

■ 올해의 마케터상

공짜 좋아하고 세상을 다 가진 이이들이 선택한 "나" - 한국통신프리텔 김우식 전무



한국광고주협회 마케팅포럼은 올해의 마케터로 한국통신프리텔의 김우식 전무를 선정했다. 한국통신프리텔의 'Na' 브랜드를 성공적으로 이끌었던 김우식 전무를 시상식이 있었던 2월 12일 프레스센터에서 만났다.

▶ 수상을 축하드립니다. Na의 브랜드 성공비결이 있으리라 생각합니다.

먼저 선정해 주신데 감사드립니다. 무엇보다 마케팅 전문가들이 선정해 주셨기 때문에 이 상이 저에게는 더없는 영광입니다. 현재보다 더 나은 서비스를 창조하라는 뜻으로 알고 앞으로 더 노력하겠습니다.

Na의 성공비결은 한 가지입니다.

타겟으로 하는 소비자들이 무엇을 원하는지 소비자의 마인드를 잘 간파하고 입맛에 맞는 서비스를 제공했기 때문입니다. Na 브랜드가 나오기 전까지 이동통신 시장은 공급자 중심이었습니다. 똑같은 서비스를 모든 사람들에게 같은 조건으로 팔았던 것입니다. 여기서 Na는 요금의 차별화와 함께 생활의 한 부분이 될 수 있도록 이른바 복합문화생활서비스를 제공했습니다. 학교에서, N세대들이 자주 찾는 놀이문화공간에서, 또는 동아리 활동을 지원하는가 하면, Na카드를 제공해 기존의 멤버쉽카드보다 훨씬 다양하고 알찬 서비스로 고객이 원하는 방향을 잘 파악한 결과입니다.

▶ 마케팅관련 아이디어는 주로 어떤 채널을 통해 얻고 계십니까?

직접 시장을 다니면서 고객들과 많은 접촉을 합니다. 고객을 이해하지 못하면 좋은 상품이 나올 수 없기 때문입니다. 식당을 가더라도 N세대 젊은 학생들이 있으면 먼저 말을 걸고 Na 광고는 봤는지, 어떤지 묻곤 합니다. 학교 후배들도 자주 만나 시장 파악을 하고, 무엇보다 회사의 시장조사 연구 직원들과 많은 얘기를 합니다. 그럴 땐 제가 말을 하기보다는 직원들이 편하게 얘기할 수 있도록 주로 듣는 편입니다. 광고에 있어서는 대행사의 의견을 존중해 주는 편이고, 대체로 커뮤니케이션 채널을 개방해 젊고 좋은 아이디어를 적극 반영하고 있습니다.

▶ Na 광고에 있어 가장 비중을 둔 점이 무엇이었는데 궁금합니다.

'공짜'라는 것입니다. 공짜는 소비자를 기분 좋게 만들죠. N세대는 이동통신의 주고객이지만 비용측면에서는 학생신분이기 때문에 부담스러워 합니다. 이런 부분을 최소화하기 위해 공짜



라는 소비자 메리트를 준 겁니다. 여기서 한 단계 발전시켜 Na를 갖고 있는 사람은 세상을

다 가진 것이란 브랜드이미지로 N세대의 강한 개성을 부각시키기도 했습니다.

지금까지 Na 광고에 대한 반응이 좋았기 때문에 계속 이런 스타일로 나갈지 아니면 색다른 변화를 줄지 생각이 반반입니다. 올해는 광고뿐 아니라 Na 브랜드 자체에 대해서도 소비자가 선호하는 부분은 계속 발전시키고 다소 미흡했던 점은 보완시켜 나가는데 주력할 계획입니다.

▶ **후배 마케터에게 좋은 말씀 한마디 해주시지요.**

거창하지는 않습니다만 제 평소 생활신조가 '열심히 하면 무엇이든 이룰 수 있다'입니다. 일에 있어 하면 된다는 마음가짐이 가장 중요한 것 같습니다. 그리고 또 하나는 우리가 고객을 선택하는 것이 아니라 고객이 우리를 선택한다는 사실입니다.

이동전화가 아닌 다른 상품에서 나 자신도 광고를 보고 제품을 구입하곤 합니다만, 많은 부분에 있어 소비자 중심이 아닌 공급자 중심으로 흐르는 경향이 있습니다. 공급자 즉 기업 입장에서 제품을 만들고 광고를 한단 말이죠. 요즘은 과거에 비해 경쟁도 치열하고 소비자의 수준도 굉장히 높아졌습니다. 시시각각 변하는 소비자 마인드를 이해하고 따라가지 못하면 기업은 결국 망하게 됩니다. 기업이든 상품이든 선택권은 소비자에게 있습니다.

김우식 전무 약력

충남대 전자광학과 졸업 및 동대학원 수료(석사)

미시간 주립대 해외경영전략 과정 수료

96. 4 정보통신부 장관 표창(제1568호)

98. 4 대통령 표창(제108056호)

97.12~98.6 한국통신프리텔 기획,경영부문장

현 한국통신프리텔 마케팅부문장

「올해의 마케터상」은...



마케팅포럼이 선정하는 '올해의 마케터상'은 한국광고주협회 회원사의 광고·마케팅담당 실무책임자들이 한해동안 마케팅활동을 가장 잘 펼친 마케터를 선정해 시상하는 것으로 올해 두 번째를 맞는다. 광고마케팅 분야의 종사자들이 직접 추천하고 선정하는데 이 상의 의의가 있다. 우리나라 주요 기업 대부분이 참여하고 있는 한국광고주협회의 모든 회원사로부터 최고의 브랜드에 대한 1차 추천을 받고, 그 가운데 가장 많이 추천된 5대 브랜드를 선정, 최종심사는 마케팅포럼 회원 50여 명이 숙고하여 올해 최고의 브랜드와 마케터를 선정한다.

올해 선정된 5대 브랜드 안에는 웅진식품의 초록매실, LG전자의 엑스캔버스, 롯데칠성음료의 2% 부족할 때, 한국통신의 메가패스, 그리고 한국통신프리텔의 'Na' 등이 들었다. 이날 시상식 후에 열린 뉴마케팅 세미나에서는 세 부분에 걸쳐 특강이 있었다.

웹마케팅과 엔터테인먼트마케팅, 그리고 스포츠마케팅에 관한 내용인데 특히, 엔터테인먼트마케팅(PPL전략)의 강의를 해준 NMA(NORM MARSHALL & ASSOCIATES, inc.)의 회장인 놉마샬(Norm Marshall)은 007영화의 BMW, 나홀로 집에의 아메리칸에어라인 등 다수의 PPL을 직접 집행하면서 경험한 실무적인 내용으로 많은 관심을 끌었다.