

## 1. 이력서

인 적 사 항		이 름	유다비	희망직무	AE
		성 별	女	생년월일	2000. 05. 25
		연 락 처	010-7927-3342	E - Mail	youekql3342@naver.com
		주 소	강원도 동해시 봉오동길22 승우아파트1차 1동 102호		

학 력 사 항	재학기간	학교명	전공	학점	구분(졸업/재학)
	2019.02 - 2023.02	세명대학교	광고홍보학	4.3/4.5	졸업예정
	2016.02 - 2019.01	북평여자고등학교	인문계	-	졸업

활 동 사 항	기간	활동명	활동사항
	2022.02-2022.12	총학생회	정보통신국장
	2022.04-2022.12	학생위원회 (생각하는 위원회)	SNS 홍보 관리 팀
	2019.04-2022.11	K.I.S.S	프레젠테이션 PT 동아리 리더 및 활동

자 격 사 항	자격증	취득일자	발급기관
	검색광고마케터	2020.12.31	한국정보통신진흥협회
	MOS MASTER	2019.11.29	Microsoft Office
	구글애널리틱스	2021.02.16	Google

기타	외국어			OA 능력			취미	특기
	상	중	하	상	중	하	SNS 스토리 업로드, 계정 관리하기	프레젠테이션, 글쓰기
		○		○				

## 2. 자기소개

### 자기소개

안녕하십니까, 다츠 AE직무에 지원하게 된 유다비입니다. 저는 타겟의 마음을 사로잡을 수 있는 캠페인을 기획하고 커뮤니케이션하는 데 필요한 3가지 역량을 지녔습니다.

첫째, 기획력입니다. 전공수업을 들으며 이론적지식을 쌓아 다양한 공모전 기획부문에 출품을 하며 기획력을 길렀고, 설득을 위한 프레젠테이션 능력까지 기를 수 있었습니다. 이를 통해 광고홍보학과 광고제에서 대상을 타는 결과도 얻었습니다.

온택트 시대로 도래하면서 디지털광고 시장이 커지고, 디지털광고 마케팅의 중요성이 급증함에 따라 디지털광고 마케팅 트렌드를 공부하기 위해 네이버 edwith에서 ‘온택트 시대의 디지털마케팅’ 강의를 수강하였습니다.

미디어 플래닝 전략 기획 과정에서 데이터(검색, 클릭률, 전환율 등) 분석을 통해 미디어 전략 수립과 미디어믹스, 매체를 가장 최적화할 수 있는 미디어를 선택하게 된다는 것을 배웠습니다.

강의를 통해 기획이라는 직무에 대한 흥미가 더욱 증가하였고, 분석 능력과 함께 광고를 할 때 디지털 미디어 매체와 분석 tool을 효율적으로 활용할 수 있는 능력을 길러야 한다는 것을 느꼈습니다. 이는 검색광고마케터1급, 구글애널리틱스(GAIQ), 사회조사분석사, ADSP, SPSS 분석 툴을 공부하고 자격증을 획득하는 데 도움이 되었습니다.

둘째, 통찰력입니다. ‘대한민국 대학생 광고대회(KOSAC)’ 주최로 지역 소상공인과 자영업자 코로나19 위기극복 프로젝트에 참여하여 충북 제천시의 ‘제천얼음딸기농산업자’들의 위기를 해결해주는 커뮤니케이션 전략을 기획한 경험이 있습니다. 시장과 제품 그리고 소비자를 분석하기 위해 직접 제천얼음딸기농산업자와 인터뷰를 요청하고 현장에서 몸소 느끼며 심층분석을 하였습니다. 데이터를 분석하는 것도 중요하지만, 클라이언트와 소비자를 직접 깊은 속마음에 경청하는 것도 중요하다는 깨달음을 통해 커뮤니케이션능력과 통찰력을 기를 수 있었습니다.

셋째, 소통력입니다. 1학년 때부터 4학년까지 꾸준히 프레젠테이션 동아리 활동을 해왔고, 총학생회, 학생위원회, 팀플, 공모전으로 많은 사람들과 활동을 하면서 소통의 중요성을 배웠고, 많은 사람들과 아이디어를 기획하는 일을 통해 배려심과 대인관계능력을 함양하였습니다.

저의 기획력, 통찰력, 소통력으로 다츠와 상생하며 지속적으로 도전하고 성장하는 인재가 되겠습니다. 감사합니다.

## 지원동기

저는 기업을 선택하는 기준으로 ‘상호 존중 하에 본인의 역량을 얼마나 발휘할 수 있는가?’에 대해 고려합니다. 최적의 솔루션을 제시하기 위해선 그만큼 많은 회의가 있을 것인데, 서로 존중하지 않고 소통이 되지 않는다면 역량을 제한하여 발휘하지 못해 발전이 없기 때문입니다. 디지털마케팅 대행사 업계를 리드하는 리더로서 광고주들과 장기간 우호적인 관계를 유지하는 것은 기업 임직원 모든 분들이 서로를 존중하고 활발한 소통을 하였기 때문에 실패를 두려워하지 않고 지속적으로 도전하며 성장하셨을 거라 생각합니다.

다츠의 기획 직무는 나침반으로서 역할을 하여 커뮤니케이션 전략을 수립하는 데 전 과정을 조율하고 이끄는 핵심직무라고 생각합니다. 저는 광고기획과 전략론 수업을 들으며 이론지식을 쌓았고, 디지털환경에 관련해 검색광고마케터 1급과 구글애널리틱스 자격증을 소지하고 있습니다. 또한, 여러 타 부서와의 협력과 소통능력이 중요하다 생각하며 저는 직무 관련하여 기획 부문의 공모전에 많이 참여해 팀워크와 커뮤니케이션 역량을 쌓았습니다.

이러한 역량을 기반으로 다츠에 입사해 저의 ‘생각의 힘’을 더하여 더욱 좋은 솔루션을 제시하는 데 이바지하고 올바른 조직문화를 만들어 생각의 힘이 더욱 커지도록 회사에 기여하겠습니다.

## 성 장 과 정

맞벌이를 하시는 부모님께서 저희 3남매에게 항상 강조하신 말씀은 “자신이 뱀은 말은 반드시 지켜야한다.”, “자신이 시작한 일은 자신이 끝까지 마무리해야 한다.”는 것입니다. 이는 남에게 피해를 주지 말라는 인간으로서 도리 혹은 책임감을 강조합니다. 이에 따라 저는 자연스럽게 말과 행동에 대해 책임감을 갖는 것이 습관이 되었고, 타인뿐만 아니라 나 자신에게 책임감을 가지는 것이 중요하다는 가치관이 형성되었습니다.

전공수업, 3번의 대외활동, 15번의 공모전, 동아리 등 다양한 경험으로 배움을 얻는 것을 좋아하여 많은 활동에 참여합니다. 이렇게 많은 일들을 끝까지 해내기 위해 ‘시간전략’으로 자기개발, 전공공부, 캠퍼스라이프로 시간을 효율적으로 분배하여 시간을 사용했습니다. 그 결과 학과 석차 1등을 하며 상위권을 유지하고 있으며, 각종 활동의 리더 재의를 받으며 많은 활동을 해내고 있습니다. 제 가치관으로 자기능력을 주도적으로 향상시키고, 자연스레 주변 사람들에게 인정을 받아 신뢰를 얻을 수 있었고, 좋은 대인관계를 형성할 수 있었습니다.

책임감을 가지고 맡은 일을 해내기 위해 여러 전략을 생각해보는 것이 4년 연속의 성적장학금, 6번의 위세광명 장학생, 대한민국 대학생 광고대회 파이널리스트 입상, 광고홍보학과 광고전시회 대상과 같이 좋은 성과를 얻는 데 도움이 되고, 발전적인 방향을 제시할 수 있다고 믿습니다.

## 성격의 장단점

저의 가장 큰 장점은 책임감이 강하고 적극적입니다. 목표지향적인 저는 이루고자 하는 목표를 달성하기 위해 목표 달성까지의 과정에 몰두하여 적극적으로 생각하고 행동합니다.

매년 소수로 진행되는 프레젠테이션 동아리는 인원이 없어 사라질 위기에 처했습니다. 그 해, 저는 동아리 리더를 맡았고 동아리를 다시 살리기 위해 동아리 인원을 최대인원인 10명으로 늘리자는 목표를 가지고, 학생들을 유입하기 위해 동아리에 대해 어떤 니즈를 가지고 있는지 직접 발로 뛰어다니며 FGI를 하고, 다른 동아리와 비교도 하여 알아보았습니다. 신입생들은 PPT를 제작하고, 발표를 하는 것에 대해 두려움을 가지고 프레젠테이션 동아리에 큰 장벽을 가지고 있었습니다.

이를 해결하기 위해 프레젠테이션 주제를 흥미롭고 재미있게 설정하고, 발표와 QnA, 피드백 분위기도 자유롭게 할 수 있도록 환경을 조성하였습니다. 그 결과 최대인원 10명을 채우고, 최우수 커뮤니티로 선정, 최우수 커뮤니티 리더로 선정되는 성과를 보였습니다. 어떤 일이든 목표를 이루기 위해 저는 책임감을 가지고 적극적으로 움직이기 때문에 최적의 전략을 세우고, 성과를 얻는 데 소질이 있습니다.

저의 단점은 완벽주의 성향으로 작은 결함에도 집착하는 경우가 있으며, 짧은 시간 내에 최적의 성과를 내야 한다는 생각으로 숲의 나무에만 집중하는 경향이 있습니다. 이는 주변사람들에게도 체력적으로 피곤함을 줄 수 있다는 것을 알고 고치려고 노력하고 있습니다. 해야 할 일에 우선순위와 목표를 정하고, 스케줄러를 제작해 공유하며 달성율을 표시합니다. 그 후 전체 숲을 보며 하는 일에 대한 방향을 정확하게 알 수 있어 좋은 성과를 내는 데 도움이 되었고, 주변 사람과도 원만한 대인관계를 유지하고 있습니다.

## 합격 후 포부

클라이언트들의 가려운 곳을 시원하게 긁어주어 만족감을 주는 기획자 역할을 하겠습니다. '변화'가 더욱 빠르게 찾아오는 시점에서 소비자의 니즈는 더욱 수준이 높아지고 다양합니다. 니즈를 해결할 수 있는 솔루션을 제시하기 위해서 분석력과 커뮤니케이션의 중요성이 더욱 강조되고 있습니다.

이러한 변화에 대응하고 적극적으로 시장을 분석하기 위해 구글애널리틱스, 네이버데이터랩 등 데이터를 분석하는 툴을 다룰 줄 아는 기술을 갖추고 노력했습니다. 또한, 데이터 활용에 따라 인사이트가 천차만별이기 때문에 공모전 경험을 통해 데이터의 숫자를 어떻게 활용할 지 통찰력을 길렀습니다.

또한, SNS나 유튜브 등 디지털미디어를 통해 소비자들의 행동패턴을 깊이 꿰뚫어 보고 꾸준히 트렌드를 공부하겠습니다.

이러한 기술과 태도를 지속적으로 길러 다츠의 가치가 높이 전달될 수 있도록 원활한 커뮤니케이션 하는 데 기여하겠습니다.