

콘텐츠 제작을 통해 세상과 공명하는 마케터

# 홍은지

Eunji Hong 입니다

PHONE

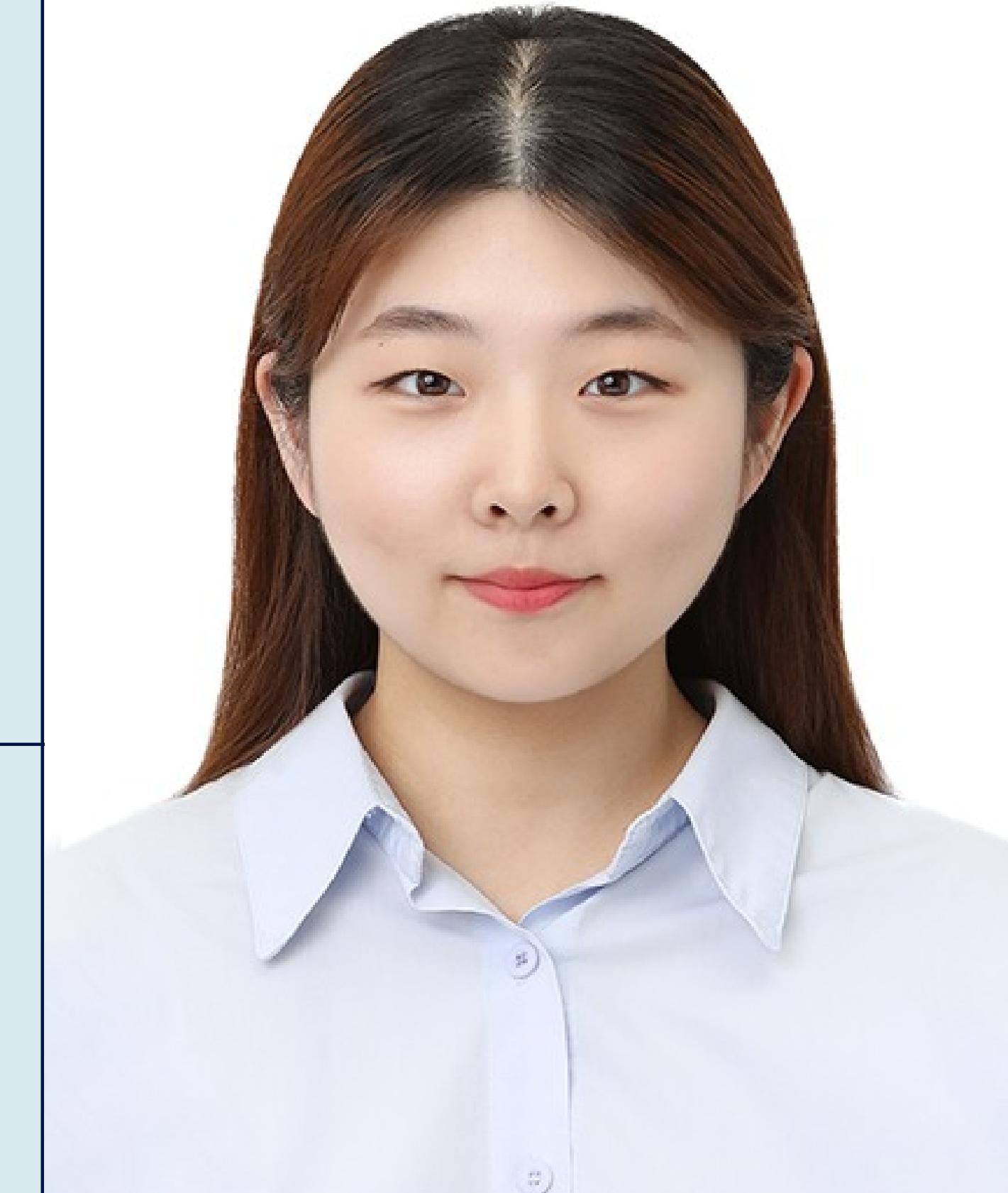
+82 10 8684 9557

E-MAIL

ghddmswl1122@snu.ac.kr

LinkedIn

[linkedin.com/in/eunjihong/](https://linkedin.com/in/eunjihong/)



# Profile



## Education

- 서울대학교 2020.03 - 2025.08
- 2020.03 ~ 2025.08 서울대학교 언론정보학과
  - 2021.09 ~ 2025.08 서울대학교 글로벌환경경영(복수전공)



## Work Experiences

- 2025.01 ~ 2025.03 그로스마케팅팀 컨텐츠마케팅 인턴 | 마이리얼트립
- 2024.07 ~ 2024.08 마케팅&커뮤니케이션팀 인턴 | WWF-Korea(세계자연기금)
- 2024.01 ~ 2024.02 마케팅팀 인턴 | 에너지 IT 기업 '해줌'
- 2023.06 ~ 2023.08 마케팅팀 인턴 | MBA Lab
- 2022.03 ~ 2022.08 KBS '이슈 Pick, 쌤과 함께' 조연출 | (주)잠보티브이



## Awards

- 2024 제39회 우수리포트 공모대회 장려상 (서울대학교 기초교육원 주최)
- 2022 제4회 청(소)년 체커톤 우수상 (한국언론진흥재단 주관)



## Leadership Experiences

- 2023.10 - 2024.09 제13기 시청자위원회 시청자위원 | YTN
- 2022.03 - 2023.02 영상팀 팀장 | 서울대학교 언론정보연구소  
SNU팩트체크
- 2022.03 - 2023.02 예능팀 메인 PD | 서울대학교 영상제작동아리  
'이미지밴드'



## Certificates & Language

- 영어 (TOEFL iBT 103)
- Adobe Certified Professional - Visual Design using Adobe Photoshop 2020 (Certified in July 2023)



## Skills

피그마

어도비 프리미어 프로

엑셀, 파워포인트

어도비 포토샵

1

**그로스마케팅팀 컨텐츠마케팅 인턴**

| 마이리얼트립

----- p.4

2

**마케팅&커뮤니케이션팀 인턴**

| WWF-Korea (세계자연기금)

----- p.5

3

**마케팅팀 인턴**

| 해줌

----- p.7

4

**KBS '이슈 Pick, 쌤과 함께' 조연출**

| 잠보티브이

----- p.8

5

**예능팀 메인 PD**

| 서울대학교 영상제작동아리 '이미지밴드'

----- p.9

6

**영상팀 팀장**

| 서울대학교 언론정보연구소 SNU팩트체크

----- p.10

7

**제 13기 시청자위원회 위원**

| YTN

----- p.11

8

**2022 제4회 청(소)년 체커톤 우수상**

| 한국언론진흥재단

----- p.12

9

**제39회 우수리포트 공모대회 장려상**

| 서울대학교

----- p.13

# 01. 그로스마케팅팀 컨텐츠마케팅 인턴 | 마이리얼트립

## 타겟층 분석을 통한 인스타그램 콘텐츠 기획 및 제작

2025.01 - 2025.03

### 담당 업무

- 타겟층 맞춤형 인스타그램 콘텐츠 기획 및 제작(피드, 릴스)
- 마케팅 데이터를 활용하여 팔로워 니즈 분석 후 콘텐츠 제작 전략 수립
- 콘텐츠 성과 파악(웹사이트 전환율 및 매출액)을 위한 UTM 트래킹 사용 및 분석

### 진행 과정

- 타겟층 니즈 파악 후 콘텐츠 제작 전략 수립
  - 팔로워 대상 설문조사 및 심층 인터뷰를 통해 관심사, 기대치, 니즈 파악
  - 기존 콘텐츠 분석을 통해 도달률, 저장, 공유, UV, 매출 기여도 등이 높은 콘텐츠의 유형 도출
- 콘텐츠(피드, 릴스) 제작 및 배포
  - 타겟층 분석 후 도출해낸 인사이트를 반영하여, 특가 중심의 홍보 방식에서 스토리텔링 중심의 제작 전략으로 전환
  - 콘텐츠별 UTM 트래킹을 활용해 UV와 매출 전환 효과를 모니터링, 배포 전략 최적화

### 성과

- SNS 계정 성장
  - 3개월 동안 조회수: +365% / 좋아요: +84% / 저장수: +690% / 비팔로워 도달률: +18%
- 전략적 UTM 트래킹을 통해 웹사이트 방문자 수 20% 증가

제작한 인스타그램 피드 예시 ▶  
(사진을 누르시면 원본 피드를  
확인하실 수 있습니다)

제작한 릴스 예시 ▼  
(사진을 누르시면 원본 릴스를  
확인하실 수 있습니다)



# 02. 마케팅&커뮤니케이션팀 인턴 | WWF-Korea (세계자연기금)

## 업무 01. 디지털 마케팅 캠페인 기획 및 운영

2024.07 - 2024.08

### 담당 업무

- 기후 변화 인식 제고를 위한 참여형 인스타그램 퀴즈 캠페인 기획 및 운영
- 캠페인 테마에 맞춘 친환경 굿즈 디자인을 통해 참여 유도 및 핵심 메시지 강화

### 진행 과정

- 기존에 진행된 디지털 마케팅 캠페인 성과 분석
  - 디지털 마케팅 캠페인 성과 데이터를 기반으로 참여율, 반응도, 주요 관심 키워드 분석
  - 기부자 성향 파악 및 맞춤형 캠페인 전략 수립
- 디지털 마케팅 캠페인 기획 및 실행
  - 참여형 인스타그램 퀴즈 캠페인 기획 및 운영, 도달률과 참여율 상승 전략 활용
- 친환경 굿즈 제작
  - 참여 유도를 위한 맞춤형 친환경 굿즈를 활용해 타겟층에 호소력 있는 캠페인 운영

### 성과

- 해당 분기 WWF-Korea 전체 디지털 캠페인 중 가장 높은 참여율 달성
  - 분기 평균 대비 참여율 15% 상승
  - 기존 캠페인 대비 도달률 20% 향상



▲ 집행한 디지털 마케팅 캠페인 일부  
(사진을 클릭하시면 디지털 마케팅 캠페인을 확인하실 수 있습니다)

# 02. 마케팅&커뮤니케이션팀 인턴 | WWF-Korea (세계자연기금)

## 업무 02. 유튜브 콘텐츠 기획 및 홍보 콘텐츠 제작

2024.07 - 2024.08

### 담당 업무

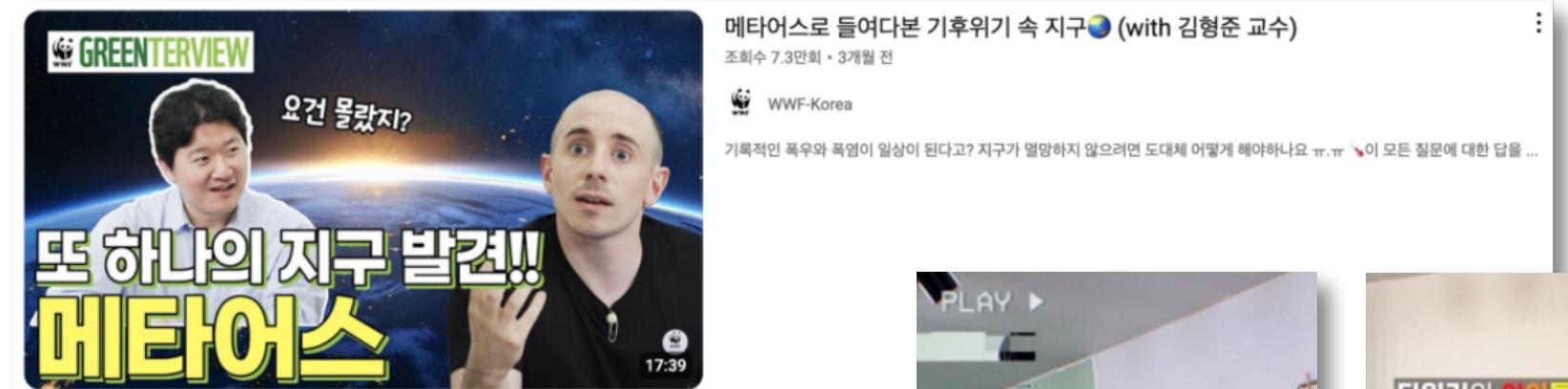
- 유튜브 콘텐츠(시리즈물) 기획 및 촬영 현장 보조
- 유튜브 콘텐츠 홍보를 위해 인스타그램 및 유튜브 홍보 콘텐츠 기획, 제작

### 진행 과정

- 유튜브 콘텐츠 기획 및 촬영에 참여
  - 대본 작성 및 현장 촬영 지원
  - 총 4편(각 15분)의 에피소드 제작 지원
- 유튜브 콘텐츠 홍보를 위한 소셜 미디어 업로드용 콘텐츠 제작
  - 인스타그램 릴스 및 스토리 제작 등 프로모션 콘텐츠 기획, 제작

### 성과

- 전략적 소셜 마케팅을 통해 유튜브 조회수 대폭 증가
  - 유튜브 콘텐츠 평균 조회수 273% 증가 (이전 시즌 17,000회 → 담당 시즌 63,500회)
  - 타겟 맞춤형 속품 콘텐츠를 활용해 시청자 참여도 및 몰입도 강화



▲ 제작에 참여한 유튜브 콘텐츠의 썸네일  
(사진을 누르시면 유튜브 콘텐츠를 시청하실 수 있습니다)



홍보용 콘텐츠 예시 ▶  
(사진을 누르시면 원본 영상을 확인하실 수 있습니다)

# 03. 마케팅팀 인턴 | 해줌

## 검색엔진 최적화 전략 활용하여 블로그, 유튜브 콘텐츠 기획 및 제작

2024.01 - 2024.02

### 담당 업무

- 검색엔진 최적화 전략 활용하여 블로그 및 유튜브 콘텐츠 제작
  - 사업 관련 핵심 키워드 파악 후 이를 반영하여 블로그, 유튜브 콘텐츠 제작
- 이메일 뉴스레터 기획 및 제작
  - A/B 테스트를 통해 뉴스레터 오픈율 향상

### 진행 과정

- 블로그 및 유튜브 콘텐츠 제작을 위한 검색엔진 최적화 마케팅 전략 수립
  - 주요 유입 키워드, 조회수 상위 콘텐츠의 키워드, 유입 경로 분석 등을 통해 회사의 핵심 키워드 파악
  - 핵심 키워드 반영한 블로그 게시물 발행하여 포털에서 검색 시 검색 결과 상위 10위 안에 노출
- 유튜브 콘텐츠 기획 및 제작 보조
  - 스크립트 작성, 촬영, 편집 등 제작 과정에 참여
- 이메일 뉴스레터 기획 및 제작
  - 태양광 사업자를 대상으로 맞춤형 뉴스레터 기획 및 제작
  - A/B 테스트를 실시하여 타겟층이 선호하는 양식 및 포맷 확립

### 성과

- 검색엔진 마케팅 전략 활용하여 키워드 검색 시 블로그 콘텐츠의 포털 내 노출을 상위 10위 내로 유지
- 유튜브 콘텐츠 조회수 75% 향상
- 이메일 뉴스레터 오픈율 2배 향상 (A/B 테스트에 기반한 타겟층 이해를 통해 오픈율 7% → 14%로 개선)



▲ 발행한 블로그 포스트의 일부 (클릭하시면 원본 포스트를 보실 수 있습니다)



▲ 제작한 유튜브 콘텐츠의 썸네일 (클릭하시면 원본 영상을 보실 수 있습니다)



▲ 제작한 유튜브 콘텐츠의 썸네일 (클릭하시면 원본 영상을 보실 수 있습니다)

# 04. KBS '이슈 Pick, 쌤과 함께' 조연출 | 잠보티브이

## KBS '이슈 Pick, 쌤과 함께' 조연출로 회차별 예고편 제작

2022.03 - 2022.08

### 담당 업무

- KBS <이슈 Pick, 쌤과 함께>의 조연출로 방송 구성, 촬영 및 편집 과정을 보조
- 총 6회(86, 89, 92, 95, 98, 101회) 제작에 참여
- 아베 전 총리 피살 사건 직후 편성된 긴급 회차 제작 보조, 시청률 2% 향상 과정에 기여

### 진행 과정

- 회차별 제작 워크플로우 관리
  - 기획, 편집 및 촬영 과정에서 팀간 원활한 협업을 조율하며 3주 제작 주기 내 마감 일정 준수
- 회차별 예고편 제작 및 편집
  - 회차별 하이라이트 장면 위주로 예고편을 구성해 시청률 향상에 기여
- 연사 인터뷰, 홍보 기사 작성, 자막 작성, 자료 리서치 등의 보조 업무 진행

### 성과

- <101회 아베시대 종언 일본은 어디로 가나> 시청률 2% 향상 과정에 기여
  - 시의적절한 콘텐츠 기획 과정에 기여하고, 임팩트 있는 예고편 제작을 통해 시청률 향상 과정에 기여



86회  
독인가 약인가 생활 속 화학물질의 비밀



92회  
인간과 감염병 다음 팬데믹은 올 것인가



98회  
인구와 미래 1부 인구쇼크, 한국이 소멸한다?!



89회  
전쟁과 에너지 위기는 다가오는가



95회  
미국도 못 건드린다?! 인도의 실용 외교



101회  
아베시대 종언 일본은 어디로 가나

# 05. 예능팀 메인PD | 서울대학교 영상제작동아리 '이미지밴드'

## 예능프로그램 기획, 제작 및 홍보 총괄

2022.03 - 2023.02

### 담당 업무

- 예능팀 메인 PD로 유튜브로 연재되는 예능 프로그램을 기획 및 총괄
- 25명으로 구성된 예능팀 리더로 대본 집필부터 촬영, 편집, 홍보 전략 전반을 총괄
- 프로그램 홍보 콘텐츠 제작(유튜브 쇼츠 및 인스타그램 릴스 활용)

### 진행 과정

- 기획, 제작 및 촬영 리딩
  - 프로그램 기획 및 주제 선정, 대본 작성
  - 촬영 현장 총괄 진행 (출연자 캐스팅, 일정 조율, 장소 섭외 등 전반 관리)
- 편집 프로세스 총괄
- 프로그램 마케팅 및 배급 전략 기획
  - 예고편 제작 및 타깃 기반 홍보용 콘텐츠 기획
- 오프라인 상영회 개최를 통한 실시간 반응 확인, 피드백 반영

### 성과

- 예능 프로그램 조회수 전년대비 **89%** 향상
- 인스타그램 릴스 및 유튜브 솟폼 콘텐츠 조회수 **35%** 향상



홍보용 릴스 일부 ▶  
(클릭하시면 원본 영상을  
확인하실 수 있습니다)

## 06. 영상팀 팀장 | 서울대학교 언론정보연구소 SNU팩트체크

2022.03 - 2023.02

# 뉴스 기반 속풀영상 기획 및 제작

담당 업무

- 팩트 체크된 뉴스 기사를 솟폼 콘텐츠화하는 작업을 주도하며 뉴스 기사 선정, 영상 기획, 소스 수급 및 편집 전 과정 총괄
  - 영상의 속도, 내레이션 등 효과적인 포맷을 확립하여 정보를 정확히 전달하면서도 시청자의 주목도를 끌어올리는 스토리텔링 기획력 강화

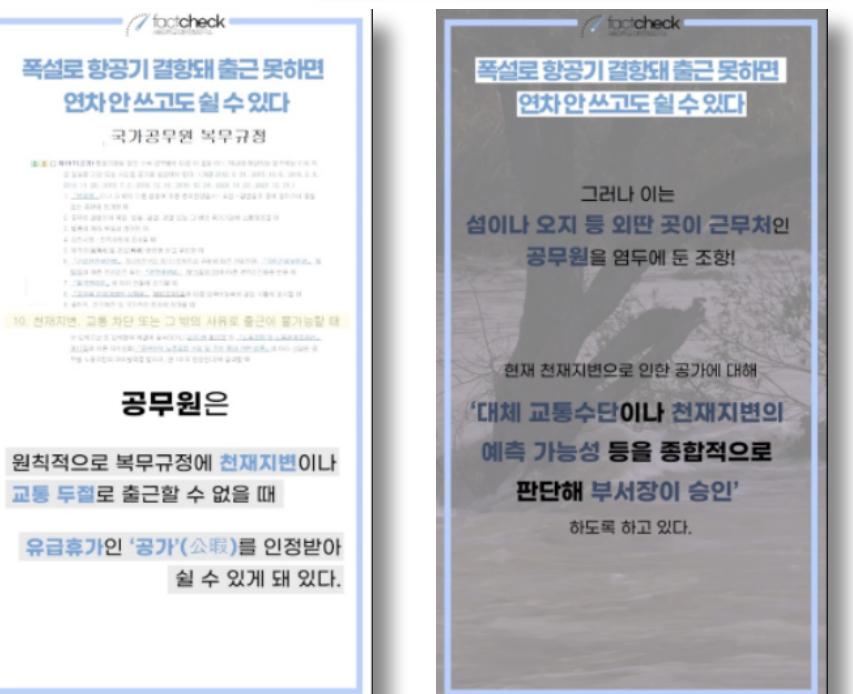
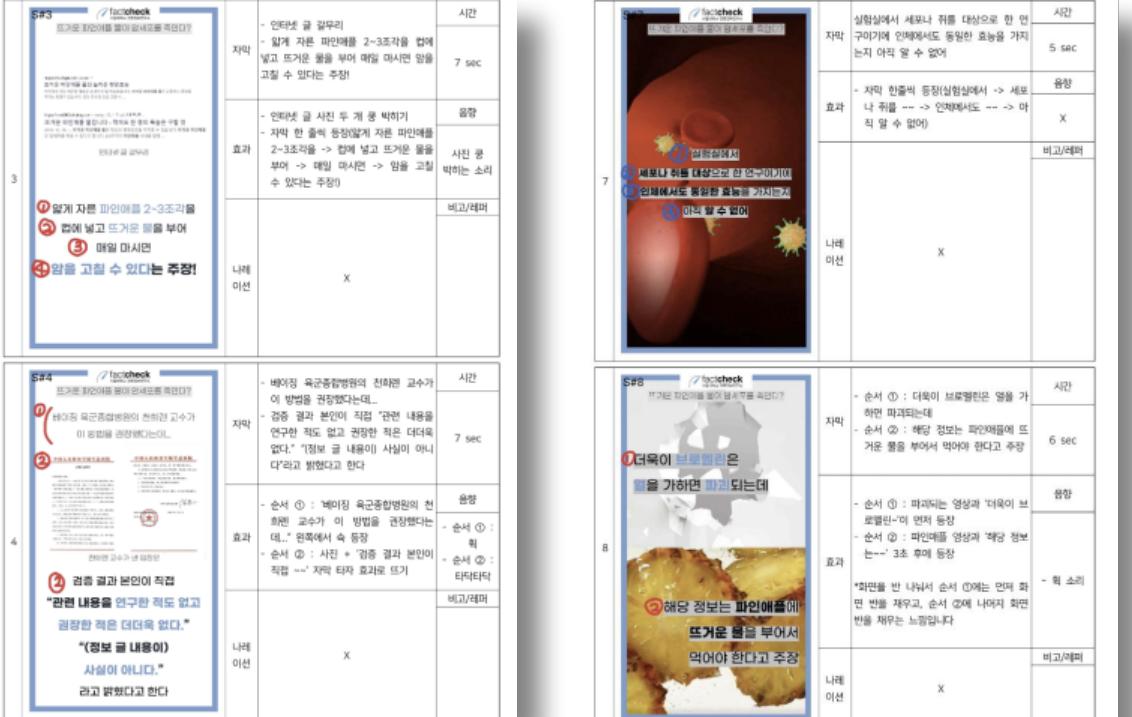
# 진행 과정

- **숏폼 콘텐츠 기획 및 제작 총괄**
    - 기존 뉴스 기사의 핵심만 담아, 시청자들이 쉽게 몰입할 수 있는 짧은 영상으로 재구성
  - **전문 기자님과 협업**하여 콘텐츠 흐름을 검토하고 사실 검증 및 정확성 보장
  - 자체 영상 스타일을 개발하고 속도감 있는 전개, 내레이션 구성, 자막/화면 편집 등 실험적 시도 진행
  - 연속 시청을 유도할 수 있도록 **시리즈형 콘텐츠 전략** 도입

# 성과

- 6개월 간 평균 조회수 44% 증가
  - 시청자 이탈율 줄이고 콘텐츠 신뢰도를 높인 스포츠 포맷 구축하여 네이버 TV에 보급

# 숏폼 콘텐츠 제작을 위한 기획안의 일부



네이버TV에 업로드된 ▶  
숏폼 콘텐츠의 일부  
(사진을 클릭하시면 원본 영상을  
확인하실 수 있습니다)

# 07. 제 13기 시청자위원회 위원 | YTN

## 기사 · 방송 보도 모니터링 후 시정 의견 제시

2023.10 - 2024.09

### 담당 업무

- YTN 시청자위원회 위원으로 활동하며 방송 프로그램 품질 향상 및 보도 방향성에 대한 의견 제시
- YTN 시청층 확대를 위해 주요 방송사 SNS 활용 사례를 비교 분석하여 인사이트 도출
- 인스타그램 콘텐츠 전략 제안: 스토리·하이라이트 중심의 인터랙티브 포맷 제안하여 YTN 미디어 부문 채택

### 진행 과정

- 기사 · 방송 모니터링 후 시정 의견 제시
  - 매월 정기 회의 참여하여 기사 및 뉴스 보도 프로그램 전반에 대한 피드백 전달
  - 방송 내용 중 짧은 세대와의 소통이 부족한 부분을 중점적으로 검토하여 개선안 제안
- 디지털 전략(인스타그램 활용 부문) 자문
  - 인스타그램과 홈페이지 간 연계 강화를 위한 콘텐츠 구성 및 접근 방식 자문
  - 타 방송사 SNS 채널 벤치마킹을 통해 YTN의 디지털 소통 역량 확장 방안 제시

### 성과

- YTN 인스타그램 채널의 콘텐츠 전략 수립 과정에 참여하여 신규 팔로워 4,000명 확보
- 데이터 기반의 전략적인 소통 능력 강화

▼ 유튜브 통해 보도된 회의의 일부 (사진을 클릭하시면 원본 영상을 확인하실 수 있습니다)



의대 정원 확대 보도 관련 의견 제시



오프라인 유통업체 보도 관련 의견 제시



2028 수능 개편안 보도 관련 의견 제시



개고기 식용 금지 특별법 보도 관련 의견 제시

# 08. 2022 제4회 청(소)년 체커톤 우수상 | 한국언론진흥재단

# 탐사보도 및 다큐멘터리 콘텐츠 기획

2022.05 - 2022.11

담당 업무

- 친환경 플라스틱의 환경성에 대한 허위 정보 대응을 주제로 대회 참여
  - 다큐멘터리 영상 제작 및 보고서 작성을 통해 제4회 청(소)년 체커顿(2022)에서 전국 150팀 중 우수상 수상
  - 팀장으로서 팩트체크, 인터뷰, 영상 기획·편집 등 전체 과정 주도

# 과정

- 언론 보도 분석, 정책 자료 확인, 전문가 인터뷰(교수 및 연구자) 등 다양한 방법으로 주제 관련 검토 진행
  - 대중 인식 조사를 위한 설문조사 설계 및 실행, 소비자 오해에 대한 데이터 확보
  - <친환경 플라스틱은 100% 친환경적인가?> 리포트 작성
  - 다큐멘터리 영상 제작
    - 스토리보드 작성부터 연출, 편집까지 전반을 기획
    - 인터뷰, 스톱모션, 소비자 시각 등을 담은 약 20분 분량의 다큐멘터리 제작
  - 온라인 상영회를 통해 연구 결과를 대중에게 공유하고 논의의 장 마련

# 성과

- 논리적 구조, 자료 다양성, 사실 검증의 정밀도 면에서 높은 평가를 받아 우수상 수상
  - 팩트 기반의 정책 제언형 결과물로 완성된 보고서 제출
  - 온라인 상영회 및 영상 공유를 통해 대중적 인식 제고에 기여



▲ 작성한 보고서 <친환경 플라스틱은 100% 친환경적인가?>의 일부 (사진을 클릭하시면 보고서 전문을 확인하실 수 있습니다)



▲ 다큐멘터리 <친환경 플라스틱, 환경에 플라스(+)?> 일부 (사진을 클릭하시면 영상 전체를 확인하실 수 있습니다)



本作品 100% 由志愿者创作完成



의도한 만큼의 효과를 내지 못하고 있어요.

**09. 제39회 우수리포트 공모대회 장려상 | 서울대학교 기초교육원 주최**

# 산불 영향 분석 및 데이터에 기반한 환경 정책 제안

2023.09 - 2023.12

## 담당 업무

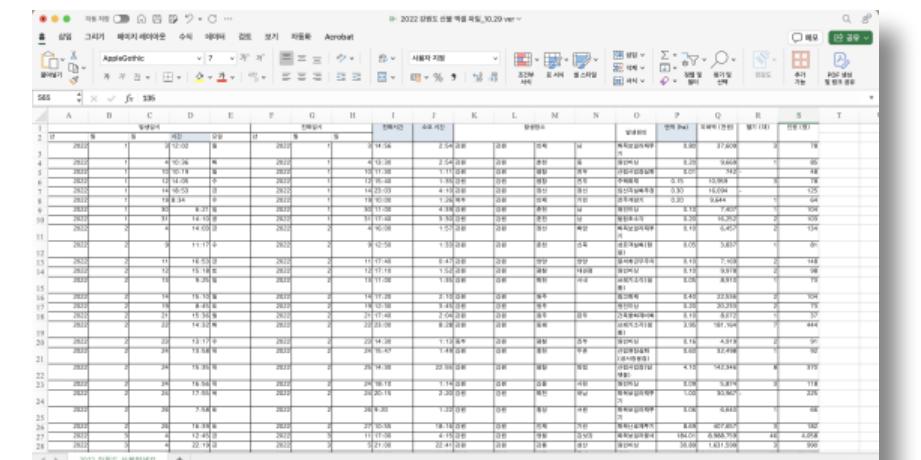
- 산불 강도에 따라 대기질(PM10) 회복 시간이 어떻게 달라지는지를 분석하고 필요한 환경 대응 정책을 제안한 연구 수행
  - 데이터 기반 정책 인사이트 제공을 목표로 기획 및 분석 주도
  - 해당 프로젝트로 제39회 서울대 우수보고서 경진대회에서 총 179편 중 장려상 수상

# 과정

- 산불 및 대기질 데이터 전처리
  - 환경부 대기오염측정망 데이터를 활용해 각 지역별 PM10 수치와 회복 시간 분석, 엑셀과 R을 활용해 정밀 가공
  - 공공 보건 및 재난 대응 관점의 정책적 제언 도출

# 성과

- 데이터 정밀도 및 정책 적용 가능성을 높게 평가받아 179편 중 우수 보고서(장려상) 수상
  - 산불 대응 체계 설계를 위한 데이터 기반 프레임워크 구축 경험



## ▲ 엑셀을 활용한 데이터 전처리 과정

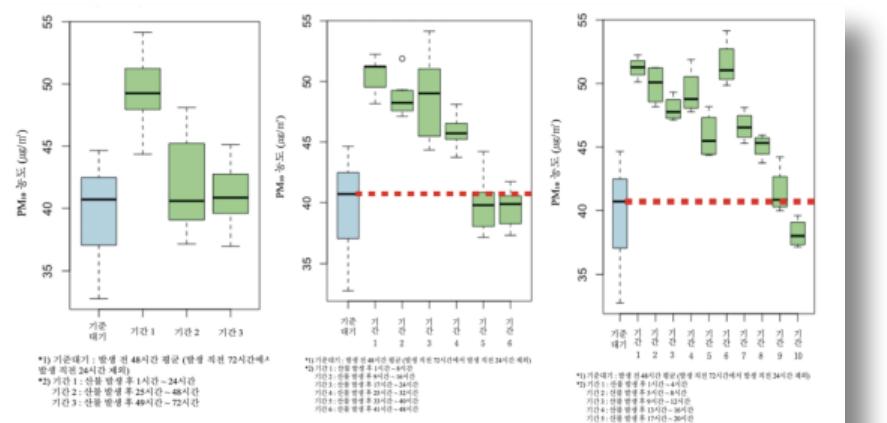


그림 3 기준대기와 산불발생 후 24시간·4시간·8시간별 PM<sub>10</sub> 농도 비교(왼쪽부터 24시간별 비교)



### 3.2 연구 질문 2 : 산물과 PM<sub>10</sub> 농도 회복 시간의 관계

연구 질문 2에서는 연구 질문 1을 통해 관찰한 산불의 영향을 구체적인 수치로 분석하고자 하는 목적으로 PM<sub>10</sub> 농도가 회복되는 데 걸리는 시간을 파악했다.

### 3.2.1 분석 방법

산불로 인해 증가된  $PM_{10}$  농도가 회복된 시점은 산불 발생 이후  $PM_{10}$  농도가 해당 지역의 기준 대기<sup>2)</sup>  $PM_{10}$  농도보다 낮아지는 지점으로 정의했다. 회복 시점은 산불 발생 이후의 기간을 24시간, 8시간, 4시간 별로 각각 둘이 상자그림으로 표현하고 이것의 중간값이 기준 대기의 중간값 보다 낮아지는 지점을 확인하는 방법으로 파악했다. 회복의 기준으로 사용된 기준 대기는 산불 발생 전 72시간에서 발생 직전 24시간을 제외한 48시간 동안의  $PM_{10}$  농도의 평균으로 설정했다.

기준 대기를 산불 발생 전 72시간 평균이 아닌 산불 발생 직전 24시간을 제외한 48시간 평균으로 설정한 이유는 연구 질문 1의 결과와 연결된다. 연구 질문 1에서는 산불 발생 시점 전부터 PM<sub>10</sub> 농도가 오르는 현상을 통해, 기록된 시점보다 산불이 먼저 발생해 대기질에 영향을 주었을 것으로 분석했다. 대기질 회복의 기준이 되는 기준 대기는 산불의 영향을 받지 않은 대기여야 때문에 산불 발생 직전 24시간을 제외했다.

### 3.2.2 분석 결과

연구 질문 2의 분석 결과 산불 발생 후  $PM_{10}$  농도는 37~40시간 후에 회복되는 것을 확인할 수 있었다. 연구 질문 1에서는 산불 발생 후 1~2일 사이에 정점을 찍고 급격히 회복되는 양상을 관찰했는데, <그림 3>처럼 산불 발생 후 대기질 농도를 기간별로 나누어 살펴보니 회복 시간 범위를 더욱 좁혀서 추정할 수 있었다. <그림 3> 세 번째 그래프의 산불 발생 37~40시간 후  $PM_{10}$  농도 분포를 보면 중간값이 기준 대기의 중간값보다 낮게 나타남을 알 수 있다. 즉, 모든 산불의 회복 시간 추이를 전제적으로 보았을 때  $PM_{10}$  농도는 산불 발생 후 37~40시간 사이에 기준 대기로 회복되는 경향이 나타난다.

## ▲ 작성한 리포트의 일부

(사진을 클릭하시면 전문을 확인하실 수 있습니다)

A large, abstract graphic element consisting of three concentric circles in shades of blue (dark, medium, and light). It is positioned on the left side of the slide, overlapping the text area.

**Thank you**

## Contact Information

<b>Name</b>	Eunji Hong
<b>Phone</b>	+82 10 8684 9557
<b>E-mail</b>	ghddmswl1122@snu.ac.kr
<b>LinkedIn</b>	<a href="https://linkedin.com/in/eunjihong/">linkedin.com/in/eunjihong/</a>