

BeHave

S H I F T T H E D I M E N S I O N

브랜드의 존재감을 크리에이티브.

Company Overview

회사명: (주)비해브

대표자: 백창석, 김대원

설립일: 2025년 8월 8일

임직원: 총 9명(26.04월 기준)

주소: 서울시 강남구 논현로 128길 20. JS빌딩 #302

대표전화: 02-3471-5656



B E + H A V E

BE. 존재하라.
HAVE. 가치를 갖춰라.

비해브는 브랜드의 차별화를 넘어서
존재감을 갖추는 것을 고민합니다.

브랜드는 외형만으로 충분하지 않습니다.
사람들이 느끼는 태도, 기억되는 감정.
시간이 지나도 남는 인상.

우리는 그 모든 것을
존재와 가치의 언어로 설계합니다.

이름이 철학이 되도록.
감각이 브랜드의 힘이 되도록.

BEHAVE Identity

비해브는 브랜드를
단단한 생각과 날카로운 크리에이티브로 빌드업합니다.

눈길을 끌고 마음을 남기는 것.
지나가지 않고 오래 머무는 것.
비해브는 브랜드의 존재감을 만들어갑니다.



CORE Keywords

Bold
Essential
Honest
Authentic
Valued
Effective

단 단 하 게 그 리 고 날 카 롭 게 .

Service Overview

Brand Consulting
Campaign Planning & Production
Digital Creative & Performance
Content Studio
Media Strategy & Operation

브랜드를 설계하는 전 과정을 함께 합니다.

Business Area

Branding

TV광고
브랜딩 영상
소비자 조사
IMC 기획 및 운영
매체전략 및 운영

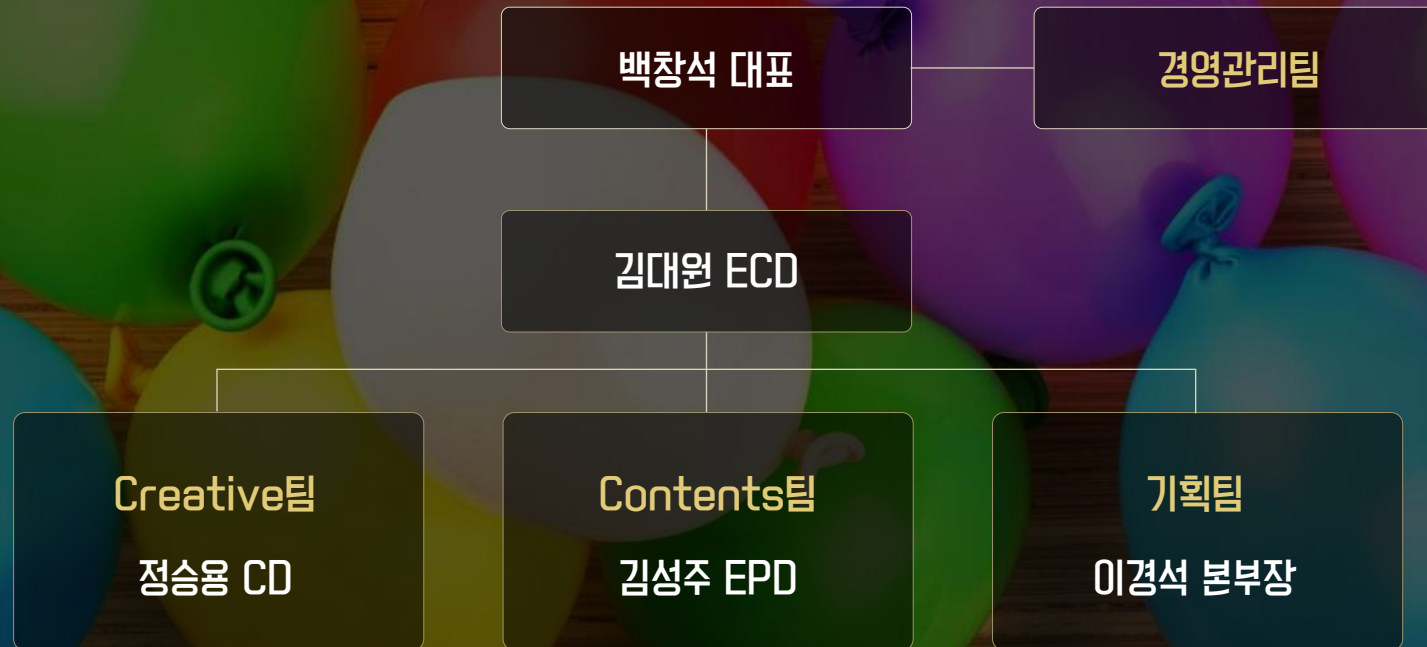
Contents

디지털 동영상
브랜드드 콘텐츠
웹툰,인포그래픽 영상
숏폼 콘텐츠

Digital

SEO/SEM
Display AD
바이럴 마케팅
인플루언서 마케팅
SNS채널 기획

Organization



M a n p o w e r



| Creative Director

백창석 CEO

고려대/ASU Thunderbird School 경영학 석사(MBA)
삼성경제연구소 경영전략실 연구원 (2004~2006)
삼성경제연구소 마케팅전략실 수석연구원 (2007~2008)
삼성경제연구소 SERICEO 콘텐츠 팀장 (2009~2012)
現 신일학원 학교법인 이사장 (대전신일여중, 여고)

M a n p o w e r

| Executive Creative Director

김대원 ECD

2025 ~ 현 재: BeHave ECD

2011 ~ 2024: HSAD ECD

2009 ~ 2010: WiseBell CD

2008 ~ 2008: Korad CD

2005 ~ 2007: HSAD CD



Campaign

- 유니세프 한국위원회_유니세프 크루 캠페인
- 글로타이어 넷플릭스 정주행 안전 캠페인
- HD현대 "THE CUBE", 사명변경캠페인 "해봤어?", "HD현대가 생각하는 미래"
- 베타500 "윤아_나의 국력에너지"
- LX홀딩스 사명변경 캠페인 "Link For Next" 1,2차
- LX하우시스 뷰프레임 전지현 "창호의 프레임을 새롭게" 1,2차
- LG Display 2022 "No OLED NO Game" 3종 시리즈 캠페인
- 대한항공 "우리에게만 있는 나라", "롤드컵", "여행을 준비할 시간"
- 대우건설 PRUGIO CI변경 캠페인 "다시 모든 것을 새롭게" 1,2차
- 아이더 "에스파_오늘 아이들, 오늘 아이더", "노제_퀀텀 네오하이브"
- 알레르망 스피크스 "전지현_I'm So Bed", "송중기_I'm Bed Guy"
- KB손해보험 "김연아_우산댄스", "국민희망록", "김연아, 김명민_사명변경"
- LG시그니처 OLED TV W "볼여보다", "ThinQ AI"
- 검은사막 모바일 월드클래스 MMORPG "론칭 캠페인", "대규모 업데이트"
- 빙그레 따옴 "공승연_자연에서 갓 따옴", "김지원_사랑하는 나를 위해"

Awards

- 2025 대한민국 디지털 광고대상 대상 (디지털PR,마케팅PR부문)
- 2025 Mad stars 크리스탈 상/2025 대한민국 공공PR대상 최우수상
- 2024 한국광고대회 장관상
- Spikes Asia Gold Medal
- Adfest Bronze Lotus, Shortlists
- Ad stars Crystal Medal, Finalists
- New York Festival Finalists
- Cannes Lions Shortlist
- 대한민국광고대상 대상/금상/동상
- 서울영상광고제 금상/은상/특별상
- 소비자가 선택한 좋은 광고상
- 광고학회 올해의 광고상

Judge

- 2024 Adfest Jury Member_Film, Outdoor, Press, Radio
- 2023 New York Festival Grand Jury
- 2023 Kyiv International Advertising Festival Final Jury
- 2023/2022/2021대한민국 광고대상 집행위원회 위원 및 심사위원
- 2024/2023 서울영상광고제 심사위원

BEHAVE Works

존재하라.
그리고 소유하라.

가슴 속에 존재하고
시장을 소유하는 크리에이티브.

BEHAVE Works

Client: 금호타이어
Project: 넷플릭스 정주행 안전가이드.
Date: 2026.3

금호타이어 기존 CGV의 비상구 안전 캠페인을
시대의 변화에 맞춰 글로벌 넘버1 OTT 넷플릭스로 전이.
넷플릭스 시청 환경 안전캠페인을
금호타이어의 정주행 안전가이드로 새롭게 해석.

하

집 밖에서
**넷플릭스 정주행
안전가이드**



KUMHO TIRE & NETFLIX



BEHAVE Works

Client: 광동제약
Project: 나의 굿럭에너지 비타500
Date: 2025.5

기존 제품중심의 캠페인을 넘어 비타500이
고객에게 줄 수 있는 정서적 가치인
<나의 굿럭에너지> 로 새롭게 커뮤니케이션을 설계하여
핵심타겟들에게 브랜드의 수용성과 연결성을 높인 캠페인.

GOOD
LUCK 비타500



수고했다 내 자신 ㄹ



나의
굿럭
에너지

BEHAVE Works



Client: HD현대
Project: THE CUBE
Date: 2024.11

HD현대의 글로벌 R&D센터를 배경으로
공간에 서사를 더해 HD현대의 앞선 기술을
스토리텔링 방식으로 전개.
세계 최초 <건물 액션 스릴러> 장르를 표방함으로써
브랜드의 혁신성 감각을 동시에 높임.



BEHAVE Works

LX Z:in
자신:있는공간

Client: LX지인
Project: 뷰프레임의 차이
Date: 2024.10

창호 프레임에 감각을 더해 심플함과 트렌드,
미니멀의 차이를 뷰로 전개하며 브랜드의 철학을
감성적으로 전달, LX지인의 프리미엄 인지도 강화.



BEHAVE Works

Client: LG디스플레이
Project: NO OLED NO GAME
Date: 2022.02

1/100초의 차이로 승부가 갈리는 게이머들을 위해
LG OLED 디스플레이의 우수성을 현실착각 기법으로
실감나게 스토리텔링, 블랙버스터급 연출을 통하여
제품의 기술력과 필요성을 강조.



BEHAVE Works

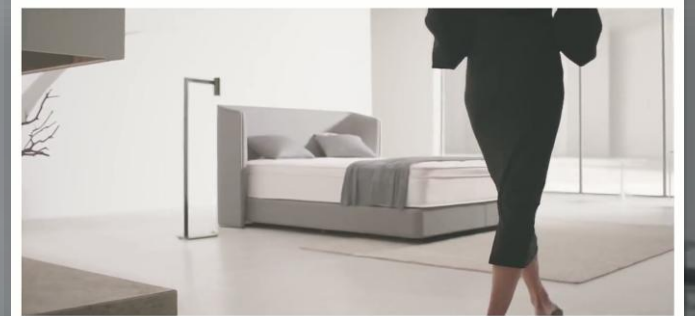
Client: 알레르망
Project: 알러지프리 침대
Date: 2022.8

기존 알레르망 침구 캠페인과 결을 달리해,
영국 헤리티지 브랜드 스팅크스와의 협업을 통해
<알러지프리 침대의 시작>이라는 컨셉으로
세상에 없던 침대의 본질을 재정의하고,
브랜드의 고급성과 정체성을 감각적으로 강화.

알러지프리 침대의 시작



ALLERMAN Spinks



ALLERMAN Spinks



ALLERMAN Spinks

BEHAVE Works

요즘 아이들

Client: 아이더
Project: 요즘 아이들, 요즘 아이더
Date: 2021.09

젊은 세대를 겨냥해 에스파와 함께한
감각적인 스타일링 중심의 캠페인으로
플리스룩의 트렌디함을 컬러풀한 무드와
자유로운 톤앤매너로 표현하며
브랜드의 젊은 감도와 수용성을 높임.



BEHAVE Works

Client: 푸르지오
Project: 다시.모든것을.새롭게
Date: 2019.4

푸르지오의 CI 변경을 중심으로 컬러, 로고, 조경, 디자인 등 브랜드 전반의 톤앤매너를 새롭게 정립하며 기존 이미지를 탈피하고 프리미엄 주거 브랜드로서의 정체성과 존재감을 강화.

당신의 삶이
완전히 변하게 될 이야기

PRUGIO

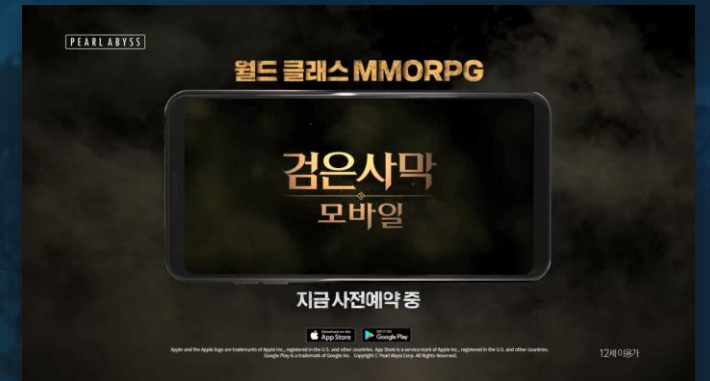


BEHAVE Works

Client: 펄어비스
Project: 검은사막 모바일
Date: 2017.12

기존 게임광고의 문법을 깬 구성과 반전있는 스토리 전개, 그리고
시네마틱한 연출로 하이퍼 리얼리티급적인 그래픽 특징과 게임
의 서사성을 강조하여 게임광고의 새로운 방향을 제시.

눈썹 같은 초승달이



BEHAVE Works

Client: LG전자
Project: LG V30
Date: 2017.9

시네마틱 촬영 기능을 중심으로 기존 모바일 광고의
기능적 어조를 탈피하고, 보랏빛 하늘을 배경으로 감정을
연출하는 스토리텔링을 통해 감성까지 담아내는
기술을 강조하며 LG V30의 차별화된 영상미와 감도를 높임.



BEHAVE Works

:따옴처럼 나눌 때 정이 넘쳐야
감동적인 주스라는 뜻

Client: 빙그레
Project: 사랑하는 나를 위해 따옴
Date: 2017.6

브랜드명과 감각적 위딩을 결합한 따옴따옴, 박학따옴식 등 언어유희를 통해 신선한 과즙의 이미지를 생활 속 감각으로 풀어내며 제품의 싱그러움과 브랜드 선호도를 높임.
<사랑하는 나를 위해>라는 캠페인 슬로건으로 자신을 관리하고 아끼는 건강한 음료수로 포지셔닝



BEHAVE Works

Client: LG전자
Project: LG Signature OLED TV W
Date: 2017.3

세계에서 가장 얇은 약 8mm OLED TV의 혁신적 폼팩터를
전면에 내세우며, 기존 TV광고의 문법을 탈피해 두 무용수의 퍼
포먼스를 통해 기술을 생활 속 아름다움으로 풀어내며
LG시그니처만의 철학과 감도를 감각적으로 구현.

불여
보다



BEHAVE Works

Client: 케이카
Project: 국카대표 캠페인
Date: 2023.5

기존 빅모델의 인지도가 기대에 인지도를 높이던 전략에서 탈피해 K카라는 브랜드 네임에서 출발해 중고차 시장에서 1등임을 알릴 수 있는 “국카대표”라는 슬로건을 도출하고 이를 활용한 캠페인을 통해 중고차 시장내 리더십 강화.



K Car 3일 책임 환불제 : 차량을 인수한 날로부터 3일의 환불기간 내(인수일 1일포함) 차량을 반납하여야 환불 가능. 기타 환불처리 조건 및 자세한 내용은 고객센터 02-1234-5678로 문의하십시오.

C o n t a c t

ks.lee52@behave.co.kr

■

W e C r e a t e B r a n d P r e s e n c e .

BeHave
SHIFT THE DIMENSION