



Entry Form은 온라인(www.stevieawards.com/iba)으로 출품시에는 한글로 작성할 수 있습니다.

출품사명과 담당자는 Entry Cover Sheet와 같아야 합니다.

출품사명 Company Name Bridge Communications _____

담당자 Contact Person lim yun jeong _____

1. Entry 명 (예 "방자, 매니저")

Bridge Communications CEO Park Jong-Sun _____

2. 출품카테고리 코드 및 이름

Code : A06 Name: Best Communications Executive _____

3. Nominee가 지난 한 해 동안의 이룬 업적을 특정 성취도를 중심으로 문제점 극복, Innovations, Discoveries, Outcomes에 등을 반드시 명기하시기 바랍니다. (본 양식 이용할 경우 영어로 200 단어까지 이내에 작성해야 함. 하지만 온라인 출품시는 한글로 500단어까지 작성할 수 있음)

지난 2005년 11월에 개최된 APEC 2005 KOREA 정상회담을 위한 국내외 홍보 전략을 기획하고 이에 대한 전반적인 홍보 자문위원으로 활동하였다.

지난 해 APEC 2005 KOREA 개최를 앞두고 국내/외로 행사에 설문조사를 실시한 결과, 국내에서는 APEC에 대한 인지도는 80%에 달했으나 62%는 APEC에 대한 이해도가 전무한 것으로 나타났으며, 해외에서는 국가별로 APEC의 중요성에 대한 인식의 차이를 보이고 있으며 KOREA의 경제 상황 및 성장성에 대해서는 관심을 표명하나 국가별 인식 차이에 따라 보도 시각의 편차를 보이고 있었다.

이를 토대로 성공적인 APEC 개최를 위해 국내에서는 APEC을 통해 국민의 자긍심과 희망 만들기, 해외에서는 APEC의 회담 개최를 알리며 대한민국의 위상과 브랜드를 알리기를 PR 목표로 정하고 전략적 단계별 홍보 활동을 전개해 나갔다.

먼저, PR 전략 단계를 시기별로 3단계로 나누어 진행하였다. 각 단계별 프로그램들을 살펴보면, 1단계는 2004년 1월부터 2005년 4월까지 기간으로 자문위원단들을 구성하여 비전21 '경제리더포럼' 계획을 발표하고 자유무역체제에 대한 인식을 조사하고 발표하였다. 2단계 2005년 5월부터 2005년 10월 기간동안 해외 경제 석학 및 전문가 초청, 순차적 다른 아젠다를 설정하여 2~3회의 APEC 비전 21, 경제 리더 포럼을 진행하였다. 포럼 실시 후에는 잠재여론층인 대학, 대학원생과 어린이, 학부모 등의 전국민을 대상으로 시리즈 형식의 미래 아태지역 리더 토론회 'APEC Kids Camp' 등의 계승 프로그램 실시를 통한 전국민적 참여 의식을 고취시키는 프로그램으로 확산하였다. 이를 계기로 대국민 APEC 로고 범퍼 스티커 프로모션, APEC 회담기념 고속철도 운행, APEC 회담 기념 부산 국제 영화제, 부산시민 및 주한 외국인 커뮤니티 대상 다양한 프로그램 등의 국민 대상 화제성 프로그램을 개발하여 진행하였다. 3단계 11월 ~12월, 행사 개최 기간동안 다양한 화제성 프로그램, '아태지역 컨버전스를 통한 상생' 주제의 문화 행사 및 갈라디너 홍보의 이슈화, 회원국 정상 핸드 프린팅, 한국의 미와 문화 체험과 동시에 홍보 이슈화할 수 있는 프로그램을 마련하였다.

언론 대응 프로그램으로 국내 신문 방송 등의 기획기사, 기고기사, 특집 시리즈 게재 및 방영을 추진하면서 사안

별, 프로그램별 보도자료를 배포하였으며, 주한 외신 대상으로는 국무 총리, 외통부 장관 특별 대담 및 인터뷰를 진행하고 매체별 정기 미디어 브리핑, 부산 준비 상황 점검 팸투어를 실시하였다. 해외 홍보를 위해서는 10개국 450여개 매체 리스트를 개발하여 각국 대사 및 영사 주최 사전 인터뷰, 회담 기간 중 총리 및 외통부 장관 인터뷰 등을 진행하고, 각국 관심사안별 미디어 브리핑 및 주제별 한국 방문 팸투어를 실시하였다.

2005년 11월 12일부터 19일 행사 기간 동안, 부산의 BEXCO 행사장 내 APEC 2005 KOREA 미디어 센터를 운영하였다. IT 강국의 기술력을 직접 체험할 수 있도록 최첨단 미디어 센터 운영을 통해 APEC 2005 KOREA 미디어 센터 자체가 취재 대상이 될 수 있도록 이슈화하며 수행 기자단 대상 공식 설명회를 개최하고 기업 스폰서십을 적극 활용, 기자들의 편의성 극대화를 위한 최첨단 시설을 비치하였다.

이와 같은 전략 수행과 함께, 예상되는 위기 및 이슈요소를 분석하여 철저한 대응준비를 통해 사전 위기를 방지하고 최소화하는 것이 무엇보다도 중요하였다. 반국제화, 반개방화를 주창하는 단체들, 특정 국가와 관련한 정치적, 경제적 이슈, 북한의 북핵 관련 성명 및 정책 발표 및 일부 단체들의 반미 운동 등의 위기 요소들을 예상하고 그 심각성과 관련 대상과 범위, 영향들을 분석하고 이를 위한 철저한 준비를 하였다.

또한, 국내 TV, 케이블 TV, 신문, 잡지 등의 광고 및 전광판 LCD, 육교현판 배너, 거리배너, 모바일 플렉스, 공항 캐노피, W/C, 야립 등의 옥외 광고와 해외 TV, 신문, 잡지 및 기내지, 온라인 등의 해외 광고 전략을 수립하고 집행하고 포스터 및 브로셔 등의 다양한 홍보제작물을 제작하였다.

이러한 홍보 전략 수립에 따라, 한국은 IT 강국으로서 면모를 유감없이 발휘하였으며 한국 경제의 신뢰성을 국내 외적으로 높일 수 있는 성공적인 APEC 2005 KOREA로 남게 되었으며, 기존의 비판적인 언론과 공중들로부터 긍정적인 시선과 지지를 얻어 낼 수 있었다.

4. 보충자료(뉴스, 보도자료, 기타 등)에 대한 **hyperlink** 주소 (선택사항)

[http://www.apec2005.org/ News & Media pages](http://www.apec2005.org/News%20&%20Media%20pages)

5. Nominee에 대한 **biography** 약술 (필수사항, 100단어 이내)

(주)비알컴 대표이사 박종선

고려대학교 중문학과 졸업

한국PR협회 영국연수(1998년)

고려대 언론대학원 광고홍보학과 졸업

(現) Bridge Communications 대표이사(05.1~)

대한생명 영기부 영기과/ 상품기획 및 홍보 (86~88)

조선맥주(주) 기초실 기획과/ 홍보정보, 신사업 (88~91)

해태그룹 홍보실 파견근무 (98~99), 대우그룹파견 근무

코래드 PR팀 국장 (91~04)/ 코래드 및 고객사 PR서비스

APEC, 부패방지위원회, 부천시 홍보자문위원(現)

대한결핵협회, 한국에이즈퇴치연맹 홍보자문위원(現)

부패방지위원회, 국립박물관 홍보자문위원(現)

07년 아시아광고대회 조직위 홍보.마케팅분과 부위원장(現)

한국PR협회, 국제PR협회 운영이사(現), 홍보학회 이사(前)

(社)사보협회 홍보연구소장(現), 동아일보 객원편집위원(前)
한국경제신문 CI평가위원, 외부 자문단 역임
광기회(광고기자단 모임) 회장(1994~1999년) 역임

Success Story

증권포탈 팩스넷 사외이사(99년)
조선맥주의 드라이맥주(최초로 OB 추월) 홍보
대우전자 공기방울세탁기 세계최초 논쟁 - M/S항상
대우전자 탱크주의-국내최초 드라마 CF 홍보
배순훈 前장관 CEO Branding
세계치과연맹 회장선거 국내홍보자문 역(CEO PR)
해태그룹 위기관리 / 재무홍보
프로젝트 / 뉴질랜드 키위수출협회, 캐나다 원자력공사, 한국쉐링 먹는 피임약 등 PR대행

Etc

제35차 세계광고대회 Press Room 운영
광고단체연합회 광고계동향 편집위원
ADIC PR방 (Online community) sysop
한겨레 문화센터, 한국경제신문사, 광고연구원, KPC,
전경련, 원자력문화재단, 경기도 및 강원도 공무원 연수원,
각 기업체 PR 전문강사
국정홍보처 "국정홍보 길라잡이" 저술 (공동)
통일부, 노동부, 서울시 상수도 사업부 홍보자문위원