

아이들에게 가장 인기 있는 치과 의사, 연예인, 앵커, 소방관 체험을 소재로 한 광고가 선보인다.

[하나SK카드] 'CLUB SK' 새광고



하나SK카드가 국민 남편 유준상을 모델로 'CLUB SK'의 새광고를 선보여 화제가 되고 있다. 이번 광고에서 유준상은 국민 '알뜰' 남편으로 등극해 주유와 통신비를 할인 받는 스마트한 방법을 소개한다. 'CLUB SK'는 하나SK카드가 야심차게 준비한 신규 카드 상품으로, 고물가 고유가로 힘든 시대에 SK그룹사의 강력한 혜택을 모아 만든 카드다.

하나SK카드 임성식 마케팅본부장은 "스마트한 소비생활을 가능하게 하겠다는 'CLUB SK'의 특징을 담은 이번 광고를 통해 업계 최강의 할인 혜택을 소비자들에게 쉽게 전달하기 위해 노력했다"고 말했다.

하나SK카드 임성식 마케팅본부장은 "스마트한 소비생활을 가능하게 하겠다는 'CLUB SK'의 특징을 담은 이번 광고를 통해 업계 최강의 할인 혜택을 소비자들에게 쉽게 전달하기 위해 노력했다"고 말했다.

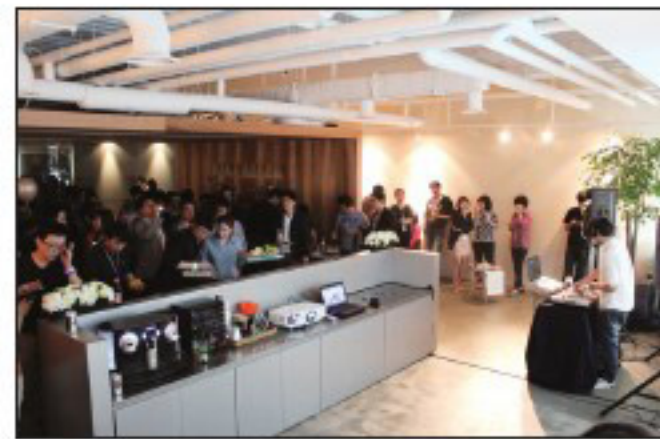
[신한금융투자] '프로들의 자산관리' 새광고



신한금융투자는 '프로들의 자산관리'를 고객가치로 정립하고 이를 쉽게 전달하기 위해 동물 다큐멘터리 형식의 새광고를 선보인다. 자산관리에 대한 고민을 프로인 신한금융투자가 해결하겠다는 의지를 담은 이번 광고는 쉽고 친근하게 고객과 소통하겠다는 신한금융투자의 의지가 담겨있다. 신한금융투자는 실제로 '고객의 수익률로 직원을 평가하는' 제도를 만들고 전 직원들을 자산관리의 프로로 만들기 위해 본사 차원에서 적극적으로 교육 및

업무 환경을 조성하는 등 맨파워 강화에 힘을 쏟고 있다.

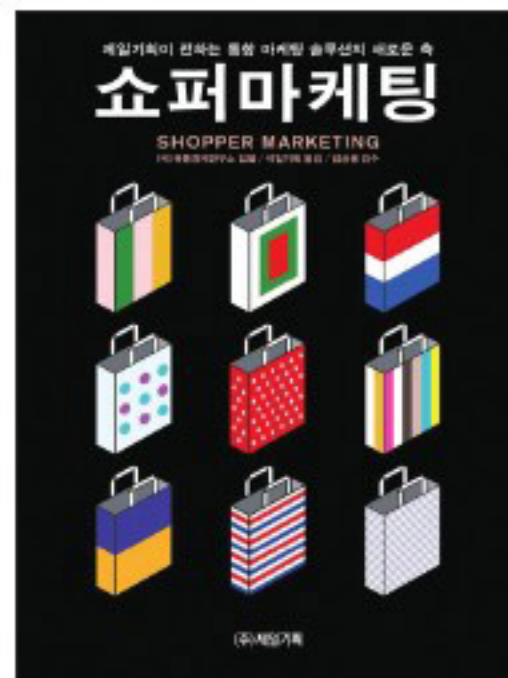
[이노션 월드와이드] 편(fun) 경영 화제



이노션 월드와이드가 임직원 교류 활성화 프로그램을 비롯해, 업무 환경에 '재미' 요소로 활력을 불어넣

으며 신나고 즐거운 회사 분위기 조성을 위한 '편(fun) 경영'을 펼치고 있어 화제다. 지난 4월 17일부터 펼쳐진 '2012 닥트 토너먼트 대회'에는 본사 전체 70여 개 팀이 참여해 열띤 경연을 벌이고 있다. 또한 직원들이 바쁜 업무에서 잠시 벗어나 리프레시를 할 수 있도록 '해피아워(Happy Hour)'를 격월로 운영, 경영진이 '1일 바텐더'가 되기도 하고, DJ로 변신한 직원들이 디제잉을 하는 등 즐거운 볼거리가 펼쳐진다.

[신작소개] 쇼퍼마케팅



제일기획이 전하는 통합 마케팅 솔루션의 새로운 축, 쇼퍼마케팅은 기존 마케팅에서 소비자를 주로 '사용자(user)' 개념으로 이해하는데 반해 소비자를 '구매자' 즉 '쇼퍼(shopper)'로 이해함으로써 브랜드마케팅 뿐 아니라 통합 마케팅 솔루션에

더욱 근접할 수 있게 도와준다. 기존의 마케팅은 사용자인 소비자에게 어떤 가치를 제공할 것인지에 초점을 맞추고 있는 반면, 쇼퍼마케팅은 쇼퍼인 소비자를 위한 가치를 설계하고 제공하는 것에 초점을 맞추고 있다. 즉, 구매자의 수요와 심리를 고려해 점포에서의 판매 방법 외에 옥외광고나 팝업스토어, 온라인 마케팅과 같은 점포 바깥과의 연계까지도 통합해 발상을 한다. 마케팅의 대상이 '점포'에서 '쇼퍼'로 이동한 셈이고, 마케팅의 범위도 훨씬 넓어진다. 그런 의미에서 쇼퍼마케팅은 기존의 마케팅과는 다른 가치를 제공하는 새로운 마케팅 체계를 구축할 수 있다.