



▲ 국민연예 히트소년, 겨울소년 편 광고



했다. 매체별 시청률은 가구시청률 기준으로 29.2%로 지난 2004년 아테네올림픽에 비해 무려 44%가 높았고, 케이블TV의 경우 전체적으로 올림픽 개막 전주에 비해 약 5% 정도로 소폭 떨어졌지만, 중계권이 없고 프로야구 등 국내 경기가 없었던 스포츠 채널 등은 41% 정도 큰 폭으로 떨어졌던 것으로 분석되었다. 새롭게 부상한 지상파CMB의 시청률도 올림픽의 덕을 톡톡히 보아서 올림픽 전 기간에 비해 18%가 상승한 1.77%를 기록하면서 광고 매체로서의 가능성을 보여 주었다.(INS 자료) 하지만 어렵게도 올림픽 기간이 지난 이후에는 다시 그전 수준으로 떨어져서 향후 본격적인 광고매체로 활용하기에는 시간이 더 필요할 듯 하다.

올림픽은 이제 K-콘텐츠

서두에서 말했듯이 올림픽은 비상업성을 표방하며 광고에 있어서는 그다지 큰 이벤트는 아니다. 하지만 광고효과를 기대할 수 있는 시청률면에서 본다면 결코 작은 이벤트라고 할 수 없다. 이번 베이징올림픽의 경우 우리나라와 1시간의 시차로 국내에서 볼 수 있는 환경이 보다 좋아서 다른 올림픽과는 일반화해서 말할 수 없지만 다양한 스포츠가 주는 감동이라는 콘텐츠는 어쩌면 단일 경기로 진행되는 월드컵과 슈퍼볼보다 잠재력이 더 높다고 할 수 있을 듯하다. 또한 올림픽을 개최하는 국가들이 실리를 추구하는 경향이 짙어지면서 스폰서의 규모 및 대회의 성격이 상업적인 모습으로 변모해 가고 있다. 즉, 개최를 통해서 고양되는 국가 위상에서 창출되는 부가 가치로 실리를 찾는 것과 더불어 올림픽 자체에서도 실리를 찾게 된다는 것이다. 결국은 상업적으로 잘 포장된 콘텐츠로 마케팅적 활용가치를 더 높일 수 있는 셈이다.(올림픽의 순수한 스포츠 정신에는 위배되지만) 베이징올림픽이 이런 면에서 여러 가지 가능성을 보여주었다면 상업적으로 잘 부장이 된 2012년 런던올림픽은 또 다른 올림픽의 모습이 보여질 것으로 기대된다. **333**

인사동정

- <영전> 김대선 STX 홍보실장
- 이해선 CJ홈쇼핑 경영총괄 부사장
- <선임> 권행민 KTF 대표이사

[삼성전자] 유럽의 지붕 옹프라우 정상에서 제품력 과시



삼성전자는 지난 9월 12일 옹 프 라 우 정 상 (해발 3,454m)에 위치한 스프스울에서 알프스 산악열차를 운영하는 '옹프라우 철도' 측과 제품 스폰서십 계약을 체결. 전세계 수많은 관광객들에게 삼성 브랜드와 기술력을 과시하게 된다. 삼성전자는 옹프라우 정상을 향해 출발하는 인터라켄 등 주요 기차역과 옹프라우 정상에 스프스울에 대형 LCD TV와 LCD 모니터를 설치하여 옹프라우와 관련된 다양한 정보를 제공할 예정이다. 삼성전자는 옹프라우 외에도 영국의 버킹엄 궁, 프랑스의 엘리제궁, 오스트리아의 신부른궁, 바티칸 뮤지엄 등 유럽내 주요 명소에 LCD TV, LCD 모니터와 같은 전략제품을 설치, 삼성 브랜드의 프리미엄 이미지를 구축하고 있다.

삼성전자는 지난 9월 12일 옹 프 라 우 정 상 (해발 3,454m)에 위치한 스프스울에서 알프스 산악열차를 운영하는 '옹프라우 철도' 측과 제품 스폰서십 계약을 체결. 전세계 수많은 관광객들에게 삼성 브랜드와 기술력을 과시하게 된다. 삼성전자는 옹프라우 정상을 향해 출발하는 인터라켄 등 주요 기차역과 옹프라우 정상에 스프스울에 대형 LCD TV와 LCD 모니터를 설치하여 옹프라우와 관련된 다양한 정보를 제공할 예정이다. 삼성전자는 옹프라우 외에도 영국의 버킹엄 궁, 프랑스의 엘리제궁, 오스트리아의 신부른궁, 바티칸 뮤지엄 등 유럽내 주요 명소에 LCD TV, LCD 모니터와 같은 전략제품을 설치, 삼성 브랜드의 프리미엄 이미지를 구축하고 있다.

[지오엠씨] 최첨단 통증치료기기, 페이스를떠 수술 계약



엠씨스퀘어로 유명한 지오엠씨가 최첨단 통증 치료기기인 페이스를떠의 수술 계약을 체결했다고 밝혔다. 페이스를떠는 현재 지오엠씨에서 전세계 독점 공급권과 생산권을 가지고 있으며, 미국의 컴퍼티티브 테크놀로지사와 함께 글로벌 마케팅을 펼치고 있다.

지오엠씨측은 최근 인도지역 7백여 개의 병원에 의료기기 등을 공급하는 의료전문회사인 ELS(Excel Life Sciences)사와 수술 계약을 체결했다고 밝히며, "지난 40여년간 전세계에 나왔던 그 어떤 통증치료기기보다 페이스를떠는 기술적으로 탁월한 제품으로서 전세계 통증 시장에서 선의의료기기로서 각광받을 것"이라고 밝혔다.

[진로] 해양심층수 함유 신제품 소주 J 출시

진로가 청담 정제공법을 적용한 웰빙명 소주 신제품 'J'를 출시했다. 신제품 'J'는 소주의 글로벌화를 위해 '진로' (JINRO)의 영문 첫 에니셜을 차용했으며 '열음' (Junia)과 '즐거움' (Joy), '만남' (Join)의 뜻을 뭉뚱 '소주의 보석' (Jewelry)이라는 의미도 담겨있다. 특히 기존



참이슬의 첨가물로 사용하고 있는 핀란드산 100% 순수 결정과당(Non-GMO)과 함께 등에 해저 100m의 해양심층수를 함유한 웰빙명 소주로 천연 대나무숯 여과공법의 효과를 더욱 높이기 위해 알성탄소 필터(ACF) 정제기술을 도입한 고품질 소주라는 게 진로 측의 설명이다.

알콜도수는 기존 참이슬 후래쉬와 같은 19.5도. 진로는 일단 'J'와 참이슬을 복수 브랜드로 운영한다는 계획이다. 여기에 달린트 송예교를 광고모델로 기용, 'Jinsu is back'을 슬로건으로 본격적인 광고캠페인을 전개하고 있다.

[LG전자] 프리미엄 LCD TV 중동, 아프리카 판매 1위



LG전자는 프리미엄 LCD TV '스칼렛'을 앞세워 중동, 아프리카 5개국에서 평판TV 판매 1위에 올랐다고 밝혔다. 조사기관 GFK 자료 및 LG 자체 집계에 따르면 지난 6~7월 중에 이집트, 이스라엘, 레바논, 이라크, 나이지리아 등 5개국에서 LCD TV 점유율 21~43%에 달하는 최고 브랜드로 자리 잡았다고 설명했다. LG전자는 지난 5월 '스칼렛' TV 출시에 맞춰 현지 주요 신문, 방송 등에 대대적인 광고캠페인과 함께, 딜러 컨벤션 개최, 유통과 공동 프로모션, 스칼렛 TV 시연부스 운영 등 다양한 마케팅 활동을 펼쳐왔다. 그 결과 이집트 법인의 경우 프리미엄 제품인 '스칼렛' LCD TV가 매출 비중 70% 이상을 차지하는 등 급상징을 기록했다. LG는 프리미엄 모델 다비드 LCD TV(LG70)를 중동, 아프리카 시장에 추가 출시해 LCD TV 풀 라인업을 갖추고 시장점유율을 더욱 확대할 계획이다.

[새광고] 소망화장품, 오징어 먹물 염모제 선보여

소망화장품은 오징어 먹물 성분의 저자극 천연성분 웰빙 염모제 '맞춤염모제'를 선보이고, 새까만 단발머리로 퍼져 변신에 성공한 '구애선'을 모델로 한 광고를 새롭게 선보인다. 이번 광고는 '오징어 먹물' 제품 성분을 부각시키기 위해 구애선의 새까만 단발머리로 강렬한 인상을 주고 있고, 심층적인 소비자 조사 결과를 광고에서 직접 소개하는 '크리슈어-에드(Cresumer-AD)'로 공감대를 극대화하고 있다. (* 크리슈어-에드(Cresumer-AD)란 설문조사 등 소비자들의 의견이 직접적으로 노출되거나 활용된 광고)