

## 칼을 베개 삼은 홍보인의 밤

기업 홍보인의 애환과 헌신을 조명하는 콘텐츠 프로젝트



### 1. 프로젝트 개요

프로젝트명	칼을 베개 삼은 홍보인의 밤
프로젝트 성격	시(詩) 기반 브랜드 콘텐츠
대상	기업 홍보실, 대외협력실, 커뮤니케이션 담당자, PR업계 종사자
목적	홍보인의 고충과 사명감을 사회적으로 조명하고 공감대 형성
형식	시, 카드뉴스, 영상, 포스터, 사내 캠페인 콘텐츠
핵심 메시지	“홍보인은 기업의 가장 어두운 곳에서 불을 밝히는 사람들이다.”
기대 효과	홍보 직군의 가치 재조명, 조직 내 공감문화 확산, 브랜드 신뢰도 제고

### 2. 기획 배경

기업의 성과와 위기관리 뒤에는 보이지 않는 곳에서 조직을 지키는 홍보인들이 존재한다. 그러나 그들의 노력은 대부분 기록되지 않고 평가받지 못한다.

본 프로젝트는 홍보인의 현실과 헌신을 시적 언어로 표현하여 기업 커뮤니케이션의 가치와 의미를 재조명하고자 한다.



### 3. 주요 콘텐츠 구성

콘텐츠	세부 내용
대표 시	「칼을 베개 삼은 홍보인의 밤」
포스터	홍보인의 새벽과 야근을 상징적으로 표현
카드뉴스	시의 주요 구절을 활용한 SNS 콘텐츠
영상 콘텐츠	내레이션과 감성 영상 결합
사내 캠페인	홍보인의 하루를 응원하는 조직문화 프로그램

### 4. 핵심 키워드

위기관리	언론대응	브랜드 보호	커뮤니케이션	신뢰
헌신	책임	공감	조율	보이지 않는 영웅

### 5. 대표 메시지

“우리는 기업의 가장 어두운 곳에서 불을 밝히고, 가장 거친 폭풍 속에서 닳을 내리는 사람들이다. 홍보인은 외로운 조율사이며, 소리 없는 방패다.”

### 7. 슬로건 제안

- “보이지 않는 곳에서 기업을 지키는 사람들”
- “소리 없는 방패, 홍보인”
- “칼을 베개 삼고 브랜드를 지키는 사람들”

### 6. 프로시딩

분야	활용
기업	사내 게시물 및 홍보실 캠페인
언론	PR 직군 기획기사
교육	홍보 실무자 교육자료
SNS	카드뉴스 및 숏폼 콘텐츠
행사	PR인의 날 기념 콘텐츠

오늘도 타들어 가는 속을 커피로 달래며 수화기를 들고 다시 한 번 외쳐본다

“네, 홍보실입니다. 무엇을 도와드릴까요?”



홍보실 24시 영상보기