



해외 시장에도 확산시키기 위해 콘텐츠 개발자들의 해외진출 지원 및 콘텐츠 개발 지원을 위한 'T스토어 펀드' 운영, 모바일 전문 교육센터인 T

아카데미를 개설하는 한편, 전국 1만여 곳에 무선인터넷 무료이용 지역인 '와이파이존'을 설치하는 등 국내외에서 무선인터넷 시장 주도권을 잡기 위해 '상생'과 '개방' 전략을 앞세워 모바일 콘텐츠 강화에 나서고 있다. SK텔레콤은 또 콘텐츠 개발자 육성을 위해 한국과학기술원, 경운대 등 7개 대학에서 산학협력 프로그램을 실시하고 있다.

[KT] 유무선 컨버전스 브랜드 쿡앤쇼 새광고



KT 유무선 컨버전스 브랜드 쿡앤쇼가 최근 선보인 2010년의 새 광고 캠페인 '지금은 와이파이 시대'의 후속 광고 '전국 1만3,000개 (쿡앤쇼존)'

편과 '스마트폰 비교'편을 멀티광고로 선보여 눈길을 끌고 있다. 와이파이 마크를 형상화한 튜닝 광고를 통해 과거 통화의 시대에서 이제는 와이파이 시대임을 선언한 KT는 이번 광고를 통해 와이파이 시대임을 뒷받침할 구체적인 근거를 들어 실제 쿡앤쇼존(와이파이존)이 얼마나 많고 편리한가를 보여주고 있다.

[동아오츠카] 20년만에 선보인 오란씨 광고



"하늘에서 별을 따다, 하늘에서 달을 따다, 두 손에 담아 드려요"라는 반가운 CM송을 다시 만날 수 있다. 동아오츠카는 1971년 첫 선을 보인

후 40년 가까이 사랑받고 있는 청량음료 오란씨의 TV광고를 20년 만에 재개했다. 동아오츠카는 지난 2월 오란씨를 '비타민C 탄산음료'로 새롭게 리뉴얼하며 천연 색소를 사용하고 칼로리를 3분의 1로 낮춰 깔끔한 맛과 건강한 이미지를 강화했다. 새로워진 제품만큼 CF도 젊은 감각으로 제작했다. 동아오츠카는 CF 방영과 함께 CM송 콘테스트, 휴대폰 통화연결음 증정, 온라인게임 아이템 증정 등 다양한 이벤트를 통해 새로운 오란씨를 적극 알릴 계획이다.

[하이마트] 여름겨냥한 에어컨 광고 선보여



하이마트가 올해 '에어컨' 편 광고를 차태현, 왕석현, 박보영 등 과속 3인방'을 모델로 군가인 '진짜 사나이'을 개사해 코믹하게 선보였다. 특

히 이번 촬영에는 과속 3인방 이외에도 하이마트 소속의 골프스타인 유소연, 이보미 선수가 깜짝 출연해 더위를 날려버리는 시원한 풀스윙을 보여준다.

[뉴트리라이트] 원료에 가장 가까운 형태로 섭취하는 식물영양소



뉴트리라이트의 새광고 '컬러'편과 '건강상식'편이 소비자의 눈길을 끌고 있다. 유명 모델에 의존하지 않고 건강에 대한 철학, 친환경 유기농 농법 등 브랜드 이야기에 초점을 맞춰 광고 캠페인을 진행해 왔던 뉴트리라이트는 이번에도 색깔을 보면 원료가 보인다'는 명제를 중심으로 원료가 가진 고유한 색깔에 주목했다. 또한 '건강상식'편에서는 알아두면 손해볼 것 없는 세계인의 건강상식을 주제로 소비자의 흥미를 유도하고 있다.

[SK마케팅앤컴퍼니] 2010인구주택총조사 종합홍보대행사 선정



SK마케팅앤컴퍼니가 통계청의 2010 인구주택총조사'의 종합홍보대행사로 선정됐다고 밝혔다. 이로써 SK마케팅앤컴퍼니는 2010 인구주택총조사'와 관련된 광고, PR 및 온라인 마케팅 등 센서스사업에 대한 전반적인 광고홍보사업을 올 연말까지 총괄 진행하게 된다.

2005년에 이어 5년 만에 실시되는 2010 인구주택총조사'의 조사기간은 11월 1일~15일(인터넷 조사 10월 22일~31일)이며, 경제적인 총조사, 그린센서스(Green Census), 응답자 부담 경감, 조사 정확성 제고 등에 중점을 두고 진행된다.