

N° 01

Career.

SR. GLOBAL BRAND MARKETER

Hyunjun Kim · 김현준

EMAIL

khjkhjkhj88@gmail.com

BASED

Abu Dhabi, UAE · Seoul 복귀 예정

PROFILE

LinkedIn

N° 02

Highlights.

주요 내용

- 9년간 마케팅 전략 수립부터 실행, 결과 보고까지 전 과정을 담당
- 인하우스 5년과 에이전시 4년에 걸쳐 GTM · IMC · 콘텐츠 · 퍼포먼스 · 소셜 · 인플루언서 · 오프라인 마케팅까지 전 영역을 커버
- NEXON의 신사업이자 최초 블록체인 프로젝트 MapleStory Universe의 글로벌 마케팅을 약 4년간 담당
 - 메이플스토리 유니버스 빌드업부터 런칭 후 안정화까지 전 마일스톤의 연간 마케팅 전략 및 플랜 수립, 실행 전반을 주도
 - 글로벌 마케팅 마스터 플랜 구축 후 로컬 5개국 현지화 마케팅에 적용
 - 연간 마케팅 예산 \$1M+ 운영, 에이전시 10곳 이상 협업
- 글로벌 게임사의 국내 런칭 마케팅 및 커뮤니티 마케팅을 대행
 - 캠페인, 이벤트, 브랜드 공간부터 광고 크리에이티브까지 전반적인 영역에서 마케팅 기획 및 실행 담당

주요 성과

- 메이플스토리 유니버스 공식 X 채널 팔로워 230K 확보
- 메이플스토리 유니버스 글로벌 런칭 2주 만에 신규 유저 256K 확보
- Cyberpunk 2077 미디어 장악 캠페인 노출 158M으로 목표 달성
- Cyberpunk 2077 언박싱 라이브 동시 접속 65.6K 기록 Red Dot Award 2021 Winner
- Supercell Lounge 2년간 이벤트 72회 진행, 콘텐츠 누적 뷰 11M 확보 A.N.D Award 2년 연속 수상

N° 03

Company.

2022.08 - 현재

NEXON

- 글로벌 Top-tier 게임사
- 신사업 부서에서 근무 중 신사업 분사 및 해외 법인 설립으로 NEXPACE로 최종 이동
- Ecosystem Business Growth Team의 Senior Marketing Manager로 근무

— 메이플스토리 유니버스 생태계 플랫폼의 글로벌 마케팅을 담당

소속 법인

2022.08 - (주)넥스코리아 블록체인본부
2023.10 판교

2023.11 - 주식회사 넥슨유니버스
2024.08 판교

2024.08 - 현재 NEXPACE Limited
아부다비

2018.10 -
2022.08

designfever

— 디지털 마케팅 크리에이티브 에이전시

— Planning 1 Team의 브랜드 마케터이자 AE로 근무

— 글로벌 Top-tier 게임사의 마케팅과 커뮤니티 운영을 대행

2017.04 -
2018.06

CoA.in

— 유럽 여행 프로그램 운영사

— 온라인 마케팅팀 소속으로 온라인 마케터로 근무

— 2030 유럽 여행 프로그램 '워크 페스티벌' 온라인 마케팅을 담당

N°04

Experience.

NEXON.

2022.08 - 현재 · SENIOR MARKETING MANAGER · 인하우스

Phase 1. Build UP — 런칭 기반 확보 2022.08 ~ 2024.08

01. 소셜 커뮤니티 및 인플루언서 네트워크 구축

미션	— 메이플스토리 유니버스 런칭 시 기반이 될 수 있는 커뮤니티를 구축하고 인플루언서를 확보
실행	— X(트위터)를 메인 채널로 정하고 채널 개설부터 콘텐츠 전략·운영 체계 수립 — Web3·게이밍 크로스 도메인 인플루언서 발굴 및 전용 커뮤니케이션 채널 운영 — 커뮤니티 구축 및 인플루언서 지속 관리를 위한 에이전시 발굴 및 계약
오너십	— X(트위터) 채널 운영 70% — 인플루언서 확보 및 발굴 100% — 인플루언서 에이전시 매니징 100%
성과	— X 채널 개설 후 팔로워 230K 확보 — 인플루언서 100명 확보 및 상시 커뮤니케이션 채널 운영

Phase 2. Pre-Launching — 알파 & 베타 테스트 2024.08 ~ 2025.04

02. The Genesis 테스트 모객 마케팅

미션	— 2차 오픈 베타 테스트의 실제 유저 모객. 마케팅 규제에 액션이 제한된 Web3 환경에서 대규모 테스터를 모객하는 것이 중요
실행	— 2차 오픈 베타 테스트 마케팅 전략 및 상세 플랜 수립 — 기 구축된 커뮤니티를 중심으로 커뮤니케이션으로 1차 타겟을 확보하고, 광고를 통해 2차 타겟까지 확보하는 전략 구축 — 공식 웹사이트 유입부터 최종 테스터 참가까지 퍼널 설계 및 이탈 지점 예측하여 가이드 배포
오너십	— 마케팅 전략 수립 및 상세 플랜 수립 80% — 마케팅 실행 및 결과 보고 90% — 에이전시 매니징 100%
성과	— 2차 오픈 베타 테스트 506K 유저 유치 — 제네시스 기간 동안 공식 웹사이트 방문자 1.7M 및 가입 972K 달성

03. 글로벌 컨퍼런스 참가

미션	— Web3 시장에서 브랜드 인지도 향상 — 프로젝트 주요 내러티브 발산 및 미디어 버즈 발생
실행	— TOKEN2049 Singapore 2023 메인 스폰서 참가. 키노트, 스테이지 브랜딩, 라운지, 미디어룸 등을 기획 운영 — TOKEN2049 Singapore 2024 애프터 이벤트 기획·운영 — Binance Blockchain Week 2025 (Dubai) 브랜드 부스 기획·운영 — YGG Play Summit 2024 전시 부스 디자인
오너십	— 부스 컨셉 및 디자인 기획 80% — 브랜딩 제작물 및 배포 굿즈, 팸플릿 기획 및 제작 100% — 현장 경험 설계 및 소셜 이벤트 기획 운영 70% — VIP 및 인플루언서 초대 관리 90% — 현장 운영 참가 60%
성과	— 넥스페이스 및 메이플스토리 유니버스 인지도 향상 — 넥스페이스 및 메이플스토리 유니버스 컨퍼런스 참가 후기 및 인증 소셜 콘텐츠 부스팅

04. NXPC Token Comics — 기술문서의 웹툰화

미션	— 프로젝트 핵심 기술 문서인 Tokenomics White Paper를 외부에 공개 — 중요한 내용이지만 일반 유저가 소화하기 어려워 쉽고 접근성이 높은 방식으로 공개 필요
실행	— Tokenomics를 Tokencomics로 기획 — 기술문서를 10회 이상 정독하여 핵심 메커니즘 정의하고 웹툰 스토리로 재구성 — 일부 복잡한 내용은 웹툰으로 설명이 어려워, 해당 부분은 웹툰 중간에 영상을 삽입하여 제작 — 웹툰 스튜디오, 영상 스튜디오, 웹 에이전시 등 3개 업체 동시 아웃소싱하여 제작
오너십	— 콘텐츠 기획 90%

- 제작 디렉팅 및 매니징 100%
- 에이전시 매니징 100%

성과

- 광고 집행 없이 노출 **538K** 및 공유 리트윗 **33K** 달성
- 게임뷰 등 게임 매체 오가닉 픽업
- 업계 차원에서 주요 마케팅 레퍼런스로 참고

Phase 3. Global Launching 2025.05

05. MapleStory Universe / MapleStory N 글로벌 런칭 GTM

미션

- 메이플스토리 유니버스의 글로벌 런칭으로 메이플스토리 N 게임과 NXPC 토큰 동시 출시
- Web3·P2E 관련 마케팅 규제로 주요 시장의 마케팅 집행이 제한된 조건에서 런칭 임팩트를 생성하고 게임 모객까지 연결 필요

실행

- 기 구축된 커뮤니티를 중심으로 커뮤니케이션 플랜을 수립하여 1차 타겟을 모객
- 2차 타겟은 "미도달 P2E 유저"로 정의하고, 이를 모객 마케팅의 핵심 타겟으로 설정
- 규제로 전통적 마케팅 액션이 제한된 환경에서 '프론트엔드-백엔드' 마케팅 프레임워크를 자체 정의하여 캠페인 설계
 - 백엔드: 타겟에게 직접 보이지 않지만 기초가 되는 축. 제3자 채널(미디어·리서치·KOL)의 콘텐츠와 바이럴 파이프라인
 - 프론트엔드: 타겟에게 직접 노출되는 공식 캠페인. 밈 쇼츠와 Global Stream Clash가 해당
 - 백엔드 기초 위에서 프론트엔드로 인게이지먼트가 발생하면 2·3차 자생적 확산으로 증폭되는 구조
- 밈 쇼츠 바이럴 캠페인으로 런칭 인지도를 향상시킨 후 런칭과 함께 스트리밍 컴페티션으로 트위치와 유튜브 내 스트리밍 점유율을 높이는 전략으로 캠페인 기획

오너십

- 런칭 캠페인 기획 및 실행 90%
- 밈 쇼츠 기획 및 제작 100%
- 스트리밍 컴페티션 상세 기획 및 운영 디렉팅 100%
- 에이전시 매니징 100%

성과

- 예산 **\$637K**로 2주 만에 신규 유저 **256K** 확보
- 밈 쇼츠 광고 집행 1주 만에 **110M** 노출 및 **134K** 클릭 전환 확보
- \$200K 상금 배정하여 스트리밍 컴페티션 진행. 총 **172명** 글로벌 스트리머 참가하여 10일간 **664회** 스트리밍 생산. 스트리밍 회당 단가 약 \$300으로 업계 표준 대비 1/10 효율 확보

Phase 4. Settlement & On-going 2025.05 ~ 현재

06. Infinite IP Playgrounds 온라인 쇼케이스

미션

- MapleStory Universe의 비전을 정의하고 외부에 발표하는 온라인 쇼케이스

실행

- 메이플스토리 유니버스의 비전 One liner "Infinite IP Playgrounds" 카피라이팅
- 온라인 쇼케이스 기획 및 세부 구성 정의
- 각 구성별 촬영 방식, 모션 스타일 참고를 위한 레퍼런스 서치
- 3주 제작 기간 내 완료하기 위해 모듈 제작 전략을 활용
- AI 영화제작자, 영상 스튜디오, 애니메이션 프리랜서 등 다수 작업자에게 파트를 분배하고 제작을 총괄

오너십

- 온라인 쇼케이스 기획 및 제작 및 촬영 디렉팅 100%

	— 온라인 쇼케이스 라이브 송출 100%
	— 에이전시 매니징 100%
성과	— 라이브 뷰어십 26.4K
	— games.gg 등 영문 매체 오가닉 픽업

07. MSU X Friends — 공식 인플루언서 프로그램

미션	— 공식 채널에 게시되는 콘텐츠의 바이럴을 위한 2차 콘텐츠 생산과 확산을 지속시킬 구조 필요
	— 기존 인플루언서 시스템을 재정비
실행	— X(트위터) 인플루언서와 3개월 협업하는 공식 앰배서더 프로그램 설계·운영
	— 프로젝트에 대한 로열티를 기반으로 선발 기준을 수립하여 선발
	— paid 속제 콘텐츠가 아닌 오가닉 콘텐츠 생산을 유도하는 방식으로 운영
오너십	— 프로그램 기획 및 선발 기준 수립 100%
	— 프로그램 운영 총괄 100%
	— 에이전시 매니징 100%
성과	— 3개월간 \$52K 투입하여 36명이 콘텐츠 1,193개 생산. 콘텐츠 개당 약 \$43 높은 비용 효율 달성
	— 프로그램 진행 기간 내 X 피드 70% 이상 점유

08. 런칭 1주년 프로모션 및 MSU 2.0 비전 커뮤니케이션

미션	— 런칭 1주년 성과 리캡과 MSU 2.0 신규 비전 제시로 커뮤니티 기대감 재형성
	— 메이플스토리 유니버스의 지난 성과를 어필하고 신규 비전을 제시하여 투자자들 사이에 기대감을 조성
실행	— 런칭 1주년 업데이트 및 MSU 2.0 커뮤니케이션 플랜 기획 및 실행
	— 1주년 성과 리캡 콘텐츠 기획/제작하여 투자자 채널 및 커뮤니티에 게시
	— MSU 2.0 비전 소개 콘텐츠 기획/제작하여 투자자 채널 및 커뮤니티에 게시
오너십	— 1주년 성과 리캡 콘텐츠 기획/제작 80%
	— MSU 2.0 비전 소개 콘텐츠 기획/제작 50%
	— 에이전시 매니징 100%
성과	— 1주년 리캡·MSU 2.0 비전 콘텐츠를 투자자 채널과 커뮤니티에 게시 완료
	— 해당 기간 NXPC 가격 약 30% 상승 (시장 전반 동반 상승 구간)

designfever.

2018.10 - 2022.08 · BRAND MARKETER / AE · 디지털 크리에이티브 에이전시

🏆 01. Cyberpunk 2077 한국 런칭 캠페인

미션	— CD Projekt Red의 AAA 오픈월드 게임 국내 런칭
	— 3차 출시 연기로 커뮤니티 반응이 악화된 상태에서 분위기를 전환하고 런칭까지 연결 필요
실행	— "Cyberpunk 2077 is everywhere"를 핵심 목표로 한국 런칭 마케팅 전략 및 플랜 수립
	— 미디어 장악을 광고 목표로 설정. 주위 타깃이 하루 2~3회 광고에 노출되도록 미디어 믹스 구성
	— 58일간 12개 매체에 4단계 미디어 플랜 실행. 타깃 러닝(2.7%) → 확장(10.2%) → 분위기 전환(7.9%) → 미디어 장악(79.2%) 순으로 예산을 후반에 집중 배분

- 3차 출시 연기(2020.11.19) 발표 이후 Phase 3 광고 목표를 '타깃 확장'에서 '분위기 전환'으로 즉시 재설계, Phase 4 미디어 장악 시작 전 여론 수습
- 대세감 형성을 위한 임팩트 캠페인으로 언박싱 라이브 기획. 냉장고 사이즈의 V-box 제작하여 틱티어 스트리머 제공하고 카운트다운 라이브 진행

오너십

- 런칭 캠페인 전략 및 플랜 수립 70%
- 광고 크리에이티브 소재 제작 70%, 광고 캠페인 운영 50%
- V-box 기획 및 제작 매니징 90%, 언박싱 라이브 운영 80%

성과

- 광고 \$220K 투입하여 노출 **158M** 및 고유 도달 **37M** 달성
- 언박싱 라이브 동시 접속 **65.6K** 및 트위치 누적 뷰어십 **3.5M** 달성
- Red Dot Award 2021 Brand & Communication Winner 수상

🏆 02. Supercell Lounge — 브랜드 오프라인 공간

미션

- 'Super Fun'이라는 슈퍼셀의 브랜드 가치를 체험할 수 있는 공간으로 기획 및 운영 필요
- 단순 브랜드 공간을 넘어 현장 프로그램, 콘텐츠, 소설이 연계된 상시 운영 체계 수립이 주요 미션

실행

- UX 로드맵과 고객 여정 지도 설계하여 타깃별 페르소나 기반 프로그램 기획
- 커뮤니티 게임 대회 및 가족 동반 이벤트 등 현장 프로그램 기획/운영
- 공식 오픈 4개월 만에 팬데믹 위기를 맞았으나 온라인 전환(Super Fun @ Home)으로 대응
- 온라인 인터랙션 중심의 신규 프로그램 기획 및 기존 프로그램 개편. 온라인 퀴즈쇼, 쇼핑 라이브, 종이접기 라이브 등을 진행
- 공간 운영 크루 채용 및 인사 관리

오너십

- 프로그램 기획 및 운영 80%
- 슈퍼셀 라운지 총괄 관리 100%

성과

- 온·오프라인 이벤트 총 **72회** 개최 및 총 이벤트 신청자 **36K** 달성
- 콘텐츠 **118건** 생산 및 누적 뷰어십 **11M** 달성
- A.N.D Award 2년 연속 수상
 - A.N.D Award 2019 Grand Prix (Supercell Lounge Project)
 - A.N.D Award 2020 Winner (Super Fun @ Home Campaign)

03. Supercell 커뮤니티 마케팅 및 마케팅 콘텐츠 기획·제작

미션

- Brawl Stars / Clash Royale / Clash of Clans 3개 타이틀의 한국 커뮤니티 마케팅

실행

- 커뮤니티향 게임 대회 및 시즌별 이벤트 기획·운영
- 로컬 광고 크리에이티브 기획·제작

오너십

- 게임 대회 및 시즌별 이벤트 기획/운영 80%
- 로컬 광고 크리에이티브 기획/제작 70%

성과

- 기획 능력을 본사에서 인정받아 **글로벌 소재 기획·제작**까지 담당 범위 확대

04. Supercell 커뮤니티 채널 운영

미션

- Brawl Stars / Clash Royale / Clash of Clans 3개 타이틀의 한국 소셜 채널 기획/운영

실행

- 브롤스타즈 소셜 채널 운영, 콘텐츠 기획·발행

	— 브롤스타즈 TikTok 채널 신규 개설 및 운영 — 클래시 오브 클랜 · 클래시 로얄 소셜 채널 운영, 콘텐츠 기획·발행
오너십	— 브롤스타즈 소셜 채널 운영 70% — 브롤스타즈 TikTok 채널 개설 및 운영 전략 수립 90% — 클래시 오브 클랜/클래시 로얄 소셜 채널 운영 70%
성과	— 브롤스타즈 TikTok 채널 개설 1개월 만에 5M 조회수 달성

05. Merge Mansion 로컬 광고 운영 및 크리에이티브 제작

미션	— Metacore Games의 한국 UA 광고 운영 — 글로벌 신규 크리에이티브 개발
실행	— 국내 로컬 미디어 타겟 광고 전략 수립 및 운영 — 미스터리 스릴러 영화 예고편 톤의 신규 광고 크리에이티브 스타일 기획·제작 — A/B 테스트를 통한 광고 성과 개선
오너십	— 로컬 미디어 운영 전략 수립 및 믹스 구성 80% — 로컬 미디어 광고 운영 50% — 신규 크리에이티브 기획 및 제작 80%
성과	— 해당 기간 국내 DAU/WAU/MAU 2배 상승 — 신규 크리에이티브 스타일이 글로벌 광고 소재로도 채택

CoA.in.

2017.04 - 2018.06 · ONLINE MARKETING MANAGER · 유럽 여행 프로그램 운영사

01. Walk Festival 모객 마케팅

미션	— 2030 대상 유럽 여행 상품의 모객
실행	— 페이스북 중심의 온라인 마케팅 기획·실행 — 광고 콘텐츠 기획 및 제작부터 매체 운영 및 성과 관리까지 수행 — 모객 부스팅을 위한 오프라인 설명회 "유럽 시식회" 기획·운영 — 유럽 현지 1개월 체류하며 프로그램 현장 운영 매니징
오너십	— 페이스북 광고 콘텐츠 기획 및 제작 80% — 페이스북 광고 운영 90% — 오프라인 설명회 기획 및 운영 90%
성과	— 2시즌 연속 6기수 모객 완판(총 약 300명) — 오프라인 설명회 모객 전환율 60% 달성

이력서 보기 ↗

포트폴리오 보기 ↗