

■ 해외소식

“ 대우의 새로운 광고철학 “

부채로 휘청거리는 한국의 재벌그룹, 대우가 자동차 마케팅과 광고에 있어서 다른 접근을 시도하고 있다. 애드에이지 인터내셔널에 의하면, 총 289백만 달러로 작년에 전세계 37위를 기록한 대우는 지금 광고부문을 포함한 많은 부문에서 이른바 '변환기'에 있다.

대략 35억 달러에 달하는 대우의 자동차사업 지분매각을 두고, 제너럴모터스(이하 지엠)는 협상을 벌이고 있다. 지엠의 자동차 브랜드 광고회사는 인터퍼블릭 그룹의 맥켄에릭슨 월드와이드와 로웨그룹 그리고 디앤비엠비다.

미국에서 150만 달러 집행 예정

대우는 미국시장에서 올해 150만 달러 상당의 브랜드 캠페인을 계획하고 있는데, 아직 광고회사 선정은 물론 그 수조차 결정하지 못하고 있다. 대우는 알버트 포인덱스터를 광고회사로 월스트리트저널과 유에스에이투데이에 광고를 게재하고 있지만, 무엇보다도 대학생들을 대상으로 한국의 대우공장 견학을 겸한 1주일의 체류와 도매가격으로 차를 구입할 수 있는 기회를 제공하는 '입에서 입으로 캠페인(구전마케팅)'을 전개하는 것으로 더 잘 알려져 있다.

“전국적으로 잘 알려져 있지 않은 까닭은 우리 마케팅 전략의 대부분이 해당 지역과 지역 주민 중심으로 차별화해 진행되기 때문”이라고 대우자동차 아메리카 홍보담당 부사장은 이야기한다.

반면 대우는 가장 큰 공장이 있는 폴란드에서는 대단한 성공을 거두고 있다. 대우의 폴란드 자동차 판매는 작년에 21억 달러에 달했다.

중동부유럽 자동차시장에서 17.3%의 시장점유율을 기록하고 있는데, 이는 98년에 비해 12.6% 신장한 것이다. BBDO 월드와이드의 폴란드 지사가 대우의 광고를 맡고 있다.

한국에서의 거의 모든 대우자동차 광고를 책임지고 있는 코래드는 빗더미에 놓린 이 거대 재벌의 파동을 겪고 있다. 올해 초만 하더라도 코래드의 지분은 오길비앤매더가 30%, 부도난 해태그룹이 70%를 가지고 있었다. 오길비앤매더는 코래드 광고물량의 약 10%에 달하는 광고주를 자신의 광고회사에 넘겼다.

오길비앤매더의 새 서울지사장은 “만약에 코래드가 대우를 잃는다면, 그들에게는 남은 광고주가 그리 많지 않을 것이다”라고 말했다.

또한 한림대학 신문방송학과 신인섭 교수는 “지엠이 대우자동차를 사들이는 경우, 지엠은 이 지역 광고회사에 충실하지만은 않을 것이다”라고 말했다.