

(기아자동차) 스포티지 광고, 해외 광고제 연속 수상



이노션 호주법인(WAu)이 제작한 기아자동차 스포티지 광고 'Grow up, Not old' 편이 연이은 국제 광고제 수상으로 글로벌 위상을 높였다. 이 광고는 지난 2월 25일, 호주 시드니 캐리지 워크스에서 열린 '더 어워드(2011 The AWARD)'에서 Craft in Film(Best use and/or arrangement of existing music)부문 은상을 수상했다. 올해로 32회를 맞은 '더 어워드'는 호주 카피라이터와 아트디렉터 협회가 주관하는 광고대회다. 'Grow up, Not old' 편은 이어 3월 17일에 개최한 아시아 최대의 광고제 '애드페스트(ADFEST 2011)'에서도 Film Craft Lotus(Best use of Music Track) 부문 은상을 수상했다. '애드페스트'는 아시아광고연맹(AFAA) 후원으로 운영되는 아시아 최대의 광고제로 광고, 신문, 디자인, 라디오, 프로모션 등 총15개 부문에 대해 아시아 지역에서 선발된 49명의 분야별 전문위원들의 심사를 거쳐 분야별 금, 은, 동상을 선정한다.

(현대자동차) 제네시스 프라다' 뜨거운 반응



현대 자동차가 지난 5월 17일 출시한 제네시스 프라다에 대한 인기가 뜨겁다. 제네시스 프라다는 세계

적 명품브랜드 프라다와 함께 개발한 프리미엄 세단으로 희소기치를 위해 1200대 한정판으로 선보였다. 현대차 관계자는 "주문생산 방식을 통해 국내에 1200대만 한정생산 판매된다는 점을 감안하면 영업 나흘만에 100대를 돌파한 것은 매우 높은 수준의 계약 진행"이라고 전했다. 최근 자동차와 패션, 휴대폰과 패션 등 유명 브랜드들의 공동제작이 활발한데, 이는 두 브랜드의 고객층을 연결, 시너지 효과를 불러일으키기 위한 것으로 일명 '콜라보레이션'이라고 불린다. 현대자동차는 '제네시스 프라다'의 프리미엄과 희소성을

극대화하기 위해 로고와 차량고유번호가 새겨진 '시리얼 넘버 플레이트'를 부착하고, 전용 트레일러에 한대씩 실어 배달하는 등 소수 고객만을 위한 프리미엄 VIP 마케팅을 실시한다고 전했다.

(금호타이어) 함부르크와 스폰서십 체결



금호타이어는 5월 12일 박지성이 소속돼 있는 맨체스터 유나이티드 축구팀 후원에 이어 손흥민이 소속

돼 있는 독일 함부르크 SV와 두 시즌동안 스폰서십을 체결했다고 전했다. 금호타이어는 벤츠, BMW 등의 프리미엄 자동차의 본고장이자 유럽 국가 중 축구 선호도가 높은 독일을 중심으로 금호타이어의 프리미엄 이미지를 현지 소비자들에게 심어주기 위해 후원을 체결했다고 밝혔다. 이로써 금호타이어는 경기장에 디지털광고보드, 홈페이지 등에 로고 노출, 금호타이어 스폰서 데이 등의 주요 권리를 갖게 된다고 설명했다. 금호타이어 관계자는 "이번 파트너십은 최근 기본에 충실함으로써 흑자경영을 이룬 분데스리가처럼 품질혁신과 고객만족이라는 기본에 집중해 재도약하겠다는 의미를 담고 있다"고 전했다. 금호타이어는 2007년부터 맨체스터 유나이티드와 스폰서십을 체결, 글로벌 무대에서 브랜드 이미지 구축과 매출 증대에 성공했다는 평을 받았다.

(삼성전자) 대구세계육상선수권대회 홍보 앞장



삼성전자는 '2011 대구세계육상선수권대회' 공식 후원사로서 대회의 성공적인 개최와 전국민적인 응

원을 유도하기 위해 삼성전자 광고모델로 활동하는 국내 정상급 스타들을 모아 'How To Play SMART' 캠페인을 런칭하고 '삼성 스마트 서포터즈' 프로그램을 선보인다. 이 프로그램에서 국내 톱스타들이 이번 대회와 국가대표 육상선수들을 소개하고 응원하는 영상을 통해 전국민이 참여하도록 유도한다. 삼성 하우젠 버블샷 모델인 한가인은 국내 육상선수들을 응원하는 나레이터로 변신, 선수들에게 응원 메시지를 전달하였고, 삼성카메라 모델인 한효주는 창던지기 국가대표인 박재명 선수의 뒤를 쫓는 파파라치의 모

습을 연출하였다.

이 밖에도 삼성전자는 한기인, 한효주에 이어 삼성전자 브랜드 모델들의 응원 영상을 순차적으로 공개할 예정이라고 밝혔다. 이외에도 응원 댓글 달기, 동영상 스크랩하기 등 온라인 이벤트도 함께 진행해 이번 대회에 대한 국민적 관심을 유도하고 있다.

[LG전자] 남미 최고 축구대회 '코파 아메리카' 후원



LG전자가 남미 최고 축구대회인 '코파 아메리카'를 후원한다고 밝혔다. '코파 아메리카'는 200여 개국

에서 50억이 시청하는 남미 최대 규모의 축구대회로, LG전자는 전자, 모바일 분야를 공식후원하며 대회 엠블럼을 마케팅에 사용하고 경기장 곳곳에 광고판을 설치할 예정이라고 전했다. 또한 경기영상물의 프로모션 활용권, 경기장내 브랜드 홍보부스 운영권, 공식웹사이트에 대한 브랜드 홍보권 등을 확보해 1억 달러 이상의 마케팅 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대한다고 전했다.

이에 앞서 LG전자는 LG컵 라틴아메리카 아마추어 골프 챔피언십 후원, 브라질 최고 명문 축구팀 후원, 아르헨티나 명문 축구팀을 후원 등 적극적인 스포츠 마케팅을 펼쳐 중남미 시장 지배력을 확대해 나가고 있다.

[남양유업] '프렌치카페 카페믹스' 수출



남양유업은 커피믹스 제품인 '프렌치카페 카페믹스'를 중국을 비롯한 중아시아, 호주, 몽골, 미주 지역 등으로 수출하기로 했다고 밝혔다. 남양유업은 "제품개발과 공격적 마케팅에 힘입어 내수와 수출을 동시에 추진키로 했다"며 "최근 연이은 식품사고로 중국 소비자들이 식품안전에 대해 민감해 있는 만큼 프렌치카페 카페믹스가 중국에서도 큰 반향을 불러일으킬 것"이라고 예상했다. 남양유업은 커피믹스 시장 진출 1년만에 급속한 성장세로 현



재 국내 시장점유율 10%대에 진입했다고 전했다.

[대상] 청정원 순창 재래식 안심 생된장 '캐럿 다이아몬드 찾아라'



대상 청정원 순창은 신제품 '재래식 안심생된장'을 출시, 6월 30까지 '캐럿 다이아몬드'가 숨겨진 재래식 안심 생된장을 찾는 이벤트를 진행한다. 이번 행사의 포인트는 국내 식품업계 최초로 경품 제품에 GPS를 장착, 소비자들이 당첨제품의 이동경로를 추적할 수 있다는 것이 특징이다. 청정원 순창은 재래식 안심 생된장의 제품특성이 '안심'인 만큼 소비자들이 믿고 참여할 수 있는 이벤트를 마련하고자 투명성을 높이기 위해 이런 아이디어를 준비했다고 전했다. 대상 청정원 관계자는 "투명한 정보공개와 적극적 쌍방향 소통을 통해 소비자 관심과 참여를 이끌고, 누구나 노력하면 행운의 주인공이 될 수 있다는 점에서 혁신적인 이벤트를 준비했다"고 전했다.

[CJ제일제당] 해찬들 쌈장 전제품 리뉴얼



CJ제일제당이 해찬들 쌈장의 맛과 디자인을 고급화해 전제품 리뉴얼을 하였다. 이번 리뉴얼을 통해 해찬들 쌈장은 소비자가 가장 맛있게 즐길 수 있는 쌈맛을 구현했다고 전했다. 또한 깨끗한 바탕 위에 신선함이 느껴지도록 쌈장 이미지와 함께 손글씨체를 적용해 친근하면서 부드러운 이미지를 더했다. 특히 해찬들 쌈장의 프리미엄 제품군인 8가지 국산 양념쌈장은 패키지를 변경, 산뜻하면서도 세련된 이미지를 부여해 기존 제품들과 차별화를 두었다.

[소니코리아] 세계에서 가장 작은 디지털 카메라 출시

소니코리아가 세계에서 가장 작은 초고화질 콤팩트 디지털 카메라를 출시하였다. 사이버샷 DSC-WX7은 풀HD 동영상촬영 및 3D 사진촬영 기능을 지원하는 세계에서 제일 작고 가벼운 콤팩트 카메라이다. 동영상촬영시 카메라 스스로 상황을 인식, 최적의 촬영 상태를 결정해 주는 '인텔리전트 장면인식,' '트레킹 포커스' 기능 등을



통해 쉽게 풀HD 영상을 촬영할 수 있게 했다. 또한 듀얼 레코딩, 3D 파노라마 사진촬영 등의 기능도 지원된다. 다양한 최신 기능과 고

성능에도 무게는 103g 불과하다. 소니코리아 관계자는 “이번 신제품은 성능과 휴대성, 디자인, 어느 하나 빼놓을 수 없는 가장 이상적인 제품”이라고 전했다.

[KB 국민은행] 대학생 광고 공모전



K B 국민 은행 이 ‘2011 KB국민은행 대학생 광고 공모전’을 개최한다. 이번 공모전에는 TV, 인쇄, 교통, 팝(POP) 광고 등 4개 부문에서 진행된다. 오는 7월 1일부터 작품 접수가 시작되며, 주제는 KB국민은행의 대학생 전용 복합공간인 ‘樂Star’ PR광고와 상품광고, 공익캠페인 광고 등 6개가 제시된다. KB은행 관계자는 “KB국민은행이 젊은 고객



들에게 가까운 친구처럼 느껴질 수 있도록 다양한 문화행사를 지속적으로 펼쳐 나갈 계획”이라고 전했다.

[SK이노베이션] 북극곰 광고 '녹색 성장'

SK이노베이션의 새로운 광고에 북극곰 가족을 등장시켜 화제를 모으고 있다. 이번 광고는 전세계적 이슈가 되고 있는 지구 온난화를 북극곰 가족의 안타까운 모습에 담아 메시지를 전달하고 있다. ‘저를 광고에 쓰지 마세요’라는 자막과 함께 북극곰의 애절한 모습을 담아 지구 온난화 위기를 보여주고 있다. SK이노베이션은 이 광고를 통해 기업이 먼저 환경문제 해결에 노력하고 앞장서겠다는 녹색성장의 의지를 보여주고 있다. SK이노베이션의 관계자는 “SK이노베이션의 분사 이후 소비자들에게 첫선을 보이는 광고로서 평소보다 더욱 신중을 기해 준비했다”고 말했다 또한 “SK이노베이션이



출범할 때부터 지향했던 친환경 녹색성장의 가치를 진솔하게 보여주는 화법으로, 새로운 회사가 가진 가치와 기업철학의 진정성을 보여주고자 했다”고 전했다.

[동아오츠카] 데미소다 새광고



동아오츠카 데미소다가 배우 노민우를 모델로 한 새광고를 선보인다. 데미소다의 새 광고는 드라마 ‘내 여자친구는 구미호’, ‘마이더스’를 통해 주목받은 노민우를 모델로 발탁, 감각적인 영

상과 카피를 통해 데미소다의 이미지인 트렌디함을 강조하고 있다. 동아오츠카 관계자는 “잡지를 펼친 것 같은 트렌디한 감각을 CF 속에 그대로 옮긴 듯한 화면과 감각적 카피로 유행은 추구하지만 자신만의 스타일은 잃지 않는 20대의 개성을 나타냈다”고 설명했다. 이어 “이번 광고는 데미소다만이 가진 특징인 ‘Demistyle’을 전달하는데 중점을 뒀다”고 전했다.

[하이트맥주] 드라이피니시d, 두 번째 광고 '서핑'

하이트맥주가 ‘드라이피니시d’의 두 번째 광고에서 톱스타 원빈을 모델로 ‘서핑’ 편을 선보인다. 전편의 광고를 통해 ‘드라이피니시d’의 사프른 느낌을 보여주는 것에 중점을 두었다면 ‘서핑’ 편에서는 ‘드라이피니시d’의 맛을 더 다이내믹하게 전하기 위해 익스트림 스포츠인 서핑을 하는 원빈의 모습을 담았다. 이 광고에서 하이트맥주는 ‘드라이피니시d’의 맛을 서핑을 하며 날카로운 파도 끝에 선



순간의 쾌감으로 표현했다. 하이트맥주 관계자는 “이번 ‘서핑 편은 날카롭고 거대한 파도 위를 서핑하며 그 끝에 선 듯한 샤프한 드라이피니시d의 느낌을 퍼포먼스로 표현했다”고 전했다.

[빙그레] 아카페라 커피 새 광고

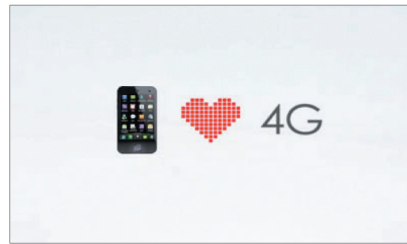


빙그레는 신규 커피 브랜드인 ‘아카페라’ 광고 모델로 하지원과 가수 10cm를 기용, 하지원과 10cm는

아카페라 신규 광고를 통해 2011년 한국대중음악상 최우수 팝 노래부분을 수상한 10cm의 ‘아메리카노’라는 곡을 편곡해 만든 ‘아카페라 송’을 부르며 흥겨운 모습을 연출한다. 아카페라 광고에서 하지원과 10cm는 노래를 부르며 기타와 잼비를 연주, 처음 하는 연주임에도 능숙한 악기연주로 스태프들의 박수를 받았다는 후문이다. 빙그레 아카페라는 카페라떼, 카라멜 마끼아토, 아메리카노, 바닐라라떼, 티카페, 그린티라떼, 로얄밀크티 등 총 7종류의 다양한 맛의 냉장 RTD커피로 빙그레 관계자는 “이번 신규광고를 통해 냉장 RTD 시장의 새로운 강자가 될 계획”이라고 전했다.

[KT] 4G 무선네트워크 리더쉽 새 광고

KT는 스마트폰 사용자들이 급증, 데이터가 폭증함에 따라 4G 네트워크를 선보이고 광고 캠페인을 시작했다. 전국 시 단위 및 주요 고속도로에서 이용 가능한 KT의 4G 서비스는 이동 중에도 사용이 가능한 초고속 무선 네트워크다. 이노션이 제작을 담당한 이번 캠페인은 스마트폰 유저들이 자주 쓰는 대표적 스마트 브랜드/서비스들이 4G를 환영한다는 내용을 담은 광고캠페인으로 총 4편으로 구성, 페이스북, 카카오톡, 다음로드뷰가 파트너로 동참했다. 특히 일방적 메시지 전달이 아닌 소비자들의 의견을 보여줌으로써 시청자



와의 공감대를 형성하였다. KT 관계자는 “4G 시대를 선언한 KT가 기술뿐 아니라 광고에서도 한 발 앞서가게 됐다”며 “기술의 우수함을 일방적으로 설명하는 것이 아니라, 소비자들이 4G 네

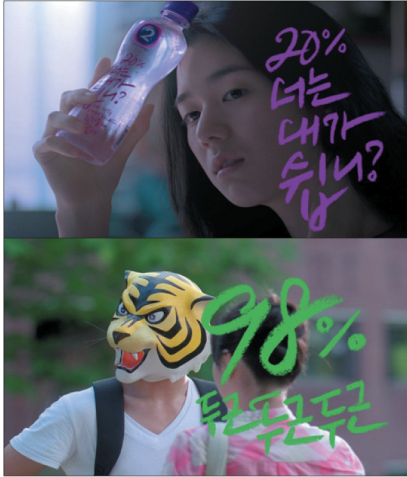
트워크의 필요성을 공감할 수 있는 광고 캠페인을 이어갈 것”이라고 전했다. KT는 지난 3월부터 전국 모든 시 단위 지역과 주요 고속도로에 4G 와이브로망 구축을 완료, 이동 중에도 와이파이(WiFi) 사용이 가능하도록 서비스를 확충했다고 전하며, 이미 서울메트로 9호선을 비롯해 한강유람선, 택시, 부산 지하철 등에 4G 이동 공유기 설치를 마쳤다고 설명했다.

[기아자동차] K5 하이브리드 TV광고 속 사운드



기아자동차는 K5를 알리는 티저광고 때부터 지금까지 모스부호 사운드를 사용, 소비자들이 “뚜 뚜뚜 뚜뚜뚜뚜” 소리만 들어도 K5를 떠올리게 하는 데 성공했다. 지난 5월에 출시된 K5 하이브리드 광고에서도 어김없이 모스부호 소리를 이용, 자연의 소리로 재해석하여 하이브리드 자동차의 친환경 이미지를 전달하고 있다. 이 광고에서는 새의 모스부호와 영롱한 물방울 모스부호 소리로 하여 K5 하이브리드와 자연이 교감하는 듯한 분위기를 연출하였다. 기아차 관계자는 “K5는 자동차광고에 최초로 사운드 마케팅을 도입, 차별화에 성공했다”며 “소비자의 반응도 좋아서 추후에도 지속적인 커뮤니케이션 아이덴티티(Identity)를 유지해 나갈 계획”이라고 전했다.

[롯데칠성음료] '2% 부족할 때' 뉴욕페스티벌 3개 부문 수상



대홍기획이 제작한 롯데칠성음료의 '2% 부족할 때' 광고가 뉴욕페스티벌 마케팅효과부문은 상과 통합마케팅부문 동상, 그리고 디자인부문 파이널리스트로 선정되었다. 대한민국광고대상 3관왕, 올해

의 광고상 수상에 이은 또 하나의 쾌거로, 제품 컬러코드를 통한 쌍방향 마케팅을 이용하여 20대 고객들의 공감을 이끌어내 브랜드 활성화에 성공했다는 평가를 받고 있다. 대홍기획 관계자는 "너의 사랑은 몇 % 부족하니?"라는 질문을 던져 젊은이들의 다양한 사랑을 표현해 사람들의 공감을 얻어낸 것 같다"고 전하며 "겉면에 새겨진 코드를 통해 쌍방향 마케팅에 중점을 둔 것도 세계인의 마음을 잡았다"고 말했다. 또한 3편의 TV광고 외에 스마트폰과 온라인을 통해 접할 수 있는 동영상, 다양한 옥외매체 등을 사용하여 소비자와의 소통을 통해 자발적인 참여를 이끌어 냈다는 평이다.

이노션 월드와이드 창립 6주년, 인도법인(IWI) 창립 5주년



이노션 월드와이드가 지난 5월 13일, 창립 6주년을 맞아 본사 임직원 470여 명이 참석한 가운데 메이필드호텔에서 창립기념식을 가졌다.

이날 안건희 대표이사는 비전 슬로건인 'Discover innovative power in you'를 포함한 경영이념 체계의 공유를 통해 이노션의 기업문화를 전직원이 함께 창조해 나가길 바란다고 전했다. 또한 6년만에 괄목할 만한 성장으로 최고의 자리에 오른 것에 대한 감사의 뜻과 함께 임직원 개개인이 최고의 경쟁력을 가진 광고인으로 성장할 수 있도록 지원을 아끼지 않을 것을 약속했다.

한편 이노션 인도법인(IWI)은 지난 3월 25일, 뉴델리 타지마할 호텔에서 법인창립 5주년 기념식을 가졌다. 이노션 안건희 대표이사는 이날 임직원과 광고주에 대한 감사의 뜻을 전하고, IW의 새로



운 도약을 위한 목표와 비전을 제시했다. IW는 2005년 11월 창립 이후 현대자동차 인도법인(HMI)의 전략 마케팅 파트너로서 인도 내 현대자동차의 브랜드 위상 강화에 기여해 왔으며, FENA(가정용품), Sleepwell(침구) 등 현지 로컬 광고주를 파트너로 두고 있다. 또한 올해부터는 스포츠 마케팅 활동과 함께 사업영역을 BTL 부문으로 확대해갈 예정이라고 했다.

덴츠, 제1회 광고주 초청 덴츠세미나 개최

세계 최고수준의 광고회사 덴츠가 국내내 그룹사(덴츠코리아, 덴츠미디어코리아 등)와 함께 6월 8-9일 양일간 코엑스 컨퍼런스룸에서 광고주 초청 덴츠세미나를 개최한다. 이는 국내에서 처음 열리는 세미나로 덴츠의 저명한 미디어 연구가 기시유키씨가 '커뮤니케이션을 디자인하라!' 라는 주제로 강연을 한다. 이번 강연을 할 기시유키씨는 광고뿐 아니라 기업의 상품개발과 사업디자인, 콘텐츠 프로듀스, 공간·도시 디자인에 이르기까지 다양한 커뮤니케이션 디자인을 하고 있다. 기시유키씨는 커뮤니케이션 디자인에 대해 "현재 광고는 광고주의 과제를 해결하는 수단 중 하나에 불과해졌다"며 "모든 커뮤니케이션을 다양한 매체 안에서 구사해 소비자를 움직이게 하고 사람들의 마음을 디자인하는 것이 요구되고 있다"고 전했다. 덴츠코리아 세키야마 토시유키 사장은 "이번 세미나를 통해 커뮤니케이션 디자인 방법 및 국내에서 아직 공개되지 않은 최근 성공 캠페인 사례도 소개될 예정이어서 광고·홍보·마케팅 분야의 종사자들에게는 최신 커뮤니케이션 트렌드를 알 수 있는 좋은 기회가 될 것"이라고 밝혔다.

참가문의 : 덴츠세미나 사무국 Tel. 02)6001- 3650

스트래티지샐러드 사무실 이전

창립 2주년을 맞은 스트래티지샐러드가 강남 논현동에 새동지를 틀었다.

주소 : 서울 강남구 논현동 16-31 민자빌딩 5층 스트래티지샐러드
전화 : 02)554-0827