

[새광고] 르노삼성, SM5를 탄 우리 아빠



르노삼성자동차의 SM5가 김혜수를 통해 보여주던 여자의 이 중심리에서 이번에는 아이의 심리를 건드렸다. 이번 SM5 광고는 하교 후 아이를 데리러 온 아빠의 모습을 통해 ‘남다른 매력’을 전하는 SM5의 이미지를 알리고 있다.

SM5를 탄 아빠 차를 친구들이 모두 쳐다보자 마냥 기분이 좋은 아이의 모습으로 반전을 시도한 것이다. SM5를 타면 아빠의 매력이 남달라 보인다는 이번 SM5의 광고 캠페인은 자동차에 대한 자랑이나 성능 알리기가 아니라 자동차를 타는 사람에게 남다른 가치를 심어줌으로써 여느 자동차 광고와의 차별화를 꾀한다.

르노삼성자동차의 임수빈 부장은 “보통 SM5 중형차를 타는 주소비층은 아이와 가정이 있는 30대로서, 소비자들의 공감대를 극대화하고자 이번에는 아이를 태우러 온 아빠의 모습으로 SM5 이미지를 전하고자 했다”고 설명했다.

웰컴 제니스옵티미디어 이두학 대표 선임

광고회사 웰컴(Welcomm)은 독립부서체제로 운영중인 미디어



어전문대행사 웰컴 제니스옵티미디어(Welcomm ZenithOptimedia) 대표에 이두학씨를 선임했다.

웰컴 제니스옵티미디어는 웰컴의 자사 미디어센터와 영국 제니스옵티미디어가 제휴하여 지난 2005년 5월 탄생시킨 미디어 전문 대행사이다.

대표 광고주로는 KT, KTF, 하나금융그룹, 교보생명, 르노삼성자동차, HP, LVMH, 리바이스 코리아 등이 있으며, 광고회사 웰컴과는 독립부서 체제로 현재 운영되고 있다.

이 대표는 “빠르고 다양하게 변화하는 미디어 환경 속에서 전통적인 미디어 계획과 집행은 광고 마케팅의 효율성을 높이기 어렵다”고 말하고, “크리에이티브가 있는 미디어 아이디어를 꾸준히 개발하고, 외국의 선진 아이디어와 기법을 도입하여 한국 광고계의 미디어 시장 발전에 일조하고 싶다”고 포부를 밝혔다.