

■ 광고주탐방

안전과 고객사랑으로 점철된 이름, - 린나이코리아



가스기구의 명가-린나이... 아무리 되새김질을 해봐도 린나이코리아의 광고 중 생각나는 것이라고는 이 헤드카피 밖에 없다. 린나이코리아의 광고홍보팀 천양수 실장도 이 부분을 인정한다. “우리 광고 중에서 톡톡 튀는 아이디어나 감각적이고 유행에 따르는 광고는 사실 없었죠.” 라고. 그러나 그는 덧붙여 말한다. “가스기구의 명가-린나이, 이 말 외에 뭐가 더 필요하겠습니까?”

린나이코리아는 브랜드마케팅에 있어서 확실한 성공을 거뒀다. 그도 그럴 것이 1974년 일본린나이주식회사와 합작 설립한 이래 지금까지 26년 동안 한결같이 소비자를 향해 외쳤던 것은 ‘가스기구의 명가-린나이’였다.

덕분에 30-40대 주부들을 중심으로 고정 고객층이 두텁게 형성되어 있고, 이런 안정성은 판매방식과 매출로도 입증되었다. 린나이코리아는 요즘 유행하는 통신판매나 인터넷판매, 홈쇼핑 채널 등을 일체 활용하지 않는다. 오직 대리점 영업만이 판매수단이다. 그럼에도 지난 IMF 때를 포함해 꾸준한 판매성장률을 보이고 있다.

천양수 실장은 광고홍보부문을 총괄하고 있다.

84년도에 입사해 광고홍보 분야에서만 17년째.

‘일하고 뒷말 안들으면 잘 한 것’이란 말이 있을 정도인 이 분야에서

강산이 두 번쯤 바뀔만한 세월동안 이런저런 일도 많았단다.

그래도 대리점에서 “이번에 그 광고 덕분에 매출이 늘었다.” 는

소리를 들을 때면 일의 보람도 있고 뿌듯하다고...

안전성 지향과 고객 배려에 힘써

“가스기구는 안전이 최우선입니다. 때문에 광고를 만들 때도 어떤 기교를 부려 눈에 확 띄는 그런 광고보다는 안전제일주의, 안전지상주의..., 오로지 안전을 강조하는데 중점을 두고 있습니다. 한마디로 ‘우직하다’고 하는 게 맞을 겁니다.” ‘우직함’이란 말에 불현듯 ‘소’가 생각났다. 그러고 보니 인터뷰를 하고 있는 천양수 실장이 소의 이미지와 닮은 듯도 했다. 소는 정직하고, 성실하고..., 그리고 눈이 맑다. 회사 이름이 새겨진 수수한 잠바차림으로 잠시의 째름 없이 업무 상 찾아오는 손님들을 만나는 그의 모습에서 전부를 보지 않아도 이미 모두를 보는 듯 했다.

“이렇듯 광고의 일관성을 유지할 수 있었던 비결은 무엇보다도 제품에 대한 자신감입니다.

또 린나이를 믿고 성원해준 고객이 있었기 때문이죠. 대리점을 통해 듣게 되는 고객의 만족도가 항상 꾸준히 일정비율을 유지하고 있고, 그런 고객의 구전효과는 어떤 광고보다도 더 큰 효과를 발휘하게 됩니다.”

그래서일까? 린나이는 모든 면에서 고객을 먼저 생각하고 배려한다. 업계 시장점유율이 40%를 상회하는 가스레인지의 물론, 조리시간을 단축시켰으면 좋겠다는 고객의 니즈를 반영해 국내 최초로 개발한 컨벡션기능을 갖춘 가스오븐레인지의 출시도 고객을 먼저 생각하는 린나이의 기업이념에서 비롯된 것이다. 작년 10월에 선보인 김치냉장고 또한 고객의 요구로 만들어진 경우다.

93년부터 99년까지 7년 연속 업계 판매1위를 기록한 가스보일러는 고객 중심의 서비스 경영이 효과를 거둔 케이스다. 보일러에 있어 후발업체였던 린나이는 광고전략에 있어서 기술과 안전을 강조하고 가스비 절감 차원에서 소비자에게 어필했다. 그 결과 이전까지 설비업자의 권유로 선택하던 보일러를 경제적 측면과 내구성을 감안해 소비자가 직접 '린나이 가스보일러'를 선택하도록 만든 것이다. 여기에 그치지 않고 소비자 접점에서의 서비스를 한 차원 높이기 위해 A/S체제를 본사에서 직접 관할하도록 만들어 소비자 만족도를 더욱 넓혀갔다.

브랜드 자산을 키우는데 주력

천양수 실장은 린나이의 고객사랑은 앞으로 더욱 폭넓게 지속될 것이라고 한다.

지금까지의 고정 고객층과 아울러 예비 신부까지 새로운 타겟으로 끌어들이 향후 오븐 시장을 선도해 나가는데 주력할 것이라고 계획을 밝혔다. 특히 작년에 런칭한 고기능 고품격 오븐레인지 '쥬벨'의 브랜드 파워를 키우는데 집중할 것이라고 한다. 확고히 구축된 브랜드 파워는 경기불황이나 심한 경쟁에서도 흔들리지 않는다는 것을 린나이의 이전 사례에서도 볼 수 있듯이 기술이나 영업력 못지 않게 중요한 브랜드자산을 키워나가는데 중심을 둘 계획이다.

우선적으로 가스오븐레인지의 시장 확대 방안으로 빌트인시장을 확보하는데 초점을 맞출 것이라고 한다.

아울러 2001년을 국제경쟁력 강화를 위한 기반구축의 해로 정하고, 미국, 캐나다, 러시아, 동유럽 등지에서 수출시장의 영업 거점을 확보하는데 주력할 방침이다. 이에 대한 일환으로 2월 28일부터 모스크바에서 개최될 난방기기 전시회에 린나이의 난방기기가 소개될 것이라고 한다.

국내에서는 리빙디자인페어에 참가해 현재 개발중인 촉매탈취제와 터보기능을 겸비한 저소음 레인지후드를 소개할 계획이다. 소비자에게는 올 9월쯤 선보일 수 있을 것이라고 한다.

천양수 실장은 천상 정직하고 성실한, 일이 최우선인 소가 맞나보다. 올해 이루고픈 바램이 무엇인지 물으니 “의욕적으로 런칭한 쥬벨이 패밀리브랜드로 안정되는 것, 그리고 업계의 저변확대와 사회적 분위기가 안정돼 열심히 땀흘려 만든 제품과 광고가 소비자에게 잘 전달 되는 것” 이라고 말한다.

(윗줄 왼쪽부터 시계방향)

카피라이터 강인수 대리/행정관리 양은지 사원

대외매체홍보 강기영 사원/광고제작담당 디자이너 서영수 과장

천양수 실장/옥외부문 디자이너 양재은 과장

