

'유다비'라는 사람을 어필하기 위해 포트폴리오 사이트를 직접 개설하였습니다.

[YU DABI.COM](http://YU DABI.COM)

한 뼨 차이를 만들고  
한 발 앞서가는 것을 즐기는 유다비,  
작은 차이를 발견하는 준비된 기획자

PORTFOLIO

# INTRODUCE



**유다비**

유다비 (Yu-Dabi)

2000.05.25

-

Tel. 010-7927-3342

E-mail. youekql3342@naver.com

## 저는 실용성 있는 그릇과 같은 사람, 유다비입니다

그릇은 무언가를 담을 수도, 구분할 수도 있는 실용적인 물건입니다.

그릇에 밥을 담으면 밥그릇, 국을 담으면 국그릇, 물을 담으면 물컵이 되듯이

저는 빠르게 변화하는 세상 속에서 주어진 환경에 빠르게 적응하여 즐길 줄 아는 사람입니다.

또한, 그릇은 다른 것과 섞이지 않게 구분할 수도 있습니다.

주변 환경에서 배우고 닮고 싶은 좋은 점들을 구분하여 제 그릇에 소중하게 담아 깊이 새겨 둡니다.

저의 좋은 점을 누군가 필요로 할 땐 나눠줄 수 있는 속이 깊은 그릇과 같은 사람입니다.

## EDUCATION

2019.02 북평여자고등학교 졸업

2019.03 세명대학교 광고홍보학과 입학

2023.02 세명대학교 광고홍보학과 졸업

## SKILL

SPSS / 검색광고마케터1급 / 구글애널리틱스(GAIQ)



# 숲을 보는 '유다비'의 특성과 가치관

I  
내향

내부 세계의 개념이나  
아이디어에 에너지를 사용

- 자기 내부(생각)에 주의집중
- 같이 있는 대인관계(소수) 형성
- 글로 표현
- 생각한 다음에 행동함

N  
직관

사실, 사건 이면의 의미나 관계,  
가능성을 더 잘 인식

- 미래, 가능성에 초점을 둠
- 비유적, 암시적 묘사
- 직관(통찰) 정보 습득
- 숲을 보려는 경향

F  
감정

개인적, 사회적 가치를  
바탕으로 판단

- 보편적인 선(善)
- 상황적이고 포괄적
- 공감하고 칭찬하고자 함
- 관계와 조화가 중요

J  
판단

외부 세계에 대하여  
체계적이고 계획적으로 접근

- 체계적, 정리정돈과 계획
- 분명한 목적의식과 방향감각
- 목표지향
- 신속한 결론

## 유다비의 성격유형은? INFJ

사람과 관련된 일에 비범한 **통찰력**을 발휘한다.

**성실함**과 **끈기**를 가지고 **책임감** 있게 일을 마무리 한다.

개인과 조직에 어떻게 **상호 작용**을 하고 있는지 이해하고 있다.

**미래지향적인 아이디어**들을 가지고 기획하고 개발하는 데 기여한다.

가정과 직장에서 **청렴**한 사람으로 여겨지며, 주변 사람들에게 높이 평가 받는다.



## 숲을 보는 유다비입니다

현재보다 더 나은 미래를 위해 숲을 보는 유다비입니다. 현재의 상황을 분석하여 문제를 해결할 수 있도록, 마치 가려운 곳을 시원하게 긁어주듯이 솔루션을 제시하는 일에 쾌감과 자부심을 느낍니다.

주변 사람, 환경을 관찰하고 스스로 사색하는 것을 즐기기 때문에 많은 사람으로부터 나오는 다양한 아이디어들을 공유하여 더 좋은 시너지를 발휘할 수 있도록 이끄는 특성이 강합니다. 이는 저의 **가치관** “여럿이 함께 나아가면 더 많은 도전을 하여 새로운 깨달음을 얻는다.”와 부합 합니다.

저의 **좌우명**은 “어떠한 일이든 순서가 있고, 차근차근 해결해 나가면 목표를 뛰어넘는 결과를 가져온다.”로, 아무리 많은 일들이 주어져도 해결하고자 하는 목표에 맞게 해야 할 일을 체계적으로 정리하고, 책임감과 끈기로 좋은 성과를 얻고자 합니다. 이러한 저의 특성과 가치관에 부합하는 ‘기획’을 하여 더 나은 미래를 만들고 싶습니다.



# '자부심 있는 행복'을 느끼는 마케팅 AE의 출발점은 지식



목표지향적이고 미래지향적인 INFJ 유다비가 이루고자 하는 최종 목표는?

## 5번의 성적우수 장학생 선정

[성적.pdf](#)

가치 있는 일을 하면 의미 있는 삶을 만들 수 있고,  
자기효능감을 높여 행복을 느낄 수 있다.

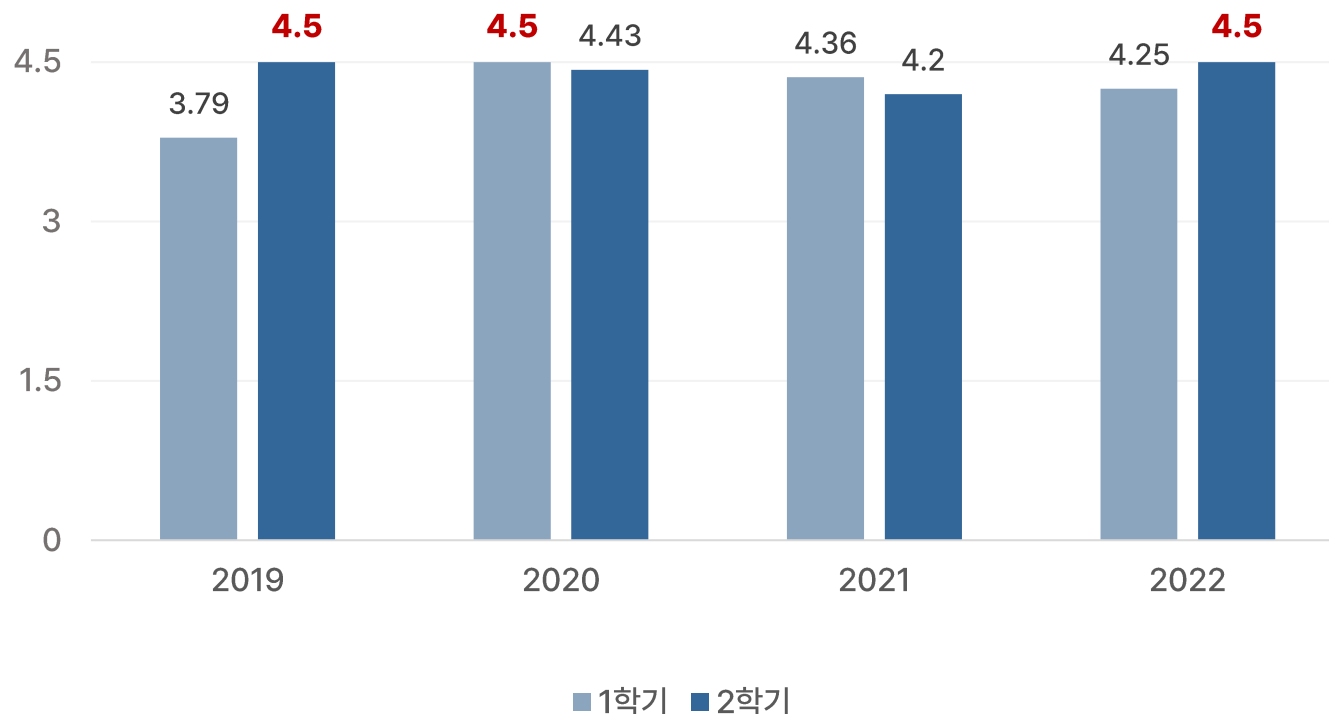
광고는 좀 더 살기 좋은 사회를 만들기 위해 존재한다고 생각합니다.  
소비자의 생각, 마음, 행동을 변화시키기 위해 설득 전략을 세우는데,  
이 중심에는 **항해사와 같은 광고기획(AE)**이 있습니다.

AE로부터 기획의 방향이 정해지고 진행되기 때문에 **탁월한 판단과 결정**을 해야 합니다. 그러기 위해서는 **관련 분야의 지식이 해박해야**  
**한다고 판단하여 학업에 정진했습니다.**

•  
•  
•

이론적 지식이 바탕이 되어야 새로운 경험을 도전하는 데  
자신감이 생겨 좋은 성과를 가져온다고 생각합니다.  
그래서 저는 광고기획 분야에서 전문가가 되기 위해  
관련 분야의 지식을 쌓기 위해 노력했으며 상위권을 유지하였습니다.

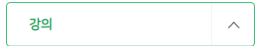
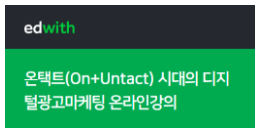
학업 성적



# 기획분야의 지식 확장을 위한 '자발적' 참여

edwith

NAVER와 네이버 커넥트재단이 제공하는 온라인 강좌 교육 플랫폼



CHAPTER 1

● 마케팅의 이해 그리고 IMC와 트리플미...

CHAPTER 2

● 광고 산업에 대한 이해

CHAPTER 3

● AD Tech 발전과 Eco system 이해

CHAPTER 4

● 성공사례1 (네이티브 광고를 활용한 Us...

CHAPTER 5

● 페이스북 광고 A to Z

CHAPTER 6

● 성공사례2(대한민국 광고대상 퍼포먼...

CHAPTER 7

● 미디어 플래닝 실무 및 사례

CHAPTER 8

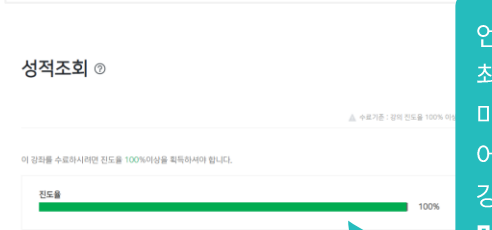
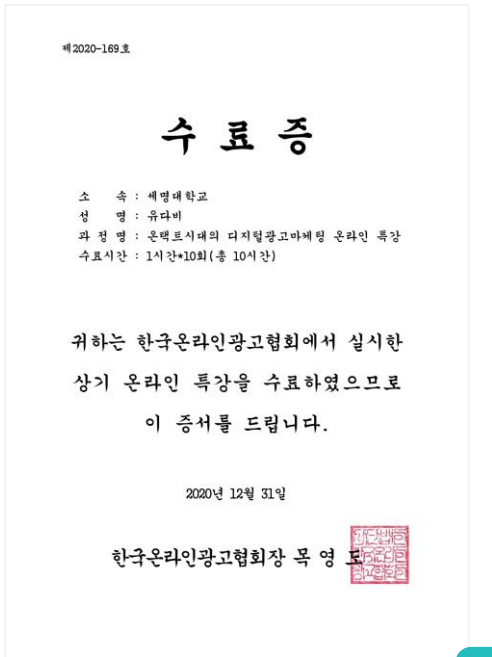
● 성공사례3 (디에스엠씨그룹의 다양한 ...

CHAPTER 9

● 퍼널설계와 성과측정

CHAPTER 10

● 디지털 광고 마케팅 총론



세명진로 Festival 프로그램에서 **현직자 직무 멘토링**을 실시간 ZOOM으로 진행하였습니다. 현직자의 실무 이야기를 직접 들을 수 있고, 마케팅 분야로 취업을 할 때 주의해야 할 점과 준비해야 할 것, 자격증, 면접 등 학생들의 고민과 궁금증 해소에 도움이 되는 수업으로 유익한 강의였습니다. 현직자의 공통된 멘트는 **첫째, 다양한 경험을 해볼 것. 둘째, 깊은 지식도 좋지만, 넓은 지식 가지기**였습니다. 공감한 저는 이후에 **예술과 패션, 뷰티, VR기술, 콘텐츠, 심리학 등의 영역으로 관심을 확장하여 배움의 범위를 넓혔습니다.**

언택트 시대로 도래하면서 디지털광고 시장이 커지고, 디지털광고마케팅의 중요성이 급증하였습니다. 최근의 디지털광고마케팅 트렌드를 공부하기 위해 강의를 수강하였습니다. 미디어 플래닝 전략 기획 과정에서 데이터(소비자의 관심, 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 툴(tool)을 효율적으로 활용할 수 있는 능력을 길러야 한다는 것을 느꼈습니다.** 이는 **구글 애널리틱스, 사회조사분석사, ADSP 등 분석 툴을 공부하는 데 동기부여가 되었습니다.**

## 세명진로 Festival

학생경험중심의 프로그램을 운영함으로써 4차 산업혁명시대에 적합한 인 지적 역량과 복합문제 해결능력을 갖춘 CHARM 역량인재를 양성할 수 있는 개방형 진로경험축제

세명진로Festival_4차산업 빅데이터(20200825-02)	세명진로Festival_소비자트렌드와 진로(64-1)	세명진로Festival_애플의 시작도 참고였어(SF3089-01)	세명진로Festival_영화로 보는 인간과 인공지능의 관계(SF3055-01)
교수3 2020.08.26 ~ 2020.08.26	김용범 2020.08.28 ~ 2020.08.28	교수3 2021.08.27 ~ 2021.08.27	교수3 2021.08.25 ~ 2021.08.25
세명진로Festival_인문·사회계열 학생을 위한 공기업 취업 동향과 전망(52-1)	세명진로Festival_자소서 완성레시피 인문계_1(20200825-01)	세명진로Festival_직업선택을 위한 방법(SF3026-01)	세명진로Festival_현직자 멘토링_미디어(영고)(H21090202-01)
문승민 2020.08.24 ~ 2020.08.24	교수3 2020.08.25 ~ 2020.08.25	교수3 2021.08.24 ~ 2021.08.24	교수3 2021.09.02 ~ 2021.09.02
세명진로Festival_현직자 직무멘토링_농심(홍보)(2020082485-01)	세명진로Festival_현직자 직무멘토링_아오래퍼시픽(마케팅)(2020082481-01)	세명진로Festival_현직자 멘토링_홍보/CSR(H21090302-01)	세명진로Festival_현직자 멘토링_화장품 마케팅(2083005-01)
교수3 2020.09.03 ~ 2020.09.03	교수3 2020.09.01 ~ 2020.09.01	교수3 2021.09.03 ~ 2021.09.03	교수3 2021.08.30 ~ 2021.08.30
<제2회 세명진로Festival>에서 수강한 수업 (2020.08.24-2020.09.04)			
세명진로Festival_AR 콘텐츠디자인학 연계전공의 이해(SF3067-01)	세명진로Festival_SNS의 감성교류! 이모티콘 디자인(SF3008-01)	세명진로Festival_건강한 두피모발(SF3031-01)	세명진로Festival_그림>글자 시각디자인(SF3045-01)
교수3 2021.08.26 ~ 2021.08.26	교수3 2021.08.23 ~ 2021.08.23	교수3 2021.08.24 ~ 2021.08.24	교수3 2021.08.25 ~ 2021.08.25
세명진로Festival_누구나 실수를 한다 인간관계와 편견(SF3082-01)	세명진로Festival_디지털무역량강화_디지털마케팅(SF3082302-01)	세명진로Festival_명품 대학생의 경력관리(20210823-15)	세명진로Festival_색으로 말하는 세상(SF3061-01)
교수3 2021.08.27 ~ 2021.08.27	교수3 2021.08.23 ~ 2021.08.23	교수3 2021.08.23 ~ 2021.08.23	교수3 2021.08.26 ~ 2021.08.26
세명진로Festival_세상의 변화와 함께하는 광고이야기(SF3088-01)			
교수3 2021.08.27 ~ 2021.08.27			

<제3회 세명진로Festival>에서 수강한 수업 (2020.8.23-2020.09.03)

# 나의 역량을 강화하기 위한 발걸음!

## 프레젠테이션 동아리



KISS는 'Keep It Short and Simple'의 약자로 간략하고 핵심적이라는 의미를 가지고 있습니다. PPT 제작 역량을 높이기 위한 콘텐츠 활동을 통해 프레젠테이션 문화 형성에 기여하는 동아리입니다.

기간 : 2019.04-2022.11

담당 : **동아리 리더 및 활동 구성원**

활동 : 스피치 공모전 참여 (입상 경험 有)

○ : PPT제작 스킬 공유

○ : 콘텐츠 선정하여 PPT 제작 실습

성과 : 매년 소수로 진행된 프레젠테이션 동아리는 인원이 없어 사라질 위기에 직면했고, 학생들이 스피치와 프레젠테이션이라는 부담감과 어려움이 크다는 문제점을 찾아 프레젠테이션 주제를 흥미로운(ex. 내가 초능력이 있다면?) 콘텐츠로 개선하여 최대 인원 10명을 채우고 현재까지 동아리 활동을 진행하고 있다.

○ : 우수 커뮤니티 선정

○ : 우수 커뮤니티 리더 선정



PT동아리 Kiss

## 총학생회



세명대학교 제30대 총학생회 '드림'  
모두가 꿈꾸던 드림, 같이 이뤄나갈 드림  
즐거운 캠퍼스라이프를 위해 학생 복지에 앞장서고,  
학생과 학교의 협력적인 관계를 위해 소통창구가 되어줍니다.

기간 : 2022.02.-2023.02

담당 : **정보통신국장**

활동 : SNS 관리 (인스타그램, 페이스북)

○ : 카드뉴스

○ : 행사·이벤트 포스터 제작

○ : 정책현황보고



세명대학교 총학생회



@smu\_dream

## 학생위원회



생각하는 위원회는  
세명대 민송도서관 동쪽 측벽에 설치된 대형 현수막의  
글귀를 선정하여 구성원 간 공감하고 생각하게 만들거나  
학생들이 참여하는 프로그램을 만드는 위원회입니다.

기간 : 2022.05-2023.02

담당 : **SNS팀-SNS계정 운영 관리자**

활동 : SNS 관리 (인스타그램, 에브리타임)

○ : 카드뉴스

○ : 행사·이벤트 포스터 제작



@thinking\_smu

### 소통능력 UP! 기획력 UP!

카드뉴스나 포스터를 제작하여 사람들에게 정보를 알려주고 SNS를 통해 소통하는 것을 좋아하여 많은 사람들과 다양한 경험을 할 수 있는 활동을 하였습니다.



# 새로운 도전은 값진 경험을 하게 한다!

담당 역할: 분석, 아이디어

기여도 100%

## 강원도 지역 공모전<제3회 톡톡 IDEA 공모전> 망상지구 브랜드명 및 슬로건 공모



「제3회 톡톡 Idea 공모전」 심사 결과

□ 우수 공모제안 목록

순위	슬로건	브랜드명	제안자	등급	비고
1	망상해변 다함께! 해양관광 新나게!	망상 휴-에코누리 (Hu-Econuri)	김○○	아이디어왕(1명)	
2	바다를 품다! 미래를 열다!	해가온시티	안○○	참신왕(2명)	
3	하늘을 품은 바다, 행복을 담은 도시	망상엘니시오션시티	전○○		
4	바다 내음으로! 사람향기로!	망상스타 시티	서○○	공감왕(2명)	
5	푸른 도시를 담다	퓨어블루시티 (PureBlueCity)	유○○		

붙임 우수 공모제안 세부내용 1부. 끝.

### 브랜드명, 슬로건 의미

퓨어블루시티는 맑고 깨끗하고 청정한 퓨어(Pure)와 하늘, 산, 바다를 연상케 하는 파란색(Blue)의 합성어로 ECO 트렌드에 맞춘 브랜드명입니다. 푸른 환경을 도시(망상지구)에 담았다는 의미의 '푸른 도시를 담다'라는 슬로건을 제안하였습니다.

여행을 좋아해 평소 관광지에도 관심이 많습니다. 이번 기회에 관광도시로 조성될 지역의 슬로건을 제안하는 새로운 도전을 하였습니다.  
도전은 수상을 하는 좋은 결과를 가져왔고, 브랜드 아이덴티티인 슬로건과 브랜드명을 제안하기 위해 직접 현장조사를 함으로써 관광도시의 장점인 바다와 지역 관광지 특성을 경험하면서 현장조사에서 직접 느끼고 얻을 수 있는 것이 다르다는 배움이 있었습니다.

### 주제

해양관광자원을 활용하여 국제복합관광도시로 조성될 '망상지구'의 슬로건 필요

### 문제

코로나19로 인해 휴양하기 좋은 청정지역에 관심이 높아졌지만, 청정지역인 강원도 동해시 망상지구를 인지하지 못하고 있는 상황이다.

### 해결방안

휴가철 자연이 있는 휴양지를 많이 찾는 소비자 중, 특별한 추억을 만들어 기록하고 남들에게 보여주고 싶은 2030을 타겟으로 예쁘고 감성적인 브랜드명으로 트렌드를 선구하는 2030세대가 관심을 갖고 인지할 수 있도록 한다.

### 기대효과

예쁘고 감성적인 '퓨어블루시티'라는 브랜드명은 2030세대의 SNS로 인해 자연스러운 바이럴을 기대할 수 있고, 안전하고 건강한 청정 이미지를 제고시켜 방문자가 증가하고 국제적인 관광지로 확장하는 데 기여할 수 있다.



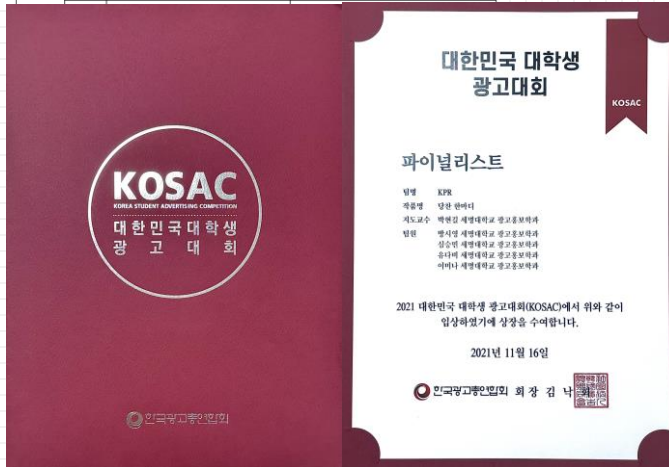
# 지속적인 도전은 나를 성장하게 한다!

담당 역할: PPT, 디자인, 로직 정리

기여도 95%



2021 KOSAC 파이널리스트 선정작품 목록			
지역명	연번	팀명	작품명
대전 충청 (21팀)	1	KPR	당찬 한마디
	2	MISS'U'	사회적 다가가기
	3	감성찾아조	다다른 이들이 이곳에 다다르다
	4	꽃집에 꽃혔조	꽃봄우리 프로젝트
	5	대상은 우리곶대	알려줄곶대
	6	떠날준비되셨조	디저트레블 인 청주
	7	마음을밝혀조	2030세대의 마음을 밝힐 힐라데이선
	8	맛나리셔스	세프인캠퍼드
	9	메타누리	메타마켓(온라인전통시장 살리기 프로젝트)
	10	소공대공	청주 윤리단길 프로젝트
	11	수안보지킴이	수안보 RE-트로케이션 프로젝트
	12	시장해서 차 타조	시장할 땐, 시장으로!



## ▶ 주제

지역 소상공인·자영업자 코로나19 위기극복 프로젝트.  
코로나19로 인해 어려움에 직면한 지역사회 여러 소상공인과 자영업자들을 도울 수 있는 커뮤니케이션 전략 제안

## ▶ 문제

제천열음딸기는 인적이 드문 곳에 위치하고, 제천시에서만 판매를 진행하고 있다. 현재 언택트 시대에서 온라인 판매를 하지 않기 때문에 소비자들에게 경험 뿐만 아니라 인지도가 매우 낮다.

## ▶ 해결방안

유기농 제천열음딸기는 17brix로 높은 당도를 보유하고 있다는 강점을 강화하여 소비자들의 유기농·친환경 농산물 관심도가 증가한 기회를 살리는 SO 전략으로 진행한다.  
2030밀레니얼맘을 타겟으로 디지털 미디어 매체의 활용도를 높이고, 맘카페 등 바이럴 효과를 제고시키는 방향으로 기획한다.

## ▶ 느낀점

약 3개월 동안 팀원들과 현장조사부터 컨셉, IMC전략까지 기획과정을 함께 하면서 판단과 결정이 필요한 순간이 많습니다. 그 중 가장 좋은 아이디어를 채택하기 위해 우리 팀은 실현가능성을 우선순위로 하여 '어떻게 하면 어려움을 덜어줄 수 있을까'를 중심으로 결정을 하여 갈등이 발생하지 않았으며, 좋은 시너지를 발휘하기 위해선 팀워크가 매우 중요하다는 것을 느꼈습니다. 또한, 우리의 아이디어가 실현되어 누군가에게 도움이 될 수 있다는 점에서 kosac의 다음 공모 주제로 재도전 하는 데 동기부여가 되었습니다.

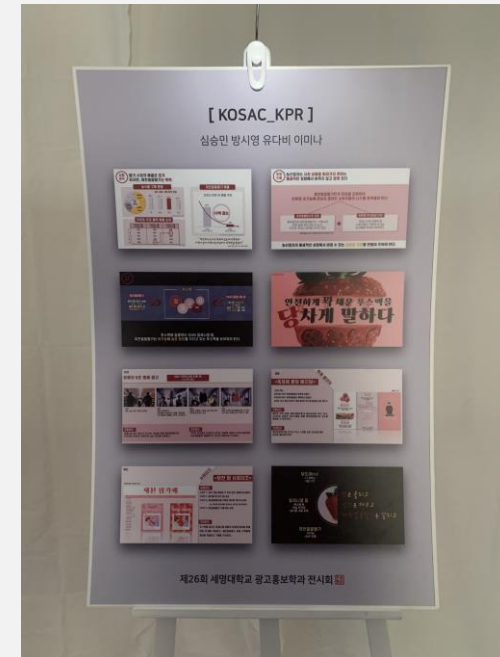
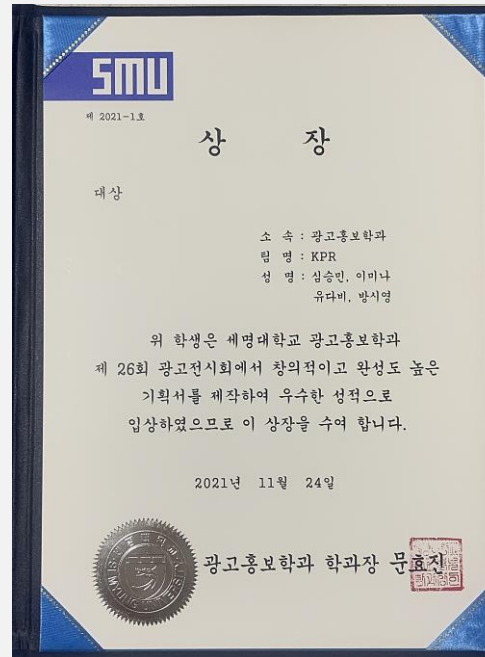


# 함께 할 때 서로 원동력이 되고 좋은 시너지가 발휘된다!

## SMU 광고홍보학과 제26회 광고전시회

광고홍보학과 내에서 경쟁PT를 진행하고, 기획서를 전시하여 볼 수 있는 행사

2021.11.24



KOSAC 공모전에서 만든 PPT로 학과 내에서 경쟁 PT를 진행하여 '대상'이라는 좋은 결과를 냈습니다.  
경쟁PT 이후에도 기획서와 프레젠테이션에 대한 피드백을 토대로 보완해보는 시간을 가져 PT능력을 향상시켰습니다.  
팀워크 속에서 소통능력, 대인관계능력을 발전시킬 수 있었고, 경쟁PT를 경험하여 PPT제작과 프레젠테이션 능력을 향상시킬 수 있었습니다.  
또한, 분석에서 데이터를 어떻게 활용하는가에 따라 전혀 다른 컨셉이 나온다는 것을 직접 경험함으로써 데이터 분석 과정이 중요하다는 것이 가장 큰 깨달음이었습니다. 결과도 좋지만 팀원들과 함께 기획 능력을 향상시킬 수 있는 경험을 하게 된 것에 가장 행복함을 느꼈습니다.



# 새로운 도전으로 기획의 즐거움을 찾다!

담당 역할: PPT, 로직정리  
기여도 90%



## 2020년 대홍기획 공모전 (기획부문)

브랜드: 롯데제과 웨이커  
주제: 웨이커의 인지도를 높이고 브랜드에 대해 친근감을 높일 수 있는 아이디어

[내 식대로 웨이커.pdf](#)

담당 역할: 카피  
기여도 95%



## 2020년 제일기획 아이디어 페스티벌 (인쇄부문)

브랜드: 맥스웰하우스 콜롬비아나 마스터 커피

과제: 후발 주자이기 때문에 상대적으로 낮은 인지도를 높이고, '제대로 만든 퀄리티 있는 커피'라는 메시지를 유머러스한 톤앤매너로 전달해 타겟(대학생-사회초년생)의 공감을 얻을 수 있는 아이디어

광고 기획 뿐만 아니라 다양한 부문에도 도전해보고 싶어서 '인쇄부문'의 카피 담당을 맡았습니다. 기획도 카피도 모두 자료 분석이 탄탄해야 하며, 작품은 예술적 요소가 매우 중요하다는 것을 깨달았고, 카피는 전달하고자 하는 메시지를 함축적이지만 모든 의미를 보여주어야 하는 것에서 어려웠지만 매우 흥미로운 경험을 했습니다. 또한, 이러한 작품 제작까지 과정에 기획이 나침반과 같이 나아가야 할 방향을 잡아주는 중심적인 역할을 하는 중요한 직무라 생각되어 더욱 애정이 깊습니다. 그리고 기획과 크리에이티브의 원활한 커뮤니케이션이 매우 중요하다는 것을 알고, 공모전 경험을 통해 커뮤니케이션 능력을 길렀습니다.

# 경험의 연속! 광고 기획자로서의 발전이 지속!

담당 역할: 포토샵 디자인, 로직정리  
기여도 85%

담당 역할: 프로모션 아이디어  
기여도 90%

담당 역할: 아이디어, 인쇄제작  
기여도 95%

담당 역할: 콘텐츠 컨셉  
기여도 85%



2021년 HS애드 영크리에이티브 (기획부문)  
브랜드: 테라  
주제: 2030 남녀를 타겟으로 가정채널에서  
판매를 활성화 할 수 있는 크리에이티브

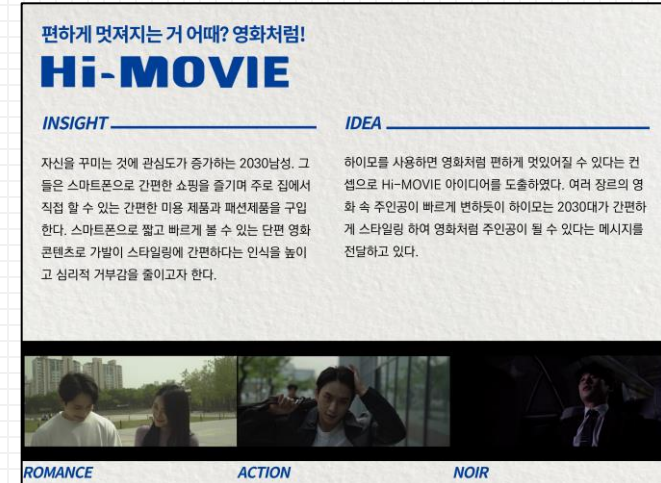
회몰아칠 때, 테라.pdf



2021년 대홍기획 공모전 (Thinknology부문)  
브랜드: 롯데(칠성사이다, 가나)  
칠성사이다: 제로 탄산음료 시장에서  
대표 브랜드로 자리잡기 위한 캠페인  
가나: 브랜드 이미지 리포지셔닝을 위한  
전략 및 아이디어 제안



2021년 이노션 S.O.S (인쇄부문)  
브랜드: 경찰청  
주제: 스토킹 범죄에 대한 사회적 인식 변화 캠페인



2021년 제일기획 아이디어 페스티벌 (디지털 영상 콘텐츠)  
브랜드: 하이모  
주제: 2030이 가발에 대한 심리적 거부감을  
줄일 수 있는 커뮤니케이션 전략

기획, 프로모션, 인쇄, 영상 콘텐츠 등 다양한 부문에 도전해 보며 데이터 분석 능력을 길렀습니다.  
분석을 토대로 IMC에서 어떤 아이디어를 적용해 문제를 해결할 지 생각하는 것에서 흥미를 느껴 기획과  
미디어 플래닝까지 관심을 가지게 되었습니다. 이후 미디어 매체에 대해 공부하는 데 동기부여가 되었습니다.



# 성찰하는 것은 나를 자신감 있게 나아가게 한다!

담당 역할: PPT, 분석, 아이디어  
기여도 100%

담당 역할: 아이디어, PT보드제작  
기여도 100%



## 2022년 HS 영크리에이티브 (기획부문)

브랜드: 신세계 까사미아

과제: 고급스러운 이미지의 프리미엄 까사미아가 젊은층 세대를 타겟으로 트렌디한 가구 브랜드 이미지를 높이는 아이디어

[배치 말고, 매치 해봐!.pdf](#)



## 2022년 대홍기획 공모전 (인쇄부문)

브랜드: 네이버 웨일

과제: 2030유저를 타겟으로 웨일 브라우저 PC 점유율을 높이기 위한 커뮤니케이션 전략으로 인지도를 높이고, 브라우저 다운로드 까지 이어질 수 있는 온·오프라인 캠페인

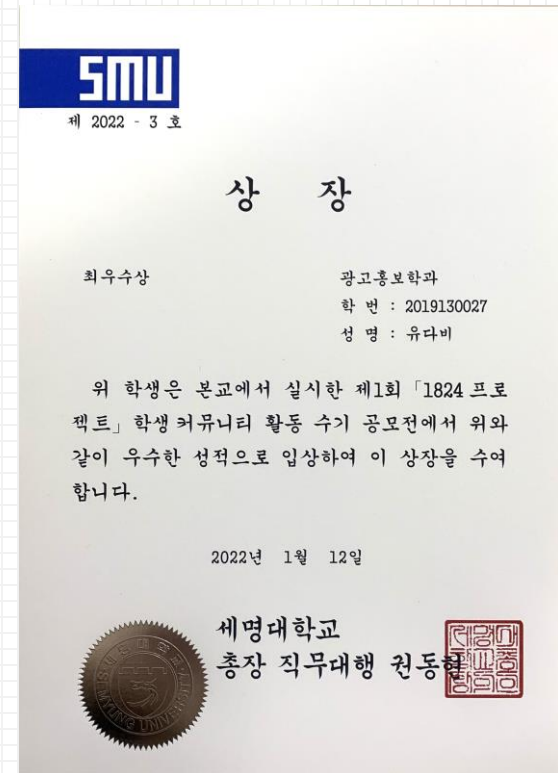
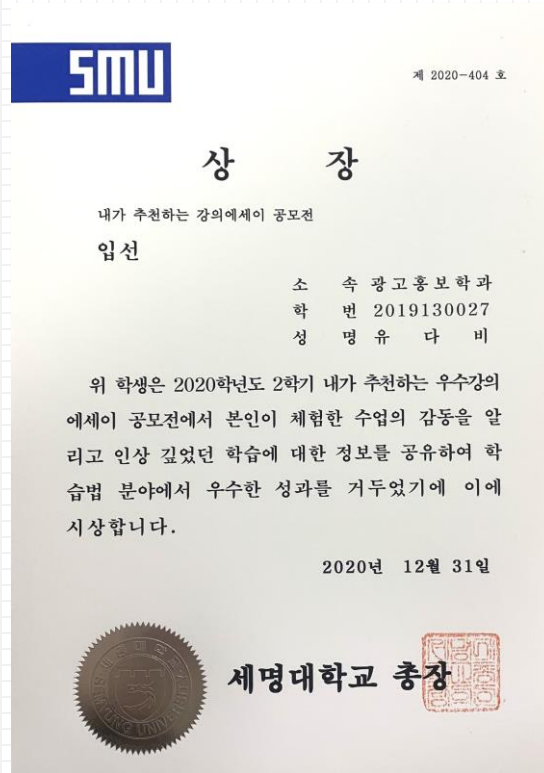
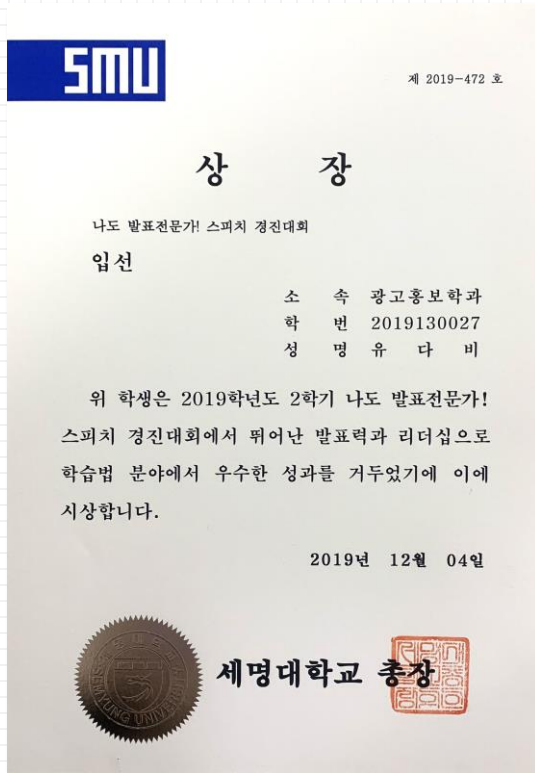
이전까지 했던 공모전에서는 팀원들과 좋은 시너지를 발휘하여 문제를 함께 해결하는 아이디어를 도출하였습니다.

이번 2022년도에 공모전은 **자발적으로 혼자 참여하면서 기획에 있어서 스스로 어떤 점을 보완하고 강화해야 하는지, 그리고 어느 부분이 미흡한지에 대해 성찰하는 경험**이었습니다.

저는 분석하고 기획하는 점이 IMC를 발굴하는 것보다 강하다는 것을 깨달았고, IMC전략에 대한 능력을 기르기 위해 미디어 매체와 매체 기술에 대한 공부도 하게 되는 계기가 되었습니다. 현재 기술과 광고가 접목하여 새롭게 탄생하는 매체들에 대해 빠른 트렌드를 파악하는 능력을 높였습니다.



# 성장하기 위해 노력하는 것을 즐길 줄 아는!



## 교내 공모전 참여

AE에게 프레젠테이션 능력은 필수라고 생각합니다. PT를 할 때, 가장 기본이자 설득에 큰 영향을 미치는 부분입니다. 스스로 스피치 능력을 향상시키고자 대회에 참여하였습니다. 또한, 문서를 작성하는 일도 많다고 알고 있습니다. 특히, 기획서나 PPT를 제작할 때 장황한 글 보다는 짧고 핵심적인 힘있는 글에 더욱 설득력이 강하다는 것을 알고 글을 쓰거나 카피 연습을 하고 있습니다. 저는 매년 세명대 교내에서 개최되는 스피치 경진대회와 에세이 공모전에 주도로 참여하여 설득능력이 향상하였습니다.



# CERTIFICATE

디지털 마케팅 광고 시장이 커지면서 검색광고와 분석 툴 활용의 중요성이 커지고 있습니다.  
실무에서도 많이 활용되는 Tool과 기본적인 지식을 길러 준비된 AE의 자세를 가집니다.



Access



Excel



Power Point



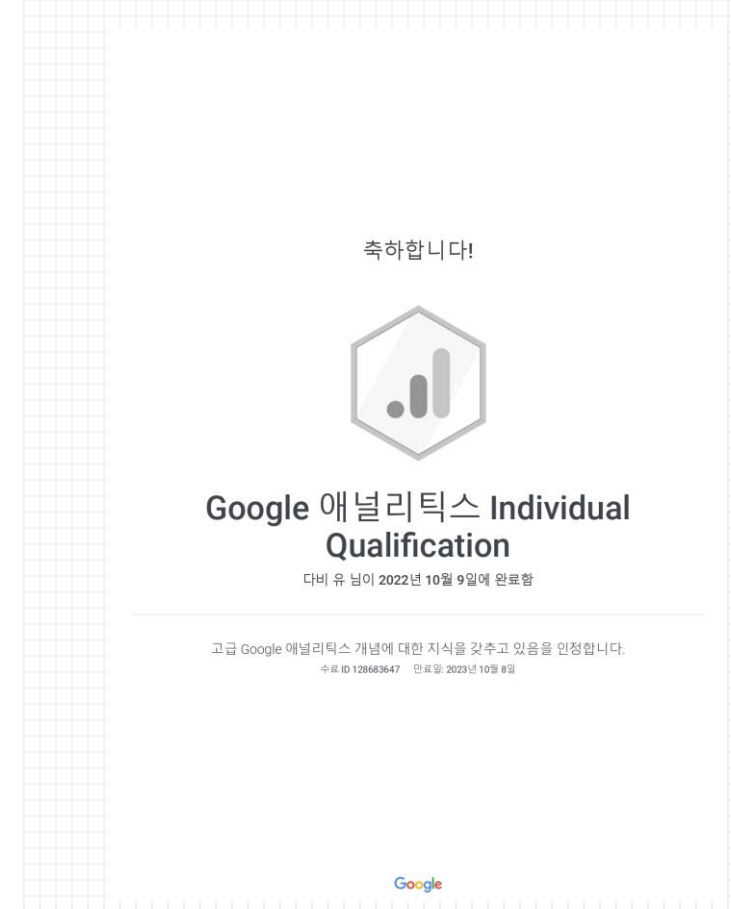
Word



MOS MASTER



검색광고마케터1급



구글 애널리틱스



꾸준히 발전하고 있는 유다비입니다.

클라이언트와 소비자의 **가려운 곳을**

**시원하게 긁어주는 마케팅 기획자**가 되겠습니다.

감사합니다 :)



'유다비'라는 사람을 어필하기 위해 포트폴리오 사이트를 직접 개설하였습니다.  
학업, 교내활동, 교외활동, 수상, 자격증 등 더 자세히 볼 수 있습니다.

[YU DABI.COM](http://YU.DABI.COM)

한 뼨 차이를 만들고  
한 발 앞서가는 것을 즐기는 유다비,  
작은 차이를 발견하는 준비된 기획자

PORTFOLIO