략과 전문성을 바탕으로 고객의 투자 특성에 맞는 맞춤 자산컨설팅을 하겠다는 의지를 담고 있다. 현대증권은 연초' QnA' 의 티저광고를 실시하고 있으며, 다양한 이벤트를 통해 새로운 자산관리 브랜드를 적극 홍보할 계획이다. 또한 다양한 세미나 개최를 통해 현대증권이 지향하는 가치를 고객에게 알리고 향후 출시되는 자산관리서비스, 상품 등에 적용해 신규 브랜드 중심의 마케팅 활동을 지속적으로 전개할 예정이다.

[삼성전자] 삼성센스 새광고

삼성센스가 젊은이들의 뜨거운 열정을' 크레이지(Crazy)' 라는 컨셉으로 풀어낸 신규광고 3편을 선보이고 있다. 미국 메이저리그에서 맹활약하고 있는 추신수 선수를 모델로 기용,' 무언가에 미쳐있는' 대한민국 젊은이로 등장시켜 눈길을 끌고 있다.' 크레이지 슬림' 편은 울트라씬 노트북 삼성센스 X170의 초슬림 디자인을 담아냈다. 추신수 선수가 야구배트로 밀가루 반죽을 얇게 밀고 있는 설정을 통해 ' 크레이지 슬림' 한 제품 특성을 재미있게 보여준다.

[SK텔링크] 국제전화서비스 00700

최근 방영을 시작한 SK텔링크의 국제전화서비스 00700의 새로운 TV광고가 시청자들에게 웃음을 주고 있다. 배우 김명민과 가수 하춘화가 왕자와 공주로 등장, 평상시 이미지와 다르게 망가진 모습을 보여준다. 왕자 김명민이 고성에 칩거 중인 공주 하춘화를 찾아" 왜 비싼 세자리 국제전화를 쓰냐"고 물으며" 저렴한 가격에 품질도 우수한 00700을 쓸 것"을 권한다.

[삼성전자] 전문가용 초고화질 모니터 출시

삼성전자는 세계 최고의 명암비(정적 명암비)와 전문가용 광시야각 패널을 적용한 모니터 신제품 2종인' 삼성 싱크마스터 70시리

즈' (모델명 F2370H)와 ' 삼성 싱크마스터 80시리즈' (모델명 F2380MX)를 출시한다고 밝혔다. 58㎝(23인치)의 화면크기로 출시되는 두 제품은 3000대 1의 세계 최고 수준의 정적 명암비로 초고화질 화면을 구현한다. 아울러 정지된 화면에서도 보다 생생하고 디테일한 컬러를 표현해 준다.

또한 전문가용 광시야각 패널을 적용해 빛의 유출을 최소화해 상하좌우 178도의 넓은 시야각을 제공한다.

[SK텔레콤] 생각대로 T' 나답게 송' 히트

SK텔레콤의' 생각대로 T' 광고가' 되고송' 에 이어 새로이' 나답게 송' 으로 인기를 얻고 있다. 연초부터 전파를 타고 있는' 생각대로T 2010 생각대로' 편은 약점도 자신의 특별한 매력이 될 수 있다는 용기와 응원을 전하는 광고로, 2010년을 생각대로 나답게 맞이하자는 긍정적인 철학을 담고 있다. 특히 이번 광고에서는 T의 대표모델 장동건, 비, 신민아가' 나답게 송' 을 함께 불러 눈길을 끌고 있다.

[삼성전자] 하우젠 에어컨 ZERO 새광고

삼성전자는 지난 1월 12일 삼성 하우젠 에어컨 ZERO의 신제품 발표와 동시에 연아제로닷컴(www.yuna0.com)을 통해 신규광고' 계절 제로' 편을 공개했다. 보통 신규광고는 브라운관을 통해 공개되는 것이 일반적이지만, 삼성전자는 이례적으로 온라인을 통해 선 공개하는 마케팅 전략을 시도해 네티즌들로부터 큰 호응을 얻었다. 특히 자유롭게 다운로드를 할 수 있도록 공개해 네티즌들의' 퍼나르기' 로 각 포털사이트 동영상 게시판과 블로그 등으로 급속히 퍼지며 인기를 실감케 했다. 특히 지난 삼성 하우젠 아이스 올스타즈 피날레에서 관중들의 열렬한 환호를 받았던 브라이언 오서의 백덤블링 묘기와 삼성 하우젠 에어컨의 메시지를 절묘하게 결합해 주목을 받고 있다.

[하나금융그룹] 기업PR 새광고

하나금융그룹은 은행, 증권, 보험, 카드, 캐피탈, 생명보험의 서비스를 모두 한데 묶은 기업PR 광고' 좋은 계획' 편을 선보이고 있다. 김태희와 고수를 모델로 기용, 2편을 멀티스팟(multi-spot) 광고를 통해 전문가와 함께 하는 자산관리를 통해 좋은 계획을 꿈꿀 수 있다는 메시지를 전하고 있다. 하나금융그룹의 이강휴 팀장은" 고객들이 마음속으로 꿈꾸는 2010년의 계획들을 모두 이뤄지게 하고 싶은 의도에서 하나금융그룹의 패밀리 브랜드들을 이번에 모두 선보였다"라고 설명했다.

[르노삼성자동차] 뉴SM5

르노삼성자동차가 2010년 야심차게 풀 체인지(full Chang)된 뉴SM5를 알리는 새광고를 선보이고 있다. 배우 고현정과 봉준호 감독을 모델로 기용, 그들이 말하는" 조금 더"의 차이를 멀티스팟(multi-spot)의 형식으로 전하고 있다. 이번 광고는 이미 최고의 반열에 올라선 두 사람이' 조금 더' 의 차이로 큰 감동을 만들어내는 상황을 통해 최고의 수준에서 조금 더 다이나믹해지고, 편안해지고, 스타일리쉬해지고, 여유로워진 뉴SM5의 모습을 표현했다.

[LG· 국가브랜드위원회] 사랑해요 코리아 공동 캠페인

LG와 국가브랜드위원회는 외국인 관광객과 특히 올해 11월, 서울에서 개최 예정인 G20(Group of 20) 정상회담으로 방한할 국빈과 수행원 등 방문객들에게 형성될 국가이미지의 제고에 대한 국민적 공감대를 형성하기 위해' 사랑해요 코리아' 광고 캠페인을 시작했다.

' 당신에 대한 기억이 대한민국에 대한 기억입니다' 를 주제로 제작한 이번 TV광고는 국가 브랜드는 결국 국민 개개인의 의지와 행동이 모여 이루어진다는 메시지와 함께 글로벌 시민으로서 실천해야 할 글로벌 에티켓을 자연스럽게 제시하는데 중점을 두고 있다.

[삼성전자] 애니콜 연아가 쏘는 사랑의 총알

삼성전자 애니콜이 선보이고 있는 T옴니아2 광고가 네티즌들의 폭발적인 호응을 얻고 있다. 삼성전자가 15초와 2분짜리 두 개의 영상을 TVCF(www.tvcf. co.kr)와 유튜브 등에 올린지 사흘만에 인기 CF 순위에 오르는 등 뜨거운 반응을 불러모으고 있다. 이번 CF에서 김연아 선수는 고혹적인 흑조 의상을 입고 함께 등장한 회사원, 요리사 등 뮤지컬 배우풍의 사람들을 향해' 사랑의 총알' 을 발사한다. 김연아 선수는 광고 중간에" T옴니아2로 이전 경기들을 동영상으로 저장해 두고 경기를 모니터링한다"고 강조하기도 한다.