

합쳐져 정육면체의 큐브 모양을 완성하는 아이콘 형식으로 형상화됐다. 이모티콘과 약자 등 기호에 열광하는 젊은 고객들에게 보다 감성적이고 친숙하게 다가가는 애니콜의 새로운 비주얼 아이덴티티로서의 역할을 할 계획이다.

삼성전자는 Talk, Play, Love 애니콜의 신규 CF뿐만 아니라 애니콜랜드(www.anycall.com)를 통해 새로운 브랜드 슬로건을 인터랙티브하게 경험할 수 있는 코너를 오픈하는 등 다양한 채널의 브랜드 캠페인 활동을 전개할 예정이다.

[새광고] 소망화장품 다나한



최근 한방화장품이 전체 화장품 시장에서 10%를 웃도는 약 6000억 원 규모의 성장세를 보이며 부상하고 있는 가운데, 소망화장품의 한방화장품 다나한이 새로운 광고 캠페인을 선보이고 있다. 당당한 여성상으로 재해석된 구혜선의 색다른 매력을 확인할 수 있는 이번 광고는 마치 한 편의 드라마와 같이 1차와 2차 광고가 서로 이어진 스토리 텔링(Story Telling) 기법으로 제작되었다.

웰컴의 이상진 국장은 "다나한이라는 한방 화장품이 본래 가지고 있는 이미지를 한 단계 더 업그레이드시키기 위하여, 오는 8월부터 새롭게 선보이는 대하 드라마의 스토리를 적극적으로 활용하여 보다 현대적이고 당당한 여성상을 부각시키면서 시너지 효과를 꾀하고 있다"고 말했다.

[새광고] LG파워콤, 결합상품 XPEED+myLG070'



LG파워콤은 초고속인터넷과 인터넷 집전화를 묶은 자사의 결합상품 XPEED+myLG070'의 인지도 제고를 위한 새 광고를 선보이고 있다.

이번 광고는 그동안 엑스피드 광고를 통해 보여준 '생활 속의 공감'이라는 컨셉은 계속 이어가면서 기존과는 또다른 소재를 통해 소비자들과의 공감대 형성을 시도하고 있다.

"귀신을 제대로 잡으려면 해병대로...잠을 제대로 자려면 독서실로...자장면을 제대로 먹으려면 당구장으로...풀코스를 제대로 즐기려면 마트로...키스를 제대로 즐기려면 야구장으로.."

얼핏 보면 상관없을 것 같은 장면들의 조합들이지만 '제대로' 즐겨 본 사람만이 느낄 수 있는 상황으로 다소 엉뚱하고도 유쾌한 공감을 얻고 있다. 당구도 재미있고 자장면도 맛있지만, 각각 즐길 때보다는 자장면을 먹으면서 당구를 치는 것이 제대로 즐기는 맛이란 얘기다. 이러한 상황 공감을 통해 초고속인터넷과 전화를 '제대로' 즐긴다는 것은 빠른 인터넷의 대명사가 된 초고속인터넷 XPEED와 생활을 바꾸는 혁명이라 불리는 인터넷집전화 myLG070을 함께 이용하는 것이라는 걸 강조하고 있다.

[새광고] 쌍용자동차 뉴카이런

유티퍼인 SUV로 호평받고 있는 쌍용자동차 뉴카이런이 8월 초부터 다이내믹한 새 광고를 선보이고 있다. 이번 광고는 뉴카이런의 파워풀하면서도 세련된 드라이빙 성능을 역동적인 스포츠의



짜릿한 쾌감에 비유하기 위해 '카약'이라는 이색적인 소재를 선보였다. 세찬 물살을 거슬러가며 힘차게 노를 젓는 박진감 넘치는 카약 장면과 물길을 가르며 파워풀한 드라이빙 성능을 자랑하는 뉴카이런을 다이내믹하면서도 긴박한 교차 편집으로 담아내며 '드라이브도 스포츠다'라는 키 메시지를 전하고 있는 것.

오리콤 황재운 차장은 "거친 야성의 힘을 자랑하던 기존 SUV 광고와 달리 파워풀하면서도 스타일리쉬한 영상미로 스타일과 파워의 완벽한 조화를 보여주었다"고 전했다.

[새광고] 삼성전자, 지펠 파트로 지펠 랩 뮤직비디오'



삼성전자의 지펠 파트로가 경쾌한 랩 버전의 CM송과 광고 메이킹 필름을 활용한 뮤직비디오 형식의 광고를 선보여 화제를 모으고 있다. 이번 광고는 차인표·김수현 커플이 '무궁화 꽃이 피었습니다'를 패러디한 놀이로 신혼부부의 달콤한 일상을 재미있게 연기한 독립냉각 기술이 '피었습니다'편의 속편으로 제작됐다. 기존 광고 영상에 비공개 메이킹 필름을 추가한 45초 분량의 영상으로 스토리를 보강해 뮤직비디오에 버금가는 영상미를 자랑한다. 또 지펠의 독립냉각 시스템의 특징점을 귀에 쏙쏙 들어오는 재미있는 가사와 경쾌한 리듬으로 전달하는 '지펠 독립냉각 랩'이

즐거움을 선사한다.

휘닉스커뮤니케이션즈 관계자는 "차인표의 애교 만점 연기와 유년 시절의 놀이를 패러디해 화제가 된 기존 광고가 많은 인기를 끌고 있어 광고 분량을 늘린 뮤직비디오 스타일의 후속편을 제작하게 됐다"며 "경쾌하고 재미있는 랩이 독립냉각이 좋은 냉장고'라는 메시지를 효과적으로 전달하는 역할을 톡톡히 하고 있다"고 설명했다.

[새광고] 두산중공업, 감동 스토리로 기업 가치 전달



두산중공업의 새 광고가 한 편 드라마처럼 잔잔한 감동을 전하고 있다. 이번 광고의 배경은 젊은 산업국으로 도약하는 베트남과 오만으로 과거 7.80년대 우리나라의 경제 성장상을 돌아보게 한다. '발전'편은 역사의 아픔을 딛고 아시아의 젊은 산업국으로 힘차게 도약하고 있는 베트남, 공장에서 일하는 언니에게 어린 소녀가 도시락을 가져다 줄 때, 어두워진 소녀의 앞길을 흰치 비추는 가로등 빛을 통해 베트남의 경제 성장에 기여하고 있는 두산중공업의 발전기술을 표현하고 있다.

'담수'편은 마치 영화 '바벨'의 한 장면처럼 오만의 메마른 돌산을 헤매던 어린 목동이 돌산 언덕 위에서 광활하게 펼쳐진 토마토 농장을 발견하게 되고, 농장에서 열심히 일하는 사람들을 통해 두산중공업의 해수담수화 기술이 오만의 지도를 녹색으로 바꾸어 가는데 도움을 주고 있음을 표현했다. 두산중공업 홍보담당 김명우 상무는 "빛과 물을 만들어 세계 곳곳의 경제 발전에 기여하는