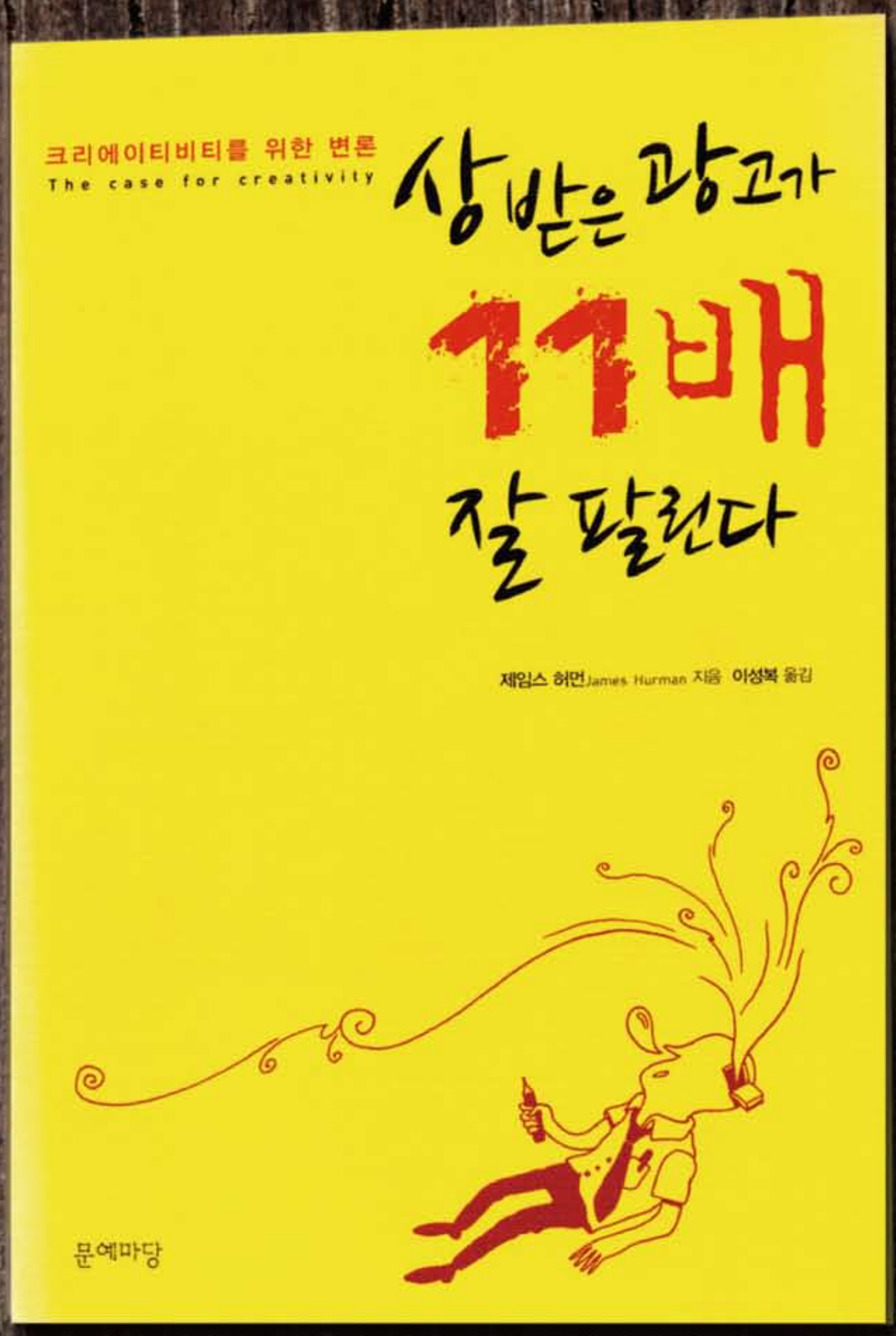
"2001년까지 P&G는 우뇌를,
어디다 써야할지 모르는 회사였다"

Jim Stangel _P&G 전 CMO





저자 제임스 허먼 James Hurman

광고 캠페인의 크리에이티비티(Creativity)가 효율성(Effectiveness)에 미치는 영향을 체계적으로 파헤친 현역 최고의 크리에이티브 효율성(Creativity Effectiveness)전문가로 평가받는다.

BBDO, DDB, Publicis, Lowe 등 세계적인 광고 네트워크에서 전략 플래너로 일했다.

2011년 처음 만들어진 칸 크리에이티브 효율성상 심사위원을 맡았으며 2011년과 2012년 뉴질랜드 에피상 심사위원을 역임했다.

2012년 Y&R 뉴질랜드의 매니징 디렉터로 옮기면서 본인의 표현에 의하면(Traded Powerpoint for Excel), '파워포인트(플래너들의 브리핑수단)'를 쓰다가 '엑셀(경영 관리자)'을 쓰게 됐다.