

■ KAA 광장

1. 한국마케팅포럼 송년모임 및 올해의 마케터상 시상식 개최



한국마케팅포럼은 12월 21일 오후 6시 롯데호텔 36층 펄룸에서 송년회 및 올해의 마케터상 시상식을 겸한 12월 월례회의를 개최했다.

올해의 마케터상은 한국마케팅포럼의 위상을 높이고 회원 사이의 결속력을 강화하기 위해 제정되었으며, 지난해 처음으로 올해의 마케터상을 선정, 시상했다. 수상 대상은 지난 1년간 모범적으로 마케팅 활동을 수행한 기업의 마케팅담당 임원 혹은 실무 책임자이며, 광고주협회 회원사의 1차 추천에 이어서 마케팅포럼 회원의 2차 투표로 3인을 결정하고, 최종 후보 3인에 마케팅포럼 회원의 3차 투표에 의해 올해의 마케터를 결정했다.

올해의 마케터 심사기준은 △새로운 마케팅 전략 도입으로 시장에서 획기적인 성공을 거둔 경우 △새로운 상품(서비스) 개발 및 출시를 성공적으로 이끈 경우 △전통적인 시장점유율을 공격적인 마케팅으로 역전시킨 경우 △활발한 마케팅 활동으로 경영성과가 현저하게 높아진 경우 △기타 타의 모범이 될 만한 마케팅 활동을 펼친 경우 등이었다.

한편 제1회 수상자에게는 SK텔레콤 스무살의 011 TTL 책임마케터인 이방형 상무(사진)가 선정됐다. 이방형 상무는 기아자동차 카렌스의 책임마케터인 최종식 상무, 현대증권 바이코리아펀드의 책임마케터인 노치용 이사와 막판까지 경합을 벌였으나, 마케팅포럼 회원들의 다수 추천으로 1999년 최고의 마케터로 뽑혔다.

스무살의 011 TTL은 SK텔레콤이 스피드011의 뛰어난 통화품질을 통한 1위 브랜드 이미지를 기반으로 1823세대의 신세대층을 타겟으로 하여 탄생한 새로운 브랜드다. 통신업계 최초로 타겟을 연령별로 세분화하여 탄생한 새로운 브랜드로 차별화된 광고전략과 1823세대를 위한 다양한 서비스를 제공, 성공적인 마케팅 사례로 평가받았다. 특히 독특한 크리에이티브와 과감한 모델전략을 통해 기존 통신업계의 통상적인 전례와는 달리 10대 신인모델을 기용하고, 모델 관리를 철저히 함으로써 모델의 참신함과 신비함이 브랜드의 이미지로 전이될 수 있도록 했다.

그 결과 서비스 개시 5개월만에 가입자 90만명을 돌파했고, 수상할 당시에는 가입자 100만명을 돌파해 마케터상의 의미를 더했다.

2. 한국마케팅포럼 1월 간사회의 개최

한국마케팅포럼은 1월 13일 오전 7시 조선히otel 튜울립룸에서 1월 간사회의를 개최했다. 이날 간사회의에서는 마케팅포럼의 2000년 사업계획에 대한 심도 깊은 논의가 있었으며, 1월 월례회의에 대한 의견을 교



환했다. 한국마케팅포럼은 특히 방송광고 심의제도와 광고회사 보상제도 개선을 2000년 쟁점사업으로 정하고 회원들의 의견을 적극 수렴하기로 했다.

3. 방송3사 광고국장 초청 간담회 개최

한국광고주협회는 1월 13일 오전 11시 30분 전경련회관 19층 도원에서 공중파 방송3사 광고국장을 초청, 간담회를 개최했다. 이 자리에서는 지난 12월 간담회에서 요청한 슬립광고 중지건에 대한 조속한 시행을 촉구했으며, 통합방송법 시행령 제정과 관련해서 방송사들의 협조를 요청했다. 한편, 광고주협회는 지난 12월에 소비자의 광고회상, 광고재인에 간섭효과를 주고 광고효과를 반감시키는 슬립광고에 대해 즉시 중지할 것을 방송3사와 방송협회, 한국방송광고공사, 지방민방 등에 요청한 바 있다.

4. 한국마케팅포럼 1월 월례회의 안내

한국마케팅포럼은 1월 27일 오전 7시 30분 롯데호텔 3층 사파이어볼룸에서 1월 월례회의를 개최한다. 이날 회의에서는 조선일보 광고국의 마실언 이사를 초청, 2000년 신문매체 환경변화에 대해 강의를 듣고 토론을 벌일 예정이다.