 필요는 없습니다. 미국 클라이언트의 경우 한국처럼 빠른 답변을 요구하는 문화가 아닙니다. 보통 12시간에서 24시간 이내에만 답변을 주면 충분히 자연스럽게 소통이 이어집니다. 바로 답장을 하지 않는다고 해서 재촉하는 경우도 거의 없습니다.

이 점은 분명한 장점입니다. 시간에 쫓기지 않고 여유 있게 대응할 수 있기 때문입니다. 다만 그만큼 프로젝트 진행 속도가 전체적으로 느려질 수 있다는 단점도 있습니다.

이 책을 읽는 가장 좋은 방법

이 책은 처음부터 끝까지 한 번에 정독하기보다는, 나눠서 읽는 것을 전제로 만들어졌습니다. 각 챕터는 하나의 주제에 집중되어 있기 때문에, 하루에 몇 챕터씩 끊어서 읽어도 이해하는 데 문제가 없습니다.

스레드에서 글을 쓰며 느낀 점은, 많은 분들이 긴 글을 한 번에 읽기보다는 짧게 나눠서 읽는 방식을 더 선호한다는 것이었습니다. 이 책 역시 그

런 방식에 맞춰 구성했습니다.

이 책은 시간이 날 때마다 한 챕터씩 가볍게 읽어도 충분합니다.

간단한 저자 소개

미국 기업 '픽스아트'에서 디자이너로 근무했습니다. 대학교를 중퇴했고, 특별한 스펙이 있는 상태는 아니었지만 포트폴리오 하나로 미국 회사에 입사하게 되었고, 그 경험을 통해 미국 시장의 가능성을 직접 확인하게 되었습니다.

이후 프리랜서 플랫폼 '업워크'에서 활동을 시작해 현재까지 Top Rated 디자이너로 활동하고 있습니다. 스레드에서는 @baehausdesign이라는 계정으로 디자이너 해외 진출과 관련된 내용을 공유하고 있습니다.

이전에 '업워크로 달러벌기'라는 책을 집필했고, 많은 분들이 관심을 가져주신 만큼 다양한 질문을 받게 되었습니다. 업워크라는 플랫폼 자체는 이해했지만, 실제로 결과를 만들기 위해 필요한 기준이나 방향에 대한 질문이 계속 반복되었습니다.

이 책은 그 질문에 답하기 위해 쓰여졌습니다. 플랫폼을 사용하는 방법을

넘어서, 실제로 미국 시장에서 어떻게 판단하고 움직여야 하는지를 정리
한 내용입니다. 업워크나 파이버와 같은 플랫폼을 본격적으로 시작하기
전에 읽으면 더 도움이 될 수 있는 책임니다.

CONTENTS

01 왜 미국 시장인가

디자인 단가의 차이	13
한국 디자인 시장	15
미국 디자인 시장	17
미국 클라이언트에게 시란?	19

02 미국 시장 진입하기

가장 현실적인 방법 : 플랫폼	24
업워크 (Upwork)	26
파이버 (Fiverr)	29
콘트라 (Contra)	32
'부업'으로 시작하기	36
'폴타임'으로 시작하기	38

03 미국 시장에서 살아남기

리뷰의 중요성	42
---------	----

인바운드 vs 아웃바운드	44
경쟁자의 70%를 이기는 법	47
나대야 산다	49
낮은 단가는 의심을 산다	52
프리랜서의 단가는 원래 더 높다	55
수익을 극대화하는 구조 세팅	58
미국 외 타겟 해야하는 시장	61
내 디자인 프로세스 명확히 하기	63

04 영어와 커뮤니케이션

영어를 못해도 괜찮다	68
AI 활용 팁	71
의견 표현	73

05 전문가 포지셔닝

전문가 포지셔닝	78
니치를 찾는 법	81
내 니치의 산업에 대한 이해도	84
논리 중심 디자인	87
사람이 아닌 '시스템'이 되기	90

06 미국 클라이언트 수주 / 관리

자기소개로 시작하면 탈락이다	95
스몰 토크의 힘	98
두려움을 건드리기	100
작업 범위 명확히 하기	103
클라이언트 언어	106
장기 클라이언트 만들기	108

07 미국 디자인 문화

미국 스타일의 디자인	113
레퍼런스는 보고 베끼는게 아니다	118
디자인과 스토리	121
서브 컬처	125
스킬의 '복미화'	128
한국 디자이너의 경쟁력	131

08 포트폴리오 전략

포트폴리오의 역할	136
기회는 눈에 띄어야 온다	139
상상하게 하는 포트폴리오	141

일관성 있는 비주얼	144
세로형 포트폴리오	147
직관적 포트폴리오	151
포트폴리오에 쓸 작업물이 부족할 때	154

09 미국에서 디자인 외주를 받으며 느낀 점

경쟁이 없는 곳엔 돈도 없다	159
돈이 모인 곳엔 불황도 적다	161
경쟁자들보다 딱 한 발짝만 더	163
디자인 : 비용 vs 투자	166
산출물 중심 vs 문제 해결 중심	169
디자이너를 판단하는 기준	172

부록) 미국에서 먹히는 미감 (Aesthetic)

Aesthetic 이란?	175
애씨드 디자인 (Acid Design)	176
아프로퓨처리즘 (Afrofuturism)	178
에일리언 코어 (Aliencore)	180

안트로포모픽 (Anthropomorphic)	182
아토믹 에이지 (Atomic Age)	184
바비 코어 (Barbiecore)	186
브리트 팝 (Brit Pop)	188
브루탈리즘 (Brutalism)	190
카세트 퓨처리즘 (Cassette Futurism)	192
시티 팝 코어 (City Popcore)	194
코코넛 걸 (Coconut Girl Aesthetic)	196
코케트 (Coquette)	198
코퍼레이트 히피 (Corporate Hippie)	200
코티지 코어 (Cottagecore)	202
코지 코어 (Cozycore)	204
다크 매직 아카데미아 (Dark Magic Academia)	206
데블 코어 (Devilcore)	208
두들 (Doodle)	210
글래스모피즘 (Glassmorphism)	212
재팬디 (Japandi)	214
키치 (Kitsch) 208	216
라이트 매직 아카데미아 (Light Magic Academia)	218
멤피스 (Memphis)	220
나우티컬 (Nautical)	222

네오 프루티거 에어로 (Neo Frutiger Aero)	224
네오 클래식 (Neo Classical)	226
팝 아트 (Pop Art)	228
리버스 (Rebus)	230
스크랩북 (Scrapbook)	232
유틸리티어안 (Utilitarian)	234
와비 사비 (Wabi Sabi)	236

01

왜 미국 시장인가



디자인 단가의 차이

같은 작업인데도 시장에 따라 가격이 크게 달라지는 경우는 생각보다 흔합니다. 이 차이는 단순한 가격 문제가 아니라, 디자인이 어떤 기준으로 평가되고 거래되는지에서 비롯됩니다.

같은 로고 작업인데 한국에서는 10만 원, 미국에서는 100만 원을 받는 경우가 있습니다. 같은 작업인데 가격이 10배 가까이 차이 나는 일도 생각보다 흔합니다. 단순히 나라가 다르다는 이유로 설명하기에는 그 차이가 꽤 큼니다. 처음 이 구조를 보면 자연스럽게 이런 질문이 생깁니다. “왜 같은 디자인인데 가격이 이렇게까지 다르게 형성되는 걸까?”

많은 사람들이 이 차이를 실력의 문제로 생각합니다. 더 잘하는 디자이너가 더 많이 받는다고 생각하기 쉽습니다. 하지만 실제로는 꼭 그렇지 않은 않습니다. 비슷한 수준의 결과물이라도 어떤 시장에서 진행되느냐에 따라 가격이 크게 달라지는 경우가 많습니다. 같은 작업을 두고도 전혀 다른 금액이 책정되는 것은 단순히 개인의 능력 차이만으로 설명하기 어렵습니다.

이 차이는 디자인 자체의 문제가 아니라, 디자인이 거래되는 방식의 차이에서 비롯됩니다. 어떤 환경에서는 디자인이 하나의 결과물로 취급되고,

여기까지가 미리보기입니다.

이어지는 전체 책에서는 제가 직접 미국 디자이너들과 경쟁하며 경험한 시장의 구조와, 미국 클라이언트들이 실제로 디자이너를 판단하는 기준들을 정리했습니다.

미국 시장에서 어떤 디자이너가 살아남고 더 높은 단가로 이어지는지를 현실적으로 담았습니다.

국내 디자이너가 더 넓은 시장에서 성장할 수 있는 방법, 지금 바로 확인해 보세요.

책 구매하러 가기!

