

나와 당신의 행복한 삶을 위해 I am your Energy



“ I am your Energy ~ I am your Energy ~ I am your Energy ~ I am your Energy ~ ”

경쾌한 CM송과 함께 목욕탕에서 서로의 등을 밀어주는 귀여운 아이들, 손뼉을 마주치며 서로에게 파이팅 하는 건강한 얼굴들, 작년 상반기 TV를 통해 보았던 GS칼텍스의 'I am your Energy' 캠페인 광고는 6개월여가 지난 지금도 어제저녁 TV에서 본 듯 우리 기억 속에 선명하게 남아있다. 슬로건을 반복하는 CM송의 영향도 있지만 무엇보다 기술과 힘을 강조하는 기존 정유사 광고답지 않게 사람 중심의 따뜻하고 경쾌한 기운이 전해지기 때문이다. GS칼텍스가 노린 것도 바로 이런 점이다. 'I am your Energy' 캠페인은 GS칼텍스가 단순히 주유소로 대표되는 정유산업뿐만 아니라 도시가스, 전력, 대체에너지 개발 등 대표 에너지기업이라는 사실을 알리기 위해 기획되었다.



광고팀을 총괄하고 있는 박희준 팀장
'99년 GS칼텍스에 입사에 10여 년간 마케팅 업무만 전담했던 실력과 마케터, 사내에선 호칭이 박사님으로 통한다. 작년부터 광고팀장직을 맡아 광고기획, 제작, 집행, CI, 브랜드관리, 기업PR 행사 등을 총괄하고 있다.

관계의 미학 캠페인 슬로건으로 승화

' I am your Energy' 라는 슬로건 안에는 ' 지속가능한 삶의 터전을 만들어 가는 에너지 전문기업' 이라는 브랜드 아이덴티티가 녹아있다. " 나는 당신에게 당신은 나에게 삶의 에너지가 되어 주자" 라는 속뜻이 숨어있다. 나와 당신의 행복한 삶을 유지시키는 에너지의 근본은 바로 '우리' 라는 관계의 미학' 을 얘기하며, 고객과의 상생에서 힘이 되어주는 에너지 기업이 되겠다는 의지를 담고 있다.

새로운 슬로건을 알리기 위해 광고가 제작되고 런칭을 앞둔 시기 매체집행을 맡고 있는 박준환 차장은 큰 고민에 빠졌었다고 한다. 이미 문근영을 모델로 한 ' 반갑습니다' 캠페인이 큰 성공을 거둔 터라 새로운 슬로건의 캠페인 광고를 단시간 안에 효과적으로 알리기가 쉽지 않았던 것이다.

' 반갑습니다' 캠페인은 2005년 LG칼텍스정유에서 GS칼텍스로 사명 변경 후 새로운 모습으로 고객과 만나겠다는 의지를 담아 2006년부터 선보였던 캠페인이다. 수년이 지난 지금도 고객접점인 주유소에서는 별다른 직원 교육이 없었음에도 불구하고 '어서 오세요' 나 '안녕하세요' 가 아닌 ' 반갑습니다' 로 인사하는 직원과 고객을 쉽게 만날 수 있다고 한다.

박 차장은 ' 2009년 3월 1일 온에어가 결정된 'I am your Energy' 캠페인 TV광고의 런칭효과를 극대화하기 위해 한 달 전인 2월, 버스정류장, 버스외벽, 인터넷, 전광판 등을 주

요매체로 활용해 프리런칭 광고를 집행했다"며 당시 상황을 설명했다. 서울시내 전역을 캠퍼스존, 오피스존, 문화존, 유흥존, 쇼핑존, 주거존, 병원존 등 7개 권역으로 나누고, 각각의 맞춤형 카피 소재를 선보였다.

여기서 한시간 이상 기다려준 사람 있나요? (강남역 쉼터)

매려치워 먹여 살릴 테니까 라고 말해주는 사람 있나요? (맹방사거리 쉼터)

밥하기 싫은 날 오늘 저녁 외식하자는 사람 있나요? (영등포 롯데백화점 쉼터)

이는 사람은 많지만 마음을 나눌 사람은 많지 않은 외로운 현대인에게, 상사 눈치 보느라 지친 회사원에게, 반복되는 가사노동으로 지친 주부들에게 ' 공감' 이라는 에너지를 전달하고자 노력했던 것이다. 제작과정에서 후보에 오른 카피만도 1000여 개, 최종적으로 선정돼 제작물로 완성된 카피가 100여 개, 100개의 각기 다른 광고가 서울시 전역에 뿌려졌다.

소비자 반응은 계획 이틀째부터 나타났다고 한다. 광고에 대한 궁금증으로 네티즌들이 먼저 반응을 보이기 시작하더니, 이후 블로거들의 폭발적인 반응과 200여 개의 패러디 광고가 탄생할 정도로 소비자 공감을 이끌어 내는 데 성공했다.

(좌부터 차례로)
기업PR광고의 기획과 제작을 맡고 있는 박지선 과장
박희준 팀장
광고 매체집행, 캠페인 기획을 맡고 있는 박준환 차장.
올해는 브랜드관련 프로젝트 업무에 집중할 계획이라고 한다.
디자이너 곡미홍 씨와 회계관리를 맡고 있는 김정아 씨
브랜드 관리를 맡고 있는 황성연 과장
마케팅광고의 기획, 제작과 기업PR 행사 진행을 맡고 있는 최태환 차장은 취재 당일 출장으로 함께 촬영하지 못했다.



보름간의 티저광고와 보름간의 브랜드 노출광고는 대단히 성공적인 결과로 돌아왔다. 여타 다른 매체 대비 1/3의 광고예산으로 효과는 배가되었다. 이후 TV광고로 선보인 ' I am your Energy' 캠페인 목욕탕편, 에너지박수편은 발랄하고 경쾌한 CM 송과 함께 소비자들의 주목을 끌기에 충분했다.

TV중심의 매체 활용, 꽃 피는 봄 새광고 만날 듯

금년에도 GS칼텍스의 'I am your Energy' 캠페인은 계속될 것이라고 한다. 다만 캠페인을 어떻게 구체화 시킬지에 대해서는 현재도 계속 고민 중이라고 박 차장은 말했다.

올해 광고예산은 작년에 비해 다소 줄일 계획이라고 한다. 정유업계가 모두 어려운 시기라고 한다. 매체계획은 예년과 다름없이 TV매체를 중심으로 인터넷과 BIL 매체를 활용한 큰 그림을 그리고 있다고 전했다.

" I am your Energy 캠페인의 새광고를 언제쯤 만날 수 있나?" 라는 질문에 박 차장은 ' 봄바람 불 때? 아니면 꽃 필 때?' 라고 대답했다. **최재 | 이수지**