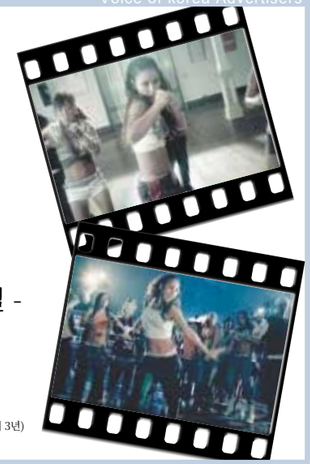
명 · 예 · 기 · 자 · 칼 · 럼

아이디어로 승부한다

- 삼성 애니콜 애니모션의 성공비결 -



이주미 KAA저널 제1기 대학생 명예기자 (세명대 3년)

남들이 가지 않은 길을 가라

기존의 4대매체를 통한 광고에 식상한 소비자와 뉴미디어의 조합, 즉 삼성 애니콜' 애니모션 '의 첫 번째 성공 비결은 남들이 가지 않은 길로 눈을 돌린 데에 있다.

인터넷은 기존 4대매체의 보조매체 정도로 광고의 주요매체로는 부족하다고 여기는 것이 현실이었다. 그러나 2003년 한국방송광고공사에서 발표한 보고서에 따르면 인터넷은 매체별 관심도에서 신문을 제치고 2위를 차지했다. 그만큼 인터넷이 중요한 매체로 자리잡아가고 있음을 알 수 있다. 이에 삼성 애니콜' 애니모션 ' 은 TV의 30초 광고나 신문을 활용하기 보다는 인터넷에서 7분 가량의 뮤직비디오를 통해 기존 4대매체의 광고에 식상한 소비자의 주목을 끄는데 성공했다.

타겟의 문화코드를 간파하라

이동통신 단말기의 주요 고객인 젊은층에게 단순히 광고로 제품의 정보를 전달하기보다는 음악, 댄스 등 엔터테인먼트 요소를 이용해 소비자들의 오감을 사로잡은 것이 두 번째 성공비결.

대체로 이동통신 단말기의 교체주기가 빠른 젊은층의 라이프스타일을 고려하여' 춤 '이라는 소재를 통해 감성을 자극하는' 애니모션 '의 뮤직비디오는 젊은이들 사이에서 많은 공감을 일으키며 휴대전화 벨소리와 컬러링 다운로드 부문을 비롯, 각종 포털사이트의 음원 다운로드 순위에서 1위를 차지하는 기염을 토했다. 그 밖에도 시트콤 및 개그 소재 등으로 다양하게 쓰이며' 애니모션 패러디 붐 '을 일으켰다. 또한' 애니모션 ' 뮤직비디오 스토리는 모델들의 제품사용을 통한 자연스러운 방식으로 전개되었는데, 이는 제품에 대한 광고를 하는 것과 동시에, 소비자들에게는 광고로 여겨지지 않게 하여 제품에 대한 거부감을 줄이고, 나아가 제품의 매출을 증가시키는 시너지 효과를 가져왔다.

광고와 어울리는 이미지를 가진 모델을 기용하라

먼저' 이효리 하면 떠오르는 것이 바로 섹시한 춤과 이미지이다. 이를 중독성 있는 가사 및 멜로디와 함께 조화시켜 소비자들에게 애니모션에 대한 인식의 강도를 높인 것이 삼성 애니콜' 애니모션 '의 세 번째 성공비결이다.

2003년 이효리의 망고음료 광고가 그 좋은 예이다. 스타 광고모델을 통해 브랜드가치를 얼마나 높였는지를 나타내는 스타마케팅 브랜드지수인 SMBI의 2004년 결과에 따르면 광고에 무조건 대형스타를 기용한다고 해서 소비자들로부터 큰 효과를 불러오지는 않는다는 것을 알 수 있다. 그 이유는 스타들은 여러 광고에 겹쳐서 나오지만, 소비자들은 스타와 어울리는 이미지의 광고만 기억하기 때문이다.

올해 상반기 휴대폰 시장에서 광고의 새로운 대안 매체로 뉴미디어인 인터넷을 주요매체로 활용함과 동시에 엔터테인먼트적인 요소를 이용, 광고의 새로운 장을 열어 단연 화제가 되었던 삼성 애니콜 애니모션. 그리고 그에 발 빠르게 대응하며 삼성 애니콜의 독주를 가만히 보고만 있지는 않을 타사들 간의 힘겨루기에 있어 그 귀추가 주목된다. KAA

냉동만두업계의 선두주자 - 취영루

취영루 박성수 사장

(주)취영루는 1945년 소공동에서 중식당을 개점한 이래, 60여 년의 전통을 바탕으로 물만두 업계에서 최고의 자리를 지키며 냉동 외식사업의 선두주자로 성장하고 있는 기업이다. 1992년 파주에 공장을 설립하면서 국내 최초 고급 냉동 물만두 시장을 개척하고 파인 레스토랑, 패밀리 레스토랑, 푸드 코트, 델리 샵 등 4가지 컨셉의 40여개 외식매장을 통해 고객의 취향에 맞춰 취영루의 고품격 서비스를 제공하고 있다.

특히, 취영루는 2003년 HACCP(식품위해요소중점관리기준) 시스템을 설계부터 건축까지 적용한 초현대식 위생시설을 갖춘 냉동식품 제조공장을 신축하여 국내 최대 만두 생산라인을 갖추고, 외식사업과 문화사업까지 그 영역을 확장해 나가고 있다.

취영루는 지난 2004년까지 3년연속' 한국서비스대상 '을 수상하였고 2005년 초부터 고객의 요구에 부응하여 취영루 대표 상품인 물만두와 함께 신제품으로 군만두를 생산하여 전국적인 판매망과 자사 인터넷 쇼핑몰을 통해 판매되고 있다.

지난 해 6월 취영루는 식약청으로부터 만두업계 최초로 햇썹(HACCP) 시스템을 인증 받은 업체임에도 불구하고, 식품의약품안정청의 착오로 사실과 달리 불량 단무지로 만두소를 쓴 업체로 거론되어 절대절명의 위기를 맞기도 하였다. 그러나 직원들의 재기를 위한 노력과 만두파동이 철저한 조사 없이 과장되어 발표된 사실이 언론을 통해 보도되어, 소비자의 신뢰가 서서히 회복되어 갔다. 이러한 과정을 통해 위기가 기회로 전환되는 일대 변화를 맞게 되면서, 오히려' 깨끗하고 양심적인 회사 로 거듭나는 계기가 되었다.

미8군 납품 공식업체 선정

취영루는 작년 연말 미국 LA지사를 설립, 미국 수출길을 열었고, 지난 5월에는 FDA보다 더 엄격한 미국방성 식품검사기준 검열과정을 통과하여 까다롭기로 소문난 미8군에 한국의 만두를 납품하는 공식업체로 선정되는 개가를 올렸다. 앞으로 취영루의 전 만두제품은 미국의 공식 벤더업체인 LOF사를 통해 한국은 물론 아시아태평양지역을 포함한 전 세계 미군 컴미서리(DeCA)에 납품될 예정이다.

제주산 청정돼지고기 이용한 생산이력 관리 시스템(Traceability system)

또한, 취영루는 정부의 식품의 안전성 확보를 위한 식품생산이력관리 시스템 도입 방침에 발맞추어, 생산이력제를 도입한 제주산 청정 돼지고기(제주 길갈농산 공급)를 이용, 고품격 물만두를 생산할 계획이다. 이 제품은 2차원 바코드를 통해 제품의 이력을 소비자가 매장에서 직접 확인할 수 있으며, PC를 통해 상세정보를 확인할 수 있는 추적관리 시스템을 개발(개발협력사 CT&D), 자체 테스트 과정을 마치고 시제품 출시를 앞두고 있다.

취영루 문화역사관 건립 추진 중

최근 취영루는 건축면적 약 400평 규모의 한국 최초의 만두박물관 설계를 마치고 시공에 들어갈 예정이다. 이 시설에는 60년의 전통을 한 눈에 볼 수 있는 전시장과 취영루의 명품 만두를 시현하고 방문객이 직접 체험할 수 있는 체험관, 그리고 홍보관, 수제만두 델리 코너 및 생면라인 등으로 구성되는데 2개월여의 공사과정을 거쳐 9월 경에 개관할 예정이다.

취영루는 60년 전통과 역사성을 바탕으로 냉동 · 외식사업의 지속적인 성장과 브랜드 가치증진에 힘쓰고, 동시에 봉사활동과 취영루 문화역사관 건립 등 문화사업을 통해 사회공익에 앞장 서는 기업으로 거듭나기 위한 노력을 계속할 것이다. KAA