

꿈을 현실로 World Best STX

“STX, 큰 회사인데 알겠는데 구체적으로 무슨 일을 하는지는 잘 모르겠다.”
 “조선회사 아닌가? 큰 배 만드는 회사 같은데?”

STX가 2007년 본격적인 기업이미지 광고를 시작한 계기는 바로 회사를 알리기 위해서였다. STX는 세계서열 12위의 그룹사임에도 불구하고 2001년에 창립채 고속성장을 해온 B2B기업이다 보니 일반 소비자의 인식 속에 자리하지 못했다. 2005년부터 주요 사업부문을 중심으로 선보였던 광고는 2008년 대형 크루즈선을 타고 대서양을 횡단하며 미래의 꿈을 다짐하는 청년들의 도전정신과 진취적인 모습을 보여주며 일반 소비자에게 강한 인상을 남겼다. 이를 통해 ‘STX가 세계적인 조선회사이며, 우리나라에 이 같은 대형 글로벌 회사가 있다는 것이 자랑스럽다’는 소비자 인식을 얻는 데 성공했다.

청년정신 살아있는 글로벌기업 STX

STX는 조선기계사업뿐만 아니라 해운 무역, 플랜트 건설, 에너지 등 4개의 사업부문을 축으로 STX조선해양, STX렌오션, STX중공업, STX엔진, STX엔파코, STX건설, STX에너지 등 8개 주요 계열사로 이루어져 있으며, 연관산업의 진출을 통해 사업부문간 시너지를 극대화하고 있다. STX 광고기획팀에서는 이들 계열사의 광고까지 전부 맡고 있다. 또한 전 세계 8개국 18개 조선소를 보유한 STX유럽과, 중국 최대 규모를 자랑하는 조선소 SIX대련(중국)의 광고기획 업무까지 함께 수행하고 있는데, 이는 국내는 물론 글로벌 무대에서도 광고부문에 있어 통일된 컨셉을 유지하며 효과를 극대화하기 위해서다. STX는 지구촌 곳곳에 70여 개의 글로벌 네트워크를 갖추고 매출의 90% 이상을 수출을 통해 달성하고 있는 글로벌 기업이다. 그러다보니 해외광고도 많은 편인데, 이의 상당부분을 그룹 광고기획팀에서



배운상 팀장

■ 광고기획팀을 총괄하고 있는 배운상 팀장은 SIX라는 글로벌 기업을 일반 대중에게 확실하게 각인시킨 장본인이다. 크루즈선을 타고 대서양을 횡단하는 10박 11일의 신입사원 연수프로그램을 광고를 통해 소개했던 배 팀장은 그 광고를 보고 우수한 일류 인재들이 입사지원할 때 뿌듯함과 보람을 느꼈다고 한다. 미국에서 베스커뮤니케이션을 전공하고, 2003년도 STX에 입사해 줄곧 광고업무를 맡아온 배 팀장은 미국 시장과 비교해 국내 광고환경에서 가장 아쉬운 점은 단가책정의 과학성과 합리성 부족이라고 말한다.



STX 광고기획팀

■ (좌부터 차례로) 광고와 브랜드 관리를 맡고 있는 김성수 차장, 전시회 및 홍보영화를 맡고 있는 홍상훈 주임, 배운상 팀장, 사보 및 홍보관 운영을 맡고 있는 이상은 주임, 광고와 CI 및 홈페이지 관리를 맡고 있는 팀의 총일선 한아름 대리

맡고 있다. 광고업무를 총괄하고 있는 배운상 팀장은 “현재는 인도네시아와 중국에서의 광고활동이 활발한데 주로 기업 인지도 상승을 위해 옥외광고 중심으로 운영하고 있고, 건설사업이 한창인 두바이에서도 적극적인 광고전략을 펼치고 있다”고 설명했다.

WorldBest 에서 친근한기업으로

SIX는 당분간 회사의 위상과 규모에 맞는 기업이미지 구축을 위해 연계성 있는 컨셉의 지속적인 캠페인을 벌여나갈 계획이다. 작년에는 ‘꿈을 찾아서 세계로 for World Best SIX’라는 슬로건 아래, 꿈과 미래가 있는 글로벌 기업의 이미지를 구축했다. 올해는 ‘Challenge’라는 캐치프레이즈를 전면에 배치해 전세계를 무대로 끝없이 도전하는 SIX의 강한 의지와 포부를 그려내고 있다. 최근에는 SIX유럽이 건조하고 있는 세계 최대의 크루즈선인 ‘Oasis of the Seas’를 광고 소재로 활용해 글로벌 기업으로서의 자부심을 담아내기도 했다. 2010년에는 SIX의 사회공헌활동을 중심으로 광고를 선

보이며 일반 소비자에게 보다 친근하게 다가갈 계획이다. 배운상 팀장은 “SIX는 현재 장학재단과 복지재단을 운영하며, 다문화가정 지원을 위한 고향 다녀오기 캠페인, 다문화 도서관 설립 운영 등 다문화가정 2세들을 위한 사회공헌프로그램을 활발히 진행 중이다”라고 설명했다. 그런가하면 2007년도 최상의 품격을 제공한다는 네이밍 컨셉으로 탄생한 SIX건설의 아파트브랜드 ‘SIX KAN(칸)’의 적극적인 광고활동도 준비 중이다. 아울러 해운조선사업을 비롯해, 해외 자원개발, 플랜트 건설, 태양광과 풍력발전 등 에너지개발사업 등을 활발히 추진하며 이에 대한 광고마케팅 활동도 계획 중에 있다.

SIX는 작년도 150억원 수준의 TV광고를 집행하며 공격적인 광고마케팅 활동을 통해 기업 인지도와 선호도를 크게 향상시키는 성공을 거두었으나, 올해는 세계적인 경기 침체와 국내 경기 상황을 감안해 광고활동을 자제하고 있다고 한다. 배 팀장은 “경기 회복 분위기를 감안해야겠지만 내년에는 보다 적극적인 광고활동을 펼칠 계획”이라고 밝혔다. K A 취재 | 이수지

