

8-1. 전략·기획 (브랜드전략)

Q1 직무에 대해 소개해 주세요

마케팅은 워낙 광범위한 업무라 그 안에서도 영역이 세분화 되어 있어요. 대표적으로는 **브랜드 마케팅**과 **퍼포먼스 마케팅**이 있습니다.

브랜드 마케팅이란 장기적으로 브랜드 인지도, 신뢰성, 이미지 구축에 중점을 둡니다. 우리회사가 고객에게 어떤 가치를 전달하는지 알리는 활동이죠. 직접적인 매출로 성과 측정이 어렵지만, 단기적으로는 절대 쌓을 수 없는 고객과 회사간 감성적 연결과 브랜드 스토리텔링을 목표로 해요.

반면 **퍼포먼스 마케팅**은 실질적인 성과에 초점을 두고, 구체적인 행동 구매, 클릭, 앱 설치 등을 유도하는 활동을 해요. 즉각적인 고객 반응을 유도하여 ROI Return on Investment 를 계산하며 목표치에 얼마나 도달하였는지 수치적으로 성과를 측정해요.

브랜드전략 담당부서는 신한투자증권의 **브랜드 마케팅**을 담당해요. 즉, 광고 캠페인, 스폰서십, 브랜드 콜라보 제휴 등을 기획합니다. 또한 고객 타겟별 맞춤 브랜드 경험을 선사하고자 우수 고객층만을 위한 VIP 고객 행사, MZ세대 신규 고객층 확보를 위한 대학생 서포터즈 등의 프로그램을 운영하고 있습니다.

Q2 부서에서는 하루를 어떻게 보내시나요?

매일매일 다른 브랜드전략 담당부서의 하루일과를 예로 들어볼게요

- 08:00** 당일까지 검토 완료 해야 할 광고물 리스트 확인
- 09:00** 광고대행사에서 보낸 자료 검토 (광고모델 선정, 콘티, 촬영 컨셉 등)
- 10:00** 광고안에 대한 팀원 의견 토의
- 12:00** 점심식사
- 13:00** 여의도역 역사 내 신한투자증권 문화공간 설치업체 미팅
- 15:00** 문화공간 인테리어 디자인 시안 검토
- 16:00** VIP 고객 대상 프라이빗 미술전시회 현장점검 외근
- 17:00** 현장점검 완료 후 외근지에서 퇴근

8-1. 전략.기획 (브랜드전략)

Q3 업무상 필요한 역량은 무엇인가요?

기본적으로 **시장조사 및 데이터 분석능력**이 필요해요. 시장의 트렌드를 파악하여 현재 유행하고 있는 **이종업계 업체와 이색 콜라보**를 할 수도 있고, 고객의 연령/성별/자산 등의 데이터를 분석하여 **타겟별 맞춤형 서비스**를 기획해볼 수도 있어요.

또한 디테일을 놓치지 않는 **꼼꼼함**도 필요해요. 브랜드전략 담당부서의 가장 중요한 업무 중 하나인 **Brand Auditing 브랜드 감사** 은 신한투자증권의 광고물, 굿즈, 대외용 자료 등에서 CI Corporate Identity, VI Visual Identity 와 같은 가이드가 잘 지켜지는지 점검하는 일을 말해요. 우리회사 브랜드 가치를 고객에게 **일관성 있게 전달**되도록 정해진 규칙을 잘 준수하는지 관리할 때는 담당자의 꼼꼼함이 필수랍니다.



Q4 직무의 매력은 무엇이고 언제 보람을 느끼나요?

대형 증권사들 중에서 우리회사 인지도와 선호도를 높이는 일은 브랜드전략 담당부서의 핵심 과제예요. **브랜드 인지도***가 높을수록 주식거래를 처음으로 시작하는 고객이 첫 증권사를 선택할 때 매우 중요하게 작용해요. 매년 말이면 증권업계에서 우리회사의 브랜드 인지도는 어느 정도인지 지표 조사를 진행하는데, 수치적으로 올라간 것을 보면 앞으로 더욱 열심히 해야겠다는 동력이 됩니다.

*브랜드 인지도: 최초 상기도 TOM, Top of Mind, 보조 상기도, 비보조 상기도 등

우리회사는 2022년에 신한금융투자에서 좀 더 증권사임을 직관적으로 나타내는 '**신한투자증권**'으로 사명을 변경했어요. 이미 이전 이름이 익숙한 시장에 새로운 이름을 알리기란 쉽지 않았어요. 그래서 신사명을 알리는 영상광고를 제작하고, 5.9호선 여의도역에 독점으로 신한투자증권역이라고 병기하는 등의 다양한 활동을 하니, 이제는 신한투자증권으로 잘 자리매김 된 것 같아 매우 큰 보람을 느낍니다.