아시아나항공 합격 자기소개서

직무 : 객실승무원

1. 자신의 특성과 성장배경에 대하여 500이상 800자이내

<부끄러워하지 말아라, 자만하지 말아라>

무엇을 하든 늘 응원해주시는 부모님 덕분에 어렸을 때부터 부끄러움이 많이 없었습니다.

반장선거에 4번이나 떨어졌지만 그 외 각종 임원을 맡았고 5번째에는 반장이 될 수 있는 기회가 주어졌고, 부모님께서는 반의 대표가 되었으니 친구들이 하기 싫어하는 부분을 너가 할 줄 알아야 한다는 조언도 아낌없이 해주었습니다. 응원과 조언은 저를 더욱 더 강하게 만들어주었고, 위치에서 자만하지 않도록 도와주셨습니다.

고객에게 다가갈 때에는 부끄러움이 없어야하고, 기업 혹은 파는 제품에 대해 자만하지 말아야 한다고 생각합니다. 대형마트에서 고추장을 판매하는 아르바이트를 했을 때 이용률이 높은 고객을 만났을 경우에는 오히려 고객에게 배우는 경우도 있었습니다.

계산원으로 아르바이트를 했을 당시, 대리님께서 고객님이 가장 마지막서비스를 받는 곳은 이곳이다. 라는 말을 자주하셨습니다. 마트 내에서 속상한 일이 있으셨던 고객분이 계산하면서 마음이 풀렸다는 칭찬게시판의 글을 보고 자부심을 갖으며 계산만 하는 곳이 아니라 마지막 서비스를 드리는 곳이다 라는 생각으로 더욱 더 활짝 웃는 미소로 고객들을 맞이하니 고객들도 무뚝뚝한 얼굴이 아닌 미소로 답하는 모습을 발견할 수 있었습니다.

진솔함은 언제나 타인의 마음을 열 수 있다고 생각합니다. 귀사에 입사하여 고객에게 늘 진솔함으로 다가가는 캐빈승무원이 되고 싶습니다.

2. 국제선 캐빈승무원에 지원하게 된 동기 500자 이상 800이내

<눈으로 읽는 마음>

캄보디아에서 해외봉사를 마치고 한국으로 돌아오는 비행기 안은 모국으로 돌아간다는 마음으로 시끌벅적 했습니다. 얼굴에 심한 건조함을 느껴 객실승무원에게 미스트가 있나요? 여쭤봤지만 객실에 준비된 것은 없다는 답변에 금새 실망하고만 저의 눈빛을 단번에 읽으셨는지 제 것이 있는데 혹시 괜찮으시다면 가져다 드릴까요? 라는 말과 함께 물을 드시면 좋다고 미스트와 물을 주셨습니다. 그 때 승무원에게 많은 고마움과 깊은 배려심을 느끼게 되었고 진정한 서비스가 무엇인지 되돌아보는 시간 이였습니다.

<삶에 대한 열정>

몇 년 전 KBS VJ특공대에서 나왔던 승무원들의 이야기에 대한 영상을 보고 깊은 매력을 느꼈습니다. 하나의 목표를 위해 열심히 달리는 승무원들을 보고 있으면 제 가슴도 덩달아 뛴다는 것을 느꼈습니다. 준비하기까지의 수많은 어려움. 그리고 승객을 위해 수동적인 아닌 적극적으로 나서서 행동하는 승무원을 통해 삶의 열정과 타인에게 줄 수 있는 진정한 배려가 무엇인지 느끼게 되었습니다.

<나의 구세주>

싱가폴에서 경유할 일이 있었습니다. 비행기.공항 이 모든 것이 첫 경험이였던 저는 긴장상태였습니다. 어디로 가야할지 우왕자왕하고 외국이라는 낯선 곳에서 너무 무섭고 두려움이 가득했는데 비행을 마치고 나오는듯한 승무원그룹 중 한 분께서 제가 쭈뼛쭈뼛하니 도와드릴일이 있으시냐고 물어봐주시고 친절하게 안내를 해 주시는 모습이 8년이 지난 지금도 마음속에 감동으로 남아 있습니다.

3. '아시아나항공'하면 떠오르는 이미지와 함께 본인이 이를 어떤 형태로 개선/보완할수 있을지에 대해 300자 이상 800이내

<함께 성장할 수 있도록 도와주는 기업>

저는 아시아나항공하면 떠오르는 이미지는 안전우선과 고객들을 최우선하는 따뜻한 마음이 떠오릅니다. 이에 따라 2011년도에 생겨난 함께 비상하는 아름다운 세상이라는 모토아래 사회공헌활동영역을 넓혀가고있는 아시아나에 입사하고 싶습니다. 캄보디아 해외봉사를 통해 지금 내가 마시고 있는 물 한 모금이 얼마나 소중한 것인지 깨닫게 되었습니다. 헌혈을 통해 필요한 분들에게 작은 도움을 줄 수 있다는 기쁨을 느끼게 되었습니다. 귀사에 입사 후 작은 것에도 감사할 줄 알며 가장 높은 곳에 있지만 가장 낮은 마음으로 고객 한 분 한 분에게 다가가고 싶습니다.

4. '아시아나항공'이 당면한 가장 위협적인 경쟁자를 선택하여 이에 대항할 수 있는 효과적인 전략 제안300자이상 800이내

<언론매체의 힘>

가장 위협적인 경쟁자는 영상으로 사람들에게 다가가는 언론매체라고 생각합니다.

매체로부터 사람들은 자연스럽게 상품 혹은 기업을 경험하게 만듭니다. 예를들면 한류효과를 더 증폭 시키므로서 사람들의 여행수요를 증가시킵니다. 이렇게 좋은 면만 있으면 더없이 좋겠으나 매체로 하여금 사람들이 등을 돌릴수도 있다는 사실입니다. TV나 소셜 네트워크를 통해 이벤트를 개최하면 보다 많이 아시아나 항공에 대해 쉽게 접할 수 있고 보다 편안하게 아시아나를 이용하게 될 것 같습니다. 마치 내가 타본 것 처럼, 마치 내가 아시아나를 이용해 본 것 같은 그런 이벤트 또는 홍보를 통해 사람들에게 보다 널리 알려졌으면 좋겠습니다.