

2. 세일즈프로모션 10년 역사를 쓰다! - 디앤디엠

박상정 / 기획조사부



추천사 - 한국아이비엠 캠페인마케팅팀 박병록 차장

최근 아이비엠은 '이-비즈니스'와 '고객만족'을 가장 중요한 경영모토로 내세우고 있다. 이에 따라 고객들에게 다양한 방법으로 이-비즈니스와 관련된 정보 및 솔루션을 제공함으로써 궁극적으로 새로운 영업기회를 창출하게 되는데, 그 수단으로 데이터프로세싱부터 각종 레터와 브로슈어, 리플릿, 자료집의 제작과 발송, 텔레마케팅, 세미나, 인터넷 등이 사용되어진다.

고객에게 일관되고 통합된 메시지를 효과적으로 그리고 효율적으로 전달하기 위해서는 이를 뒷받침할 수 있는 에이전시의 도움이 필요하기 마련이다. 그런 이유에서 디앤디엠은 아이비엠의 엄격한 품질관리에 성실히 대응하며, 우리의 요구에 부합되는 역할을 수행하는 에이전시 가운데 하나다.

국내 광고산업은 지난 70년 이후 눈부신 발전을 거듭했다. 국가경제 위기로 지난 2년간 성장세가 주춤했지만, 올해 완전한 회복세로 돌아섰음을 증명하는 여러 지표가 발표되고 있다. 그러나 텔레비전, 신문을 중심으로 한 매체광고는 세계적인 수준으로 성장한 반면, 점차 그 중요성이 커지고 있는 세일즈프로모션 분야는 미국, 일본 등 선진국에 비해 아직도 많이 뒤쳐져 있는 것이 현실이다.

이미 선진국에서는 세일즈프로모션이 매체광고의 성장속도를 앞지르고 있는 추세다. 전체 마케팅·광고비 가운데 세일즈프로모션이 차지하는 비중도 점차 커지고 있다. 최근 국내에서도 매체의 세분화, 네트워크화, 다양화에 따라 세일즈프로모션 규모가 점차 커지고 있으며, 통합마케팅커뮤니케이션의 전략적 수단으로 부각되고 있다.

홈페이지 운영에 남다른 공들여

디앤디엠은 10년 전부터 세일즈프로모션 분야를 개척해온, 국내에 몇 안 되는 세일즈프로모션 전문회사다. 이 회사가 설립된 1989년에는 이미 많은 광고회사가 있었고, 광고직에 대한 사회적인 인식도 '광고쟁이'에서 '전문가'로 서서히 바뀌고 있는 시기였지만, 세일즈프로모션 분야는 그렇지 못했다. 따라서 이름도 생소한 전문 세일즈프로모션회사를 표방한 디앤디엠의 출발은 당시에는 매우 이례적인 일이었다. 디앤디엠 스스로 그들의 역사가 국내 세일즈프로모션의 역사와 궤를 같이 한다고 자부하는 까닭이 여기에 있다.

소비자 프로모션과 딜러 프로모션, 데이터베이스 프로모션으로 세분화되는 디앤디엠의 세일즈프로모션 전략에는 새로운 톨을 지속적으로 개발해온 노하우가 담겨 있다. 종합병원 기부 프로모션 시스템과 은행, 병원, 미용실 등의 비치용 바인더 애드 그리고 옥내용 LED 시계 패널광고 등은 과학적인 세일즈프로모션 활동을 지향하는 디앤디엠의 10년 결과물이기도 하다. 디앤디엠은 최근 부산, 대구, 광주, 대전에 네트워크를 구축하여 전국을 커버하는 프로모션 활동을 지원하고 있다.

또한 DM과 TM센터, 교육훈련센터, 디자인 및 출력센터 구축으로 원스톱솔루션 제공이 가능하게 되었다. 이 회사는 특히 홈페이지 운영에 남다른 노력을 기울이고 있다. 많은 광고 회사의 홈페이지가 대부분 자사를 홍보하는 내용으로 채워져 있는 반면 디앤디엠의 홈페이지는 자사 홍보를 포함하여 세일즈프로모션 전문 사이트로서의 기능도 수행하고 있다. 각 사이트마다 해당 분야 전문가들의 이메일 어드레스가 있어 고객들과 온라인 커뮤니케이션을 가능하게 함으로써 고객 서비스의 일환으로 활용하고 있다. 다이렉트 마케팅, 세일즈 프로모션, 웹 마케팅, 포럼 등으로 짜여진 디앤디엠의 홈페이지는 국내 세일즈프로모션 발전에 기여할 것으로 기대된다.

전문가 부족한 실태

하지만 세일즈프로모션의 지속적인 발전에도 불구하고 아직도 전문가의 부족을 절감하는 국내 세일즈프로모션 분야에서 디앤디엠이라고 예외일 수는 없다. 세일즈프로모션을 통해 단기 속공효과를 기대하는 기업이 늘어나고, 무리한 사업계획으로 기획보다 실행위주의 회사를 원하는 일이 많아 체계적인 세일즈프로모션 전문가를 양성하는 데에는 많은 어려움이 따른다. 이미 지난 1997년 2년에 걸친 노력 끝에 세일즈프로모션 매뉴얼 데이터베이스를 개발하고, 모든 업무방식과 자료를 전산화해서 교육, 업무에 많은 효과를 거두고 있는 디앤디엠이지만 세일즈프로모션 전문가의 부족을 느끼는 것은 어쩔 수 없는 사실이다.

21세기를 준비하는 지금, 디앤디엠은 새로운 10년을 준비하고 있다. 그것은 곧 국내 세일즈프로모션의 새로운 10년 역사가 될 것이라고 디앤디엠의 배동영 사장은 말한다. 끊임없이 변화하고 스스로 개발하는 디앤디엠의 사무실에 21세기 광고산업을 주도할 세일즈프로모션의 미래가 있다.