

■ 리서치&리서치

[ 어려운 때일수록 감동형광고 선호 ]

어려운 때일수록 감동형 광고의 호감도가 높아지는 것으로 나타났다.

에드파워코리아가 지난해 10월까지 방영된 TV광고중 남녀 소비자 1만 2,303명을 대상으로 조사한바에 의하면 잔잔하고 따뜻한 감동을 주는 감동형 광고에 대한 소비자의 호감도가 증가한 반면 유머광고는 여전히 강세를 나타내고 있지만 그 영향력은 다소 후퇴하고 있는 것으로 나타났다.

또한 일관된 광고컨셉을 시리즈물로 전달하여 누적효과를 기대할 수 있는 시리즈광고가 광고계의 주류로 완전히 정착하였으며, 광고효과도 단발성 광고에 비해 높은 것으로 나타났다.

1. 가족사랑, 잔잔한 감동 전달한 광고 강세

IMF의 영향으로 가족의 사랑과 정이 위로가 되는 어려운 현실을 반영하듯 광고에서도 감동형 광고에 대한 소비자의 호감도가 높게 나타났으며, 대표적인 광고물로는 LG텔레콤 광고. 97년 한해동안 이동전화업체 가운데 광고호감도가 가장 뒤져있던 LG텔레콤은 98년들어 연예인부부인 김승우, 이미연을 등장시켜 일터에서 바쁜 아빠 김승우에게 “아빠 아빠빠빠”하는 아이의 첫 마디의 감동이 이동통신서비스를 통해 그대로 전달된다는 메시지를 담아내면서 광고호감도 1위로 선정되었다.

그리고 같은 시리즈 광고인 할머니 아파편과 자장가편도 각각 4위와 18위에 랭크되는 등 지난 한해 감동형 광고 시리즈로 소비자들에게 가장 많은 사랑을 받은 브랜드가 되었다.

또한 97년까지 권용운과 채시라를 내세운 ‘때와 장소를 가리지 않습니다’라는 유머광고 시리즈로 리딩 브랜드의 위치를 다진 SK텔레콤은 98년에는 한석규의 산사편과 연인편을 통해 소비자에게 잔잔한 감동을 전달하며 광고호감도 2위와 3위에 오르며 새로운 변신을 과시했다.

특히 스님편의 “잠시 꺼두셔도 좋습니다”는 멘트는 치열한 경쟁속에서도 리딩 브랜드로서의 자신감을 잘 표현한 카피로 평가받았다.

이밖에도 한국통신, 국제전화001 류시원-심장소리편과 현대자동차 기업PR광고인 For You2-시어미니편도 소비자들에게 사랑받은 광고로 꼽혔다.

[표1] 광고호감도가 가장 높았던 광고 Best 20

순위	광 고 명	사례수	평가점수
1	LG텔레콤 PCS 019 <김승우, 이미연-아빠래요편>	3,594	87.6
2	SK텔레콤 스피드 011 <한석규와 스님편>	1,546	86.4
3	SK텔레콤 스피드 011 <한석규와 연인편>	961	86.2
4	신세기통신 마워디지탈 017 <김국진-마라드르 옮겼어편>	2,461	84.9
5	LG텔레콤 PCS 019 <김승우, 이미연-할머니 아파편>	498	84.9

6	오리온 포카칩 <김진, 엄앵란-경주편>	1,121	84.5
7	해태음료 밤찍이소다 <사진찍기편>	829	84.1
8	오리온 포카칩 <김진, 엄앵란-일등감지편>	686	84.0
9	대우자동차 누비라 <사막편>	254	83.7
10	신세기통신 파워디지털 017 <김국진-헬기편>	1,676	83.3
11	막위에이드 <수영선수-여자편>	639	83.0
12	펄시콜라 <펄시맨-스노우보드편>	628	82.4
13	OB맥주 오비라거 <최종원, 박중훈-펄귤충편>	500	82.3
14	한국통신 국제전화 001 <류시원-심장스리편>	183	82.2
15	신세기통신 파워디지털 017 <김국진, 김효진-복수편>	455	81.8
16	밤찍이소다 <너무 순식간에 떨어진일 편>	815	81.8
17	현대자동차 <For You 2-시어머니편>	370	81.8
18	LG텔레콤 PCS 019 <김승우, 이미연-자장가편>	1,267	81.5
19	펄시콜라 <종합편>	283	81.2
20	신세기통신 파워디지털 017 <김국진-지하철편>	499	80.9

## 2. 유머광고 열풍 다소 하락

97년 광고호감도 베스트 20위안에 무려 16편이 선정되면서 최고의 전성기를 구가하였던 유머광고가 98년에는 11편만이 베스트 20위안에 뽑혀 IMF 이후 다소 하락세를 보인 것으로 나타났다.

그렇지만 여전히 베스트 20위안에 50%가 넘게 등재되는 저력을 과시했다.

특히 신세기통신 파워017의 경우 4위를 차지한 마라도로 옮겼어요편을 비롯해 헬기편, 복수편, 지하철편 등 어눌한 표정과 독특한 엑센트가 특징인 개그맨 김국진을 광고모델로 기용한 시리즈광고 4편이 모두 20위안에 들어 유머광고의 형식으로는 신세기통신 파워017의 시리즈물이 가장 많은 사랑을 받았다.

또한 신세대스타 김진과 왕년의 은막스타 엄앵란이 감자커플로 나와 포카칩에 들어가는 일등감자가 되기 위해 겪는 힘든 과정을 코믹하게 그려낸 오리온 포카칩 시리즈 광고물인 경주편과 이별편이 각각 6위와 8위에 올랐으며, 클레이메이션 기법으로 진흙으로 빚은 달팽이와 거북이 캐릭터의 대화를 코믹하게 구성해낸 깜찍이소다도 사진찍기편과 너무 순식간에 일어난 일편을 각각 7위와 15위에 랭크시키는 등 두 브랜드의 광고 모두 참신한 아이디어로 소비자들로부터 크리에이티브를 인정받았다.

한편 펄시콜라 광고는 97년 베스트 20위안에 4편이 올랐던 반면 98년에는 펄시맨-스노보드편과 종합편 2편만 올라 그 인기가 크게 떨어졌고, 맥주부문에서도 97년 한해동안 ‘랄랄라’ 열풍을 몰고오며 광고호감도 1위에 올랐던 OB라거 역시 최종원, 박중훈-펄귤충편 1편만이 20위안에 랭크되는 약세를 보였다.

### 3. 일관된 컨셉 시리즈광고 강세 돋보여

98년 광고물제작과 관련해 가장 큰 특징 중의 하나는 바로 시리즈광고가 이제 광고계 주류로 완전히 자리잡았다는 점이다.

즉, 97년의 경우 베스트 20위안에 든 광고가 15편이었으나, 98년에는 18편으로 광고호감도 면에서 시리즈광고가 단연 돋보이는 한해였다.

시리즈광고는 일관된 광고컨셉을 여러 편의 각기 다른 광고로 전달함으로써 한가지 광고를 계속 방영할 경우 자칫 소비자들이 느끼기 쉬운 식상함을 피하면서도 일관된 광고메시지를 전달할 수 있어 비교적 장기간 안정적으로 브랜드를 알릴 수 있다는 장점을 지니게 된다.

대표적인 시리즈광고로는 원조격인 제일제당 다시다 광고를 비롯해 다양한 상황에서 소비자들의 기대감을 깨뜨리며 웃음을 자아낸 펍시맨 광고, 개구리, 개, 기린, 거위 등 동물들을 등장시켜 “싯! 소리없이 강하다”는 제품특성을 효과적으로 전달한 레간자 광고 등을 들수 있는데, 이들 광고들이 98년까지 이어져온 시리즈광고의 큰 흐름을 주도했다고 볼 수 있다.

여기에 98년 내내 뜨거운 공방전을 펼친 이동전화서비스 광고시장에서 011과 019가 감동형 시리즈광고로, 017과 018이 코믹형 시리즈광고를 채택하면서 98년 시리즈광고는 그 절정을 이루게 되었다.

시리즈광고가 이렇듯 대세를 이루면서 97년 018광고에서 시작된 멀티스팟 광고와 선풍기 시장국의 어느 늦은 밤편과 일요일 오후편, 수다편처럼 동일한 컨셉을 다른 상황의 별도 필름으로 구성하여 각기 밤과 주말, 평일로 나누어 방영하는 멀티시츄레이션 광고도 선보이는 등 시리즈광고의 효과를 극대화키시려는 움직임이 활발하게 이루어졌다.

### 4. TOP 모델 순위교체 활발

98년 한해동안 안방을 찾은 광고모델 순위를 전년도에 비교해보면 10위권 이내에서는 김국진과 김혜자 단 두명만이 자리를 지키고 있어 제품시장 만큼이나 모델시장에서도 경쟁이 치열했음을 알 수 있다.

특히 이창명, 김효진, 엄앵란, 김진, 전원주 등 광고계에서는 그야말로 신인에 속하는 신선한 얼굴들이 좋은 평가를 받음으로써 앞으로도 소비자들의 새로운 취향에 부합하기 위한 광고업계의 새로운 얼굴찾기 노력은 계속될 것으로 보인다.

지난한해 광고모델과 관련한 중요한 변화로는 코믹형 광고모델들의 급격한 세대교체와 따뜻한 캐릭터의 대표주자로 김승우와 한석규가 부각된 점, 노장파모델의 선전, 빅 모델들의 부침이 심하게 나타났다는 점이다.

### [표2] 소비자가 좋아하는 광고모델 Best 10

순위	모델명	대 표 적 인 출 연 광고	평가점수	97순위
1	김 승 우	LG텔레콤 PCS 019 / 스명화장품 꽃을 든 남자	85.9	진입
2	이 창 명	신세기통신 마워디지털 017	85.9	진입
3	김 효 진	신세기통신 마워디지털 017	85.8	진입
4	이 미 연	LG텔레콤 PCS 019 / 오리리 피니쉬업 카바마크	83.5	진입
5	김 극 진	신세기통신 마워디지털 017 / 롯데리아	82.9	3위
6	엄 행 란	오리온 포카칩	82.5	진입
7	한 식 규	SK텔레콤 스피드 011 / LG테크론	82.3	진입
8	김 진	오리온 포카칩 / SK텔레콤 스피드 011	81.6	진입
9	김 혜 자	제일제당 다시다	81.4	9위
10	전 원 주	데이콤 극제전화 002	80.1	진입

실제로 베스트 20위권안에 14명의 코믹한 캐릭터의 광고모델이 차지하였고, 엄앵란, 전원주, 김수미, 최불암, 김혜자, 최종원 등 노장모델들이 소비자들에게 오히려 신선감을 제공했으며, 이의정, 최지우, 박찬호 등이 모델 호감도에서 순위가 밀려 인기가 다소 주춤해졌다.