

바이럴 마케팅 열풍

● 유은실 | 제2기 대학생 명예기자(세명대)

요즘 UCC 열풍에 더해 동영상에 이용한 UCC 바이럴 마케팅이 광고계에선 뜨거운 관심사로 떠오르기 시작했다. 불과 1년전까지만 해도 다소 생소하거나 그 효과를 가늠할 수 없어 널리 알려지지 않았지만 효율성과 노출도면에서 그 효과가 입증되어 현재 많은 대기업과 중소기업에서 UCC를 이용한 마케팅을 선호하게 되었다.



▲ 버거킹의 복종하는 닭 캠페인



▲ 김옥빈의 작살댄스 동영상 화면

바이럴 마케팅이란 무엇인가

바이럴 마케팅은 네티즌들이 이메일, 게시판, 카페, 미니홈피 등을 통해 자발적으로 어떤 기업이나 제품을 홍보하는 마케팅 기법으로 기업이 네티즌들의 입맛에 맞는 엽기적인 내용이나 재미있고 신선한 내용의 웹 콘텐츠를 제작하여 인터넷 사이트에 무료로 게재하고, 그 사이에 기업의 이름이나 제품을 슬쩍 끼워 넣는 방식의 광고이다. 즉, Mass를 통하지 않고 Human Network 상에서 자연스럽게 소문이 나고 바이러스처럼 전파가 되어 홍보가 되고, 구매동기를 불러일으키게 하는 것이다. 이러한 바이럴 마케팅은 UCC의 확산으로 더욱 광고주들에게 선호의 대상이 되고 있다.

바이럴 마케팅 사례들

대표적인 성공사례로는 2004년 버거킹의 '복종하는 닭' 캠페인을 들 수 있다. 2004년 초, 패스트푸드 주 구매자들이 TV를 보는 시간을 줄이고 상대적으로 인터넷을 활용하는 시간이 늘어났다. 따라서 버거킹의 신상품인 '텐더크리스프 치킨샌드위치'를 소개하기 위한 캠페인의 일환으로 별도의 인터넷 사이트를 개설하고 그들에게 상호작용 체험을 할 수 있도록 고민하던 차에 개설한 것이 '복종하는 닭' 캠페인 사이트(www.subservientchicken.com)였다. 물론 우리나라에서도 성공적으로 마케팅을 펼친 사례가 있다. 바로 김옥빈의 '작살댄스'라는 타이틀로 인터넷상에 퍼진 동영상이다.

이 동영상은 2006 Mnet KM뮤직 페스티벌'을 홍보하기 위해 Mnet이 만든 비즈니스 동영상 UCC로 이 홍보 동영상은 김옥빈이 MC로 결정되고 당일 이승기와 댄스 퍼포먼스가 확정된 순간에 기획되었다. 이미 김옥빈은 화려한 댄스 실력을 선보였기 때문에 김옥빈의 육체적 매력에 물씬 풍기는 동영상을 제작하면 수많은 어텐션을 획득할 것으로 판단, 동영상을 제작 배포했다. 이 동영상은 100만회 이상의 노출을 기록했다. 2006년 비즈니스를 목적으로 제작된 동영상 중에서 가장 파급력이 컸던 동영상이다.

또한 뜻하지 않은 홍보 효과를 얻는 경우도 있다. 그 예로는 멘토스와 다이어트 코크의 '실뿔'이라는 동영상이다. 이 동영상은 이피버드닷컴이라는 사이트에서 제작한 것으로 소다 음료수에 박하향 캔디를 넣으면 분수처럼 음료수가 뿜어져 나오는 과학적 현상을 임팩트 있는 분수쇼 형식으로 나타냈다. 이 동영상도 폭발적인 인기를 얻으면서 코카콜라와 멘토스는 뜻하지 않은 홍보 효과를 얻게 됐다.

또한 최근에는 미사에서 M비비선밤 출시에 맞춰 '아이비 썸얼 UCC'라는 동영상을 홍보수단으로 이용하고 있다. 또한 네이버 블로그를 통해 아이비 CF를 스크랩 해가는 사람들 중 추첨을 통해 선물을 주는 이벤트도 개최하고 있다.

바이럴 마케팅의 성공조건

성공 기준과 다양한 요건들에 따라 다르겠지만 소위 성공적인 사례를 이루어낸 것을 토대로 종합해 보면 몇몇의 성공 조건이 따른다. 아이파트너즈 컨설팅실 황경록 실장은 "첫째 초기 바이러스 유포자들의 선정과 Target Audience를 좀 더 세밀하게 해야 한다. 둘째로는 의도적인 바이러스 유포자가 아닌 최대한 자연스러운 현상이 일어날 수 있도록 설계해야 하며, 세 번째로는 바이럴 대상 자체가 매력적이어야 한다. 또한 체험할 수 있는 구체적인 프로그램 혹은 행위와 연결할 때 효과가 크다. 마지막으로 바이러스 전파 그룹별, 단계별 전략을 수립해서 전이 과정에 따른 메시지를 강화해야 한다"고 설명했다.

바이럴 마케팅은 소비자들에게 거부감을 없애고 다가가기 쉬운 매체로 급부상하고 있지만, 소비자들을 자극하기 위한 배포 자료를 만들어 내기 위해 안달한다면 오히려 그 효과를 보지 못할 것이다.



▶ 마이비의 썸얼 UCC 보러가기

미샤 M 비비 선밤 출시 기념, 썸얼의 아이비 스크랩 이벤트

썸얼 아이비의 UCC, CF, 사진을 감상하고 스크랩이벤트에 참여해 보세요.

Event 1. 썸얼의 아이비 CF 스크랩 이벤트에 참여하시면 경품을 드립니다.

Event 2. 매일 아침 9시 출석해주시면, 미샤 M 비비 선밤을 드립니다.

Event 3. 당당하고 아름다운 썸얼 사진을 올려주시면 경품을 드립니다.

썸얼의 아이비는 선밤도 비비다! 자세히 보기



미샤 M 비비 선밤은 비비크림과 SPF 50 PA+++로 태양 아래 더욱 생기있고 당당한 피부로 만들어 드립니다.



아이비 썸얼 UCC 1



아이비 썸얼 UCC 2



아이비 썸얼 UCC 3



아이비 썸얼 UCC 4



아이비 썸얼 UCC 5

▲ 아이비 썸얼 UCC

32 | KAA 2007 05 - 06

33 | Voice Of Korea Advertiser