



SM C&C LETTER

2023.12 | No.170



이/번/달 줄/거/리

커버스토리 | 2023 SM C&C는 특! 특! 터진 POP-C.O.R.N.

광고사업 | 그대들은 어떻게 '여행'할 것인가

콘텐츠사업 | 더보이즈가 말해주는 경기도 투어 어떤데?

매니지먼트 | 광기가 이길까, 분장이 이길까?

여행사업 | 1,200명과 해외 워크숍 다녀온 썰 푼다

SM INSIDE | 완벽한 우리 팀에 구멍이 있네요. 황홀(hole)!



COVER STORY



2023 SM C&C는 특! 특! 터진 POP-C.O.R.N.

옥수수 알갱이가 특! 특! 터져 고소한 팝콘이 됩니다.

올해 SM C&C는 각자의 영역에서 애써준 전문가들 덕분에 특! 특! 튀는 한 해를 보냈습니다.

콘텐츠, 광고, 여행, 매니지먼트 등 4개 사업을 대표하는 단어를 모아

'C.O.R.N.'을 올해의 SM C&C 키워드로 선정했습니다.

[+자세히 보기](#)



ADVERTISING

그대들은 어떻게 '여행'할 것인가

가족의 진짜 모습을 본 적이 있나요? 참좋은여행이 '패키지여행'과 '가족'을 앞세운 광고 캠페인으로 몽클한 감동을 선사했습니다. SM C&C는 경쟁사와 차별화된 접근으로 참좋은여행의 정체성을 부각하고자 했는데요. 화제의 광고 캠페인 제작 스토리를 지금 공개합니다.

[+ 자세히 보기](#)

《 SM On Air 》



CJ제일제당 백설
'세계의 밥상을 우리집 키친으로! 백설 덮밥소스' 편



웅진씽크빅 웅진스마트
'우리 학교 교과맞춤' 편



카카오모빌리티 1577-1577
'퀵도 대리도 1577' 편



CONTENTS BIZ.



더보이즈가 말하는 경기도 투어 어땠는데?

그룹 더보이즈의 주학년, 제이콥이 경기도의 매력에 빠졌습니다. 경기도 및 경기관광공사와 협업한 <Fall in 경기>가 공개됐는데요. 주학년이 가이드가 돼 소개하는 경기도 투어, 함께 떠나보시죠!

[+ 자세히 보기](#)



MANAGEMENT

광기가 이길까, 분장이 이길까?

내로라하는 개그맨들이 나이와 경력, 계급장을 떼고 붙었습니다. 넷플릭스 웃음 배틀 예능 프로그램 <코미디 로얄>이 공개된 가운데, SMC&C 소속 개그맨 이용진과 황제성이 배틀에 참전해 화제입니다. 코미디로 한 판 뜨는 이들의 능력치를 분석합니다.

[+ 자세히 보기](#)



TRAVEL



1,200명과 해외 워크숍 다녀온 썰 폰다

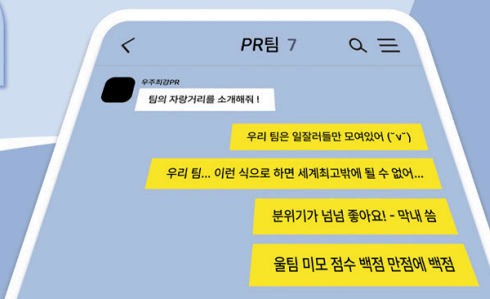
여권과 캐리어만 준비하세요. 준비는 저희가 하니깐요.
그렇게 떠나게 된 1,200명과의 해외 워크숍 업무 일지를 공개합니다.
일과 여행, 여행과 일. 그 사이에서 오늘도 땀 흘리는 MICE팀 이야기.

[+자세히 보기](#)



우킵팀

자랑대회



SM INSIDE

완벽한 우리 팀에 구멍이 있네요. 황홀(hole)!

인생은 가까이에서 보면 비극, 멀리서 보면 희극, 우리 팀은 성은이 망극이라죠.
마음껏 자랑해 주세요. 여러분이 속한 팀의 자랑거리는 무엇인가요?

[+자세히 보기](#)

C A M P A I G N

12월 소통 캠페인

SM
CULTURE & CONTENTS

열두 개의 달을 지나
새로운 해 앞에
함께 선 우리



12월 소통 캠페인 한 줄 메시지는

Compliance그룹 **Compliance**팀 박재원 님의 아이디어로 제작됐습니다.

SM C&C LETTER는 오는 2024년에도 구성원 여러분들과 보다 활발하게
소통할 수 있는 아이디어로 찾아 뵈겠습니다.

새해에도 구성원 여러분의 뜨거운 성원을 부탁드립니다.

00

COVER STORY

2023 SM C&C는 푹! 푹! 터진 POP-C.O.R.N.



2023년이 지나가고 있습니다. SM C&C는 누구보다 알찬 한 해를 보냈는데요. 광고와 콘텐츠, 매니지먼트, 여행 등 4개 사업에 모인 전문가들이 각자의 영역에서 크리에이티브를 만들며 대한민국 문화 콘텐츠사(社)의 입지를 공고히 했습니다.

특히 2023년에는 콘텐츠사업이 협업을 통해 다양한 도전에 나섰고, 광고사업은 독창적인 광고들을 선보이며 남다른 크리에이티브를 선보였습니다. 여행사업은 본격적인 코로나 엔데믹에 힘입어 제대로 부흥했고요. 매니지먼트는 소속 아티스트들의 새로운 활동을 적극

적으로 지원함은 물론, 새 아티스트들을 영입하며 성장 동력을 확보했습니다.

SM C&C는 한 해 동안 각 사업의 활동을 대표하는 단어를 활용, 올해의 키워드를 선정했습니다. 바로 ‘C.O.R.N.’인데요.

COLLABARATION(협업), ORIGINALITY(독창성), REVAVAL(회복), NEW(새로운) 등 4개 단어의 첫 번째 알파벳을 딴 것으로, 팝콘처럼 ‘푹! 푹!’ 터진 SM C&C의 지난 한 해를 설명하기에 더할 나위 없는 단어입니다.

COLLABORATION

협업으로 꽃 핀 콘텐츠사업Unit



콘텐츠사업은 글로벌 영상 콘텐츠 제작사 SM C&C STUDIO 채널을 운영하고 있습니다. 모기업인 SM 엔터테인먼트 그룹과의 시너지로 에스파 단독 리얼리티 웹 예능 <SYNK ROAD>, 레드벨벳 멤버들의 여행기 <레벨업 프로젝트>, 엑소의 북북북 여행기를 담은 <엑소의 사다리 타고 세계여행>, 슈퍼주니어의 사우디아라비아 여행기를 담은 신규 예능 <랩프의 기사> 등을 선보이며 화제성과 파급력을 자랑해왔죠. 특히 올해 <엑소의 사다리 타고 세계여행>은 무려 네 번째 시즌으로 돌아왔는데요. 군백기를 끝낸 멤버들의 합류와 '엑소맨 찾기'라는 새로운 룰 도입으로 인기를 끌었습니다.

이와 동시에, 2023년에는 사내 여러 사업과의 협업 콘텐츠를 선보이며 새로운 동력을 확보했습니다. 우선, SM C&C 소속 아티스트를 앞세운 프로그램들을 지난해부터 지속적으로 제작해오고 있는데요. 국민MC 강호동의 유튜브 진출로 화제를 모았던 <강호동네방네>를 시작으로, 아나테이너(아나운서+엔터테이너) 장예원이 출연하는 <꿈꾸는 체험단>, 개그맨 이용진을 필두로 하는 <괴로운 체험단> 등을 선보였습니다.

특히 지난 가을에 공개한 <킹스미스>가 4분기를 뜨겁게 달궜습니다. 도플갱어급 비주얼로 '한국의 샘 스미스'라고 불리는 개그맨 황제성이 킹 스미스로 분한 에피소드를 유쾌하게 그리는 웹 예능입니다. 킹 스미스가 갖은 노력 끝에 샘 스미스의 내한 공연장까지 방문, 그와 직접 만난 에피소드는 공개 5일만에 조회수 200만 회를 넘기기도 했습니다.



▲ 출처=SM C&C STUDIO

자사 광고사업과의 협업도 활발하게 이뤄졌습니다. 일례로, 슈퍼주니어 이특과 동해과 함께 한 <슈퍼트립5>에 아웃도어 브랜드 네팔이 함께 했습니다. 웹 예능 전문가들은 물론, 브랜드 캠페인을 진행하는 광고사업 전문가들이 의기투합한 것이죠.

마찬가지로 SK이노베이션의 친환경 캐릭터 행코(행복한 코끼리)를 앞세운 신규 브랜드 콘텐츠 <도전 뮤직뱅크>를 선보이기도 했고요. 가장 최근에는 광고사업에서 동아제약 마이보라 캠페인의 일환으로 대학교 축제 기간에 '보라 부스'를 설치한 가운데, 그 현장을 브랜드 콘텐츠 <사랑해보라>로 풀어내기도 했습니다.

웹 예능 전문가들이 만드는 브랜드 콘텐츠에 구독자(시청자)는 물론 광고주와 광고사업 모두가 만족했다는 후문입니다.

ORIGINALITY

크리에이티브가 빛난 광고사업Unit

광고사업은 3개 센터와 7개 그룹, 35개 팀이 모두 열심히 달렸습니다. 고객사를 철저하게 분석하고 그들의 메시지를 단 몇 초에 풀어냄으로써, 그들의 니즈를 만족시키는 것은 물론 보는 이들을 웃기고 울렸죠. SM C&C 광고사업의 2023년을 빛나게 한 크리에이티브들을 한데 모아봤습니다.

ATL(Above The Line, 전통 매체를 이용한 광고)뿐 아니라 BTL(Below The Line, 전통 매체가 아닌 양방향 커뮤니케이션 방식) 영역에서도 독창적인 아이디어가 빛났습니다. 지난 10월에는 BX그룹 BX2팀이 부산원 아시아페스티벌의 기획 및 운영을 총괄했습니다.

반짝이는 크리에이티브가 수상으로 이어지는 영광도 안았습니다. CX3팀이 진행한 'SK E&S H2 MEET 전시관' 프로젝트는 세계 3대 디자인 어워드 If Design Award Trade Fairs/Exhibitions 부문 수상작에 이름을 올렸습니다.

또 CP2팀이 진행한 글로벌 스포츠 플랫폼 틱톡 캠페인은 MMA SMARTIES X Global 2022에서 Brand Experience 부문 Bronze를 수상했습니다. 수상작과 담당자 인터뷰 등은 지난 5월 발행한 뉴스레터에서 확인할 수 있습니다.

최근에는 캠페인1그룹과 SK이노베이션이 함께 한 '도전! 뮤직뱅크' 캠페인이 2023 ESG 캠페인 대상에서 기업 및 공공기관 광고·PR 부문에서 은상을 차지했습니다. 또 TC그룹의 활약도 돋보였는데요. 그들은 SK텔레콤의 'T우주 디지털 퍼포먼스' 캠페인으로 대한민국광고대상 퍼포먼스마케팅 부문에서 은상을 수상했습니다.



▲ 2023 SM C&C Creative Archive



▲ 클릭 시, 관련 블로그 링크로 이동합니다

REVIVAL

제대로 부흥한 여행사업Unit

막혔던 하늘길이 열리고 여행 및 해외 출장 등의 수요가 크게 늘었습니다. 약 3년여간의 코로나 팬데믹으로 인해 트렌드가 급변하고 여행객들의 니즈도 다양해졌지만, 적극적이고 유연한 대처로 여행사업은 제대로 부흥했습니다.

SM C&C 여행사업 신규 고객사는 전년 대비 7%가 늘었습니다.(2023년 10월 기준) 해외 출장 및 워크숍 수요가 크게 늘어난 것으로 분석됩니다. 실제로 B2B 사업은 전년 대비 155%가량 성장하는 추세를 보였습니다. 발권 실적도 괄목할 만합니다. 발권액이 전년 대비 107%가 늘어난 것을 확인할 수 있었습니다.



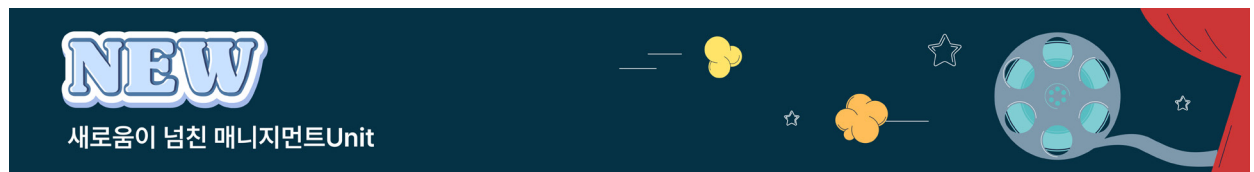
특히 한 해 동안 오프라인 행사들이 대거 진행되며 실적을 견인했는데요. 눈에 띄는 것 중 하나는 글로벌 패키지(Global Package)입니다. SM 엔터테인먼트 아티스트 이벤트 및 행사에 투어를 연계한 여행 상품으로, 한 해 행사 건수가 전년 대비 180%가량 늘어났죠. 행사 인원은 같은 기간 대비 541%가, 이에 따른 매출은 무려 608%가 증가한 것으로 나타났습니다.(추정치 반영)



▲ 그룹 샤이니 글로벌 패키지 현장 / 출처=SM C&C

MICE* 행사도 다양하게 기획·실행했습니다. 태국, 싱가포르, 미국, 일본, 영국 등 세계 각지에서 고객사 워크숍 및 인센티브 트립을 운영했죠. 1년간 약 60개 크고 작은 행사를 운영, 무려 1만여 명의 고객과 함께 했습니다. MICE 행사는 전년 대비 21% 이상 진행됐고, 행사 인원은 163% 늘었습니다. 매출 역시 73%가량 증가하며 유의미한 결과를 보여줬습니다.(추정치 반영)

*Meeting(기업 회의), Incentive Tour(인센티브 관광), Convention(국제 회의), Exhibition/Event(전시/행사)의 첫머리를 따서 만든 용어로, 부가가치가 높은 복합적 전시 산업을 뜻함



매니지먼트는 여러 소속 아티스트들의 새로운 활동으로 바쁜 한 해를 보냈습니다. 영화와 드라마, 예능과 라디오 등 활동 영역도 다양했죠. 방송인 전현무는 JTBC에서 새롭게 선보인 <안방판사>에서 수려한 진행 능력을 자랑했습니다. 방송인 한석준은 올해 초부터 국악방송 라디오 <문화시대> 진행을 맡아 청취자들과 소통하고 있죠.

지난 7월 공개된 디즈니플러스 <형사록 시즌2>에는 이학주가 강력계 형사 손경찬 역으로 화려한 액션 연기를 선보였습니다. 또 윤나무는 SBS <낭만닥터 김사부3>에서 응급의학과 전문의 정인수 역으로 안정적인 연기력을 뽐냈죠. SBS <7인의 탈출>에서는 배우 윤태영이 오랜만에 시청자 앞에 섰고요, 유승목은 영화 <대외비>, <비공식작전>, 디즈니플러스 <무빙> 등에서 없어선 안 될 감초 역할로 활약했습니다.



특히 SM C&C는 올해 두 명의 아티스트를 새 가족으로 맞게 됐습니다. 개그맨 황제성과 배우 이현진이 그 주인공인데요. 황제성은 지난 6월 전속계약 체결 후 누구보다 바쁜 활동을 이어가고 있습니다. 여러 예능 및 시사/교양 프로그램뿐 아니라 유튜브 등에서도 활약 중이죠. 최근 공개된 넷플릭스 <코미디 로얄>에서는 웃음을 자아내는 충격적인 비주얼로 화제를 낳고 있습니다.

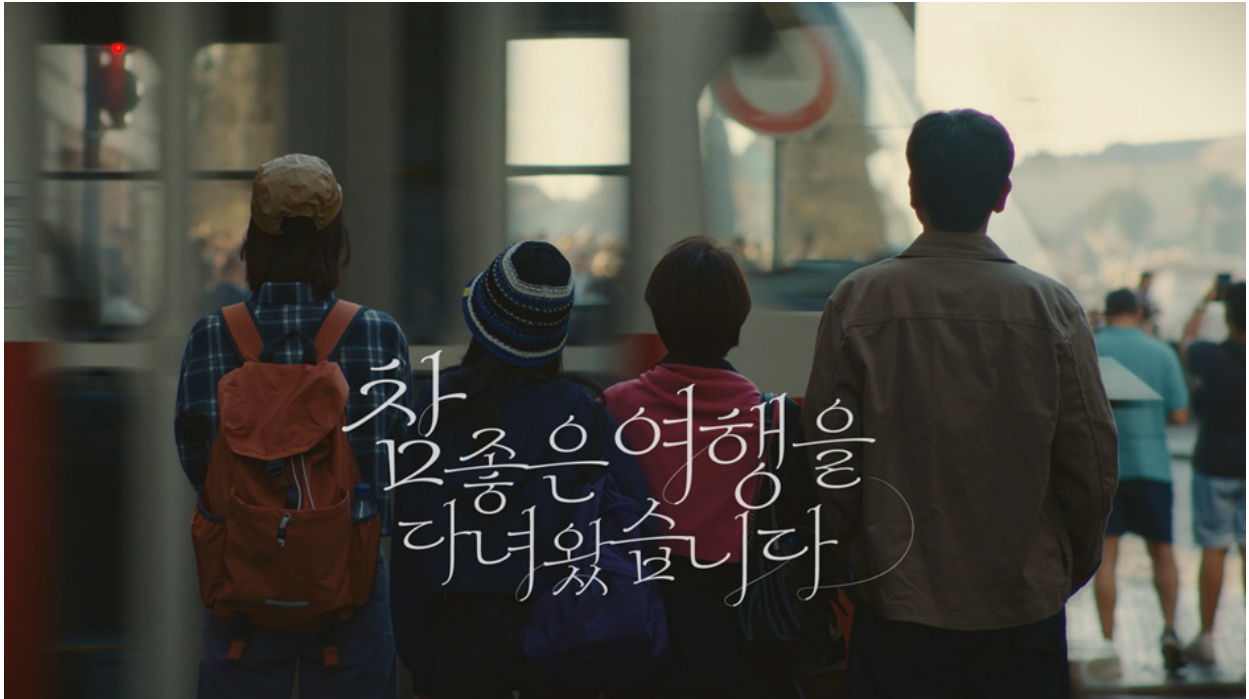
가장 최근에는 배우 이현진이 SM C&C에 합류했습니다. 앞서 JTBC <SKY캐슬>, KBS2 <황금가면> 등에서 몰입도 높은 연기력을 뽐내왔는데요. 이번 전속계약 체결로 다양한 연기 활동을 예고, 기대가 모아지고 있습니다.

01

ADVERTISING

광고사업

그대들은 어떻게 '여행'할 것인가



캠페인 제작 · 기획

Campaign2팀	김현정 팀장 박종현 박정아	AIR팀	강태영 크리에이티브 디렉터	오유리 카피라이터 손바위 카피라이터 최연우 카피라이터	함미연 아트디렉터 백성희 아트디렉터 이진호 아트디렉터
------------	-------------------	------	----------------	-------------------------------------	-------------------------------------

광고사업Unit Campaign 2그룹 Campaign 2팀 박종현

“

사람을 알려면 함께 여행을 가보라. 여행의 날 수만큼 낮과 밤의 순환을 함께 겪고 또 밀착의 정도를 실감하게 된다. 밀착한 상태에서 움직이는 방향이 다르면 마찰이 생기기 마련이듯, 일상과 떨어진 장소, 시간, 에피소드 안에 진정한 나와 네가 조우한다. 여행을 같이 해야 비로소 그 사람을 알게 된다고 말하는 이유다. 참좋은여행에서 가족의 참, 좋은 진짜 모습을 만나다.

2023년, 모두가 예상했던 대로 해외여행 수요는 폭발적으로 증가했습니다. 전년대비 700% 이상 증가라는 엄청난 수치로 말이죠. 하지만 '전문패키지여행사'라는 명확한 사업영역을 가진 참좋은여행에게는 그저 마냥 좋은 시그널로만 받아들일 수는 없던 상황이었습니다. 해외여

행의 수요 회복이 과연 패키지 상품 수요로 이어질 것인가에 대한 물음에 명쾌하게 답할 수는 없었습니다.

또 과거 해외여행이 철저히 계획을 세우고 떠나는 여행이었던 반면, 최근엔 즉흥적으로 자유롭게 떠나는 여행

객들이 늘고 있었습니다. 개인의 취향과 개성을 중시하는 성향과 맞물려 2030세대가 보여주는 압도적인 자유여행 선호도면에서 높게 나타나고 있습니다. 당장 주변만 보더라도 2030세대가 패키지여행을 다녀오는 건 굉장히 희귀한 사례가 되고 있는 것이 현실입니다.

그렇기에 가장 경계해야 될 문제 즉, 2030세대에게 자유여행은 무조건 좋은 것이라는 인식이 굳혀지는 것의 전환이 필요했습니다. 알고 보면 패키지여행이 상황에 따라 많은 장점을 갖는다는 점을 명확히 인식시켜야 했죠. 여행 산업에서 이제 2030세대가 해외여행 수요를 견인하는 세대인 만큼, 이번 캠페인을 통해 자유여행을 뛰어넘을 수 있는 패키지여행의 장점이 있고, 2030세대에게 한 번이라도 패키지여행 경험할 계기를 만들어 주는 것에 대한 고민을 거듭했습니다.

답은 가족에 있었다

캠페인의 전략 방향을 설정하기 위해 SM C&C 조사 서베이 플랫폼 킬리언(tillion) 조사를 실시했습니다. 그중 패키지여행을 선호하는 이유를 묻은 결과, '나이 든 부모님과 여행하기 위해서'라는 답변이 3위의 응답률을 기록한 것에 주목했습니다. 물론 1, 2위 응답은 우리가 당연히 꼽는 패키지 여행의 장점들로 '예약을 알아서 잡아줘서', '언어 소통, 교통을 해결해 줘서'라는 응답이 꼽혔습니다. 하지만 특정 타깃인 '부모님과 가족 여행'이 민감도가 높은 비용과 유관한 '가성비' 측면 보다 훨씬 높은 응답율을 보였다는 것은 의미 있는 인사이트로 다가왔습니다.

부모님 여행 선서 십계명을 아시나요?

해외여행 금지 십계명

1. 아직 멀었냐 금지
2. 줄 계속 서야되냐 금지
3. 음식이 달다 금지
4. 음식이 짜다 금지
5. 겨우 이거 보러왔냐 금지
6. 버스에서 답답하다 금지
7. 조식 이게 다냐 금지
8. 인상쓰고 갑분싸 금지
9. 쇼핑하러가서 눈치주기 금지
10. 돈어깝다 금지

한편, 2023년에 여행과 관련해 화제가 되었던 커뮤니티 글이 하나 있습니다. 바로 가족과 함께하는 자유여행의 고달픔에 많은 사람들이 공감했던 '부모님 해외여행 금지 십계명'입니다.

가족과 함께 여행을 갔다 오면 여행에 대한 찰나의 설렘 뒤에 곧바로 여행 전보다 오히려 심신이 고달팠던 기억, 그래서 부모님 여행은 '보내 드리는' 것이라고 주장하는 주변 분들의 말도 심심찮게 들어 보셨을 겁니다.

가족여행을 바라보는 현실적인 공감들을 토대로 볼 때, 발권부터 숙박, 투어까지 전 과정을 책임지며 여행을 편안히 즐기게 하는 패키지를 보유한 참좋은여행은 이와 같은 단점을 보완할 수 있다는 관점에서 기획을 시작했습니다.

여행이 아닌 가족에게 다녀왔습니다

부모님 십계명과 같이 스트레스를 받는 가족여행도 있지만, 참좋은여행과 함께하는 가족여행처럼 준비부터 여행까지 스트레스 받지 않고 기분 좋게 여행할 수 있음을 잠재 고객들에게 알려주고자 했습니다. 이와 더불어 여행의 기본 좋음은 단순히 일상을 떠난 즐거움에 그치지 않고, 내가 몰랐던 우리 가족의 진짜 모습까지 발견하는 것이란 것을 말하죠. 이와 같은 메시지를 담은 광고 캠페인을 접한 시청자로 하여금 '감정의 울림'을 줄 수 있는 스토리라인을 구축했습니다.

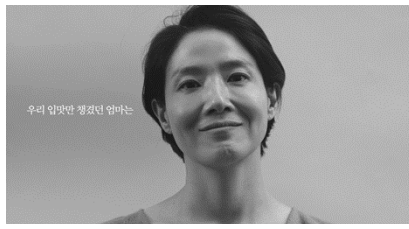
위의 요소들을 보다 효과적으로 전달하기 위해, 흑백사진과도 같던 무채색의 우리 가족의 표정이 여행을 통해 밝고 화사한 톤으로 바뀌는 화면의 전환을 느끼게 했습니다. 단적으로 영상 구성을 통해 시청자가 명확한 대비를 느끼게끔 했습니다.

“

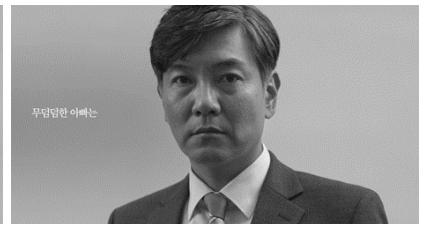
말이 없던 동생은 사실 수다쟁이
우리 입맛만 챙겼던 엄마는 원래 먹방 요정
무덤덤한 아빠는 사실 웃음이 많은 사람



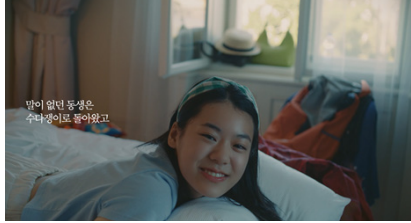
말이 없던 동생은



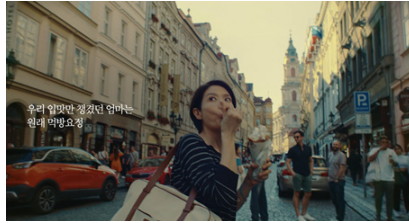
우리 입맛만 쥔 것만 엄마는



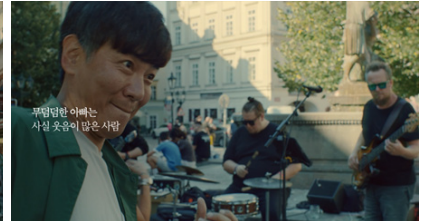
무뎠던 아빠는



말이 없던 동생은
수다쟁이로 돌아왔고



우리 입맛만 쥔 것만 엄마는
원래 여행요청



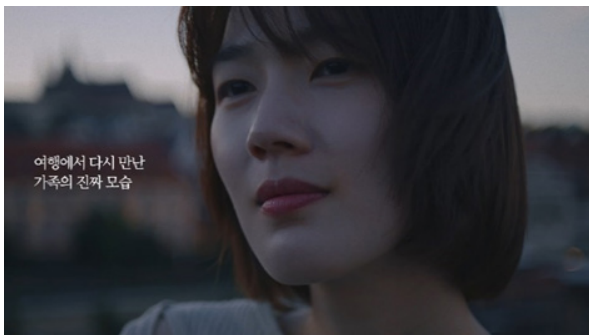
무뎠던 아빠는
사실 웃음이 많은 사람

메시지 또한 가족의 진면목을 알아가는 스토리를 상징하고 참좋은여행과 함께한다면 단순히 여행을 다녀오는 것이 아닌, 우리 가족의 마음으로 다녀올 수 있다는 메시지를 전달하고자 했습니다. 이번 캠페인의 메시지와 영상 전략을 통해 단순히 여행상품이나 여행의 즐거움만을 어필하는 경쟁사 캠페인들과는 차별화된 접근을 시도한 것이죠.

차별화된 참좋은여행만의 브랜드 색깔이 담긴 영상이 나올 수 있었습니다.

30초 광고를 위해 깊은 밤을 날아서

이번 캠페인 영상 안에 실제 여행을 통해 변화하는 가족의 모습을 연기 톤이 아닌, 리얼함을 담아 전달하고자 했는데요. 이를 위해 타임테이블이 정해져 있는 기존 방식의 광고 촬영보다는 그날의 상황과 날씨에 맞는 최고의 컷을 찍고자 노력했습니다.



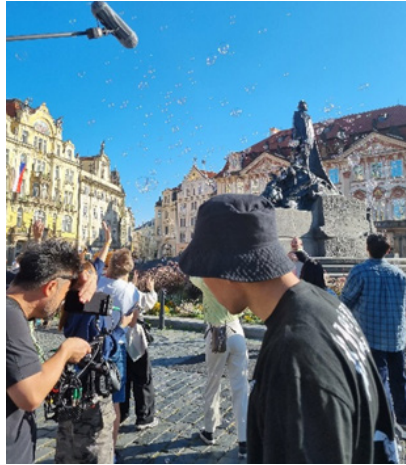
여행에서 다시 만난
가족의 진짜 모습



경쟁사와 조금 다른 시선으로 바라본 SM C&C의 장기적인 브랜딩 제안을 광고주 또한 같은 관점에서 바라보고 있었기에, 천편일률적인 여행 광고 캠페인들 안에서

새벽 6시부터 도시의 조명이 꺼지는 밤 10시까지, 때론 밥 먹을 시간이 없을 정도로 체코 프라하를 구석구석 다니며 장장 6일간의 촬영했습니다. 배우부터 스태프, 클라이언트까지 하나의 팀으로 욕심을 내지 않았다면 불가능한 이야기였겠지만, 모두가 좋은 결과물을 내고자 하는 마음은 같았기에 뻘뻘한 스케줄에도 무사히 모든 촬영을 끝마칠 수 있었습니다.





의욕이 넘쳤던 촬영 강행군 덕분에(?) 30초의 광고에 4시간이 넘는 촬영본이 저희 손에 남았습니다. 남는 촬영본이 아까웠던 마음까지 맞아 버린 저희와 광고주는 한 번 더 하나의 팀으로 합심해 1분 30초의 롱버전까지 제작해버렸다는 비하인드 스토리도 함께 남겨졌고요.

체코 프라하의 시가지를 누비는 진짜 가족여행의 면면을 담아 온 영상과 가슴을 울리는 스토리라인을 더욱 진하게 담은 롱버전 또한 본편과 같이 참좋은여행 유튜브에 공개되어 있으니 많관부(많은 관심 부탁드립니다 줄임말)!!!



▲ 참좋은여행_가족의 진짜 모습 편_본편_30초
클릭 시 유튜브 링크로 이동합니다



▲ 참좋은여행_가족의 진짜 모습 편_full
클릭 시 유튜브 링크로 이동합니다

더보이즈가 말해주는 경기도 투어 어떤데?



글. 콘텐츠사업Unit 콘텐츠커뮤니케이션팀 신광욱

SSM C&C 콘텐츠사업Unit의 글로벌 영상 콘텐츠 스튜디오 SM C&C STUDIO 채널이 지난달 27일 그룹 더보이즈(THE BOYZ)와 함께 경기도 관광 명소를 소개하는 <Fall in 경기>를 공개했습니다. 앞서 (여자)아이들 민니와 우기가 함께한 서울 테마여행 <Fall in 서울>에 이은 두 번째 시리즈입니다.

<Fall in 서울>이 서울시와의 협업으로 진행된 데 이어, 이번 <Fall in 경기>는 경기도 및 경기관광공사와의 협업으로 이뤄졌습니다. 경기도 관광 명소를 소개

하는 콘셉트로, 미처 몰랐던 숨은 매력을 둘러볼 수 있도록 했죠. 이번 시리즈는 국내외 관광객들에게 경기도의 익숙하면서도 새로운 관광 명소를 알리기 위해 더보이즈 주학년, 제이콥이 함께 했습니다.

특히, 주학년은 캐나다 출신의 제이콥을 위해 ‘학년투어’ 가이드를 자처했는데요. 총 두 편에 걸쳐 남양주 및 가평과 고양의 매력을 파헤쳤습니다. “가까이에 이렇게 멋진 장소가?”라며 놀랄 준비됐나요? 지금부터 ‘학년투어’를 떠나 봅시다.

Thrill Ride 같은 짜릿함이 있는 곳 EP1. 남양주&가평

“저만 따라오시면 됩니다.
경기도에 이렇게 좋은 곳이
있었는지 몰랐죠?”



let's go
둘의 정원



'학년투어'의 첫 번째 장소는 남양주의 수변생태공원 물의정원. 이날 노랗게 펼쳐진 황화 코스모스 밭에서 주학년, 제이콥의 즉석 사진 대결이 펼쳐졌습니다. 깜짝 선물을 걸고 각자의 인생 사진을 건지기 위해 온몸을 던진 그들. 과연 누가 대결에서 승리했을까요?



가평에는 북한강변을 따라 수많은 카페와 갤러리, 미술관이 모여 있습니다. '학년투어' 역시 디저트 타임을 위해 이곳에 들렀는데요. 북한강변 뷰에 빠져 이대로 있고 싶다는 제이콥과 어서 비행기를 타러(?) 가자는 주학년 가이드의 티키타카 케미가 폭발했다는 후문입니다.

북한강변 카페거리



이탈리아 마을



1편 마지막 명소에서 주학년의 '비행기 미스터리'가 풀립니다. 마치 비행기를 타고 14시간을 날아온 듯한 이색적인 공간에 도착한 것인데요. 주학년과 제이콥은 이탈리아 마을에서 숨겨진 스탬프를 찾기 위해 분투합니다. 야외극장에서 펼쳐지는 마리오네트 퍼포먼스부터 피노키오 전시관과 곳곳에 자리한 이색적인 포토 스폿까지! 과연 두 사람은 스탬프를 모두 모았을까요?



학년이 제대로 준비한 거 맞아...?

정확히 잘 모릅니다. 어쩔 수 없잖아요. 저도 사람인데.



당장이라도 떠나고 싶어지는 남양주&가평 곳곳의 매력은 물론, 주학년&제이콥의 뽀뽀한 찐친 케미까지! 영상을 통해 확인하세요.



여러분에게만 Whisper하고 싶은 곳 EP2. 고양

let's go

밤리단길



다양한 카페와 소품샵이 모여 있어 '일산의 경리단길'로 불리는 밤리단길. 제이콥은 홀린 듯 향기 가득한 소품샵에 들러 양초를 구입하는데요. 더보이즈 데뷔 6주년과 <Fall in 경기> 두 번째 편의 방영일이 같아, 이를 기념하기 위한 자축 선물이었답니다. 맛있는 식사와 함께 의미 있는 기념 사진까지 남긴 두 사람의 여정을 함께해 주세요.



고양의 랜드마크 중 하나인 아쿠아플라넷은 해양 생물뿐 아니라 육상 동물까지 만날 수 있어 남녀노소 모두에게 인기가 좋습니다. 특히나 입장 전부터 제이콥의 텐션이 예사롭지 않았는데요. 이곳의 명물 바다코끼리 메리와 찐한 교감을 나누는 장면이 인상적입니다.



아쿠아플라넷 일산



일산호수공원



'학년투어'의 마지막 코스는 고양의 아름다운 야경과 국내 최대 인공 호수를 감상할 수 있는 일산호수공원입니다. 주학년 가이드가 실제로 자주 산책을 하는 곳이라고 하는데요. 이날 두 사람은 다정한 기념사진과 함께 '학년투어'를 마무리했습니다.



여러분도 저희 코스를 즐겨보셨으면 좋겠어요!

제이콥이 훌쩍 빠져버린 '학년투어'의 경기도 여행, 어떠셨나요?
보다 재미있는 이야기는 SM C&C STUDIO 채널에서 확인해 주시고요,
앞으로도 계속될 <Fall in> 시리즈에도 많은 관심 부탁드립니다.

03

MANAGEMENT

매니지먼트사업

광기가 이길까, 분장이 이길까?



글. 매니지먼트Unit 언론홍보그룹 언론홍보팀 채지현

K-코미디를 대표하는 20인이 넷플릭스 단독 쇼 론칭 기회를 두고 잔혹한 코미디 배틀을 벌이고 있습니다. 11월 28일 넷플릭스에서 공개된 웃음 배틀 예능 프로그램 <코미디 로얄>인데요. 코미디 대부로 통하는 이경규부터 탁재훈, 문세윤, 이용진, 황제성, 이은지, 이상준, 곽범, 이창호, 엄지윤, 김두영, 신규진, 최지용, 나선옥, 정영준, 김승진, 이선민, 조훈, 이재율, 박진호가 나이와 경력, 계급장을 떼고 붙었습니다.

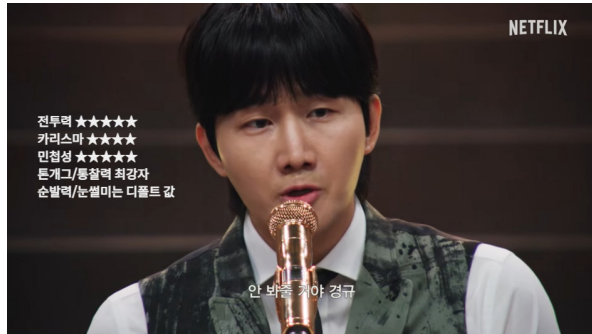
코미디 부흥과 신선한 자극을 위해 이경규 팀을 필두로 탁재훈 팀, 문세윤 팀, 이용진 팀, 정영준 팀이 대결을 펼치는 가운데, SM C&C 소속 개그맨 이용진과 황

제성의 활약이 재미를 더하고 있습니다. 이용진이 팀을 이끄는 리더가 돼 거침없는 언변과 은은하게 돌아버린 눈빛으로 기선을 제압하는 한편, 황제성은 '코미디계 어벤져스' 문세윤 팀에 속해 '분장 장인'의 면모를 가감없이 발휘하며 강력한 웃음 한 방을 노리고 있습니다.

다양한 콘텐츠가 범람하고 있는 때, 웃음의 근본인 '코미디'로 찾아온 이용진과 황제성. 그들의 특화 스킬과 웃음 능력치를 분석합니다. 겨울철 메말라버린 웃음을 되찾고 싶다면 집중해 주세요.

첫 번째 선수 |

'웃음 트렌드 세터' 이용진 알고리즘에 주목



▲ 출처=넷플릭스 <코미디 로얄> 캡처

혼을 쏙 빼놓는 톤개그와 훅 들어오는 재치는 현존하는 개그맨 중 독보적. 남다른 눈썰미로 시대를 앞선 개그와 시류를 읽는 감각 보유. 여기에 트렌디한 요소를 접목해 2030세대들에게 폭넓은 지지를 받고 있는 '웃음 트렌드 세터' 이용진을 설명하는 수식어인데요.

그가 <코미디 로얄> 공식 예고편에서 대선배 이경규에게 선전 포고를 날리는 장면에서 전투력과 카리스마를 엿볼 수 있습니다. 생동감 넘치는 웃음을 위해 방송 프로그램부터 OTT, 유튜브 웹예능 등 다방면에서 활약하는 이용진의 도전 정신을 살펴봅시다.



▲ 출처=박스미디어 <용진호건강원>, SBS <수학없는 수학여행> 캡처



▲ 출처=스튜디오 와플 <용자왈> 캡처

이용진은 박스미디어 <용진호건강원>, 스튜디오 와플 <용자왈> 등 토크쇼에서 짜릿한 민첩성과 톡 쏘는 입담을 자랑하는 MC로 높은 조회수를 견인하고 있습니다. 또 SBS <수학없는 수학여행>, MBC <안하던 짓을 하고 그래>에서는 이용진만의 유쾌한 과몰입과 철학적인 명언으로 화제를 낳았습니다.

최근 대표작 몇 가지만 살펴봐어도, 진중하고 능청스러운 반전 면모로 대중들에게 색다른 즐거움을 선사하는 이용진을 발견할 수 있는데요. 다양한 능력치를 가진, 매료될 수밖에 없는 코미디계의 아이돌! 이용진의 웃음 기류에 동참하고 싶다면 <코미디 로얄> 전편 스트리밍을 잊지 마세요.

두 번째 선수 |

독보적인 분장 + 물오른 예능감으로 상승세 탄 황제성



▲ 출처=넷플릭스 <코미디 로얄> 캡처

단언컨데 최근 가장 강렬한 품과 물오른 웃음을 선사하는 황제성입니다. 웃음이 터지기 전에 감탄부터 쏟아지는 그의 비주얼을 보고 있다면 '만능 개그맨'이라는 수식어가 아깝지 않습니다.



▲ 출처=tvN <코미디빅리그>, SBS 파워FM <황제성의 황제파워>, MBC <심야괴담회 시즌3> 캡처

특히 황제성은 그만이 할 수 있는 ‘황니버스’ 세계관을 차곡차곡 적립 중인데요. 최근에는 영국 팝스타 샘 스미스를 패러디한 킹 스미스부터, 넷플릭스 <더 글로리> 문동은 엄마 캐릭터를 선보이며 뜨거운 반응을 불러 일으켰습니다.

올해 황제성은 물오른 유머 감각으로 방송 프로그램부터 OTT, 유튜브, 라디오 등 여러 플랫폼을 넘나들고 있습니다. tvN <코미디빅리그>에서는 분장과 연기력, 입담까지 3박자를 고루 활용하는 한편, 긴 문장을 한숨에 말하는 능력치를 뽐내기도 했는데요. 정확한 디션과 뛰어난 연기력으로 독보적인 존재감을 자랑, 대중들에게 강력히 각인됐습니다. 또 친근함과 편안함을 무기로 SBS 파워FM <황제성의 황제파워>를 통해 청취자들과 적극 소통하며 높은 청취율을 만들고 있죠. MBC <심야

괴담회 시즌3>에서는 생동감 넘치는 연기력을 통해 어엿한 괴담꾼으로 자리 잡았습니다.

이 모든 것은 황제성의 심 없는 노력이 있기에 가능했습니다. 최근 새롭게 시작한 MBN <신곡땀>에서는 전국 방방곡곡 다양한 일터로 출동하여 다채로운 매력을 뽐내며 열띤 호응을 얻고 있습니다. 재능과 매력이다부진 그의 활약은 <코미디 로얄>에서도 계속됩니다.



▲ 출처=넷플릭스 <코미디 로얄>

04

TRAVEL 여행사업

1,200명과 해외 워크숍 다녀온 썰 폰다



글. 여행사업Unit 법인영업그룹 MICE팀 임가람, 유성민

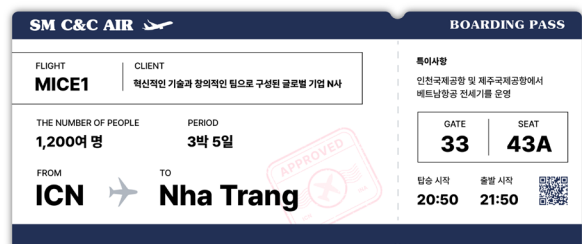
무려 1,200명이 해외 워크숍을 떠납니다. 이들은 여권과 캐리어만 준비하면 됩니다. 이들을 위해 빈틈없이 일정을 계획하고, 현장을 통솔하는 사람들이 있으니깐요. 바로 SM C&C 여행사업Unit 법인영업그룹 MICE팀입니다.

팀명이기도 한 MICE는 Meeting(기업 회의), Incentive Tour(인센티브 관광), Convention(국제 회의), Exhibition/Event(전시/행사)의 첫머리를 딴 여행 산업 용어입니다. 부가가치가 높은 복합적 전시 산업을 의미하는데요.

MICE팀은 세계 곳곳으로 행사 및 출장을 계획하고 있는 국내외 기업들을 위해 항공, 호텔, 관광, 비자 등 출

장 종합 컨설팅 서비스를 선보이고 있습니다. 여러 국가의 관광청은 물론 항공사, 호텔 등과 협력해 보다 차별화된 서비스를 제공합니다.

최근에는 글로벌 기업 N사의 해외 워크숍을 성료했습니다. 인원을 고려해 총 7차의 기간으로 나눠 진행된 대규모 행사인데요. 이 행사를 기획한 MICE팀의 업무 일지를 살펴봅니다.



STEP 1 | 준비 또 준비

고객사가 해외 워크숍 진행을 확정된 가운데, 저희 MICE팀은 경쟁입찰을 위한 제안서 준비에 돌입했습니다. 고객사 전 직원이 비공개 투표를 진행해 저희 MICE팀이 행사를 수주하게 됐죠.

이제 본격적인 행사 준비가 시작됩니다. 1,000명 이상의 참석자와 함께 하는 행사였기 때문에 전세기를 계약하고 호텔 객실 및 연회장을 확보하는 업무가 빠르게 이뤄졌습니다. 또 참석자들의 만족도를 높이기 위해 고객사 담당자와 투어 프로그램 및 만찬 등 세부 사항을 논의했습니다. 이번 행사의 경우, 무려 7차수에 나눠 진행된 대형 행사였는데요. 각 차수별 참석자 명단을 확정하고 항공사에 입력하는 것 역시 저희의 업무입니다.



▲ 파우치 준비 작업 현장 / 출처=MICE팀

본격적인 행사가 시작되기 전, 참석자들이 설레는 마음을 키우고 있을 때 저희 MICE팀은 현장의 행사 운영에 필요한 물품 제작 및 관리를 적극적으로 진행합니다. 제작물 업체 등과 지속적으로 소통하며 행사 콘셉트에 맞는 물품들을 구성하고, 일정상 이슈가 없는지, 누락되는 것은 없는지 꼼꼼하게 체크합니다.

참석자들에게 제공할 파우치를 만드는 것은 행사가 곧 시작된다는 뜻이기도 합니다. 그들의 편의를 고려, 파우치에는 항공 티켓을 비롯해 러기지 택, 물티슈, 볼펜 등 여행 전반에서 사용될 물품을 채웁니다. 이외에도 상비약이나 행사에 필요한 각종 물품을 구매하고 제작물을 빠짐없이 준비합니다.

STEP 2 | 출발 전 공항

현장 업무를 위해 인력을 공항 샌딩팀, 선발대, 인솔자 등으로 구분해 체계적으로 운영했습니다. 선발대가 앞서 출발한 가운데, 참석자들을 기다리는 공항은 설렘과 긴장으로 가득 찹니다. 출발 2시간 30분 전에 진행되는 그들과의 미팅을 준비해야 하기 때문이죠. 약속된 장소에 참석자들이 하나, 둘 등장하면 그들에게 출국을 안내하고 준비한 파우치를 전달합니다. 이 과정에서 인원 체크를 꼼꼼히 진행하며 혹시 모를 변수를 최소화하는 데 힘쓰죠.

참석자들이 비행기에 탄 후에는 보고 업무가 바쁘게 돌아갑니다. 항공 전담팀이 현지 스태프 등에게 인원 및 상황을 보고하죠. 항공편이 출발한 후에도 2차 보고를 진행하며 공항 업무를 마무리한답니다.

특히 이번 행사에는 많은 참석자들이 함께 하는 만큼, 베트남항공 전세기가 났습니다. 주로 대규모 행사에서만 진행할 수 있는 사안인데요. 이를 통해 고객사 참석자들의 입국 수속 및 이동 단계를 간편화 했습니다. 출국은 인천국제공항과 제주국제공항에서 이용할 수 있도록 해 참석자 개개인의 편리함을 높였습니다.

STEP 2-1 | 한편 현지에서는

앞서 출발한 선발대의 역할이 중요합니다. 현지 공항에서 리시빙을 준비하는 것인데요. 도착할 참석자들을 기다리며 랜딩 시간을 체크하죠. 그들이 편하게 이동할 수 있도록 전용 버스를 준비하고, 최소 동선으로 탑승할 수 있게 위치를 다시 한번 확인하는 것도 현지 공항에서 하는 일입니다.

동선을 더블 체크하고 고객사 로고가 찍힌 피켓을 준비하면 끝입니다. 참석자들을 맞을 준비를 마치는 것이죠. 설렘 가득한 표정으로 현지 공항에 도착하는 그들을 마주할 때, 덩달아 설렌답니다.

“

Welcome to Nha Trang!

STEP 3 | 5성급 호텔! 별도 안내 데스크 운영도



▲ 야식 이벤트 준비 현장 / 출처=MICE팀

이번 고객사 해외 워크숍을 위한 숙소는 베트남 5성급 레지던스형 호텔인 '빈펄 콘도텔 비치프런트 나짱

(Vinpearl Condotel Beachfront Nha Trang)' 입니다. 활기찬 해변 도시의 엔터테인먼트 센터에 위치한 곳으로, 나짱의 베이를 한눈에 감상할 수 있죠. 저희 SM C&C는 참석자들의 나짱 경험을 고려해 이곳에 짐을 풀었습니다.

특히 이번 행사를 위해 호텔 내부에 별도의 안내 데스크를 설치했습니다. 참석자들의 문의사항에 응대하는 것은 물론 액티비티를 안내하고, 야식 이벤트 등을 진행했죠. 바쁘게 운영된 안내 데스크 덕분에 참석자들의 만족도가 높았습니다.

STEP 4 | 메인 행사 액티비티 즐기자!

나짱 여행에서 빠질 수 없는 것이 바로 액티비티입니다. 그만큼 대부분의 참석자들이 가장 기대하던 시간이었죠.



▲ 선상파티 및 호핑투어 현장 / 출처 = MICE팀

가장 처음 준비한 것은 선상파티와 호핑투어. 럭셔리 크루즈에서 스노클링 및 낚시 등 액티비티는 물론 칵테일쇼와 공연까지 즐길 수 있죠. 승선 후 웰컴 파티를 시작으로 스노클링과 낚시를 즐긴 후, 프라이빗 비치로 이동해 식사 및 해수욕 시간을 가졌습니다. 선상에서 라면, 과일, 주류 등 다양한 음식을 무제한으로 즐기기도 했죠.



▲ 판랑 데이투어 이미지 / 출처 = MICE팀

두 번째 액티비티는 판랑 데이투어. 판랑은 사막과 바다가 공존하는 베트남의 아름다운 소도시로, 지프 체험부터 몽골 마을, 닌투연성 염전 마을, 416 광장 및 투롱선 사원 관광 등을 즐길 수 있는 곳입니다. 여러 체험 중 가장 인기 있었던 것은 지프 체험이었습니다. 광활한 사막을 끝없이 달리며 속도감을 온몸으로 느낄 수 있었죠.

세 번째 액티비티는 머드 온천과 시내 관광! 나짱 투어에서만 경험할 수 있는 이색적인 머드 온천에서는 폭포 체험, 해수탕, 워터파크 등 다양한 시설을 즐길 수 있었는데요. 피로를 풀고 모인 관광객들이 다 함께 물놀이를 즐기는 경험은 잊지 못할 것 같습니다.



▲ 빈원더스 나짱 / 출처 = 케티이미지



▲ 아이리조트 머드온천 / 출처 = 케티이미지

베트남 최대 기업 빈그룹이 운영하는 테마파크 빈원더스도 필수 놀이공원, 워터파크, 아쿠아리움, 사파리 등을 모두 즐길 수 있는 곳입니다. 저희가 참석자들과 방문한 곳은 세계 5대 수족관으로 불리는 빈원더스 아쿠아리움으로, 인어공주 쇼와 상어 먹이주기 등 다양한 공연을 즐길 수 있었습니다.

STEP 5 | 전용 카운터로 끝까지 편안하게, 뜨거운 안녕!



▲ 현지 공항 카운터 / 출처=MICE팀

앞서 베트남항공과의 적극적인 조율이 오갔고, 덕분에 4개 전세기 수속 카운터를 제공받을 수 있었습니다. 3박 5일의 꽉 찬 스케줄을 마친 참석자들에게 보다 편안한 서비스를 제공할 수 있게 됐죠.

저희 MICE팀은 이번 고객사 해외 워크숍을 준비하며 나짱의 매력에 흠뻑 빠지게 되었습니다. 아름다운 자연 경관과 수백 년의 역사가 담긴 건축물을 눈에 담고, 또 로컬 문화와 음식을 체험할 수 있었죠. 저희와 함께 나짱으로 떠나보지 않으실래요?

MINI SMterview | 여행사업Unit 법인영업그룹 MICE팀 송병진 님



▲ 언제나 화기애애한 MICE팀 / 출처=MICE팀

Q. 대형 행사를 마친 소감이 어떠신가요?

처음 준비를 할 때는 긴장과 걱정이 앞섰지만, 언제나 그렇듯 잘 마친 후 뿌듯함을 느끼고 있습니다. 특히 이번 행사를 위해 함께 애써주신 동료분들과 현지 랜드 파트너사에 감사한 마음이 큼니다. 오랜 시간 동안 이 업무를 해왔지만 매 행사마다 새로운 것을 배우게 돼서 감사합니다.

Q. 이번 행사를 준비하며 기억에 남는 에피소드를 소개해 주세요.

이번 행사는 인천국제공항에서 3번, 제주국제공항에서 4번 총 7차수로 운영됐으며 베트남항공 전세기가 났습니다. 앞서 국적기, 전세기 경험은 많았으나 외항사 전세기를 이용하는 행사로는 가장 큰 규모였죠. 때문에 현지 본사의 답변을 기다리는 시간이 길어질 때 마음을 졸이기도 했습니다. 다행히 저희가 원했던

출·입국 시간에 전세기를 이용할 수 있었습니다.

Q. 행사를 준비하시며 특히 힘들었던 순간은 언제였나요?

현지 항공사의 답변을 기다리는 시간이 가장 힘들었습니다. 특히 항공 담당 팀장님께서 마음고생을 많이 하셨죠. 또 나짱이 우기었기 때문에 행사 중 3일 정도 비가 많이 내렸는데, 해당 차수 참석자들이 이동하시는데 불편을 겪으셨을 듯해 아쉬웠습니다.

Q. 고객사와 함께 한 이번 나짱 투어 '업무'였나요, '여행'이었나요?

고객사와 함께하는 행사이기 때문에 당연히 업무로 시작하게 되지만, 다양한 것을 배울 수 있는 좋은 경험이기도 합니다. 그렇기 때문에 어쩌면 여행이라고도 할 수 있을 것 같네요.

Q. 함께 고생한 MICE팀 자랑도 해주세요.

함께 준비해 준 팀원들 모두에게 진심으로 감사합니다. 길게 설명하지 않아도 찰떡같이 알아들어 모든 것을 준비해 주고 잘 만들어줘서 항상 크게 의지하고 있습니다. 특히 이번 행사는 영업부서와 협업으로 진행하게 됐는데, 익숙하지 않을 수 있는 일임에도 완벽하게 수행해 주셔서 감사하다는 말씀드리고 싶습니다.

05

SM INSIDE

완벽한 우리 팀에 구멍이 있네요. 황홀(hole)!

우리팀

자랑대회

< PR팀 7 🔍 ☰

우주최강PR

팀의 자랑거리를 소개해줘!

우리 팀은 일잘러들만 모여있어 (~v)

우리 팀... 이런 식으로 하면 세계최고밖에 될 수 없어...

분위기가 넘넘 좋아요! - 막내 씬

울팀 미모 점수 백점 만점에 백점



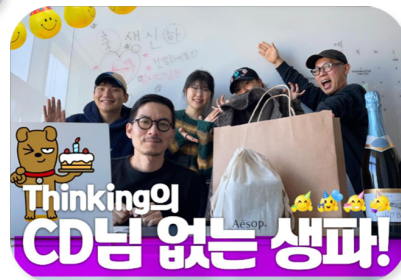
호텔팀 윤세원



열정 그 자체 호텔팀! 워크숍 레크리에이션도 1등! 열정과 단함으로 1등을 손에 거머쥐고 마는 호텔팀을 자랑합니다. 팀원 모두 상품권 수령한 인증 사진 ^^ 1등은 절대 뺏기지 않는 여성들의 모임.jpg



Thinking팀 금윤호



주인공이 없으면 어때요? 축하하기만 하면 됐지~ 감기로 앓아누운 엄선철 CD님의 생일날! 팀원들 끼리 축하파티를 즐겼다는 후문

그래서 제 자리는 어디인가요? 😊



프로젝트매니지먼트팀 박진주



프 로젝트 매니지먼트 팀
매! 려이 넘치는 팀
랑! ...한다 (ㅏㅏㅏㅏ...!)
예쁜 공주들의 Disney PM팀입니다! (부장님은
福 받음) 퇴사율 0%!! 1년 365일 8,760시간 중
8,000시간을 함께 보냈 SM. 2024년도 8,000시간
함께 보낼 42(사이)

대가족 바이브 부럽고요... 😊



캠페인1센터2팀 이수원



- 팀원1 : 엠넷 연애 프로그램 섭외 이력 보유(댄스 실력으로 선발 추정)
- 팀원2 : 소개팅 애프터 100% 확률로 득(아쉽지만 현재는 솔로)
- 팀원3 : 13년 연애 후 결혼 성공(13년 전 선물 받은 지갑 현재도 사용 중)
- 팀원4 : 가까운 미래 K7 리그 진출 준비 중인 축구팀 구단주 보유(올해 전적 2승 12패)
- 팀원5 : 팀장님은 팀장님 그 자체로 사랑♥

시켜줘, 캠페인1센터2팀 여섯 번째 멤버... 😊



미디어3팀 박지윤



회식 때도 노트북을 놓지 않는 진정한 워커홀릭 미디어3팀. 연말엔 마우스 대신 닭 다리 하나씩 손에 들고 모니터 대신 서로의 눈을 바라보며 따스운 시간을 함께 보내고 싶습니다^^



AIR팀 백성희



다섯 명으로 시작해 지금은 일곱 명의 거대한 팀이 된 AIR팀! 저희는 항상 새 팀원이 오면 모든 팀원이 있는 그림을 그리는 데 이젠 인원이 너무 많아 모두 그려려니 한 세월이 걸리네요. 후후... 그렇지만 왕 많으니까 왕 귀찮다. 우리...!

아니면 AIR팀 여덟 번째 멤버... 😊



콘텐츠마케팅팀 박정하



기획부터 제작, 디자인, 마케팅까지 다 가능한 올라운 더 마케팅팀. 킹 스미스 황제성남과 함께 샘 스미스 실물도 영접하고 왔답니다^^ 올라운더니 남들보다 더 배고프대! 닭볶음탕에 수제비 추가, 볶음밥은 필수, 겨울맛이 호떡 먹으면서 커피로 마무리. 누구보다 알찬 점심 1시간을 보내는 마케팅팀을 자랑합니다 🍗

대표님, 여기요! 능력과 먹력(?)을 다 갖춘 팀들이요! 😊

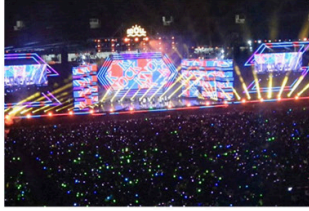


PR팀 현지민



일도 잘하고 팀워크도 좋은 PR팀은 물복임 딱복임? 아니면 내 인생에 다시없을 행복이자 축복임?

지난호 Best 3 다시 보기



ADVERTISING

부산원아시아페스티벌,
BX팀은 해냅니다

[+자세히 보기](#)



TRAVEL

해변에서 시내까지,
냐짱 가면 어디에서 묵을까?

[+자세히 보기](#)



CONTENTS BIZ.

우리 모두 사랑해보라

[+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: 남궁철
© SM Culture&Contents, All rights reserved.

[PDF 다운로드](#)

