금강제화 패션추진실 광고팀

"제화업계 영원한 No.1" 금강제화

이승철팀장
1990년1월에입사해줄곧광고업무만으로잔뼈가굵었다고한다. 때문에현재는대행사를거치지않고기획사와다이렉트로일을 진행한다고.
매체기획과관리등광고업무전반을총괄하고있다.

80년대후반, 그러니까새까만단발머리에하얀면양말을신고 중학교에다니던시절, 아침마다아버지는리갈 '구두를신고출근 하시고, 나는랜드로바 를신고학교에갔다. 장식이많거나앞코가 뾰족히도드라진구두는학교에서도금했기때문에신을수도없었 지만어머니가중학교, 고등학교6년내내랜드로바 를사주신것 은발이편하고쉽게닳지않는다는이유에서였다.

신어본사람은알겠지만금강제화구두는발이편하다. 그것은 금강제화의기업이념과도통하는데패션 과기능 '중하나를택하 라면금강제화는단연코기능 이라고한다.

광고를통한이미지쌓기와제품의기능돋보이게

비단내경험뿐만아니라소위평범한한국의가정이라면이런모 습은낯익은아침풍경일것이다. 그도그럴것이80년대후반제화 업계가한창호황을누리던시절에는매출액기준으로볼때우리나 라국민의1/4이금강제화구두를신는다는집계가나올정도였다 고한다. 그러던것이97년IMF를겪으면서한바탕폭풍이제화업 계를쓸고간다. 업계1위였던금강제화도예외는아니었다. 이전에 600개가넘는대리점을정리하고계열사를통합했으며구조조정 이라는힘든시기를겪고난지금에서야비로소안정을되찾았다고 한다.

'한동안TV광고를안했던것도이런이유에서입니다. 하지만지 금은그동안의절감경영으로내실이좋아져하반기부터는차츰광 고와마케팅활동을적극적으로전개할계획입니다. 현재는9월1 일부터새롭게선보일TV-CM도준비중이죠. '광고팀장인이승 철과장의말이다. 어떤광고냐고물으니아직은비밀이란다. 그러 나지금까지금강제화광고가보여주었던컨셉에서크게벗어나지 는않을것이라고한다. 미루어짐작하건대고급스러운느낌, 품격 과중후한멋이있는, 결코가볍지않은모습일것이다.

'제화광고라는것이광고가나간후바로효과가나타나는것이 아니기때문에꾸준히이미지를쌓아가는것이중요합니다. 과장하 지않은분수에맞는광고, 있는그대로의정직한광고를보여주고 자합니다. "

이승철팀장은금강제화가광고를통해소비자에게보여주고자 하는것은패션과기능이어우러진고품격의이미지라고말한다. 단 순한멋을강조하는것은철저히배제하고있다. 소비자에게구두의 기능적인면을어필해차별화시키고이를바탕으로고객의신뢰를 이끌어내는것이광고의최종목표라고한다.

전연령대포괄하는광고마케팅전략으로

한편으로는이와더불어이승철팀장을비롯한광고팀에서가장신경쓰고있는부분이전연령대를포함할수있는광고와마케팅전략이다.

"금강제화하면할아버지, 아버지가신었던올드브랜드라는이미지가큽니다. 젊은층을타겟으로하는제품들도많은데하우스브랜드이미지가워낙강하다보니제품브랜드가상대적으로돋보이지못하는거죠. 하우스브랜드가강하다는게플러스요인이될때도있지만다양한소비자취향을맞춰야하는입장에서는광고와마케팅전략에있어다소어려움이있습니다."

그래도지금까지장수하고있는랜드로바나버팔로의경우는성공적인광고마케팅전략으로평가받는다. 자연을찾아가자 는컨셉에서최근젊음을대변하는'BREAK FREE'로이미지를전환한랜드로바는꾸준한광고마케팅전략으로제품브랜드를성공시킨케이스다.버팔로또한우리나라에아웃도어캐주얼문화를성공적으로소개한브랜드라고할수있다.

고객서비스와이미지관리에주력

올해는금강제화창립47주년이다. 지금까지어려운상황속에서도꾸준한매출로부동의1위자리를지킬수있었던것은반백년동안쌓아온소비자의신뢰가바탕이되었기때문이라고한다.

앞으로는DM 활성화와CRM 전략을강화해고객서비스와이미지관리에더욱주력할방침이다. 아울러반세기동안이어온제화업계의자존심을지켜50주년캠페인을멋지게펼칠계획도갖고있다.

무엇보다제화업계의영원한넘버원이되기위해최선을다할것이란팀의각오가대단하다. 글 · 이수지

그래픽디자이너 박진희씨, 이원영씨, 재무관리 신수연씨, 의류의 광고기획과 홍보 · 협찬 담당인 김현주씨, 그래픽디자이너 국태현 대리, 이승철 팀장, 제화의 광고기획을 맡고 있는 김인겸 대리 (윗줄 좌부터 시계방향)