

■ 회원사 탐방

110년 한국통신의 역사를 다시 쓴다. - 한국통신

한국통신 광고부 최영익 부장



인터넷 카리스마를 표방하며 99년 하반기에 시작한 코넷 광고는 강력한 브랜드 이미지를 만들어내며 네티즌 사이에 폭발적으로 인기를 끌었지요. 이후 대박, 욱미리로 이어지는 일련의 광고들이 시리즈로 선보이면서 한국통신 광고의 새로운 이정표를 세울 수 있었습니다.

한국통신의 변신은 광고에서부터 시작했다. 기존의 정형화된 광고들이 유선사업자라는 부정적 이미지였다면 씬장에서 매가패스로 이어지는 일련의 광고들은 다분히 공격적이고 소비자 타겟을 명확히 함으로써 한국통신의 110년 역사를 극적으로 반전시켰다. 이러한 변신이 대 성공을 거둘 수 있었던 데에는 한국통신 광고부의 남다른 노력과 설득이 주효했다.

“인터넷 카리스마를 표방하며 94년 처음 출발한 코넷 광고는 강력한 브랜드 이미지를 만들어내며 네티즌 사이에 폭발적으로 인기를 끌었지요. 이후 대박, 욱미리로 이어지는 일련의 광고들이 시리즈로 선보이면서 한국통신 광고의 새로운 이정표를 세울 수 있었습니다”

광고부의 만형 최영익 부장의 말이다. 사내에서까지 잠재되었던 한국통신 광고에 대한 불신을 씬장은 일시에 해소해버렸다. 한국통신의 광고역사를 다시 쓰는 계기를 만든 것이다. 이를 계기로 현재는 사내 임직원들도 한국통신의 광고에 대해 대단한 자긍심을 갖게 되었다. 그만큼 광고부서의 역할도 중요성이 더해졌다. 사내 중요한 전략회의에서 발언권도 강화되었을 뿐만 아니라 무엇보다 광고부서에 대한 아낌없는 지원과 자율성이 한층 강화되었다.

탄탄한 팀웍이 오늘의 성과 이끌어나

오늘의 성공이 있기까지는 순탄한 과정만이 있었던 건 아니다. 공기업 구조조정으로 인해 10여명에 달했던 광고부 인원은 반으로 대폭 줄어들었고, 지금의 팀웍이 구성되기까지는 어려움이 많았다. 광고부서의 또다른 별칭인 ‘독수리 5형제’의 끼와 열정이 있었기에 가능했다. 광고경험이 풍부한 우수한 인력, 어디에 내놓아도 손색 없는 전문성 그리고 철저한 팀웍이 오늘의 성공이 있게 한 원동력이 되었다. 1년에 30여개의 개별 브랜드 광고를 800억 원 이상 집행하는데도 불구하고 인원이 다섯명밖에 안된다는 사실에 처음에는 놀랐지만 광고부 인원의 면면을 보면 쉽게 수긍할 수 있다.

우선 광고부의 만형인 최영익 부장. 그는 전문 엔지니어 출신으로 기술사 자격증만 2개나 가지고 있을 정도로 한국통신에서 잘 알려진 기술통이다. 한국통신에서 광고하는 제품의 속

성상 전문 기술자인 최영익 부장이 없었다면 오늘의 성공은 불가능하였을 것이다. 어려운 기술적인 문제들을 쉽게 풀어내고 제품의 장점을 소비자에게 전달할 수 있었던 데에는 최영익 부장이 단연 1등공신. 타부서와의 업무협의를 순조롭게 풀어낼 뿐만 아니라 광고부 직원들의 뜻을 최대한 존중하는 의사결정을 함으로써 직원들의 절대적인 신임을 받고 있다.

한국통신의 전파광고를 책임지고 있는 김선원 과장. 그는 원래 시각디자인을 전공하였다. TV, 라디오, 잡지, 인쇄, 옥외광고의 집행을 경험해본 그의 풍부한 경험은 광고회사 제작물에서 간혹 놓치기 쉬운 점을 예리하게 지적함으로써 광고물의 디자인을 한층 품의있게 만들어 내는데 일조하고 있다. 탁월한 추진력과 풍부한 업무경험에서 비롯된 판단력은 타의 추종을 불허한다.

수려한 외모의 김병일 과장. 지금은 옥외광고를 전담하고 있지만 신문방송학과 출신으로 문단에 등단할 정도의 출중한 실력을 자랑하고 있다. 광고카피를 꼼꼼히 점검하는 것도 그의 몫이다. 한국통신은 전략적 요충지에 한해 옥외광고를 집행하고 있지만 광고효과와는 무관하게 들어는 옥외광고 청탁 때문에 가장 스트레스를 많이 받고 있다.

한국통신의 처음이자 마지막 경력사원인 신창원 과장. 그는 광고회사의 AE를 하다 입사해 현재는 인쇄매체 광고집행을 담당하고 있다. 언론사와의 관계도 적절하게 유지해야 하기 때문에 미디어 플래닝을 제대로 할 수 없다는 것이 그의 가장 큰 아쉬움. 일전에는 공지머리를 하고 회사를 나갈 정도로 한국통신에 새로운 바람을 일으키는 장본인이다.

독수리 5형제의 여성은 유경아 과장. 한국통신의 광고전략과 인터넷 광고집행이 그녀의 몫이다. 이론과 실무경험이 풍부한 그녀는 광고회사와의 업무협조를 통해 광고전략을 수립하고 제작과정을 도맡아 책임진다. 최근에는 인터넷 광고의 비중이 높아지면서 이 부분까지 맡고 있다. 연구원 출신의 꼼꼼함으로 매사에 확실한 업무처리가 그녀의 장점이다.

새로운 도약 위한 야심찬 계획



신창환 과장, 유경아 과장, 김병일 과장, 김선원 과장, 최영익 부장(위좌로부터 시계방향)

한국통신은 최근 초고속 인터넷 브랜드 매가패스 광고를 선보였다. 매가패스는 ADSL B&A, 위성인터넷, BWLL, Ntopia를 하나로 묶은 통합브랜드로서 대한민국 국민을 전세계 네티즌과 겨루는 인터넷 전사로 만들겠다는 야심찬 내용을 담고 있다.

지난 5월초 중국의 강서초원에서 제작된 매가패스 광고는 중국 인민군만 2,000명이 동원될 정도로 웅장한 스케일을 자랑한다. 한편의 영화를 보는 듯한 이번 광고는 신현준과 이나영이 주연모델로 등장하였으며, 최근 사극영화 비천무의 흥행과 맞물려 좋은

반응을 얻고 있다. 현재 케이블TV와 영화관에서는 1분짜리 광고가 선보이고 있는데 젊은층
으로부터 호응을 얻고 있다.

이외에도 올 연말쯤이면 코넷 광고의 새로운 버전을 선보여 씬장의 신화가 재창조 될 것으
로 기대를 모으고 있으며, 한미르 광고 또한 569대 1의 경쟁을 뚫고 선발된 모델이 등장하
는 새로운 광고가 선보일 예정이다. 한국통신의 대표적 브랜드인 매가패스, 코넷, 한미르,
바이&조이가 모두 선보이는 올 연말쯤에 펼쳐질 한국통신의 또다른 변신을 기대해본다.

정리·곽혁