

IT동아 대기업 브랜드 마케팅 공모전에 오신 여러분들 환영합니다

IT 동아 브랜드 마케팅 공모전 참여자들에게
LG CNS 2팀의 성장 과정을 보여줄
첫 번째 프로젝트, 지금 시작합니다



마음가짐에서 오는 확실한 결과의 차이

IT 동아 구성원들에게 확실한 결과의 차이를 가져올 LG CNS 2팀의 첫 번째 프로젝트

#1 IT 동아 실무 프로젝트와 LG CNS 과제

언제나 거울 앞의 자신을
마주하는 것은 어려운 일이다.

LG CNS 2팀

01

01 IT동아 X 실무 프로젝트

004 / 100

국내 최초의
직무 멘토링형 취업
실무역량 강화
프로그램



프로젝트 진행에 앞서 꼭
필요한 역량 향상을 위해
현업자들의 실제 업무
세미나 교육 진행



팀의 기획 및 실행 퀄리티를
높이기 위한 TEAM COACHING
자율적 판단으로 진행되며,
멘토는 첨삭의 역할을 담당



실무 포트폴리오 제안서
제작
현업과 동일한 과정을
통해
피드백 & 최종 컨펌 후
성과 도출 및 성과 분석

01 IT 동아 X LG CNS

005 / 100

디지털 전환을 MZ 세대의
시각으로 콘텐츠를
제작하여
유튜브 채널 유입 증가



디지털 전환 (DX)

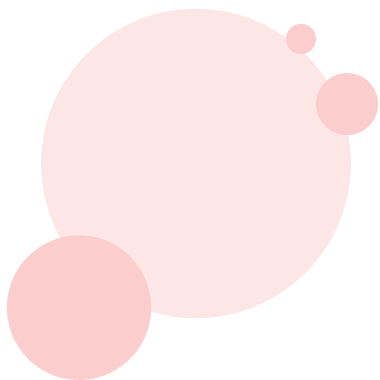
Digital Transformation
'DX'라고 불리는 디지털
전환을
쉽게 이해할 수 있도록

MZ Generation

MZ 세대의 시각으로
어떻게 브랜드를 강화할
것인가

Youtube Video

자사 유튜브 채널에 업로드
할 수 있는 좋은 퀄리티의
영상 콘텐츠 필요



구조 없는 기획

기초(基礎): 사물이나 일 따위의 기본이 되는 것

처음에는 그저 '결과물'에 급급했다
기초 공사 없이 건물을 세우고 싶었던 것

01 최초의 LG CNS 2팀

007 / 100



한국인의 언어, 한글
기획의 언어, 숫자

✓ 객관성 없는 추측

믿기 어렵겠지만, 처음의 LG CNS 2팀은 객관적이고 수치적인 자료를 통해 과제를 분석하는 것이 아닌, 그저 “~할 것 같다” 라는 식의 주먹구구식 분석으로 과제를 수행하려고 했다.

✓ 핵심 없는 단순 카피

01 최초의 LG CNS 2팀



정보와 의견을 정확하게 분리하는 기술의 부재

☑ 객관성 없는 추측

☑ 정보 없는 단순 카피

좋은 기획을 위해서는 의견과 정보를 구분하는 기술이 필요하다.

처음 G CNS 2팀은 레퍼런스조차 없이 의견을 내고자 했고 그 의견 속에는 정보를 찾아볼 수 없었다.

01 최초의 LG CNS 2팀

009 / 100

구조 없는 기획의 결과물은
팔 없는 팔빵과 같았다

기획의 과정 없이 결과물에 급급했던 초반의
LG CNS 2팀의 결과물은 이미 예견되었다.

객관성 없는 추측에서 '춘'이라는 아이디어를,
정보 없는 단순 카피에서 'V-Log'라는
콘텐츠를 생각했지만 당연히 좋은 평가를
받을 수 없었다.

LG CNS 2팀은 불안한 과정을 채울 수 있는
실무자의 정교한 솔루션이 필요했다.

CNS = 춘

- 'CNS'를 키보드로 입력한다면
- 이미 오래 전부터 사용된 기획안



V - Log

- 어렵지 않은 콘텐츠
- 정교하지 못한 구성

01 최초의 LG CNS 2팀

010 / 100

구조 없는 기획의 결과물은
팔 없는 팔빵과 같다

기획의 과정 없이 결과물에 급급했던 초반의
LG CNS 2팀의 결과물은 이미 예견되었다.

객관성 없는 추측에서 '춘'이라는 아이디어를,
정보 없는 단순 카피에서 'V-Log'라는
콘텐츠를 생각했지만 당연히 좋은 평가를
받을 수 없었다.

LG CNS 2팀은 불안한 과정을 채울 수 있는
실무자의 정교한 솔루션이 필요했다.

CNS = 춘

- 'CNS'를 키보드로 입력한다면
- 이미 오래 전부터 사용된 기획안



V - Log

- 어렵지 않은 콘텐츠
- 정교하지 못한 구성

#2 본격적인 우리들의 성장 과정

평가는 바람과 같아
언제 바뀔지 모른다.

LG CNS 2팀

02

03 LG CNS 2팀 X 김도균 멘토

압도적 유익함

페이퍼로지, 멘토 김도균

기획자이자 인기강사 유튜버인 페이퍼로지는 현재 대표 기획자로서 (주)와이즈 라이온 회사를 운영하고 있다. 기획과 PPT, 그리고 그것을 돈으로 만들기까지 자기 생각을 타인에게 효과적으로 보여 주는 것에 성공의 길이 있다고 믿으며 이를 끊임없이 연구하고 있는 중이다.

페이퍼로지 PPT 유튜브를 운영하고 있으며 PPT / 제안서 / 기획서 유튜브 구독자 수 1위를 기록했다. 다수의 도서를 출간했으며, 회사 안팎에서 성공하는 기획자로 남기 위해 하루하루를 열심히 살아가고 있다.



03 해결책을 찾기 위한 비밀 지도 1

013 / 100

기획의 본질을 통해
목적を 찾도록 만드는 능력

구조 없는 기획의 밑천은 금방 드러나고 말았다. 김도균 멘토는 LG CNS 2팀이 기획의 본질을 통해 과제의 목적을 찾을 수 있는 3가지 솔루션을 제시했다.



클라이언트 커뮤니케이션

의뢰인이 무엇을 필요로 하는지, 현재 해당 산업의
메인 키워드는 무엇인지 소통해야 한다



목표 타킷 분석

의뢰인으로부터 제공받은 목표 타킷의
현재 니즈를 정교하게 파악해야 한다.



지속 가능한 세계관 구축

재미의 간극을 깰 수 있는 본인만의
세계관을
슬로건화, 키워드화 해서 구축해야 한다.

03 해결책을 찾기 위한 비밀 지도 2

014 / 100

기획의 본질을 통해
목적물을 찾으려 노력하는 능력

구조 없는 기획의 밑천은 금방
드러나고 말았다. 김도균 멘토는 LG
CNS 2팀이 기획의 본질을 통해
과제의 목적물을 찾을 수 있는 3가지
솔루션을 제시했다.



클라이언트 커뮤니케이션

의뢰인이 무엇을 필요로 하는지, 현재 해당
산업의
메인 키워드는 무엇인지 소통해야 한다



목표 타깃 분석

의뢰인으로부터 제공받은 목표 타깃의
현재 니즈를 정교하게 파악해야 한다.



지속 가능한 세계관 구축

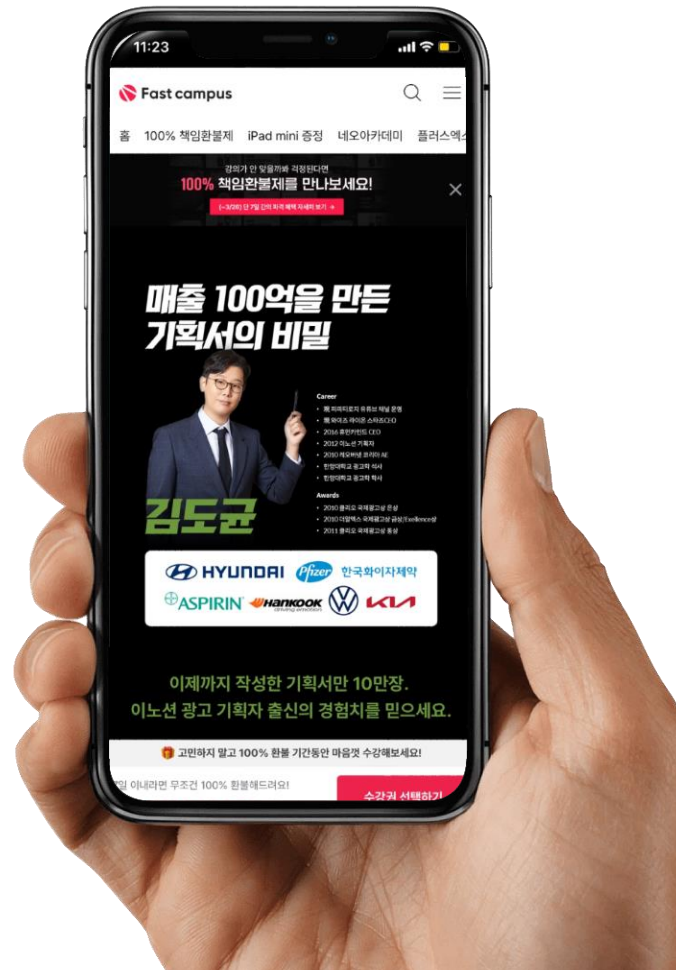
재미의 간극을 깰 수 있는 본인만의
세계관을
슬로건화, 키워드화 해서 구축해야 한다.

03 해결책을 찾기 위한 비밀 지도 3

015 / 100

기획의 **본질**을 통해
목적을 찾도록 만드는 능력

구조 없는 기획의 밑천은 금방 드러나고 말았다. 김도균 멘토는 LG CNS 2팀이 기획의 본질을 통해 과제의 목적을 찾을 수 있는 3가지 솔루션을 제시했다.



클라이언트 커뮤니케이션

의뢰인이 무엇을 필요로 하는지, 현재 해당 산업의
메인 키워드는 무엇인지 소통해야 한다



목표 타킷 분석

의뢰인으로부터 제공받은 목표 타킷의
현재 니즈를 정교하게 파악해야 한다.



지속 가능한 세계관 구축

재미의 간극을 깰 수 있는 본인만의
세계관을
슬로건화, 키워드화 해서 구축할 수 있어야
한다.

목표에서 목적으로

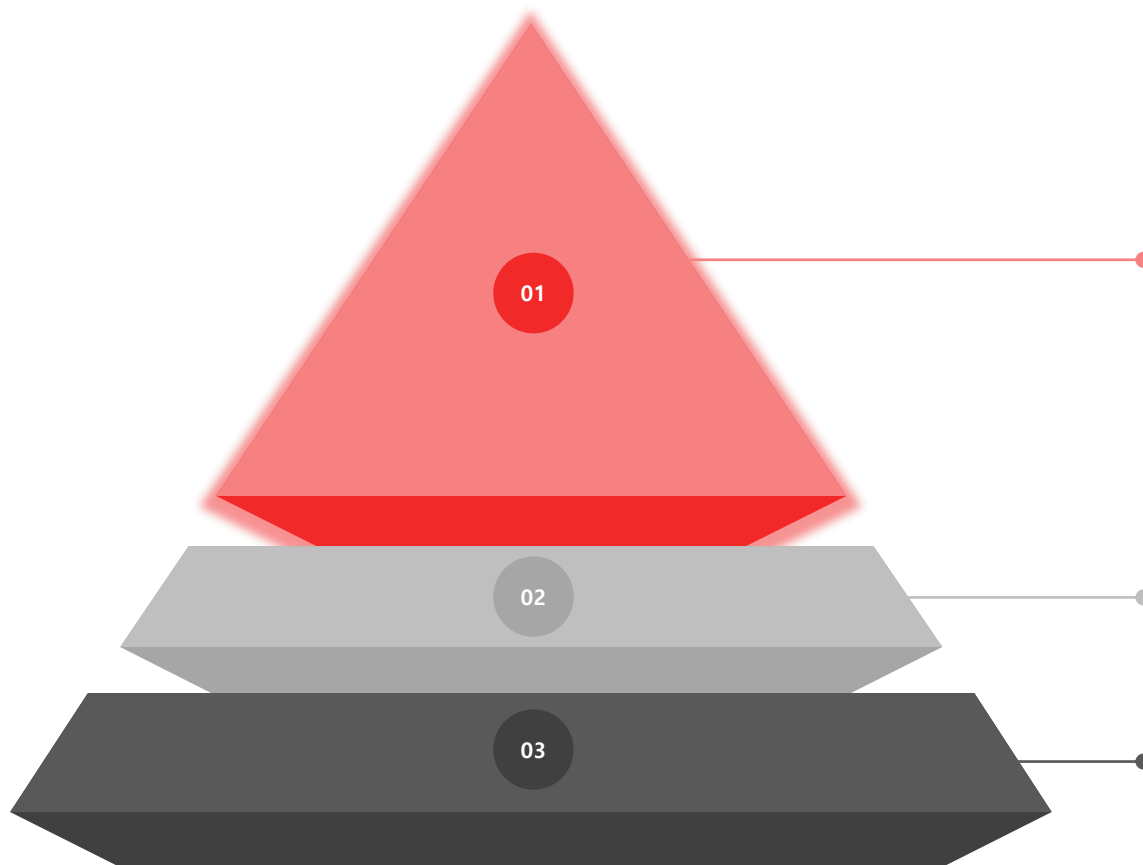
지속(持屬): 어떤 상태가 계속 오래됨. 또는 어떤 상태를 계속 오래함

간극(間隙): 두 가지 사건이나 현상 사이의 틈

솔루션에 기반한 기획을 통해
장기적으로 활용 가능한 브랜딩을 구축해라

03 LG CNS 2팀의 3단계 공든탑

017 / 100



1. 자사분석

본 프로젝트의 의뢰인인 LG CNS가 기업 차원에서 어떤 방식의 마케팅을 좋아하고, LG CNS의 B2B 산업 중 어떤 비즈니스가 가장 떠오르고 있는지 분석

2. 고객분석

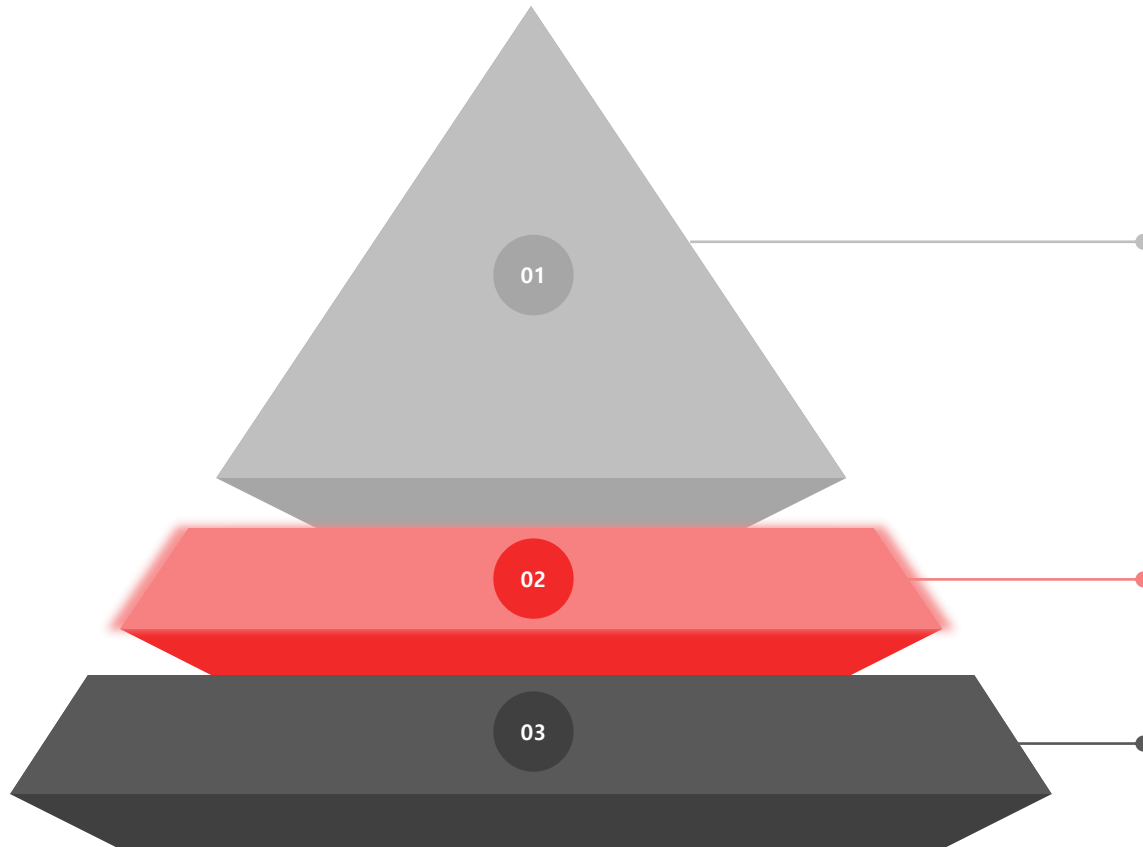
LG CNS의 목표 타깃인 MZ 세대, 그 중에서도 밀레니얼 Z 세대의 유튜브 채널 선호도 분석, 자체 설문조사, 기업 보도자료 스크랩

3. 세계관 구축

기업 특유의 보수적 마케팅과 MZ 세대 유머 코드의 간극을 깨고 지속 가능한 LG CNS 2팀만의 DX 세계관 키워드화

03 LG CNS 2팀의 3단계 공든탑

018 / 100



1. 자사분석

본 프로젝트의 의뢰인인 LG CNS가 기업 차원에서 어떤 방식의 마케팅을 좋아하고, LG CNS의 B2B 산업 중 어떤 비즈니스가 가장 떠오르고 있는지 분석

2. 고객분석

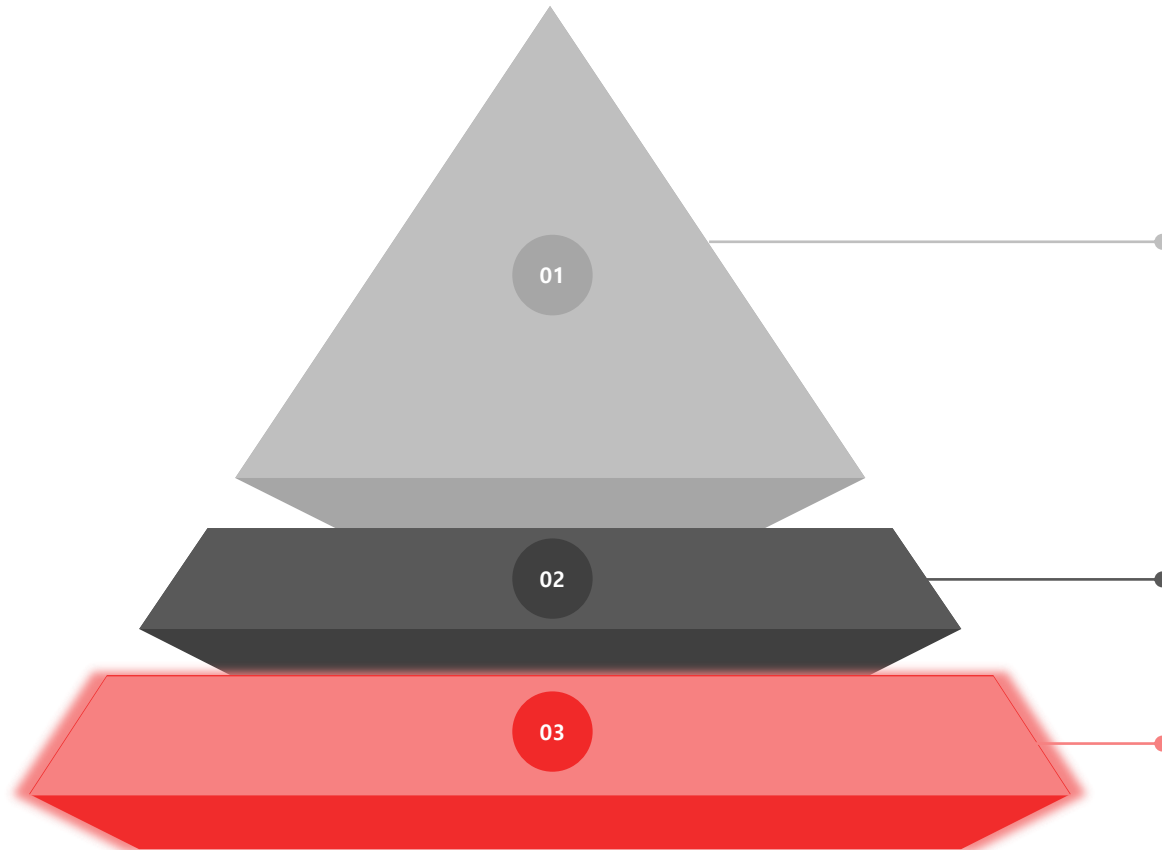
LG CNS의 목표 타깃인 MZ 세대, 그 중에서도 밀레니얼 Z 세대의 유튜브 채널 선호도 분석, 자체 설문조사, 기업 보도자료 스크랩

3. 세계관 구축

기업 특유의 보수적 마케팅과 MZ 세대 유머 코드의 간극을 깨고 지속 가능한 LG CNS 2팀만의 DX 세계관 키워드화

03 LG CNS 2팀의 3단계 공든탑

019 / 100



1. 자사분석

본 프로젝트의 의뢰인인 LG CNS가 기업 차원에서 어떤 방식의 마케팅을 좋아하고, LG CNS의 B2B 산업 중 어떤 비즈니스가 가장 떠오르고 있는지 분석

2. 고객분석

LG CNS의 목표 타깃인 MZ 세대, 그 중에서도 밀레니얼 Z 세대의 유튜브 채널 선호도 분석, 자체 설문조사, 기업 보도자료 스크랩

3. 세계관 구축

기업 특유의 보수적 마케팅과 MZ 세대 유머 코드의 간극을 깨고 지속 가능한 LG CNS 2팀만의 DX 세계관 키워드화

03 자사분석 1 - 스마트 물류 & X



LG CNS의 DX 기술을
어떻게 **일상에 녹여낼** 것인가



스마트 물류

2023년 LG CNS의 비즈니스 히트는
IT와 설비의 조합으로 디지털
웨어하우스를 구축하는 스마트 물류에
있었다.



LG 'X'

LG그룹은 유독 'X'라는 단어를
좋아한다.
'X'와 관련된 제품이 유독 많은 것도
그 이유

03 자사분석 1 - 스마트 물류 & X



LG CNS의 DX 기술을
어떻게 **일상에 녹여낼** 것인가



스마트 물류

2023년 LG CNS의 비즈니스 히트는
IT와 설비의 조합으로 디지털
웨어하우스를 구축하는 스마트 물류에
있었다.



LG 'X'

LG그룹은 유독 'X'라는 단어를
좋아한다.
'X'와 관련된 제품이 유독 많은 것도
그 이유

03 고객분석 1 – MZ Generation

자극적인 제목의 코미디 영상이 56%의 밀레니얼 Z세대를 이끌다

2022년 7월, 대학내일20대연구소 주관으로 MZ 세대의 콘텐츠 소비를 조사한 설문조사에서 Z 세대의 81.2%가 영상 플랫폼을 사용한 경험이 있고 그 중 58.2%가 유튜브를 이용하며, 밀레니얼 Z 세대 중 56%의 비율이 코미디 영상을 소비한다는 것으로 전해졌다.

LG CNS 2팀은 이러한 고객분석을 통해 우리의 콘텐츠가 목표 타깃인 밀레니얼 Z 세대 이용자들에게 전달되려면 자극적인 제목과 코미디가 주제가 되는 영상이 필요하다는 인사이트를 도출할 수 있었다.



X

“우리 회사 진짜 X됐어”

기업과 MZ 유머 코드의 간극을 깨는
새로운 세계관 구축

스마트물류 쇼츠 영상
(검정배경)

03 자사분석 2 – 하루조각 & 버터타임

025 / 100



LG CNS의 DX 기술을
어떻게 **일상에 녹여낼** 것인가



하루조각

IT 기업이 출시한 최초의 마이 데이터
서비스로, DX 기술을 통해 고객의
생활패턴이나 소비패턴을 정리해주는
어플



버터타임

DX 기술과 AI 기술로 영어회화
실력에 따라 맞춤 학습을 제공하고,
TOEIC, OPIC 등 공인영어시험 점수도
예측해주는 어플

03 자사분석 2 – 하루조각 & 버터타임

026 / 100



LG CNS의 DX 기술을
어떻게 **일상에 녹여낼** 것인가



하루조각

IT 기업이 출시한 최초의 마이 데이터 서비스로, DX 기술을 통해 고객의 생활패턴이나 소비패턴을 정리해주는 어플



버터타임

DX 기술과 AI 기술로 영어회화 실력에 따라 맞춤 학습을 제공하고, TOEIC, OPIC 등 공인영어시험 점수도 예측해주는 어플

03 고객분석 2 - 복학생

수요와 공급이 꾸준한 코미디 컨셉은
70%의 복학생 컨셉에 있었다

목표 타깃인 밀레니얼 Z 세대를 관통할 수 있는 코미디 컨셉을 찾기 위해

LG CNS 2팀은 자체적으로 Z 세대의 공감 컨셉 설문조사를 진행하였다.

50명의 지원자 중, 35명 이상이(70%) 복학생 컨셉이 식상하지 않고, 주변에서 실제로 경험해본 적이 있으며, 관련 콘텐츠를 시청하였다는

객관적인 수치를 통해 목표 타깃을 공략할 수 있는 확실한 인사이트를 얻어낼 수 있었다.



박상환 X 이준철

인싸 복학생 미남 상환 오빠와 인싸가 되고 싶은 TMI 전문가 준철 선배

기업과 MZ 유머 코드의 간극을 깨는
새로운 세계관 구축

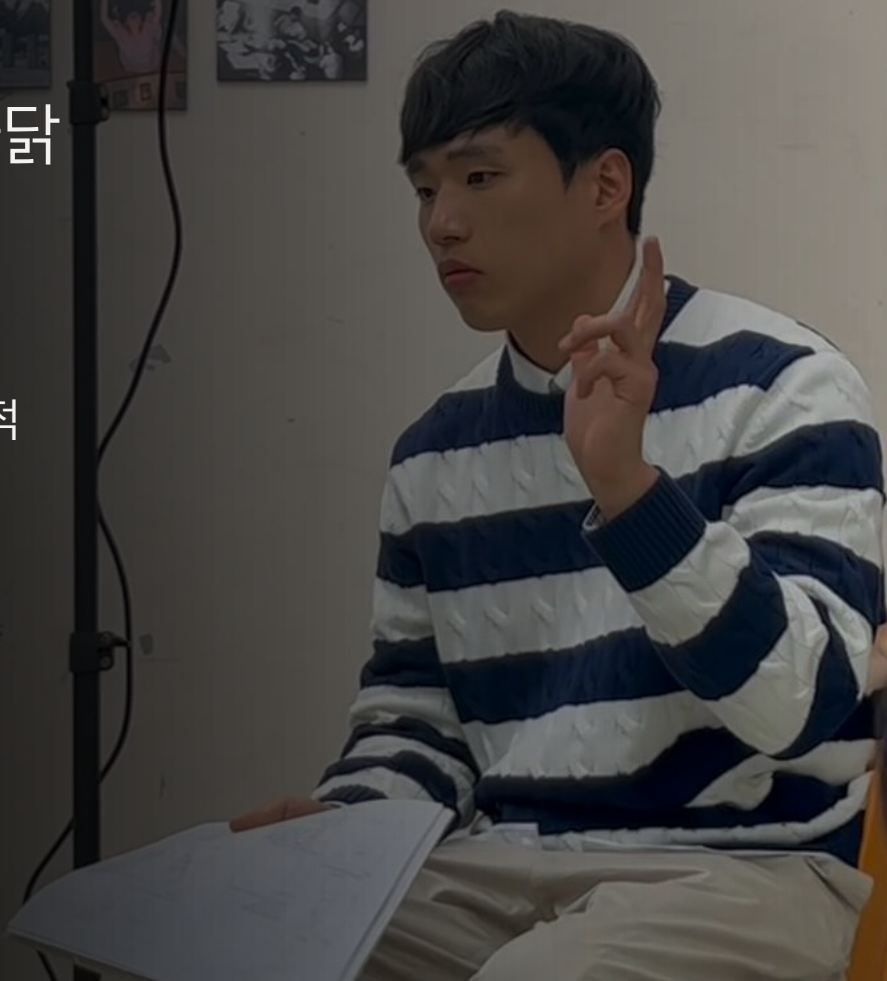
복학생 쇼츠 영상
(검정배경)

LG CNS 2팀의 첫 만남은 침묵에서 시작했다

16명의 인원 중 13명의
MBTI는 내향형 'I'



우리는 모습이 없는 까닭
에
침묵을 두려워했다
대면과 비대면을 가리지 않고
정적의 시간이 압도적으로 지배적
이었다



A close-up photograph of several hands holding small, clear glass cups filled with a light-colored beverage, likely soju. The hands are clinking the glasses together in a toast. The background is slightly blurred, showing a restaurant setting with bottles on a shelf and plates of food on the table.

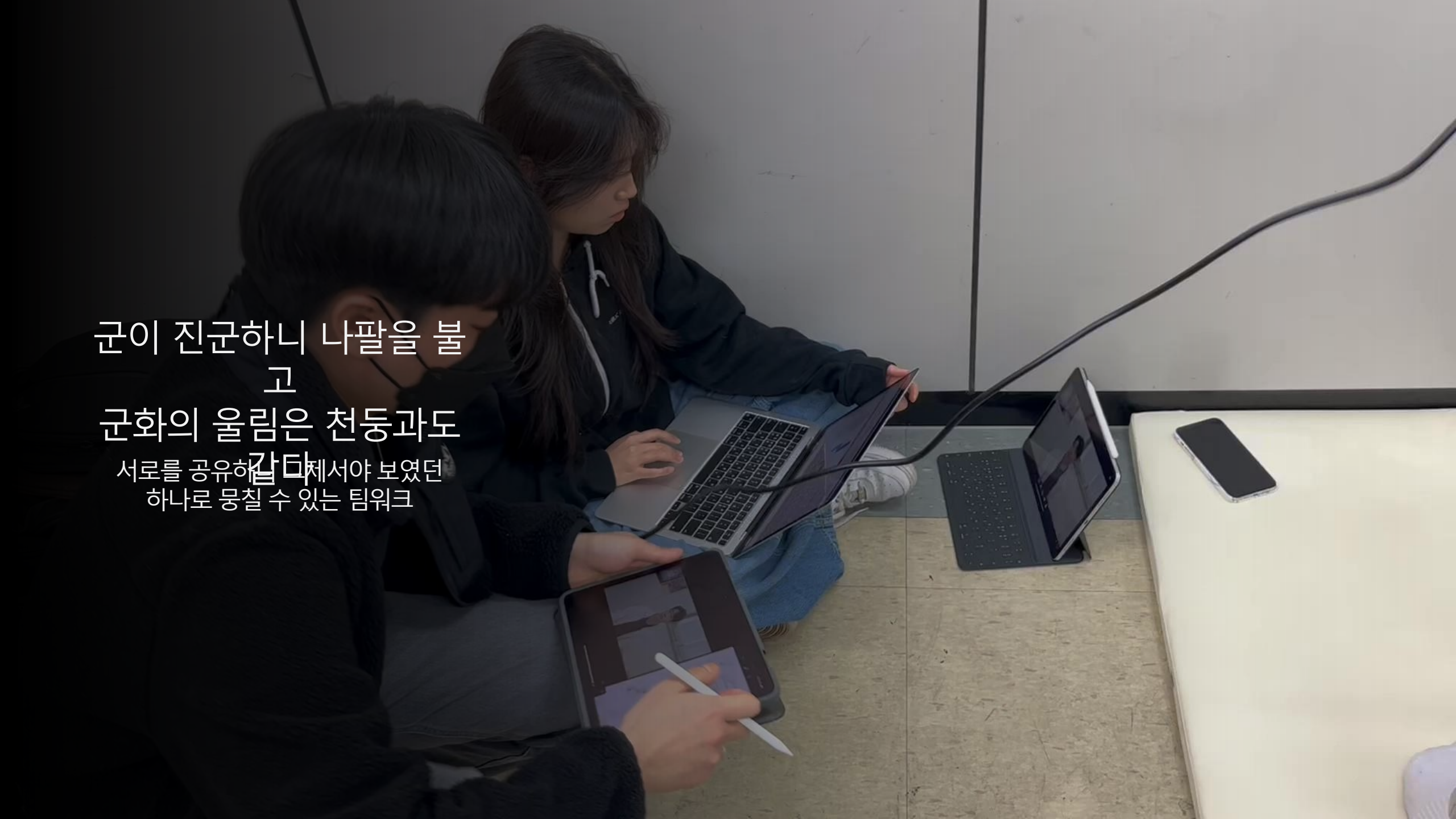
팀으로서 존재하기 위해 서로를 공유하는 연습

잠시 모든 것을 내려놓고 가졌던,
목표를 세우기 위한 친목 활동 진행

군이 진군하니 나팔을 불
고

군화의 울림은 천둥과도

서로를 공유하 **같다** 체서야 보였던
하나로 뭉칠 수 있는 팀워크



우리의 모습이 없을지라도
우리의 가치는 멈추지 않
는다

하나의 팀, 하나의 과정, 하나의 결과라
는
One-Team의 정체성 확립



“우리는 달에 갈 것입니다”

- 1961년 John F. Kennedy Speech

‘10년 이내 인간이 달에 착륙하게 하겠다’는 비전을 제시하며,
두려움 가득한 냉전시대에 희망을 안겼듯,

LG CNS 2팀 역시 ‘성장’이라는 비전을 통해
하나의 팀으로서 확실한 결과의 차이를 만들었습니다.

LG CNS 2팀, 우리는 성장했기 때문에 해낼 수 있었습니다.