

CJ홈쇼핑



초기년도 34억원 시장규모에서 지난 해 약 5조원이라는 시장을 형성하며, 백화점, 할인점과 함께 국내 유통 산업의 한 축으로 성장한 TV홈쇼핑, 그 역사를 이끌어 온 기업이 바로 CJ홈쇼핑이다.

CJ홈쇼핑은 지난 2007년 한해동안 취급고 1조 5,236억 원, 매출액 5,188억 원, 영업이익 708억 원, 순이익 314억 원을 기록했다. 최근 전반적인 소비심리 위축과 케이블 가구수의 정체 등으로 홈쇼핑 업체들의 양적 성장이 어느 정도 한계가 왔다는 평가를 받는 가운데, CJ홈쇼핑은 브랜드 차별화 전략을 통해 새로운 시장을 개척하고 있다.

Trust Building을 통한 고객 신뢰 문화 정착으로 브랜드 차별화 성공

CJ홈쇼핑은 고객신뢰를 최우선시하는 경영방침에 따라, 2003년 업계 최초로 방송편성표를 공개, 소비자들이 편성표로 미리 상품을 살핀 후 오프라인 매장이나 타 홈쇼핑과 비교해서 상품을 구매할 수 있도록 하였다. 또 '미리 주문 서비스'를 통해 편성표에서 확인한 제품을 방송과 동일한 조건으로 주문할 수 있게 하였다. 한편 2005년 정도 방송 강화를 위해 신설한 '정직한 상품 확대경'은 제품의 제조원, 원산지는 물론 단점이나 유의사항까지 제공해, TV홈쇼핑에 대한 소비자 신뢰를 높이는 데 기여하고 있다. CJ몰에 도입한 '구매안심보장서비스' 역시 고객의 실수로 인한 제품 파손까지 책임져주면서, 가격 경쟁력만 앞세운 온라인 시장에 새로운 패러다임을 제시하였다.

CJ홈쇼핑은 지난해 9월부터 화가 육십원 씨의 그림을 활용한 아트 마케팅을 선보임으로써 기존 유통업체들과 차별화된 브랜드 이미지 만들기를 시도하였다. 즉, TV광고와 각종 옥외광고물에 육십원 화가의 작품을 활용, 미술과 마케팅을 접목시킨 감성전략을 구사하고 있는 것이다. 이러한 CJ홈쇼핑 광고는 빅 모델을 사용하지 않으면서도, 그림 속 주인공들이 자연스럽게 움직이며 소비자들에게 말을 거는 독특한 분위기로 주목받고 있다. 특히 지하철역 내와 버스 등의 옥외광고를 통해 친근하면서도 편안한 이미지를 자연스럽게 접하도록 유도하고 있으며, 최근에는 카탈로그 배송 봉투에도 육십원 씨의 그림을 활용하는 등 활용 범위를 넓히고 있다.

T커머스 등 방송 변화 환경에 맞춘 선도적 브랜드 이미지 쌓아

CJ홈쇼핑은 지난 2005년 12월 국내 최초로 홈쇼핑 데이터방송 상용화 서비스, 즉 T커머스 서비스를 선보였다. CJ Tmall은 시청자가 리모콘을 통해 상품구매, 결제 및 배송정보 확인, 이벤트 참여 등을 할 수 있는 전용 데이터 방송 서비스로, 시청자들은 CJ홈쇼핑 방송 시청 중 선택 버튼을 통해 CJ Tmall에 연결할 수 있으며, 간단한 리모콘 조작으로 상품의 상세 정보를 확인하고, 전화통화 없이 바로 구매 및 결제를 할 수 있다.

한편 CJ홈쇼핑은 모바일 쇼핑 서비스 M커머스 및 인터넷동영상 쇼핑 등에 있어서도 선도 업체로서의 브랜드를 만들고 있다. CJ홈쇼핑의 인터넷 방송 '쌍쌍라이브'는 국내 최초의 인터넷라이브 방송으로, TV홈쇼핑의 제작 노하우와 인터넷쇼핑물 운영 노하우를 결합시킨 새로운 유통 채널이다. **▶▶▶**



협·회·소·식

Voice of Korea Advertisers

방송광고 자율모니터링 시스템 운영

협회 사무국에서는 11월부터 방송광고 모니터링 업무를 시작하였다. 이는 광고주가 광고의 사회적 책임을 다하기 위한 자율적인 노력의 일환이다. 현재 심의절차는 전일 코바넷에 인코딩된 소재를 당일 모니터링 후, 방송협회 광고심의팀과 논의해 의견을 개진하고, 방송통신심의위원회의 사후심의와 관련한 업무도 진행하고 있다. 한편 협회 내 방송광고심의자문단의 자문활동을 통해 회원들의 심의 관련 업무를 지원하고 있다.

* 방송광고심의 관련 문의 : 기획조사팀 정지영 (☎3668-9422)

KBS초청 운영위원회 간담회

지난 11월6일 KBS 초청 운영위원회 간담회가 여의도 63빌딩에서 있었다. 이날 간담회에는 KBS 이병순 사장을 비롯한 주요 간부들과 광고주협회 운영위원회 등 30여 명이 참석했다.

어린이식생활안전관리특별법 관련 의견 개진

지난 11월 19일 보건복지가족부가 입법예고한 '어린이 식생활안전관리 특별법', 시행령 및 시행규칙에 광고규제 조항이 있어 협회는 이에 적극 대응, 관련 조항의 수정을 건의하였다. 시행령 제8조에는 어린이의 비만을 유발할 수 있는 고열량·저영양식품은 오후 5-9시까지 광고를 못하도록 되어있으며, 고열량·저영양식품의 기준에 의하면 전체 20%의 식품이 해당되는 등 시행령에 대한 업계의 우려가 큰 상황이다.

이에 따라 협회는 보건복지가족부 및 식약청 등 관계기관에 우려의 뜻을 담은 건의문을 전달하였다. 건의문에는 광고와 어린이 비만과의 무관함을 피력하고 광고금지 조치로 인해 최근의 경기침체 및 밸리민 파동 등으로 침체된 식품관련 시장에 가중된 규제에 대해 법안의 형평성 위반 여부 및 일부 위헌소지 등에 대한 내용이 포함되어 있다.

유해 인터넷 등 뉴스제공사이트 대처방안 협의 진행중

지난 11월 27일 협회는 주요 기업 홍보위원들과 가진 간담회에서

인터넷 언론의 문제에 대한 인식을 같이하고 이에 대한 방안을 마련하기로 의견을 모았다. 이에 따라 주요 포털사이트와 유사 인터넷 언론 및 유해뉴스 제공사이트에 관한 대처방안에 대해 협의를 진행하고 있다. 악의적인 보도나 허위보도를 통해 추가하락 및 기업경영까지 위협할 뿐 아니라 광고, 협찬 강요 등 불경기에 더욱 기승을 부리는 문제점도 지적했다. 이에 따라 피해유형에 따른 해당 언론사에 대한 평가시스템을 구축하고 대형 포털의 핫라인을 구축해 광고주와 공동 대응방안을 모색하기로 하였다. 또한 향후 유사 언론 대책 특별위원회 설립 및 포털, 정부와의 업무협의를 통해 중장기대책을 마련하기로 하였다.

제26회 소비자단체장 초청 회원간담회



지난 12월 4일 롯데호텔에서 제26회 소비자단체장 초청 회원간담회가 있었다. 이날 간담회에는 김현진 서울과약중앙대학원 교수가 '저탄소 경제와 그린마케팅'이란 주제로 발표를 해주었으며, 김천주 한국소비자단체협의회 회장을 비롯한 소비자단체 임원 30여 명과 민병중 회장을 비롯한 협회 회원 30여 명이 참석한 간담의 시간을 가졌다.

홍보위원회 송년모임

지난 12월 16일 여의도에서 홍보위원회 위원장 김봉경 현대기아차 부사장 송년모임이 있었다. 이날 모임에는 KBS 고대영 보도총괄팀장, 박상현 경제과학팀장 등이 자리를 함께 해 홍보위원들과 허심탄회한 얘기를 나누었다.

협회 사무국 이전

주소 : 서울 영등포구 여의도동 14-14 용산빌딩 13층
대표전화 : 3668-9400