대우자동차판매 마케팅실의 광고 담당자들이 한자리에 모였다. 칼로스 등 소형차 맡고 있는 T-CAR팀의 김헌균과장, 매체를 담당하고 있는 플래닝팀의 정영필과장, RV팀의 김상범사원, 경차를 맡고 있는 M-CAR팀의 황문정사원, 매그너스 등 중형차를 맡고 있는 V-CAR팀의 유현정대리, 그리고 누비라 등 준중형차를 맡고 있는 J-CAR팀의 노승구과장. (위줄 좌부터 시계방향)

광고주탐방 대우자동차판매(주) 마케팅실

보고 생각하는 광고 만들 터

이미지 광고 중심으로 10월부터 변화된 모습 선보여

스타일 ' 컨셉의 광고 호평

광고 컨셉에 의해 만들어진 제품의 이미지는 사람의 이름 석자처럼 한번 붙으면 평생 간다. 그래서 잘 만들어진 제품에 이름을 붙여주는 브랜드 네이밍이나 이미지를 만들어주는 광고가 그토록 중요하고도 힘든 작업인지 모르겠다.

차에도 스타일이 있을까. 디자인 '이 좋은 차라면 모를까 스타일 '이 좋은 차라니... 그러나 대우자동차의 모든 마케팅 활동과 판매를 맡고 있는 대우자동차판매는 광고에서 그야말로 스타일 '을 아주 잘 보여주고 있다.

스타일이 좋은 여자와 주인을 쏙 빼닮은 애견이 경쾌하고 시원한 모습으로 등장해 광고 보는 재미를 주었던 레조 런칭광고. 뒤이어 등장한 2탄에서는 여기에 스타일이 좋은 남자와 그의 애견이 가세해 또 다른 신선함을 던져주고 있다. 광고전체에 녹아 있는 스타일이라는 명제가 날렵한 자동차의 모습을 잘 부각시켜 기억속에 오래 남아 있는 것이다.

레조의 출시 당시 장점은 실내공간이 넓다는 것이었다. 그러나 경쟁사에서 먼저 넓은 실내공간을 컨셉으로 한 광고를 내보냈기 때문에 또다른 경쟁우위 요소를 찾게 되었고, 그래서 탄생한 것이 스타일이 좋은 차 - 레조 '

결과적으로 성공적인 광고전략이었다.

지금까지 사랑받는 효자 3총사

과거 자동차 광고의 컨셉은 일정한 틀을 벗어나지 못했다. 잘 달린다, 힘차게 달린다, 멋있게 달린다, 여기에 넓고 편안함이 추가되면 더 이상 나올 것은 없다. 물론 크리에이티브 임팩트는 다양하게 선보였지만 기본 메시지는 정해져 있었다.

이런 가운데 97년 선보였던 레간자 소리 '편은 이정해진 틀을 벗어나 조용한 차 '라는 컨셉추얼한 광고로 그야말로 대박을 터트렸다.

97년 당시 레간자를 비롯한 라노스, 누비라 등 신차 3총사는 광고에서의 성공은 물론 판매율까지 수직상승시키며 이전까지의 대우차에 대한 이미지를 완전히 탈바꿈하는데 성공을 이끌어낸 효자들이다. 특히 레간자는 프린스 이후 10년만에 내놓은 중형 신차였기 때문에 대우자동차의 사활을 걸고 마케팅 활동을 벌였다는 후일담이다.

'지리산 정상에서 백지연입니다 '라는 멘트가 유행했던 누비라2 광고 역시 광고를 내린지 3년이 지난 지금까지 소비자인식률 조사에서 순위에 들만큼 기억속에 오래 남아 있는데, '파워+경제성 '이라는 준중형급 소비자들의 욕구충족에 충실했던 메시지 전달로 효과를 본 광고였다.

기업 이미지 제고에 힘쓸 것

대우자동차판매는 상대적으로 TV광고에 가장 역점을 두고 있다. 이유는 기업PR 광고를 하는데 가장 효과적인 매체이기 때문이다. 최근 국내 자동차시장에서 차의 품질이나 성능은 어느 정도 평준화된 상태라고 한다. 여기서 시장점유율에 가장 큰 영향을 미치는 것이 기업 이미지라고 판단, 이미지 제고에 무게중심을 두고 있는 것이다.

작년도 대우자동차가 부정적 이미지로 언론에 오르내릴 때, 대우자동차판매는 '대우차 서포터즈 모집 '프로모션을 실시해 긍정적인 평가를 받았다. 실제로 서포터즈 모집은 명분이었고 기업이미지 제고가 주목적이었다고.

지금껏 보여준 광고에서도 그렇지만 앞으로 보여줄 광고에서도 대우자동차판매는 '보고 생각하는 ' 광고를 만들고 싶다고 한다. 단지 '차가 잘 달리는구나 '라고 보는대로 인지해버리는 것이 아니라 '광고의 지각적 수용 '을 이끌어내고 싶다는 것이다.

글로벌 브랜드로의 재도약 기대

10월 GM대우차 출범에 앞서 대우자동차판매 마케팅실은 글로벌체제로의 조직개편을 끝마쳤다. GM대우체제 하에서 모든 광고 마케팅 기능을 수행하자면 GM의 조직체계와 연계성을 가져야 하고, 무엇보다 종합적인 브랜드 관리에 효율적으로 집중할 수 있어 BM(Brand Manager)체제로 조직을 개편한 것이다. 이를 계기로 각각의 브랜드에 대한 광고 마케팅 활동을 강화해 나가는 한편 GM대우의 글로벌 이미지 구축에도 효과적일 것이라 기대하고 있다.

최근 대우자동차판매의 마케팅실은 그 어느 때보다 분주하게 돌아가고 있다. 10월 중순부터 새로운 기업PR 광고가 선보이고, 올 연말이나 내년 1월쯤 'GM대우 '의 이름을 달고 나오는 첫 신차가 출시돼 GM대우의 브랜드 이미지를 좌우할 수도 있기 때문에 전사적인 총력을 기울이고 있다.

코리아의 이름을 빛내줄 또 하나의 글로벌 브랜드의 탄생을 기대해 본다. 글 · 이수지

전반적인 판촉기획과 마케팅기획, 광고매체기획, 예산을 책임지고 있는 플래닝팀 팀장인 임진부장