

인사동정

<승진>

하이트맥주 박종선 상무 SK(주) 권오용 부사장
KT 이길주 상무 비씨카드 박귀순 이사
KT&G 이철수 상무(마케팅본부장)

<전보>

(주)LG LG텔레콤 유원 상무

<취임>



대양이앤씨 마케팅본부
박용만 대표

[웅진그룹] 경영정신 '또또사랑' 담긴 신CI 발표

지난 해 지주회사 체제로 전환한 웅진그룹이 10년만에 새로



운 CI를 개발, 웅진그룹의 경영정신 '또또사랑'의 6가지 정신을 새로운 CI에 표현했다. 일, 사회, 변화, 조직, 도전, 고객 사랑을 6가지 아이콘으로 표현한 새로운 CI는 밝고 따뜻한 기업 문화와 독창적인 아이디어와 시스템으로 시장

을 창출하며 성장해온 크리에이티브 그룹' 웅진을 표현한다.

웅진그룹은 1980년 자본금 7천만원, 직원 7명으로 시작하여 매해 꾸준히 성장을 거듭해 2007년 웅진생크빅, 웅진코웨이, 웅진식품, 극동건설 등 15개 계열사에 3조3천억원(추정) 매출을 거두는 중견그룹으로 성장했으며 올해 3조 7천억원의 매출을 목표로 하고 있다.

웅진의 신 CI는 한국최초의 CI기업 '디자인포커스'가 디자인했으며 글씨체는 '스튜디오 둠바'에서 제작했다.

[동화약품] 까스활명수, 후시딘, 판콜 브랜드 대상' 수상



동화약품의 까스활명수, 후시딘, 판콜에스가 한국소비자포럼에서 수여하는 '2008 대한민국 퍼스트브랜드 대상'을 수상하였다. 하얏트호텔 리젠시움에서 열린 이번 행사에서 전체 34개 수상 브랜드 중 동화약품은 단일기업 최다품목인 3품목이 선정되어 주위의 부러움을 독차지했다. 특히, 소화제 시장 부동의 1위 브랜드인 까스활명수는 5년 연속 수상하였으며, 상처약 시장을 장악하고 있는 후시딘과 종합감기약 시장을 선도하고 있는 판콜에스도 3년 연속 수상해 '골든 클래스(Golden Class)' 영예를 동시에 안았다.

[한국야쿠르트] 라면사업부문 팔도 BI 발표



한국야쿠르트는 라면사업부문 대표 브랜드(BI)를 변경하고,

라면 전제품에 사용한다. 이전에 사용하던 팔도의 디자인을 변경하여 사용하게 되는 팔도는 고객들에게 기대 이상의 즐거움을 선사한다는 의미를 가지고 있다. 이번 BI를 변경하게 된 것은 최근 판매실적 호조와 수출증가 등으로 인해 사업부름이 확대됨에 따라 라면 제품을 대표할 수 있는 자체 브랜드를 가져야 할 필요가 증가하였기 때문이다. 팔도는 '즐거움 생활리듬'을 상징하고 있다. 흥겨운 로고체와 간결하고 함축적인 모티브를 사용해 생활의 활력과 즐거움을 강조하는 뜻도 갖고 있다.

한국야쿠르트는 지난 1983년 팔도소고기, 팔도콜로렐라, 팔도참깨라면 등의 제품을 출시하면서 '팔도'라는 브랜드를 사용하기 시작했다.

[새광고] KT집전화, 통화당 무제한 요금제

KT집전화는 선택형 요금 상품인 '통화당 무제한 요금제'를 내놓고, 이를 알리기 위한 신규 광고캠페인을 선보이고 있다.

KT집전화의 이번 광고는 오랜 시간 통화하는 소비자들의 모습을 과장되게 취재하는 특종 뉴스 형식을 통하여, 월정액 3,000원을 내면 시내의 전화를 시간제한 없이 통화당 39원에



이용할 수 있는 '통화당 무제한 요금제'를 효과적으로 표현하고 있다. 이에 관해 KT 디자인경영실의 이홍세 과장은 "통화당 무제한요금제를 비롯, 소비자 니즈를 반영하여 시의통화를 시내 통화 요금으로 이용하는 '전국단일요금제'와 150분-660분을 일정금액으로 통화할 수 있는 '정액형 요금제' 등 KT 집전화 선택형 요금제를 출시하게 되었다"고 말했다.

[새광고] KB카드, 이효리 발탁 새광고 선보여



KB카드가 가수 비에 이어 이효리를 모델로 기용한 새로운 TV광고를 선보인다고 밝혔다. 이번 광고는 뉴욕에서 촬영됐으며 세련된 그래픽과 화려한 영상으로 KB카드의 다양한 혜택을 표현한 게 특징이다. KB카드 관계자는 "다른 광고에서 보여줬던 이효리의 이미지와 달리 특유의 친근한 이미지에 당당하고 자신감 넘치는 모습을 표현해 기존 광고들과 차별화를 시도했다"고 말했다.

[새광고] 현대건설, 힐스테이트



현대건설은 힐스테이트 TV광고를 새롭게 선보이고 있다. 당신의 H는 무엇입니까? 세상을 가치 있게 사는 법-당신의 가치는 무엇입니까? 편 이후 8개월여 만에 선보이는 이번 3차 광고는 힐스테이트가 추구하는 '집에 담고 싶은 모든 가치'란 주제를 일관성 있게 전달하고 있다. '나에게 힐스테이트란'이란 주제로 시작하는 새 광고는 고객의 입장에서 자신의 이야기를 전달하는 듯한 느낌을 줘 고객과의 감성적 공감대를 넓히고자 했다고 현대건설 관계자는 설명했다.

[새광고] 아모레퍼시픽, 라네즈 새로운 연인 송혜교



라네즈는 프리미엄 이미지를 더욱 극대화하여 보여줄 파트너로 송혜교를 선택했다. 아모레퍼시픽 마케팅 커뮤니케이션팀의 최임학 팀장은 "송혜교는 투명

하고 깨끗한 피부, 고혹적인 눈매 등 뷰티 모델로서 최상의 조건을 지니고 있다. 또한 최근 세련되고 시크한 이미지가 더해져 라네즈가 추구하는 프리미엄 이미지와 가장 잘 매치되는 배우"라고 말하며 송혜교처럼 아름다워지고 싶어하는 아시아의 많은 여성들의 마음을 사로잡을 라네즈 프로페셔널 메이크업으로 사로잡을 것"이라고 모델 선정의 이유를 밝혔다. 아모레퍼시픽의 대표 브랜드 라네즈는 2년여의 준비과정을 거쳐 발표한 혁신 메이크업인 "스노우 크리스탈 메이크업"라인으로 현재 폭발적인 사랑을 받고 있는 대한민국 대표 브랜드로 아시