

한국맥도날드

2008년 설립20주년을 맞는 한국맥도날드는 1988년 서울올림픽 개최와 함께 세계적으로 유명한 빅맥, 프렌치 프라이, 그리고 해피필을 선보여왔다. 한국맥도날드는 품질(Quality), 서비스(Service), 청결(Cleanliness), 가치(Value)라는 이른바 'QSC&V' 라는 기업철학을 기반으로 고객에게 항상 우수하고 실속 있는 제품을 제공, 신뢰를 구축하고 있다. 이와 더불어 한국맥도날드는 아침메뉴인 맥도닝 출시, 24시간 영업, 드라이브 스루(drive-thru) 서비스 등의 혁신을 선도하며 한국의 퀵서비스 레스토랑(QSR) 업계의 리더로 자리매김하였다.

어린이복지에 앞장서는 사회공헌활동

한국맥도날드는 2004년부터 매장 이미지 변화(reimaging)에 착수해 2007년말까지 50여개 매장의 내외관 새단장을 완료할 예정이다. 특히 기존 매장에 대한 투자뿐 아니라 소비자들의 달라진 라이프스타일과 여가문화에서 발생하는 니즈를 충족시키기 위해 도시 외곽을 중심으로 맥드라이브 매장 확대를 강화하고 있다. 그 일환으로 2006년 11월 경기도 포천 국도변에 한국 최대 규모의 '포천점(flagship restaurant)'을 오픈하였으며, 최근에는 '수원성점'을 열었다.




맥도날드는 지역사회에 대한 이익 환원 차원에서 어린이들의 복지를 위해 매년 세계 어린이날(World Children's Day)과 어린이 병원학교 지원, 학교 복귀 프로그램 개발 및 확대, 그리고 '로날드 맥도날드 하우스 법인재단(Ronald McDonald's House Charities)'의 설립 등을 통해 국내 소외계층의 어린이들을 위한 사회공헌활동을 지속적으로 개발, 확대해 나가고 있다. 또한 어린이들의 균형있고 활동적인 라이프 스타일을 위한 로날드 맥도날드 어린이 축구 클럽을 운영하고 있다.

이와 더불어 한국맥도날드는 2007년 11월, 해외 투자 유치를 통한 한국 경제 발전에 기여한 공로를 인정 받아 국무총리 표창을 수여 받기도 하였다. 지난해 본사에서 1천6백여원의 투자를 유치해 한국 경제 발전에 기여한 점을 인정받은 것이다.

소비자 라이프 스타일 반영한 광고



한국맥도날드는 지난 수년간 제품 중심의 광고를 진행해 왔다. 이는 소비자의 니즈가 바로 제품에 있다고 이해했기 때문이다. 국내 소비자들이 원하는 제품을 소개함으로써 소비자가 왜 맥도날드의 제품을 선택해야 하는지 합리적인 이유를 제공하는 광고가 주도했다. 최근에는 이러한 제품 중심의 광고에서 소비자 라이프 스타일을 반영하는 광고로 진화하고 있다. 물론 여전히 제품이 그 중심에 있지만, 이는 맥도날드의 제품이 어떻게 소비자의 라이프 스타일과 맞닿아있는지 보여줌으로써 '맥도날드'라는 브랜드 혹은 제품과 소비자들을 감성으로 연결하고자 하는 노력이다. 

홍국생명

홍국생명은 1958년 창립 이후 반세기 동안 꾸준한 성장을 거듭하여 2007년 3월말 기준, 총자산 6조 3,058억원, 보유계약 49조 8,230억원의 내실 있는 생명보험사로 성장하였다.

보험사 재무건전성평가의 주요 척도라 할 수 있는 지급여력비율이 209.1%로 국내 보험사 중 최상위권을 유지하고 있으며, 생명보험사 가운데 상장 요건을 충족하는 3개사 중 하나로 인정받고 있다. 또한 보험금 지급능력평가(한국기업평가)에서 2006년 AA-에서 AA로 상향 조정되어 선진 보험사로서의 자리를 확고히 하고 있다.

재무 건전성 바탕으로 제2의 도약

기존 설계사 채널의 전문화 및 고도화와 더불어 방카슈랑스, TM, 대리점(AM), 사이버(CM) 등 다양한 신채널을 도입하여 신규보험시장에서도 높은 성장세를 기록하고 있으며, 특히 방카슈랑스 채널부문은 업계 최초로 TF팀을 운영, 적극적인 준비를 통하여 현재 최상위 업적을 보유하며 우수한 상품제공, 신속 체계적인 업무지원 체계를 보유한 업계의 리더로서 인정받고 있다.

홍국생명은 알차고 건강한 재무 건전성과 높은 성과지표를 바탕으로 2006년 홍국금융가족으로의 출범과 더불어 더 큰 제2의 도약을 준비하고 있다. 홍국금융가족은 세계 최고 수준의 재무 건전성을 기반으로 세계화 시대를 주도하는 태광그룹의 금융계열사로서 홍국생명과 더불어 홍국양용화재, 홍국투자신탁 운용, 홍국증권중개, 고려저축은행, 예가람저축은행으로 구성되어 있다.

내년도 기업광고 캠페인 계획

2008년 창립50주년을 맞아 새로운 변화를 준비하고 있는 홍국생명은 내년도에 기존 상품광고에 이어 기업광고 등 신규 캠페인을 기획하고 있다. 지속적인 성장세를 이어가고 있는 보험업계에서 신뢰성 있는 기업 이미지와 더불어 도전적이고 진보적인 이미지를 새롭게 구축해 나가자 하는 홍국생명의 발전적인 모습을 기대하기 바란다. 