

SM C&C LETTER

2022.03 | No.149

이/번/달 즐/거/리

COVER STORY | 보아(BoA)의 리틀버드(Little Bird), 보호종료아동의 어깨에 앉기까지

광고 사업 | 인류를 위한 지속가능한 내일, 포스코가 만듭니다

STUDIO | [인터뷰] 강성혜 콘텐츠사업팀 팀장, 최정은 디자이너가 말하는 '일의 기쁨과 슬픔'

매니지먼트 | 라이징 스타에서 주말드라마 주연으로 성장! 배다빈의 필모그래피 A to Z

여행 사업 | '하늘 위에 뜨는 우버' 해외출장에 전세기 띄우는 통 큰 회사들

SM INSIDE | [영감채집노트] 얼레리 꼴레리? All ready, Go get it! (석윤형 카피라이터편)

COVER STORY



보아(BoA)의 리틀버드(Little Bird), 보호종료아동의 어깨에 앉기까지

SM C&C가 '착한 기업'에 동참하기로 했습니다. 보호종료아동의 자립을 후원하는 패딩 머플러 '리틀버드(Little Bird)'를 월드비전과 굿네이버스를 통해 취약계층 아동과 청소년에게 기부한건데요. 보아(BoA)의 10집 앨범 내 동명의 곡 'Little Bird'에서 따온 이 머플러의 제작 과정을 다섯 가지 키워드로 소개합니다.

[+ 자세히 보기](#)



인류를 위한 지속가능한 내일, 포스코가 만듭니다

포스코의 친환경 미래를 향한 새로운 포부를 그려낸 포스코 '비전' 편에 이어 '친환경소재' 편이 공개됐습니다. 스케치에서 실사로 빌드업 되는 트랜지션 기법이 적용돼 포스코가 그린 친환경 미래가 사실적으로 표현됐습니다. 포스코가 꿈꾸는 내일이 우리의 일상 속에 실현되는 모습은 어떨까요?

[+ 자세히 보기](#)

《 SM On Air 》



SK텔레콤
'ZEM 새학기' 캠페인



동아제약
'박카스맛 젤리' 캠페인



[인터뷰] 강성혜 콘텐츠사업팀 팀장, 최정은 디자이너가 말하는 '일의 기쁨과 슬픔'

드라마든 영화든 좋은 작품일수록 더 빛나는 사람들이 있습니다. 등장인물을 더 돋보이게 하는 '조력자'입니다. 그런 역할을 하는 사람들이 프로그램 제작 현장에도 있습니다. 장류진 작가의 소설 '일의 기쁨과 슬픔'보다 더 공감되는 '찐 직장인'들의 이야기를 강성혜 콘텐츠사업팀 팀장, 최정은 디자이너에게 들어봤습니다.

[+ 자세히 보기](#)

MANAGEMENT



라이징 스타에서 주말드라마 주연으로 성장! 배다빈의 필모그래피 A to Z

오는 4월 첫 방송 되는 KBS 2TV 새 주말드라마 '현재는 아름다워'의 여자 주인공 '현미래' 역을
당당히 떠낸 배우가 있습니다. 특유의 맑은 에너지와 청량한 매력으로 시청자들의
눈도장을 찍은 배우 배다빈입니다. 다양한 필모그래피를 차근차근 쌓아오며 라이징스타
반열에 올랐던 배다빈이 주말드라마 주연으로 성장하기까지의 스토리를 소개합니다.

[+ 자세히 보기](#)

TRAVEL



'하늘 위에 뜨는 우버' 해외출장에 전세기 띄우는 통 큰 회사들

코로나 팬데믹으로 하늘길이 막혀도 기업 해외활동이 막힐 순 없다는 사람들을 위해
'하늘 위의 우버(Uber)'라고 불리는 글로벌 프라이빗 항공기 비스타젯(Vistajet)이
뜹니다. 기존 항공편이 줄어 전세기를 띄우는 기업이 많다 보니 전세기 이용 수요가
많아지고 있는데요. SM C&C 여행사업부문과 비스타젯의 파트너십을 7문 7답으로
쉽게 풀어봅니다.

[+ 자세히 보기](#)



[영감채집노트] 알레리 끌레리? All ready, Go get it! (석윤형 카피라이터편)

프랑스 영화감독 장뤼크 고다르는 "어디서 가져왔느냐가 중요한 것이 아니라 어디로 가져가느냐가 중요하다"고 했습니다. 책, 음악, SNS 게시물, 유튜브 콘텐츠, 지인의 말에 실려 내게 흘러들어온 영감을 크리에이터들은 어떻게 채집하고 기록할까요? 이렇게 생각그물망에 걸려 모아 놓은 것들을 '아이디어가 궁할 때 뒤적이다'는 Purple팀 석윤형 카피라이터에게 들어봤습니다.

[+ 자세히 보기](#)



2021년 4분기 우수사원을 소개합니다

이유진(CV3팀) 박한중(CB팀) 한희규(CM4팀) 이은하(LABEL)
송학림(언론홍보실) 옥수경(아티스트정산실) 이원영(콘텐츠기획제작팀)
박민서(콘텐츠사업팀) 정하정(Compliance팀) 김서연(PR팀) 김인혜(항공운영1팀)

[+ 자세히 보기](#)



5개 키워드로 풀어보는 리틀버드 머플러 제작 과정

글. PR 팀 김서연

'착한 소비'로 돈줄* 나는 기업이 늘고 있습니다. 세계적으로 존경 받는 일류 기업들이 기업의 사회적 책임을 충실하게 이행하고 있음은 예전부터 잘 알려진 사실인데요. 최근에는 **기업의 사회적 책임을 다하는** 이런 **'착한 기업'**들을 MZ 세대가 먼저 알아보고 있습니다. 기업이 먼저 홍보하지 않아도 MZ 세대가 이런 기업을 '알아서' 소문 내고 있다는 점이 주목할 만한데요. 단순히 제품의 품질이나 가격이 좋은 것으로는 부족합니다. **환경을 생각하고 공익을 추구하는 착한 행보를 꾸준히 보여줘야 비로소 '착한 기업' 칭호를 받을 수 있죠.**

* '돈'+'혼쫄'의 변형된 표현. '혼쫄이 나다' 라는 원래 의미와는 달리, 정의로운 일 등을 함으로써 타의 귀감이 된 가게의 물건을 팔아주자는 역설적 의미로 사용된다.

...

SM C&C 도 '착한 기업' 반열에 동참하기로 했습니다. 바로 **보호종료아동의 자립을 후원하는 패딩 머플러 '리틀버드(Little Bird)'**를 통해서요. '기업이 물건을 만드는 방식을 바꾸고, 더 나아가 세상을 변화시키는 강력한 활동'을 뜻하는 착한 소비를 SM C&C 도 함께하기로 합니다.

SM C&C 커머스 그룹이 지난 2월 25일 보아(BoA)가 제작에 참여한 리틀버드(Little Bird) 머플러를 각각 **월드비전과 굿네이버스에 2000 개씩 기증했습니다.** 기증된 리틀버드 머플러는 보육원, 지역아동센터 등 아동관련시설의 아동 및 보호시설종료 아동들에게 전달됐는데요. SM C&C 는 월드비전, 굿네이버스 외에도 세이브더칠드런과 한국해비타트, 기아대책에 각각 2039 개, 2000 개, 2000 개를 전달한 바 있습니다.



2월 25일 서울 성동구 소재 SM C&C 사옥에서 SM C&C가 월드비전에 리틀버드 머플러 2000개를 기증했다.
 사진 왼쪽부터 Commerce Group 이송재 그룹장, 김성태 ESG사회공헌본부장. 출처=SM C&C



2월 25일 서울 성동구 소재 SM C&C 사옥에서 SM C&C가 굿네이버스 글로벌 임팩트에 리틀버드 머플러 2000개를 기증했다.
 사진 왼쪽부터 Commerce Group 정은미 부장, Commerce Group 이송재 그룹장. 출처=SM C&C



2월 21일 서울 강서구 소재 (사)한국국제기아대책기구 본부에서 SM C&C가 (사)한국국제기아대책기구에 리틀버드 머플러 2000개를 기증했다. 사진 왼쪽부터 Commerce Group 이송재 그룹장, 전용림 (사)한국국제기아대책기구 부회장. 출처=SM C&C

이 단체들에 기증된 '리틀버드(Little Bird)'는 만 18 세가 되면 보호 시설의 보호가 종료됨에 따라 홀로서기를 해야 하는 보호종료아동의 자립을 지원하는 패딩 머플러입니다. 리틀버드의 수익금이 보호종료아동의 장학금으로 후원됩니다. 평소 멘토링에 관심이 많은 보아(BoA)가 제작에 참여해서 그 의미가 더 남다른데요.

보아(BoA)의 10집 앨범 내 동명의 곡 'Little Bird'에서 따 온 이 머플러의 제작 과정을 다섯 가지 키워드로 소개합니다. 보아(BoA)가 탄생시킨 작은 새(Little Bird), 어떻게 만들어졌는지 살펴볼게요.



#KEYWORD 1. Little Bird - 보아(BoA)

“

20주년이라는 숫자를 실감하기에는 아직 좀 나이가 많이 어린 것 같은데요.
막상 20주년이 돼보니까 '벌써'라는 생각이 앞서요. 제가 빨리 성장을 해야 하는 사람이라 그런지 몰라도,
보호종료아동들에 관심이 많이 갔어요. 제가 데뷔를 하고 가장 크게 느꼈던 것은
'마치 내가 카멜레온이 된 것처럼 내가 내 스스로를 보호할 수 밖에 없는 입장이 되는구나' 라는
생각이었는데요. 보호종료아동들 또한 이를 너무나 혹독하게 겪을 것 같아서 제 모습이 오버랩 됐어요.
보호종료아동들은 이제 스스로가 보호자가 되는 거잖아요.

그 친구들의 첫 걸음이 너무 외롭거나 무섭지 않았으면 좋겠어요.
그 친구들을 응원하는 좋은 어른들이 항상 곁에 있을테니까요.

- 보아(BoA), 인터뷰 中 -



리틀버드(Little Bird)를 제작하게 된 배경을 설명하는 보아(BoA). 출처=SM C&C

'리틀버드'라는 이름은 보아(BoA)의 10 집 앨범 'Better - The 10th Album' 중 마지막 트랙인 'Little Bird'에서 그대로 가져왔습니다. 이 곡은 보아(BoA)가 '희망'을 주제로 직접 작사, 작곡한 곡이라 의미가 더 남다른데요. 꿈을 이루기까지의 여정과 새로운 희망을 표현한 한 편의 영화 같은 가사가 특징입니다. 20 세 보호종료아동도 이제 막 세상을 향한 날갯짓을 시작하는 작은 새와 같기에 머플러에도 이와 같은 이름이 붙여졌다고 합니다.

보아(BoA)는 지난 2020 년 데뷔 20 주년을 맞았습니다. 인터뷰에서 리틀버드를 제작하게 된 이유에 대해 "내가 빨리 성장해야 하는 사람이었기에 만 18 세가 되면 홀로서기를 해야 하는 보호종료아동들에게 관심이 많이 갔다"고 밝혔는데요.

가사처럼 '커진 날개만큼 더 멀리 가고'픈 보호종료아동들과 이들을 응원하는 사람들 모두를 따뜻하게 안아줄 수 있는 브랜드가 되길 바라는 마음에서 만들어진 이 머플러, 어떻게 제작됐을까요? 아직은 생소한 이 단어, '보호종료아동'부터 자세히 알아볼게요.



▲ Little Bird - 보아(BoA)



#KEYWORD 2. 보호종료아동

보호종료아동은 보육원, 공동생활가정과 위탁가정과 같은 아동보호시설에서 생활하는 아동 중 **아동복지법에 따라 만 18세가 되어 이런 보호 시설을 퇴소해야 하는 아동들**을 뜻합니다. **보호종료청년, 자립준비청년**으로 부르기도 하는데요. 약 2600여명의 보호종료아동이 매년 사회로 나오고 있습니다. '보호시설아동'이었다가 보호가 '종료'된 이들은 한국 나이로 대략 스무살이 넘은 청년들입니다. 시설 퇴소 후 자립 준비가 잘 되어있지 않아서 생활비와 주거비를 마련하지 못하고 경제적 어려움을 겪는 경우가 많다고 합니다.

tvN '유퀴즈온더블록'에 출연해 **홀로서기를 준비하는 많은 후배들에게 힘이 되어준 박강빈**님을 알고 계신가요? 박강빈님 역시 6년 전에는 보호종료아동이었는데요. 자립준비청년이 된 지금, SM C&C 스튜디오부문에서 기획 제작한 특별한 **체험단**(*괴로운 체험단의 스피노프 Spin-off 콘텐츠)을 통해서 **보호종료아동들에 많은 도움이 되는 이야기**를 해주었습니다.



▲ 연예인이 만든 이모티콘 써주실 분 구합니다 (1/n) #이용진 #이진호 #써니 | #특별한체험단_아름다운재단 EP07



SM C&C '특별한 체험단'에 출연해 '열여덟 어른' 캠페인을 알리고 있는 박강빈님(가운데). 출처=SM C&C



(사진 왼쪽부터) 개그맨 이진호, 안연주 열여덟 어른 캠페이너, 소녀시대 써니, 박강빈 열여덟 어른 캠페이너, 개그맨 이용진이 아름다운재단의 보호종료아동 자립지원 캠페인 '열여덟 어른'을 응원하는 특별한 이모티콘을 선보였다. 출처=SM엔터테인먼트

보호종료아동에서 자립준비청년으로 우뚝 선 박강빈님처럼 보호종료아동의 비상을 돕는 일에 SM C&C가 함께 하고 있습니다. 20년 전 사회로 첫 걸음을 내딛어야 했던 보아(BoA)처럼 이제 막 세상에 나아가는 친구들에게 조금이나마 도움이 되고자 하는 취지로 만들어진 리틀버드, 실제 제작 과정은 어땠을까요?

#KEYWORD 3. 일러스트레이터 SAMBYPEN(샘바이펜)

리틀버드 머플러가 제작되기까지 크게 4 단계를 거쳤습니다. 로고 디자인, 머플러 컬러 고르기, 머플러 원단 선택, 머플러 파우치 디자인 과정인데요. 이 모든 과정은 **보아(BoA)**와 **일러스트레이터 SAMBYPEN(샘바이펜)**의 손을 거쳐 만들어졌습니다.



(왼쪽부터) 샘바이펜, 보아(BoA). 출처=SM C&C

제작 과정을 좀 더 알아보기 전에, 보아(BoA)와 함께 리틀버드의 탄생에 키 맨(key man)이 되어준 샘바이펜이라는 일러스트레이터가 궁금하실 것 같은데요. **샘바이펜**은 **특특 튀는 색감과 트렌디한 감각으로 MZ세대로부터 호응을 얻고 있는 아티스트**입니다. 2015년 첫 개인전을 시작으로 존재를 알렸고 KB 국민카드, 배스킨라빈스, 나이키 등 유수 기업과 브랜드의 러브콜을 받아 함께 작업한 바 있습니다. **기존의 상업적 캐릭터를 다양하게 재해석한 페이크 아트(Fake art)로 주목 받고 있는 샘바이펜의 독특하고 자유분방한 무드**가 이번 작업에서도 제대로 발현되었다고 합니다.



(리틀버드랑) 잘 맞는 거 같더라는 생각을 했었어요



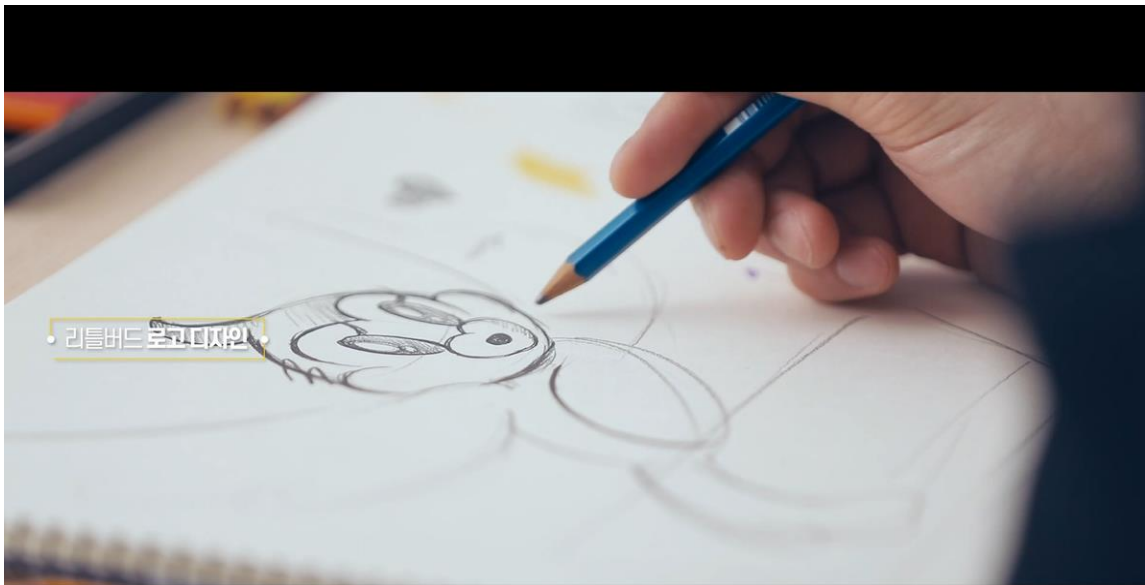
일러스트레이터 : SAM BY PEN

저희보다 어린 친구들을 도와주는

샘바이펜. 출처=SM C&C

로고	새가 등지를 박차고 나가는 형태. 등지가 되는 부분에 'Little Bird' 라는 글씨를 넣어 활기차게 날아가는 새의 이미지 형상화
컬러	양면의 컬러가 다른 리버시블(reversible) 디자인, 어떤 코디에도 어울리는 블랙/다크그레이 컬러 사용
원단	폴리에스터 100%
파우치	패커블 파우치에도 로고 삽입, 평소에는 다른 용도로 사용





• 리틀버드 로고 디자인 •

새가 이렇게 있으면



리틀버드 로고 디자인 머플러 컬러 고르기

양면으로 가면 좋겠다는 생각을 했는데



리틀버드 로고 디자인 머플러 컬러 고르기 머플러 원단 선택

이게 좋은 거 같아서



머플러 디자인 관련 회의를 진행하는 보아(BoA)와 샘바이펜.
첫 번째 사진부터 로고 디자인, 컬러 선택, 원단 선택, 파우치 디자인에 대해 의논하는 모습. 출처=SM C&C

#KEYWORD 4. 착한 소비

리틀버드 머플러 판매 수익금은 보호종료아동들의 자립을 위한 장학금 형태로 지원된다는 사실! 알고 계셨나요? 환경과 사회에 미치는 영향까지 충분히 고려해 상품이나 서비스를 구매하는 현상을 '착한 소비'라고 하는데요.

Z세대와 밀레니얼 세대가 디지털 환경을 통해 소비를 주도하는 것이 특징입니다. 오픈 서베이 Z세대 트렌드 리포트에 따르면 Z세대 51.5%와 밀레니얼 세대 54.7%가 '나는 착한 소비를 위해 노력한다'고 대답했습니다.

MZ세대에게 '상생', '환경'과 같은 사회적 가치를 담은 착한 소비는 중요한 화두입니다. 선행을 베푸는 기업에 기꺼이 값을 지불하는데, 환경에 덜 영향을 미칠 수 있다면 당장의 불편함을 감수하는데 거부감이 없는거죠.

구매와 동시에 누군가를 돕는 착한 소비의 시작을 리틀버드로 시작해보세요. 기부로 이어지는 착한 소비, 나부터 쉽게 시작할 수 있어요.



#KEYWORD 5. 셀럽브랜드(CELEBRAND)

리틀버드는 SM C&C가 지난 2020년 12월 런칭한 셀럽브랜드(CELEBRAND)의 첫 번째 프로젝트입니다. 셀럽브랜드는 SM 셀럽들의 라이프스타일을 기반으로 탄생한 통합 브랜드인데요. 패션, 뷰티, 헬스케어, 생활용품 등 다양한 카테고리의 제품에 셀럽들의 취향이 접목돼 우수한 품질의 상품으로 태어났습니다. 셀럽의 손길을 거쳤다는 점에서 기존 브랜드 커머스 시장의 상품들과 차별성을 지닙니다.

보아의 덕다운 머플러 '**리틀버드**'를 비롯해 슈퍼주니어 김희철의 친환경 대나무 칫솔 및 천연 치약 세트 '**웁치웁치**', 권유리의 홈트레이닝 용품 세트 '**유리한 홈트**', 배우 김수현의 10대를 위한 립틴트 '**티인트**', 세안밤(Balm) '**애플브라운**' 등 5개의 상품이 셀럽브랜드에 속해있는데요. SM C&C는 지난해 11월 이 제품들을 한 곳에서 구매할 수 있도록 통합 브랜드몰(<http://celebrand.co.kr/>)을 오픈하기도 했습니다.



SM C&C 셀럽브랜드 상품들. 출처=SMC&C

“
일부 조류는 비바람이 부는 날을 일부러 골라 동지를 짓는다고 한다.
바보 같아서가 아니다.
악천후에도 견딜 수 있는 튼실한 집을 짓기 위해서다.
- 책 '언어의 온도', 이기주 -

비와 바람을 동지의 재료로 삼아가며 악천후에도 견딜 수 있는 튼실한 집을 지어야 했던 보호종료아동, 그들의 첫 날갯짓을 함께 한 리틀버드(Little Bird) 머플러의 제작 과정을 잘 보셨나요? 마음이 더 많이 모이는 만큼, 더 많은 보호종료아동들에게 더욱 의미 있는 장학금으로 전달됩니다.

보호종료아동들의 어깨에 앓을 작은 새를 보내는 착한 소비의 시작, SM C&C와 함께 해보시기 바랍니다.

posco
HOLDINGS



글. 광고사업 Unit CV3 팀 감경민

포스코의 기업 PR 캠페인 **'비전' 편**은

'Green tomorrow with POSCO'라는 새로운 슬로건과 함께
새로운 포부를 웅장하게 그려냈었는데요.

후속편인 이번 **'친환경소재' 편**에서는 포스코가 꿈꾸는 **내일이**

우리의 일상 속에 실현되는 모습을

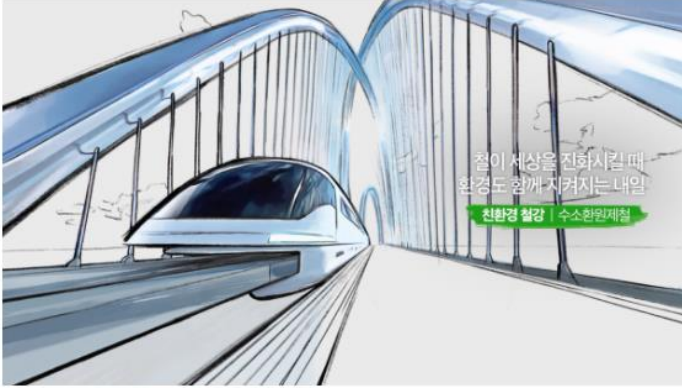
차분하고 안정감 있는 BGM 과 함께 친밀감 있게 소개하고 있습니다.



포스코가 꿈꾸는 친환경 내일의 첫 장을 넘기며 시작되는 이번 광고는
미래 비전 하나하나가 스케치에서 실제로 빌드업 되는 트랜지션 기법을 선택했습니다.

전체 영상의 90% 이상을 수준 높은 3D 그래픽으로 정교하게 작업하여
포스코가 그린 친환경 미래를 사실적이고 드라마틱하게 표현해 내고자 했습니다.

IDEA FOR GREEN TOMORROW 1 / 친환경 철강



첫 번째로, **친환경 철강 사업**을 표현하기 위해
맑고 청정한 하늘과 바다를 배경으로 웅장한 교각과 속도감 있는 기차를 등장시켜
철이 친환경적으로 세상을 진화시키는 모습을 임팩트 있게 보여주었습니다.



IDEA FOR GREEN TOMORROW 2 / 전기차 배터리 소재



두 번째로, **친환경 전기차의 미래를 가능하게 하는 포스코의 배터리 소재 사업**을 표현하기 위해
포스코가 보유하고 있는 아르헨티나 리튬 원호부터 양극재, 음극재, 배터리 팩 기술까지
스케치에서 실사로 바뀌는 트랜지션 기법을 통해 직관적으로 보여주었습니다.



또, **전기차가 해안도로를 달리는 마지막 컷은**

우리나라에서 가장 아름다운 해안도로를 골라 **드론 촬영을 진행했습니다.**
 실제 해안도로 촬영 컷과 3D 그래픽으로 만든 해상풍력발전기를 합성하는 작업을 통해
더욱 자연스럽게 웅장한 자연경관을 만들어 영상의 완성도를 높였습니다.



IDEA FOR GREEN TOMORROW 3 / **그린수소 밸류체인**



마지막으로, **친환경 에너지인 그린수소 밸류체인** 사업을 표현하기 위해
 도심 속 수소 스테이션과 그린수소를 실은 수소트럭을 등장시켰습니다.
 이를 통해 **우리의 일상에 곧 일어날 친환경적 변화**를 예고하며 기대감을 주고자 했습니다.

당장은 어렵겠지만, 조만간 포스코를 통해 우리가 만나게 될 미래일 것 같습니다.

포스코는 ‘친환경 철강, 친환경 배터리 소재, 그린수소 밸류체인’

이 3가지 핵심 친환경 사업을 통해

인류의 미래를 위해 앞장서겠다는 포부를 실현해 나아가고 있습니다.

이렇듯 철강기업으로만 알고 있던 포스코의 미래 비즈니스 변화를 알리는 것이

이번 광고의 핵심인데요.

포스코홀딩스를 출범하는 시점에서


‘인류의 지속가능한 미래를 선도하는 글로벌 비즈니스 리더’로서 던지는

출사표와도 같은 의미를 담고 있다 할 수 있겠습니다.

지구와 인류 모두를 위해 끊임없이 발전하는 포스코의 변화와 노력,

이를 통해 달라질 내일을 함께 지켜봐 주시기를 부탁드립니다.

“GREEN TOMORROW WITH POSCO!”



인류를 위한 지속가능한 내일
포스코가 만듭니다



(왼쪽부터) 강성혜 콘텐츠사업팀 팀장, 최정은 콘텐츠기획제작팀 팀원. 출처=SM C&C

정리. PR 팀 김서연

"수정 1, 2, 최종, 최최종, 진짜 최종.jpg 의 늪에서도 계속 일하게 하는 원동력은요..!"

드라마든 영화든 **좋은 작품일수록 더 빛나는 사람들이** 있습니다. **등장인물을 더 돋보이게 하는 '조력자'**입니다. **고군분투하는 주인공의 든든한 지원군이** 되어주기도 하고 어떤 장면에서는 **주인공보다 더 적극적으로 극의 전개를 이끌어가기도** 하죠.

그런 역할을 하는 사람들이 **프로그램 제작 현장**에도 있습니다. 제작자들이 **더 좋은 제작 환경에서 작업할 수 있도록 묵묵히 지원하는 사람들**, 프로그램이 공개되기 전 **포스터 한장, 로고 한컷으로 시청자들의 관심과 애정을 미리 끌어모아 놓는 사람들**이요.

이런 고마운 조력자들이 궁금해졌습니다. 이들이 **무슨 일을 하는지**는 물론, **그 일이 그들에게 주는 기쁨과 슬픔까지**요. 현실적인 직장인들의 모습을 담아 그들의 전폭적인 지지를 얻은 장류진 작가의 소설 **'일의 기쁨과 슬픔'**보다 더 공감되는 **'찐 직장인'** 이야기를 두 사람에게 들어봤습니다. 머리로 지어낸 이야기가 아니라 인생이 직접 들려주는 이야기, 만들어낸 문장이 아니라 시간이 다듬어놓은 생각이라서 더 공감되실 겁니다.

[Mini Interview with 강성혜 콘텐츠사업팀 팀장]

이하 '강성혜 콘텐츠사업팀 팀장(강)', 'PR 팀 김서연(김)'



강성혜 콘텐츠사업팀 팀장. 출처=SM C&C

김)

'콘텐츠사업팀'이라는 말만 들었을 때는 무슨 일을 하는 곳인지 감이 잘 안 오는데요. 쉽게 '이런 일을 하는 곳이다' 소개해 주실 수 있을까요?

강)

더 좋은 제작 환경을 서포트해 주는 팀이라고 보시면 될 것 같아요. 커뮤니케이션이 정말 중요한 팀으로 플랫폼, 제작자, 광고주 모두와 연락을 주고받고 조율하며 핸들링 하는 팀이에요. 해외 유통, 매출&비용 관리, 플랫폼 관리 등 팀 내에서도 업무가 나눠져 있어서 팀 내 유기적인 의사소통이 가장 우선시되는 팀입니다.

김)

콘텐츠 안에 자연스럽게 브랜드 메시지를 녹이는 '브랜드드 콘텐츠'(Branded Contents)가 SM C&C의 강점이잖아요. 지난해 첫 선을 보인 이후 성공적인 브랜드드 콘텐츠로 자리매김을 한 <괴로운 체험단> 같은 콘텐츠는 어떻게 런칭하게 되셨나요?

강)

3박자가 맞아서 탄생한 콘텐츠예요. 'SM C&C는 이미 MC 군단, 콘텐츠 포맷, 콘텐츠를 제작할 수 있는 능력을 갖추고 있으니 광고주만 잘 모시면 되지 않을까?'하는 물음에서 세상에 없던 제품들을 만천하에 소개하는 본격 **앞광고 콘텐츠인 '괴로운 체험단'**이 나왔죠. 브랜드드 콘텐츠에 대한 콘텐츠기획제작본부와 콘텐츠 사업실의 꾸준한 논의 결과, **우리가 잘할 수 있고 수익성도 가져갈 수 있는 콘텐츠**가 바로 이 프로그램이었어요. 또 코로나로 인해 오프라인 마케팅에 대한 제약이 많아지면서 **광고주의 마케팅 니즈가 변화된 부분**도 있어요. 저희 입장에서는 **코로나 팬데믹으로 인한 변수로 새로운 기회를 발견하게 된 것**이라고도 할 수 있을 것 같아요.



'괴로운 체험단'. 출처=SM C&C STUDIO 유튜브 캡처

김)

기업보다도 지자체가 홍보 방향성을 크게 바꾸었을 것 같아요.

강)

맞아요. 대표적으로 **강원도에서 촬영한 '군필돌 캠프'**를 예로 들고 싶은데요, 지난해 콘텐츠 사업기획실 천명현 실장님, 콘텐츠 마케팅팀 신수진 팀장님과 함께 강원도청에 프로그램 기획안을 여러 개 들고 갔는데 **담당자 분들이 군필돌 캠프 기획안을 좋다고** 하시더라고요. 강원도가 중심이 되는 콘텐츠이다보니 MC는 강원도 쪽에서 군대를 나온 이진호, 운유, 이기광으로 섭외를 했어요. **강원도에서 원하는 홍보 스팟을 정해주면 저희가 그걸 고려해서 촬영하는 방식으로** 제작을 했어요.

김)

강원도와 함께 손 잡고 프로그램을 제작하는 것이 처음이었나요?

강)

처음은 아니에요. **이전에도 제작 지원이 있었지만 이렇게 강원도를 중심으로 오리지널 콘텐츠를 제작한 것은 새로운 시도**였습니다.



출처=SM C&C

김)

'군필들 캠프'를 포함해 SM C&C는 전반적으로 여행 콘텐츠에서 강점을 보였던 것 같아요.

강)

코로나 시국과 맞물린 것도 있어요. **다들 여행을 못가니 여행 콘텐츠로 눈을 돌린거죠.** 생각해보니 작년에는 12월에 방영된 '군필들캠프', 9월에 방영된 '충전 100% 슈퍼트립'과 '미스터캠퍼'와 같은 지자체 콘텐츠가 동시다발적으로 잘됐어요.

김)

제작자 입장에서 이런 브랜드 콘텐츠는 기존의 콘텐츠와 어떻게 다를까요?

강)

제작자의 입장과 광고주의 니즈가 딱 부합하는 지점에 있는 콘텐츠라고 할까요. 쉽게 말씀드리면 기업의 경우 홍보하고 싶은 제품이나 서비스, 지자체의 경우 잘 만들어냈는데 아직 알려지지 않은 곳들을 제작자들이 보여주는 거잖아요. '강원도에도 이런 곳이?' 하게 되는 의외의 여행 스팟들, 아스파라거스와 같은 의외의 특산물이 있다는 사실이 저희가 제작한 프로그램을 통해서 많이 알려졌어요. '미스터 캠퍼' 같은 경우 경기도 쪽 캠핑 스팟이 알려졌으면 좋겠다고 해서 그런 부분에 중점을 두고 제작을 했고요. 이렇게 지자체와 함께 하는 콘텐츠가 늘다 보면 노하우가 생겨요. '아, 이 곳은 이게 우선순위고 이게 소구 포인트다' 하는 것들요. 이걸 바탕으로 저희의 레퍼런스가 계속 쌓이고요.

김)

강원도가 아스파라거스로 유명한 것은 방금 처음 알았어요. (웃음) 아까 말씀 주신 대로 팀장님께서 현재 속한 콘텐츠사업팀을 제작자들이 더 좋은 환경에서 제작할 수 있도록 서포트해 주는 팀이라고 하셨는데요. 그동안 좀 더 나은 제작 환경을 만들어주는 과정이 유독 어려웠던 프로그램이 있으신가요?

강)

유튜브 오리지널인 '아날로그 트립'은 확실히 어려운 프로젝트이기는 해요. (웃음) 왜냐하면 주로 유튜브 본사 직원들과 커뮤니케이션을 하거든요. 기본적으로 제출해야 될 서류도 많고 확인해야 하는 사항도 많다 보니 내부 컴플라이언스, 파이낸스와 같은 내부 유관부서와도 협업을 해야 하고요. 작년 1월에 유튜브 오리지널 진행이 확정됐는데 라이브 방송이 올해 1월에 진행되었으니 거의 1년 동안 진행된 장기 프로젝트라고 볼 수 있네요.



YouTube Originals Analog Trip NCT 127 영상 스틸컷. 출처=SM C&C

김)

콘텐츠사업팀에 계시면서 궁극적으로 이루고 싶은 목표 같은 것도 있으세요?

강)

사업팀의 관점에서 **모든 OTT 플랫폼과 함께 일해보고 싶어요.** 계약도 일회성으로 끝나는게 아니라 **"SM C&C 는 정말 문제 없이 잘한다"**는 얘기, **"제작도 잘하는데 사업적으로도 수완이 좋아서 저 회사랑 하면 우리가 늘 잘 되니 다음에 또 하자"**는 얘기 들으며 패키지 계약으로 크게 계약을 하고 싶어요. 지난해 **SK 브로드밴드와 콘텐츠 제작 협약을 체결해 SK 브로드밴드의 자회사 채널인 채널 S 의 프로그램 제작을 지금까지 이어가고 있고,** 아까 말씀 드린 유튜브 오리지널 콘텐츠 뿐만 아니라 Wavve, seezn 등 국내 OTT 오리지널 프로그램도 확장해 가려고 준비 중이에요.

김)

팀장님의 이야기를 들을수록 내 업무에 대한 자부심이랄까요. 뿌듯함, 자신감이 함께 배어나오는 것 같아요. 이런 인터뷰이를 만나면 인터뷰어가 아니라 나보다 회사 생활을 먼저 한 선배의 얘기를 듣는 후배의 마음으로 인터뷰에 임하게 돼요. 회사생활을 지속하게 하는 원동력이나 힘이 있으신지, 또 회사생활을 하는 마음가짐은 어떠신지도 궁금해요.

강)

솔직히 **저희 팀원들이 원동력**이죠! (웃음) 그런 마음도 있어요. **일과 육아를 병행하다보니 아이를 못 보는 시간**이 있잖아요. 그게 사실 제 기회비용인데 **최소한 기회비용만큼 직장에서 그 정도의 가치가 있는 일**을 해야 되지 않을까 싶어요.

김)

'내가 애들 못 보고 직장에 이렇게 나와 일하고 있는데 허투루 일하지 말아야지' 하는 마음가짐 알 것 같아요. **맞벌이 하신 저희 엄마가 그런 마음으로 회사 다니셨대요.**

강)

그 마음! 너무 알 것 같은데요. SM C&C 에서만큼은 그런 보람이 좀 느껴져요. **일하는 원동력**이 되기도 하고요.



[Mini Interview with 최정은 콘텐츠기획제작팀 팀원]

이하 '최정은 콘텐츠기획제작팀 팀원(최)', 'PR 팀 김서연(김)'



최정은 콘텐츠기획제작팀 팀원. 출처=SM C&C

김)

많은 분을 인터뷰 했지만 디자이너를 인터뷰하는 것은 처음이에요. 저 뿐만 아니라 디자이너의 인터뷰는 처음 읽으시는 분들을 위해 업무에 대한 설명이 필요할 것 같아요.

최)

영상 전체에 걸쳐 디자인을 담당하고 있어요. 프로그램 로고 제작, 포스터 디자인, 자막 디자인 등 STUDIO 부문에서 제작되는 콘텐츠에 대한 전반적인 디자인을 하고 있고요. 기획안, 제안서의 디자인도 작업하고 있습니다.

김)

기획안, 제안서 디자인도 하시는군요. 프로그램 로고와 포스터, 기획안과 제안서를 디자인 하실 때 차이가 좀 있을 것 같아요. 디자인의 범주라고 해야할까요. 기획안, 제안서 디자인 할 때 초점을 두는 부분, 로고나 포스터 디자인 할 때 초점을 두는 부분이 다를 것 같아요.

최)

기획안이나 제안서의 경우에는 기획의도에 초점을 맞춰서 제작해요. 의도를 잘 읽어야 키 컬러(Key color)를 뽑아내기가 쉽거든요. 기획안이나 제안서를 보는 쪽은 플랫폼이에요. 저희가 제안을 해야 되는 입장이기에 '내용'이 잘 보이게 해야 하고요. 로고나 포스터 같은 경우에는 보는 분들이 시청자인 경우가 많기도 하고 로고, 포스터가 그 분들에게 제일 먼저 보이는 이미지이기에 내용을 기반으로 한 설득보다는 비주얼을 신경쓰는 편이에요. 이 프로그램을 봐야 하는 이유를 비주얼로 끌어오는거죠.

김)

로고나 포스터를 한번 보자마자 눈길을 사로잡을 수 있는지 여부가 중요하군요.

최)

네 맞아요. 저희 STUDIO 부문에서 제작한 프로그램들 중 여행 프로그램이 많잖아요. 디자인 요소를 장소에서 뽑을 때도 있고요, 그 프로그램에 출연한 아티스트의 고유 색으로 뽑을 때도 있어요. 보통은 후자의 경우가 많아요. SM 엔터테인먼트 소속 아티스트들을 내세운 프로그램이 많으니까요. 가장 최근에 한 작업은 채널 S 예능프로그램 '신과 함께'였는데, 이 프로그램이 레트로하게 리뉴얼 됐거든요. 기획 자체가 복고풍으로 변화하면서 이걸 디자인에 어떻게 살릴지를 많이 고민했어요.



신과함께3 로고. 출처=SM C&C

김)

모든 디자인에 심혈을 기울이지만 한번 더 보게 되고 수정하게 되는 디자인 작업도 있나요?창작자들은 이럴 때가 종종 있잖아요. 저 역시 나를 창작을 하는 사람이다보니. (웃음) 계속 뒤돌아 보게 되는 글이 있더라고요. 마음에 꼭 들어서 흐뭇함에 뒤돌아 보게 되는 글, 마음에 들지 않아서 미련을 갖고 뒤돌아 보게 되는 글이요. 디자인도 창작의 영역이니 그런 디자인이 있으실 것 같아요. '이 디자인은 내가 해도 진짜 잘했다' 하는 디자인이나 어떤 이유에서든 뒤돌아 보게 되는 디자인이 있는지 궁금해요.

최)

성격 자체가 사실 좀 뒤돌아 보지 않는 스타일이긴 한데요. (웃음) 그래도 좀 힘들었던 작업을 한 번 더 돌아보는 것 같긴 해요. '아날로그 트립' 할 때였는데요. 플랫폼과 함께하는 작업은 처음이었어요. 유튜브 오리지널에 들어가는 작품이었어서 기획안 작업부터 정말 오래 걸렸거든요. 플랫폼과 함께하는 첫 작업이기도 하고 외국 플랫폼이기에 시간이 오래 걸렸어요. 기획안도 한국어, 영어로 작성해야 했고 국내 플랫폼과는 결 자체가 다른 유튜브만의 뚜렷한 색깔에 맞춰 작업해야 했거든요.



아날로그 트립 in 인도네시아 포스터. 출처=SM C&C

김)

의사소통부터 시간이 배로 걸렸겠네요.

최)

정말로요. 코엑스 전광판에 '아날로그 트립' 포스터가 걸렸는데요. 그간 힘들었던 게 그거 하나로 조금 **괜찮아지더라고요.** 팀원들이 포스터 걸렸다고 해서 보러갔어요. (웃음) 사진 찍어서 친구들에게 자랑하고 그랬어요.

김)

아무래도 본인을 좀 더 혹사시킨 작업물이 기억에 남죠. 이렇게 일하면서 어쩔 수 없이 만나지는 힘든 시기가 있잖아요. 이 시기를 건너가는 노하우 같은 게 있으세요?

최)

원래는 그동안 혼자 업무를 해서 풀 곳이 별로 없었어요. 디자이너가 저 혼자였으니까요. 동료들이 생긴지 **한 1년 정도 밖에 안됐어요.** 제가 힘든 점을 말했을 때 공감해 줄 수 있는 사람들이 있는 것 그 자체가 크게 힘이 되더라고요. 서로 같은 일을 해야 공감이 쉬우니까요.

김)

그쵸. 나와 같은 일을 하는 친구들이 있어도 한 회사에서 동일한 일을 하는 사람들과 터놓고 얘기하는 것은 다르니까요.

최)

맞아요. 저는 **힘든 점이나 어려운 점을 쌓아두지 않고 바로 푸는 단순한 성격이라 동료들과 얘기하면서 풀고 있어요.** 그러면 좀 나아요.

김)

인터뷰를 하다보니 정은님은 일과 자신을 잘 분리하시는 것 같아요. 장류진 작가의 소설 '일의 기쁨과 슬픔'을 보면 앱 개발자 케빈이라는 사람은 일과 자신을 분리 시키지 못하는 인물로 나오는데요. 그래서 "자기가 짠 코드랑 자기 자신을 동일시하지 않았으면 좋겠다"는 말을 듣기도 해요. 저 역시 케빈처럼 가끔 분리가 안 되어서 어려울 때가 있어요. 글은 글이고 나는 나인데 글에 대한 피드백이나 수치로 보여지는 결과들이 나를 향한 것 같을 때요. 창작자들을 만나면 본인과 본인의 작업물이 완벽하게 분리가 되는지 꼭 물어보고 싶더라고요.

최)

이건 **성격이 큰 작용**을 하는 것 같아요. 저는 **내보내면 끝**이에요. (웃음) 진짜 그래요. 물론 **후회가 되는 작업물도 있긴 하죠. 칭찬만 듣는 건 아니니까요.** 누군가로부터 '잘했다' 한마디 들어도, 맘에 들지 않는 피드백을 들어도 그냥 그 자리에서 잊어요. **빨리 다음 작업을 해야 해요. 자기 연민에 빠질 시간이 없어요.**

김)

이렇게 최선을 다하고 나면 어떤 기분이세요? 달리기를 30 분 이상 하다 보면 엔도르핀이 솟아나서 마약, 진통제에 맞먹는 쾌감이 찾아오는 '러너스 하이(Runner's High)'라는 말이 있대요. 여기에서 '마가머스 하이(마가머's High)'라는 말이 파생됐다는데 마가머스 하이로 느끼실 때는 언제인지 궁금해요.

최)

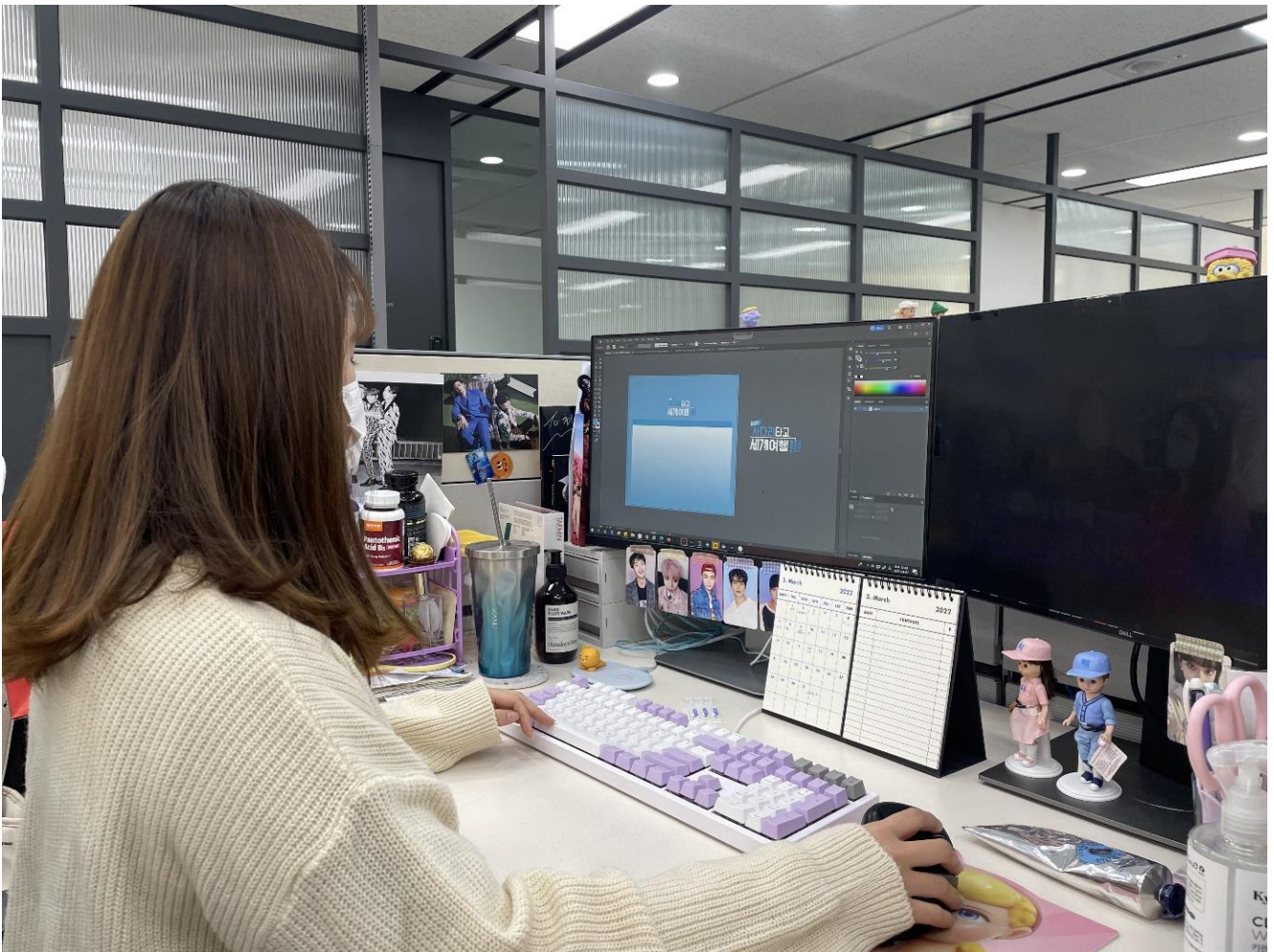
포스터가 릴리즈 되는 날이요. 릴리즈 전까지 수정, 수정 1, 수정 2, 최종 1, 최최종, 진짜 최종...(웃음) 뭔지 아시죠? **릴리즈 되는 그 날만큼은 수정이 없어요. 그날로 끝이거든요.** 릴리즈 된 그 날 기분이 가장 좋아요. 근데 동시에 부담은 가장 큰 날이예요. 프로그램 시작될 때 제일 먼저 공개되는 것이 포스터와 로고잖아요. **비주얼적으로 제일 먼저 만나보는 부분**이어서 시청자로 하여금 기대할 수 있게 만들어야 한다는 부담이 있어요. 공개된 날이면 모든 커뮤니티를 다 돌아요. 트위터도 계속 검색하고요. 반응 보려고요. 보통 본인이 좋아하는 아티스트에 대한 애정으로 크게 확대해서 올리기도 하는데 **감사하면서도 부담될 때가 있어요.**

김)

또 창작자들을 만나면 묻는 질문 중 하나가 어디서 영감을 얻고 어떻게 기록하는지예요. 디자이너 인터뷰를 찾아보니 스크랩 노트를 만드시는 분들도 있다고 하던데 정은님도 이렇게 따로 기록해 두는 노트가 있으신가요?

최)

저는 **핀터레스트(Pinterest)**라는 웹사이트를 이용해서 나중에 사용할 수 있을만한 레퍼런스들을 정리해둬요. 로고, 포스터 등 주제를 분류해서 저장을 해두고 그때 그때 찾아서 활용하는 편이에요. **방송사 비주얼아트팀이 운영하는 SNS로 작업물을 보면서 "아, 저렇게 디자인 할 수도 있구나"** 생각하고요. **저희도 규모가 좀 더 커지면 아카이빙 용도로 이렇게 SNS 운영해 보고 싶어요.** **전시회**도 많은 도움이 되더라고요. 아무래도 저는 실사를 다루니까 그림보다는 사진 위주의 전시를 많이 보러 다녀요.



최 - 포스터 릴리즈 되는 날 기분이 가장 좋아요. 근데 동시에 부담은 가장 큰 날이에요. 출처=최정은님

김)

현재 하고 있는 디자인 작업 외에 앞으로 SM C&C에서 하고 싶은 디자인 작업이 있나요? 아니면 예전부터 '언젠가는 꼭 해보고 싶다'고 생각한 디자인 공부가 있으신지도 궁금해요.

최)

다양한 플랫폼과 작업해보고 싶어요. **플랫폼마다 요구하는 게 다 다르기도 하고 성향도 다르거든요.** 커리어에 있어서도 다양한 플랫폼에서 작업하는 게 필요하다는 생각을 해요. 이걸 다른 방송국 내에 있는 디자인팀과 다른 점이라고 볼 수 있는데 **저희는 제작사다보니 다양한 플랫폼에서 작업을 할 수 있는 게 장점인 것 같아요.** 아직 넷플릭스랑은 못해봤는데요. (웃음) **넷플릭스**랑도 하고 싶고요. **유튜브 오리지널**과 처음 작업했을 때 국내 플랫폼과 결 자체가 다르고 유튜브가 갖고 있는 뚜렷한 색깔이 있어서 거기에 맞춰 작업하는 게 힘들었는데요. **되돌아보면 그게 다 제 안에 쌓였기에 최대한 많은 플랫폼과 작업하는 것이 몸은 힘들어도 제 자산이 된다는 생각**이에요.

김)

마지막 질문인데요. 나라는 기준점을 단단히 다지면 어떤 상황 속에서도 지나치게 흔들리지 않잖아요. 직장생활을 하면서 갖게 된 신념이나 직장생활을 버티게 하는 마음가짐이 있는지 궁금해요.

최)

'나 혼자 하는 일이 아니다. 다 같이 하는 일이다' 정도가 될 것 같아요. 저는 원래 **디자인 작업을 거의 혼자 했었기 때문에 혼자서 해도 되는 줄 알았어요.** 나만 그냥 열심히 하면 된다고 생각을 했었는데 사실 **주변의 도움이 굉장히 많이 필요**하더라고요. 아이디어가 되게 안 나올 때가 있는데 PD님들이나 동료들이 지나가다 그냥 특 던지는 말이 혹 꽃힐 때가 있어요. 그럴 때마다 **'이 일이 혼자 할 수 있는 건 아니구나'**라는 생각을 하게 돼요. 그럴 때 **희열을 느끼죠.**

재미가 있으면 광고도 직접 찾아보는 시대죠.

단순 광고성이 짙은 콘텐츠보다 시청자 입장에서 재미있게 즐길 수 있는 콘텐츠이기에
시청자들이 직접 찾아보는 콘텐츠가 된 것 같은데요.

업로드만 하면 조회수 100만회는 가뿐히 넘기는

SM C&C의 효자 콘텐츠인 '브랜드드 콘텐츠'의 숨은 조력자들이 많습니다.

강성혜 팀장님·최정은님을 잇는 다음 조력자들의 인터뷰도 불시에 찾아올테니 기대해주세요!



글. 매니지먼트부문 언론홍보실 이현지

[인터뷰] 앰플브라운 뮤즈, 안방극장에 제대로 안착! '현재가 아름다운 배우' **배다빈**

오는 4 월 첫 방송되는 **KBS 2TV 새 주말드라마 '현재는 아름다워'**의 여자 주인공 '현미래' 역을 당당히 따 낸 배우가 있습니다. 특유의 맑은 에너지와 청량한 매력으로 시청자들의 눈도장을 찍었던 배우 **배다빈**인데요. 광고 모델을 통해 대중에 처음 얼굴을 알린 후 다양한 필모그래피를 차근차근 쌓아오며 라이징스타 반열에 올랐던 **배다빈**이 주말드라마 주연으로 성장하기까지의 스토리를 소개합니다.

. . .



(위) KB국민카드 광고에 출연한 배다빈, SM C&C 커머스 브랜드 앰플브라운 촬영 중인 배다빈. 출처=SM C&C

카메라 CF 모델로 데뷔한 배다빈은 이후 다양한 광고 모델 활동을 이어오며 광고계의 블루칩으로 떠올랐습니다. 자연스러운 표정 연기는 물론, 다채로운 눈빛과 제스처로 강렬한 존재감을 한껏 발산했죠. 이와 같은 광고 촬영 현장에서의 풍부한 경험은 그녀의 안정된 연기력에 큰 토대가 됐습니다.

이후 배다빈은 여러 작품에서 다양한 캐릭터를 맡아 열연하며 꾸준히 연기 스펙트럼을 넓혀왔는데요.



(위) JTBC '내 아이디는 강남미인', (아래) MBC '나쁜형사' 스틸컷. 출처=JTBC, MBC

JTBC 드라마 '내 아이디는 강남미인'에서 순수한 매력의 톱보이녀 '권은별' 역으로 시선을 끌었던 배다빈은 3개월 만에 MBC 드라마 '나쁜형사'에서 카리스마 순경 캐릭터 '신가영' 역으로 **반전 매력**을 보여줬습니다.



(위) SBS '브람스를 좋아하세요?' (아래) tvN '아스달 연대기'. 출처=SBS

이후 SBS 드라마 '브람스를 좋아하세요?'에서 내유외강의 다정다감한 '강민성' 역으로, tvN 드라마 '아스달 연대기'에서 강렬한 여전사 '미루솔' 역을 맡으며 현대극은 물론 판타지 드라마도 완벽 소화하는 **입체적인 연기력**을 보여줬습니다.



(위) NETFLIX '좋아하면 울리는 시즌2', (아래) 영화 '파이프라인' 출처=NETFLIX, 메가박스중앙(주)플러스엠, 리틀빅픽처스

안정된 연기력을 바탕으로 NETFLIX '좋아하면 울리는 시즌 2', 영화 '파이프라인'을 통해 주연 배우 대열에
합류한 배다빈은 한층 깊어진 표현력으로 배우 본연의 매력을 선사하며 배우로서의 입지를 견고히 해나갔습니다.



배우 배다빈. 출처=SM C&C

풍부한 연기 경험을 차근차근 쌓아 **KBS 2TV '현재는 아름다워'**의 여주인공 자리까지 **당당히 차지**했는데요. 선보이는 드라마마다 흥행불패 신화를 쓰며 **주말드라마의 저력을 보여준 KBS 2TV 주말드라마의 새 작품**이기에 그녀의 캐스팅 소식이 더욱 더 괄목할 만 합니다. **꾸밈없는 아름다움, 탄탄한 연기력, 다채로운 필모그래피 등 배다빈이 여실히 쌓아온 노력이 제대로 결실을 맺은 것 같죠?**

KBS 2TV '신사와 아가씨' 후속으로 방영 예정인 **KBS 2TV '현재는 아름다워'**는 연애도, 결혼도 기피하는 시대, 나이 꼭 찬 **李家네 삼형제가 집안 어른들이 내건 아파트를 차지하기 위해 짝을 찾아가는 과정**을 그린 **혼인성사 프로젝트** 드라마입니다. **배다빈이 극 중 맡은 캐릭터 '현미래'는 사기결혼을 당했다며 혼인무효소송을 알아보는 VIP 퍼스널 쇼퍼**입니다. 극 중 변호사인 '이현재(윤시윤 분)'에게 사건을 의뢰하면서 겪게 되는 다양한 에피소드가 담길 예정입니다.

쟁쟁한 배우 및 제작진 라인업이 완성되며 작품에 대한 기대감이 높아지고 있는데요. **KBS 2TV '현재는 아름다워'에 함께한 소회를 배다빈 배우에게 들어봤습니다.**



[Mini Interview with 배다빈]

Q.

KBS 2TV '현재는 아름다워'에 캐스팅 되었다는 소식을 들었을 때 어떤 기분이셨나요?

A. 처음 캐스팅이 확정 되었을 때는 **사실 아무 생각도 할 수가 없었어요.** 연기를 하는 사람으로서 **아직은 대중들에게 낯선 이름을 가진 사람이라는 생각이 있었거든요.** 늘 그래왔던 것과 같이 **캐스팅에 대한 막연한 기대감 보다는 그저 '나에 대해 말하자'라는 마음만 오디션장에 가지고 갔어요.**

기대가 전혀 없었기에 막상 연락을 받았을 때 너무 얼떨떨해서 지금 돌이켜 봐도 어떤 감정이었는지 잘 기억이 나지 않는데요. (웃음) 어떠한 작품을 하든 **새로운 인물을 만날 때에는 늘 많은 부담을 가지고 고민을 많이 하는 편이에요.** 작품을 준비하는 과정에서 맡은 바를 잘 해내야겠다는 생각만 많이 했던 것 같아요.

Q.

KBS 2TV '현재는 아름다워'에 합류하게 되신 소감도 궁금해요.

A. 막상 촬영을 하며 제가 맡은 **'미래'의 시선과 태도로 삶을 살아 보니** 배우로서 그리고 한 사람으로서 매력적인 글과 캐릭터를 통해 이 삶을 살아볼 수 있음에 감사하더라고요. **이 감사한 마음을 갖고 매일 현장에** 나가고 있어요.

마지막까지 **책임감 있는 모습으로 작품에 임해서 현장의 모든 스태프, 배우 분들께 그리고 안방극장의 시청자 분들께 마음에 남는 작품이 될 수 있도록** 노력하겠습니다.

Q.

KBS 2TV '현재는 아름다워'를 기다리는 시청자들에게 본방사수 독려 메시지를 남기신다면요.

A. **제가 출연하는 작품이라서가 아니라, 저희 대본이 정말 재미있어요.** (웃음) 작가님께서 대본을 보내주실 때마다 받은 자리에서 한 번에 읽게 되더라고요.

작가님 특유의 **따뜻한 이야기들이** 대본에 참 잘 녹아있고 **감독님이 열과 성을 다해 준비하신 이야기들과 인물들의 성장** 과정을 함께 잘 만들어가기 위해 최선을 다하고 있어요. **앞으로 공개될 '현재는 아름다워'에 많은 기대와 관심, 본방사수** 부탁 드려요.



**라이징스타에서 어엿한 주연 배우로 성장한 배다빈이
오는 4월 안방극장에서 보여줄 새로운 매력에 많은 기대 바랍니다!**



글. 여행사업 Unit 법인영업팀 김은성

SM C&C-비스타젯(Vistajet) 맞손! "기업 전세기, 편하게 이용하세요"

**돈보다 시간이 중요한 사람들, 한 시간의 가치가 엄청난 사람들,
단 몇 시간이 기업의 운명을 바꾼다고 생각하는 사람들을 위해
글로벌 프라이빗 항공기가 뜹니다.**

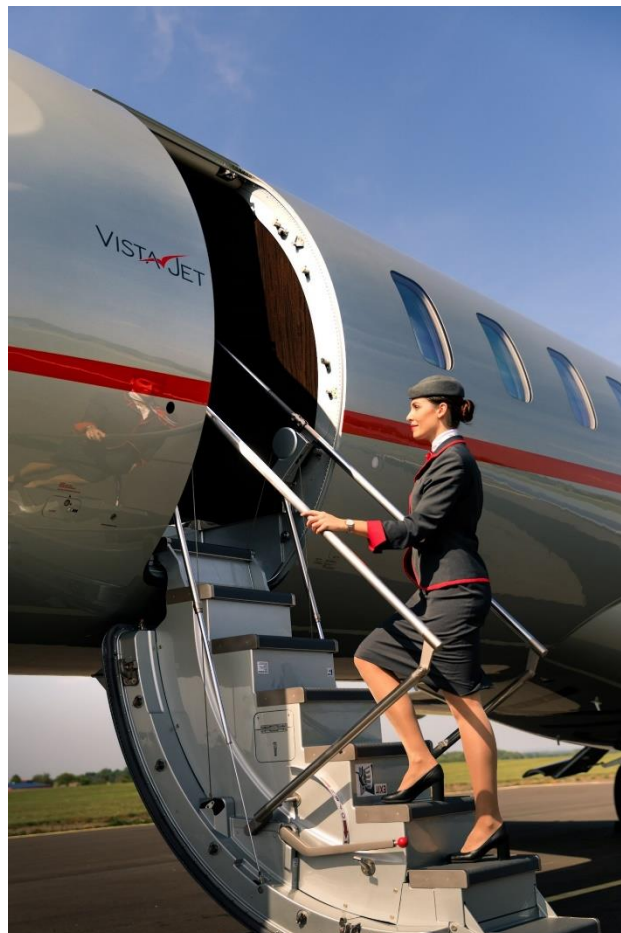


코로나 19 로 항공업계가 많이 어려워졌습니다. 하지만 코로나 19, 서브프라임, 유럽발 경제 위기, 유가 폭락 등 각종 경제 위기가 닥칠 때 **홀로 성장한 시장**이 있습니다. 바로 **개인항공기 시장**인데요. 코로나 19 가 전 세계적으로 대부분의 산업에 그늘을 드리우면서, **못 뜨는 항공사 비행기 대신 개인용 제트기가 뜨고 있기 때문**입니다. 코로나 19 와 같은 바이러스성 감염병으로 민간 전세기의 수요가 급증한 것은 이번이 처음이 아닙니다. 라비칸사르 마이제트 아시아 CEO 에 따르면 **과거 2003 년 사스 발병 당시에도 엄청난 수요가 있었다고 합니다. 그 배경은 무엇일까요?**

하늘길이 막혀도 기업의 해외활동은 막히면 안되겠죠. **기업의 CEO, 해외영업 담당 임직원들의 출장 수요는 꾸준**했습니다. 각종 경제 위기와 무관하게, 특히 최고경영자에게 급한 비즈니스 미팅이 끊이지 않습니다. **"S 그룹 직원 중 하루 200 명은 하늘 위에 있다"**(S 그룹 해외출장 서비스 담당자)는 말이 나올 정도로 **해외 지사나 공장이 많은 국내 대기업의 경우 해외출장이 빈번**합니다. 하루 평균 200 여 명은 해외출장을 떠난다고 봐도 무방하다는 얘기죠.

코로나 상황에서 전세기를 띄우는 기업이 많다 보니 **SM C&C 여행사업부문**에도 **전세기를 이용할 수 있는지를 묻는 문의**가 많이 들어오고 있습니다. **개인 비즈니스 제트기** 시장을 세계 최초로 만든 곳, 지구촌 상위 0.1% 슈퍼리치를 타겟으로 큰 성공을 거둔 곳, **업계 최초이자 유일한 글로벌 프라이빗 비즈니스용 항공기 운영사인 비스타젯(Vistajet)**을 알아보려고 합니다.

SM C&C 여행사업부문은 비스타젯과 파트너십 계약을 맺고 있습니다. 한국에서 비스타젯을 이용하기 원하는 고객을 위해 비스타젯 예약 및 관련 서비스를 대행 중입니다. **SM C&C 여행사업부문과 비스타젯의 파트너십**, 7 문 7 답으로 쉽게 풀어 설명해 드릴게요.



출처=비스타젯

Q1

/

비스타젯은 어떤 회사인가요?

비스타젯(Vistajet)은 글로벌 업계 1 위 **프라이빗 비즈니스용 항공기 운항사**입니다. 비즈니스 제트기 80 여대를 보유하고 있으며 이 제트기들로 187 개국 1900 개가 넘는 공항을 이용 중입니다. **전 세계 96%의 국가를 비스타젯으로 갈 수 있는** 셈이죠. 60 개 이상의 국적을 가진 **1000 명이 넘는 항공운항 전문가**가 비스타젯에 재직 중입니다.

비스타젯을 이용하는 고객은 **비행하는 시간에 대해서만 요금을 지불하고 항공기 보유와 관련된 책임 및 자산 위험은 부담하지 않아요.** 자가용 비행기를 개인이나 기업이 이용하려면 비행기를 구입해야 하고 조종사·승무원 월급, 항공유 비용, 보험, 입출국 수속비용, 비행기 보관비용 등 지출이 큼니다. 하지만 비스타젯을 이용하면 비행기를 구입하지 않고도 개인 전용기와 같은 서비스를 제공받을 수 있습니다.

비스타젯은 엄격한 안전 기준을 적용해 **안전성을 인정 받았습니**다. 항공업계 최고 안전 기록도 보유 중입니다. 업계 최초 EBAA(유럽항공 산업협회)로부터 **Diamond Safety of Flight Award** 를 수상했으며 2019 년 아시아 비즈니스 항공협회(AsBAA-Asian Business Aviation Association) 주관 **Icons of Aviation Awards** 에서 4 년 연속으로 최고 운항사 타이틀을 차지하기도 했습니다.

Q2.

/

비스타젯은 어떤 사람들이 이용하면 좋을까요?

비스타젯은 유럽을 시작으로 미국과 중국, 인도 등 **세계 각지에서 시간이 귀중한 고객**들을 끌어들이었습니다.

자가용 비행기를 구입하지 않고도 내가 원하는 시간과 장소에서 자유롭게 항공기를 이용하고 싶은 고객, 출장 시 기내에서도 승객 방해 없이 프라이빗한 미팅이나 업무를 지속할 수 있는 환경이 필요한 고객, 언론이나 외부에 노출되지 않아야 하는 중요한 M&A, 해외 방문이나 미팅이 필요한 고객, 코로나 19 팬데믹으로 많은 승객들과 마주침 없이 소수의 인원이 이동해서 안전하고 편안한 여행을 하고 싶은 고객, 최고의 보안과 프라이빗한 환경을 원하는 고객에게 추천드립니다.

Q3.

/

언제 어디서든 비스타젯을 예약한 뒤 이용할 수 있나요?

맞습니다. 비스타젯은 24~48 시간 이전에만 예약 요청을 하면 출발 도시에서 가장 가까운 공항을 이용해 항공기 탑승이 가능합니다. 또, 공항 비스타젯 VIP 라운지에서 편히 대기하면서 간단히 출입국 신고 및 세관 절차 후 바로 탑승할 수 있기 때문에 **공항에 30분 전에만 도착**하면 됩니다. 비스타젯의 핵심은 '시간'입니다. 중요한 비즈니스를 하다가 비행 시간에 맞춰서 급하게 공항으로 가야만 하는 환경에서 비스타젯은 본인의 일정과 원하는 시간에 맞춰 항공기 이용을 할 수 있도록 해주는 장점이 있습니다.

Q4.

/

비스타젯을 타면 받을 수 있는 서비스에 대해 자세히 알고 싶어요.

비스타젯은 일반 항공사들이 운항 감축과 실적 감소로 어려움을 겪고 있는 코로나 19 팬데믹 기간에도 **안전하고 유연한 프라이빗 서비스를 통해 매년 높은 성장세**를 이어가고 있습니다. 특히 **미국 및 유럽 지역**은 코로나 팬데믹 이후 비스타젯 코퍼레이트 멤버십(Corporate Membership) 문의가 **49% 이상 증가**했고 비스타젯 프로그램 멤버십(Program Membership) 가입자 수는 2020년 대비 2021년 **26% 증가**했습니다. 22000 시간 이용제 멤버십은 2019년 대비 95% 증가, 2020년 대비 92% 증가하는 등 코로나 19로 인해 침체된 **일반 항공사와는 매우 대조적으로 빠르게 성장하는 추세**입니다. 비스타젯 서비스를 아래 표로 쉽게 설명해 드릴게요.

서비스	상세 내용
예약	24~48시간 이내 예약 요청 가능
탑승	공항 VIP 라운지 대기 후 탑승 (공항에는 30분 전 도착)
요금	비스타젯 멤버십일 경우 시간당 고정요금
지불	사전 또는 사후 지불
항공 예약 보장	비스타젯 멤버십일 경우 제공
ESG&탄소절감 레포트	비스타젯 멤버십일 경우 제공
출발 시간 조정	제공
전담 승무원	제공
기내 초고속 인터넷	제공
WIP 파인 다이닝	제공
멤버십 가입 후 전담 직원 배정	제공
공항 이동 수단 제공 (차량 or 헬리콥터)	요청시 제공

Q5

/

비스타젯 항공기 기종은 어떻게 되나요?

비스타젯은 전세계 부호가 가장 많이 선택한 **봄바르디아**를 사용합니다. 현재 총 여섯개 타입의 항공기종을 보유하고 있습니다.

기종	비행시간
첼린저 350	7시간 15분
첼린저 605	8시간
첼린저 850	6시간 30분
글로벌 5000	11시간
글로벌 6000	13시간
글로벌 7500	17시간



비스타젯(Vistajet) 글로벌 7500 침실과 서재. 출처=비스타젯



비스타젯(Vistajet) 글로벌 7500 라운지. 출처=비스타젯



비스타젯(Vistajet) 챌린저 850. 출처=비스타젯



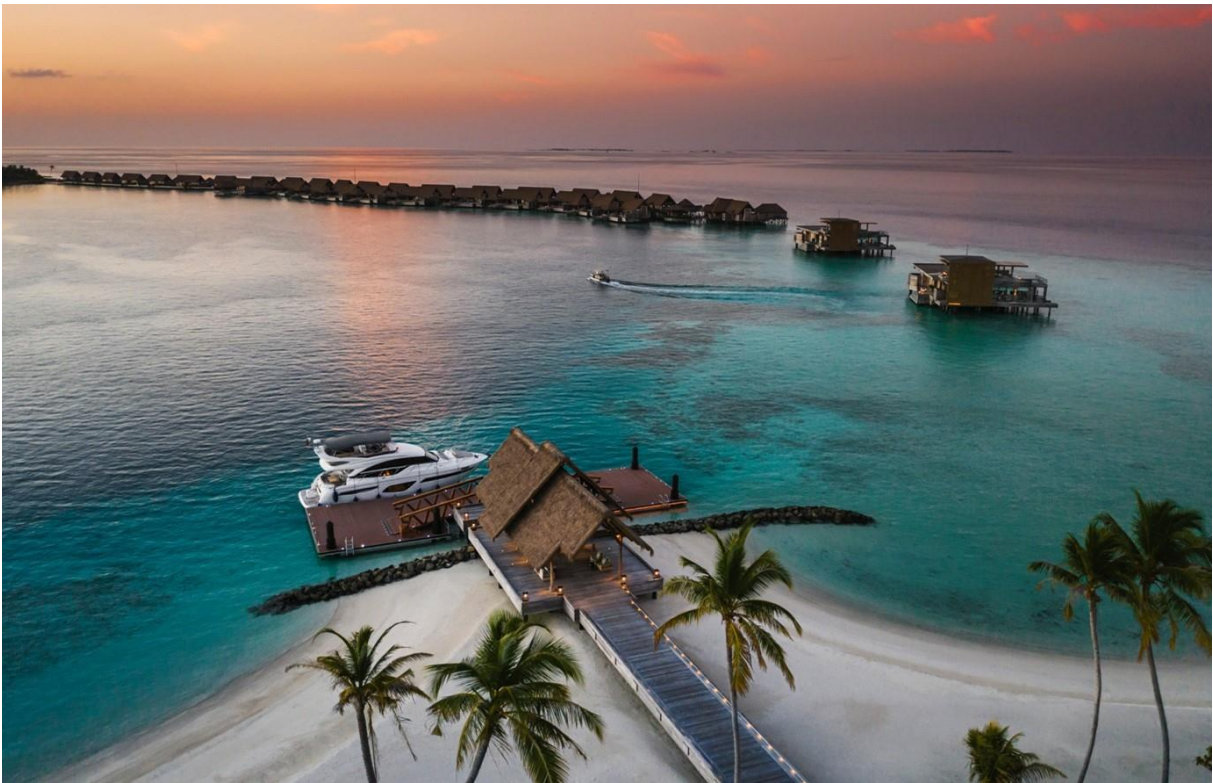
Q6

/ 비스타젯을 타면서 함께 이용할 수 있는 프로그램들이 있는지 궁금합니다.

전 세계 곳곳의 여행명소, 호텔 등과 연계한 '비스타젯 프라이빗 월드 프로그램(Vistajet Private World Program)'과 반려동물 여행 프로그램인 '비스타펫 프로그램(Vistapet Program)'이 있습니다.

<비스타젯 프라이빗 월드 프로그램(Vistajet Private World Program)>

비스타젯은 **프라이버시와 안전을 중요하게 생각하는 고객들**에게 전 세계 곳곳의 여행명소, 호텔, **프라이빗 아일랜드, 요트, 스키 리조트**를 연계한 **프라이빗 월드 프로그램**을 제공하고 있습니다. 런던, 뉴욕, 홍콩, 로스앤젤레스, 두바이, 밀라노, 니스, 베이징, 상하이, 모스크바 등 비스타젯 고객들이 **비즈니스**를 위해 자주 방문하는 도시 내 **최고 숙박 시설**을 비롯해 쿠세벨, 몰디브, 바하마, 애스펜, 피지 등 **수요가 끊이지 않는 리조트, 골프, 요트, 저택, 프라이빗 아일랜드**와 연계해 **최고급 프로그램**을 제공 중입니다.



몰디브 이타푸시 프라이빗 아일랜드. 출처=비스타젯



노부 료칸 말리부(Nobu Ryokan Malibu). 출처=비스타젯

<비스타펫 프로그램(VistaPet Program)>

비스타젯은 사람뿐만 아니라 동물까지 포함한 모든 탑승객이 편안하게 여행할 수 있도록 **반려동물 여행 프로그램 비스타펫(VistaPet)**을 운영 중입니다. 기내에서 반려동물 케어용 키트, 반려동물 비행 공포극복 4 주간 프로그램, 반려동물 전담 승무원 등을 제공합니다.

Q7

/

비스타젯을 이용하려면 어떻게 해야 하나요?

SM C&C 여행사업부은 비스타젯과 파트너십을 맺고 있습니다. 한국에서 비스타젯을 대행해 서비스를 안내하고 예약을 지원해 드리고 있습니다. 비스타젯에 대해 궁금한 점이 있거나 이용을 원하실 경우 **법인영업팀(smtowntravel@smtown.com)**으로 연락 주시기 바랍니다.



로이터통신에 따르면 최근 미국에서는 코로나 19 여파로 전용기 수요가 폭증했습니다.

실제 이용을 위해서는 한참을 기다려야 한다고 하는데요.

코로나 팬데믹이 우리 삶의 많은 것을 바꾸어 놓았지만 구름 위 생태계도 제대로 바꾼 것 같죠?

SM C&C는 국내 최고의 기업출장 전문기업으로서 공백 없는 서비스를 계속 제공해나가겠습니다.

영감 채집 노트

Purple팀 / 석윤형님편

안녕하세요
CS센터 퍼플팀 카피라이터 석윤형입니다.

“글을 적는 현 시점” SM C&C의 막내. 카피라이터로서 영감 채집 노트의 첫 발을 떼게 되어 영광스럽게 생각합니다.

전 아직 영감을 채집하는 일조차 서툰니다.
일상 대화, SNS, 댓글, 영화, 노래, 책, 길거리에서 본 풍경 등 아이디어에 단초가 될 만한 영감을 발견하면 되는 대로 블로그에 모아놓습니다.
비주얼, 문장 가릴 것 없이 눈에 걸리는 것들은 열외 없습니다.

모아 놓은 것들은 아이디어가 궁할 때 뒤적입니다. (거의 매번)
하지만 공처 놓은 단초가 당장 절묘하게 활용되는 경우는 드뭅니다. (사실 없음)
다만 전에 받았던 자극들이 잠든 머리를 깨워 생각이 말랑해지도록 도와줍니다.

부끄럽게도 아직은 채집해 놓았던 영감으로 온에어에 성공한 사례가 많진 않습니다.
하지만 영감을 제 아이디어로 꾸러봤던 사례와 제가 소장하고 있는 단초 몇 가지를 소개해드리고 싶습니다.

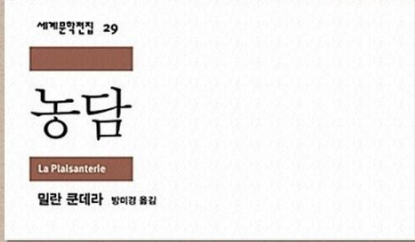
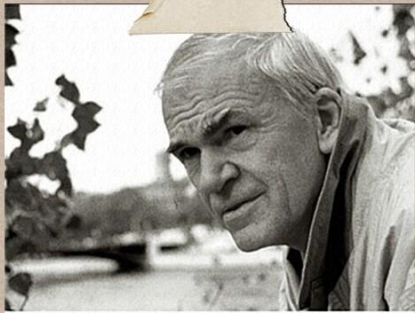
마지막으로,
이 글이 게재될 시점에는 새로운 막내 카피라이터 분을 포함해 각 팀에 새로운 막내 분들이 입사해 계실 예정입니다.
이 글을 빌어 환영한다는 메시지를 전합니다!



석윤형
Purple팀



영감채집노트 × 책



영감

“오케스트라가 연주를 멈추면
우리는 시간을 들을 수 있게 된다”
- 밀란 쿤데라 [농담]에 나오는 구절

활용

[자동차 카피] 달리던 00카가 멈추면
우리는 시간을 들을 수 있게 됩니다
(00카는 소음이 없다는 것 강조)

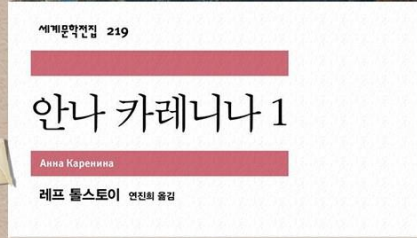


영감

“행복한 가정은 모두 같은 이유로 행복하지만,
불행한 가정은 각기 다른 이유로 불행하다”
- 레프 톨스토이 [안나 카레니나]에 나오는 구절

활용

[건강식품 카피]
건강하지 않은 사람은 각기 다른 이유로 그렇지만
건강한 사람은 모두 같은 이유입니다.
바로 00 홍삼정!



영감 채집노트 × 유튜브 콘텐츠



신발 1타강사와 뽑은
2022년 트렌디 신발 월드컵
조회수 15만회 · 13일 전



영감 좋은 신발에 대한 표현 “인등신발감”

활용 [신발 카피]
인솔(inside)에서 아웃솔(outsole)까지
토(toe)부터 텅(tongue)까지
세상에 다시 없을 [인등신발감]

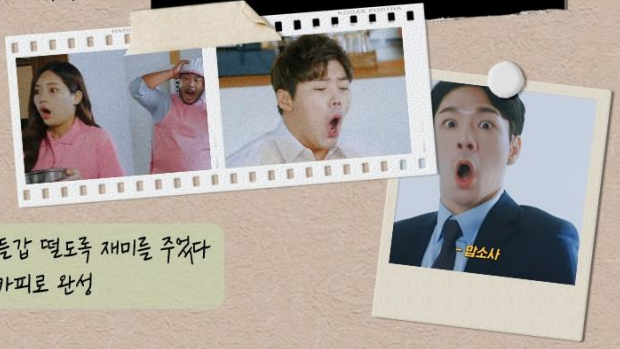
영감

- 사이렌 소리는 경찰차, 구급차, 소방차가 다 다르다
- 하나의 비상 사태를 여러가지 사운드로 변주할 수 있겠다



활용

[표백제 카피]
- 표백제의 효과를 디지털로 알리기
- 옷에 더러운 것을 흘린 상황에서 오버액션 하는 모습에 여러 가지 사이렌 소리를 내며 호들갑 떨도록 재미를 주었다
- “오버액션 하지 말고 ooo 멀티액션” 이라는 카피로 완성

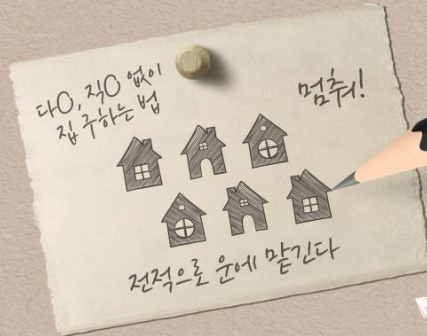


영감채집노트 × SNS 게시물



영감

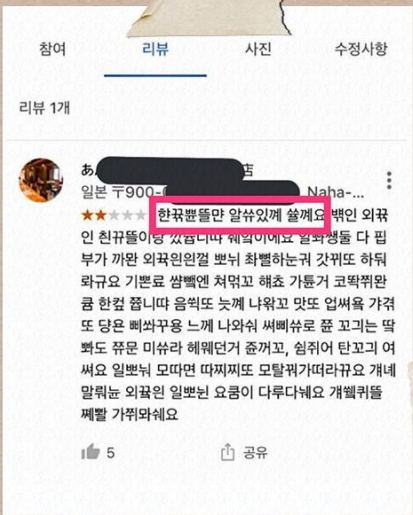
- 어릴적 공책에 머리카락, 눈, 코, 입 등을 그려 놓고 연필을 무작위로 흔든다 멈출을 외치면 해당 부분을 조합해 그림을 완성하던 놀이
- 무작위로 무언가 하는 행위에 빅델 수 있겠다



활용

- 부동산 중개 서비스 알리기
- 부동산 중개 서비스 없이 집을 구하는 건 마치 어릴적 놀이처럼 가벼운 행동이라는 메시지 전달

영감채집노트 × 에어비앤비 후기



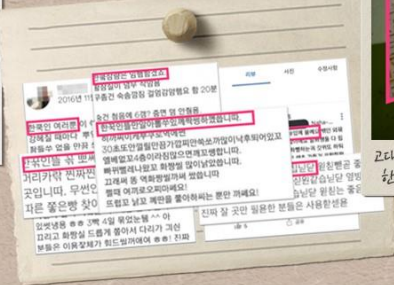
영감

해외 후기에는 한국인들만 알아볼 수 있는 후기들이 있다.
일명 '에어비앤비 체'

고대 문자 쿽 남아있는
아쉬운 여행에 대한 후기



고대 유적지처럼 아름다운 숙소에는
한국인들만 활용할 수 있는 후기가



활용

- 호텔, 레저 예약 플랫폼 기업 해외숙소 예약서비스 알리기
- 호텔, 레저 예약 플랫폼 기업의 해외 서비스 진출에 대한 재밌는 당위성을 만들어 신규 서비스를 알려보자
- 저렴한 숙소마다 한국인들만 알아볼 수 있는 후기들이 잔뜩 있고, 이들 두고 볼 수 없던 호텔, 레저 예약 플랫폼 기업이 해외까지 진출하게 되었다는 스토리로 완성

영감채집노트 × 노래



영감

- 한 블로그에서 본 가수 송민호의 곡 '얼레리 폴레리' 해석
- '얼레리 폴레리'를 중의적 표현으로 활용할 수 있겠다

활용

- 글로벌 커머스 포털에 해외직구 서비스가 입점해 해외직구가 편해졌다는 점을 알려야 한다
- 글로벌 커머스 포털이 아니면 해외직구를 망설이게 하고 글로벌 커머스 포털로의 해외직구를 유도하자

카피 적용

글로벌 커머스 포털 아닌 해외직구
얼레리- 폴레리-

글로벌 커머스 포털에서 하는 해외직구
all ready- go set it-

영감채집노트 × 일상생활



다이소에 처음 가신 SNS 지인 어머니의 말씀

“십만원이면 시집가겠다”

저렴한 생활용품 판매점의 카피로 활용

평양제 카피로 활용

지인의 인스타그램 스토리

“어릴 땐 노는거 쉬는거였는데 지금은 노는거 쉬는거 따로 해야 돼”



2021년 4분기 우수사원을 소개합니다

이유진(CV3팀) 박한중(CB팀) 한희규(CM4팀) 이은하(LABEL)
 송학림(언론홍보실) 옥수경(아티스트정산실) 이원영(콘텐츠기획제작팀)
 박민서(콘텐츠사업팀) 정하정(Compliance팀) 김서연(PR팀) 김인혜(항공운영1팀)

[+ 자세히 보기](#)

2021년 4분기 우수사원을 소개합니다!

이유진 광고사업Unit | CV3팀

연말 고객사 그룹 광고를
 단독 피티로 수주해 연말 수익성과
 21년 빌링에 큰 기여를 함

“
 이거슨 혁우성진나래재영경민
 덕분이겠~!
 ”

박한중 광고사업Unit | CB팀

전략 및 프레젠테이션의 우수한
 역량을 바탕으로 광고주 리텐션 및
 추가 빌링 기회 마련

“
 CB팀 모두에게 주는 상이니까, 팀원들
 모두와 함께 기쁨을 나누고 싶습니다~
 ”

한희규

광고사업Unit | CM4팀

커머스 그룹 '앰플브라운'의
Mnet '스트릿우먼파이터' PPL 집행으로
우수한 성과 도출

“
‘우수사원’이라기보다는 ‘우수팀’에게
주시는 상이라고 생각합니다. 늘 고생 많은
우리 CM센터분들, 특히 CM4팀분들 모두에게
감사하다는 말씀 드리며 22년에도 함께
힘냈으면 좋겠습니다! ^^

”

송학림

매니지먼트부문 | 언론홍보실

매니지먼트부문 아티스트의
이미지를 더욱 빛나게 하는데 공헌함

“
오랜 시간 함께해 온 매니지먼트부문
식구들, 언제나 든든한 우리 언론홍보실
덕분입니다. 2022년도 힘내보겠습니다!

”

이원영

STUDIO부문 | 콘텐츠기획제작팀

이용진, 이진호의 <괴로운 데이트>
<괴로운 체험단> 시리즈, SM CONGRESS
2021 제작담당, 유튜브 오리지널
<리마스터피스> 제작담당

“
한 해 동안 많이 도와주신
선후배님들 모두 감사합니다!

”

이은하

광고사업Unit | LABEL

빅클라이언트의 안정적 대행 연장 및
고객사 신뢰도 향상에 기여함

“
항상 좋은 결과물을 만들기 위해 노고를
마다않는 저희 LABEL팀에게 주시는 상이라고
생각하고 이 기쁨은 맛있는 회식으로 함께
나누겠습니다! 우리 올 한해도 함께
힘내보아요! 감사합니다 :D

”

옥수경

매니지먼트부문 | 아티스트정산실

매니지먼트부문의 많은 아티스트
관련 업무를 묵묵히 성실하게 수행함

“
늘 응원해주시고 함께 으쌰으쌰 일하는
정산실 이해진 실장님, 선하 고맙습니다.
더 열심히 업무에 매진하라는 의미로 주시는
상이라 생각하고 2022년에도 매니지먼트
옆에서 묵묵히 서포트하겠습니다.

매니지먼트 파이팅♥

”

박민서

STUDIO부문 | 콘텐츠사업팀

OTT 커뮤니케이션을 담당하면서
주요 파트너사들과 원활한 업무를
수행. 해외유통 또한 담당하며
지난해 빅딜을 성사해냄

“
콘텐츠사업팀을 비롯한 STUDIO부문
구성원들과 항상 많은 도움 주시는
유관부서에 감사드립니다. 계속해서
잘 부탁드리고 더 열심히 하겠습니다.

”

정하정

BU/직할 | Compliance팀

회사 내부신고제도 설계 및 운영에 기여했고 인장관리규정, 내부신고제도 운영규정 제정 등 사규 제정에 기여함

“

저희 Compliance그룹 모두가 이 상의 주인공입니다. 처음과 끝이 같은 제 이름처럼 2022년에도 늘 한결 같이 든든한 구성원이 되겠습니다.

”

김인혜

여행사업Unit | 항공운영팀

코로나 상황에서도 2021년 4분기 내 팀원 중 항공권 최다 발권 및 고객사로 부터 우수한 피드백을 받음

“

2년 넘게 이어지고 있는 코로나 팬데믹의 힘든 상황에서 함께 버텨주고 고생해주고 있는 여행사업Unit 직원분들께 감사를 전합니다.

”

김서연

BU/직할 | PR팀

커머스 런칭PR 및 여행센터 PR 활동 재기 등 신규 업무 프로세스 구축에 적극적이고 선제적인 태도로 업무를 추진함

“

함께 P터지게 R린 민정팀장님, 다인부장님, 수미님, 지민님과 같이 받는 상이라 행복해요! 일당백 MJ사단, 올해도 가보자고~!

”



SM
CULTURE&CONTENTS

지난호 Best 3 다시 보기



ADVERTISING

티.뷰.에.PlayZ.꼬.즈.면.
함.버.네.검.새.카.젤!

[+ 자세히 보기](#)



MANAGEMENT

배우 이학주의
화보 촬영장 현장 속
TMI 코멘터리 펀다.txt

[+ 자세히 보기](#)



TRAVEL

컨셉 여행 기지개 핀다!
"Tour Express is Back!"

[+ 자세히 보기](#)



뉴스레터를 새롭게 신청하고 싶으시다면 [\[신청하기\]](#)를 클릭해주시고
수신을 원치 않으신 분들은 [이곳](#)을 클릭해주세요.

주소 : 서울특별시 성동구 왕십리로 83-21 12층-14층 | 발행인 : 김동준, 남궁철
© SM Culture&Contents, All rights reserved.

[PDF 다운받기](#)