

[삼성전자] 아프리카 시장 공략



삼성전자 아프리카가 영국 프리미어리그의 축구선수인 디디에 드로그바를 내세워 아프리카 시장 공략에 나섰다. 삼성전

자는 드로그바가 출연하는 광고를 나이지리아, 케냐 등 아프리카 49개국의 공중파 TV와 유선채널을 통해 내보낸다고 전했다. 특히 삼성전자는 아프리카 환경에 맞는 제품들을 출시한다고 한다. 냉장고, 듀얼SIM폰 등 아프리카의 환경에 맞춘 제품들을 통해 현지인의 마음을 사로잡겠다는 것이다. 삼성전자의 관계자는 “드로그바를 단순히 삼성제품의 광고모델로 생각하고 있지 않다. 삼성이 아프리카에서 진행하는 사회공헌 활동이 많은 만큼 드로그바를 삼성 CSR활동 홍보대사로 삼아, 더욱 더 친근한 기업, 더욱 더 사랑받는 브랜드로 성장시키겠다”고 전했다.

[대웅제약] 우루사 광고 2탄



대웅제약은 축구스타 차두리를 앞세워 우루사 광고 2탄을 선보였다. 이번 광고는 차두리가 집안일에 지

친 주부를 위해 ‘간 때문이야’라는 로고송과 함께 청소를 도와준다. 여러 청소 장면들을 통해 ‘우루사가 간의 미세담도를 깨끗하게 해줘 피로를 풀어준다’는 이미지 전달을 위한 것이라고 한다. 대웅제약은 ‘차두리 광고’를 통해 첫 번째 광고의 성공처럼 시장점유율 및 매출 상승이 이어지기를 기대하고 있다고 전했다. 우루사의 광고대행사인 휘닉스커뮤니케이션의 관계자는 “2탄 광고는 기존에 히트를 쳤던 캐릭터와 음악을 이어가면서 새로운 컨셉을 통해 우루사 제품에 대한 이해를 높이고자 했다”고 전했다.

[소니코리아] 소니 알파 NEX-5N 광고

소니코리아는 카메라 알파 NEX-5N의 광고 캠페인에 배우 이병헌을 내세웠다. 이번 광고는 알파의 브랜드 캠페인 주제인 ‘교감’을 콘셉트로 정하고 제작되었다고 한다. 소니코리아 관계자는 “‘처음으로 알파를 시작하다’라는 광고 카피를 통해 누구나 전문



가급의 사진과 동영상 촬영할 수 있는 NEX-5N의 매력을 부각시키려고 했다”고 전했다. 알파 NEX-5N

은 1,610만 화소 엑스모어 APS HD CMOS 센서를 탑재해 전문가 수준의 우수한 사진과 동영상을 촬영할 수 있는 기능을 제공하고 있으며 릴리즈 타임을 0.02초까지 줄이도록 했다고 한다. 뿐만 아니라 현존 미러리스 카메라 중 최고 수준인 초당 10매의 연속 촬영을 지원한다.

[두산] 두산그룹 새광고



두산 박용만 회장의 어록들이 두산그룹의 광고 카피로 사용돼 화제다. 최근 방송된 ‘사람이 미래다’ 3

차 광고 캠페인 ‘두산이 젊은 청년들에게 하고 싶은 이야기’의 6번째 ‘카페 편’과 7번째 ‘우산 편’이 그 예이다. 두산 관계자는 “이번 광고는 박 회장의 말과 트윗 중 젊은층의 호응이 가장 컸던 것을 선정했다”고 설명했다. 카페 편은 박 회장이 트위터에 남긴 “좋지 않은 점이란 앞으로 좋아질 점이라고 생각하러 한다”고 답을 단 것에 착안했으며, 우산 편은 경우 ‘콘엑스포’에서 대학생 참관단 10여 명과의 대화에서 박 회장이 “사랑의 단계에는 관심, 호기심, 열정, 연정, 진정한 사랑이 있는데 중요한 것은 신뢰이며, 신뢰를 위해선 상대방이 좋아하는 것을 하기보다 싫어하는 것을 하지 않는 것이 중요하다”고 충고한 것을 인용, 광고로 만들었다고 한다.

[SK텔링크] 국제전화 00700 새광고

SK텔링크는 최근 TV 예능 프로그램에서 ‘순정마초 커플’로 인기를 얻은 정재형과 정형돈을 SK국제전화 00700 모델로 발탁해 신규 TV 광고 캠페인을 시작하였다. 이번 광고는 세 자리 번호를 누르는 소비자들에게 00700은 누르는 즐거움이 있는 국민번호임을 전달하는 콘셉트로 제작됐다고 전했다. SK텔링크 관계자는 “국민마초 커플 정재형과 정형돈의 ‘자꾸만 보고 싶은 매력’이 한 번 누르기 시작하면 멈출 수 없는 뽀뽀처럼 ‘자꾸만 누르고 싶은 번호 00700’의 이미지와 잘 맞아떨어진다”며 이들을 광고 모델로



선정한 이유를 밝혔다.

[기아자동차] 2012년형 쏘울 해외 광고 화제



기아자동차 2012년형 쏘울의 햄스터 광고 3탄이 공개돼 인터넷에서 화제가 되고 있다. 기아차는 최근 미국 MTV 비디오 뮤직 어워드를 통해 새로운 60초짜리 쏘울 광고를 선보였다. 이번 광고에는 햄스터 3총사

가 등장하는데, 햄스터 3총사는 신형 쏘울을 타고 로봇들이 벌이는 우주전쟁 한복판에 뛰어 들어 신나는 댄스를 무기로 전쟁을 승리로 이끈다는 내용이다. 기아차 관계자는 “쏘울의 인기가 꾸준한 상승세를 보이고 있다”며 “전에 소개됐던 쏘울 햄스터 광고는 기아차 브랜드를 새로운 고객에게 알리는데 큰 역할을 했다”고 말했다. 또한 북미 TV광고 외에도 곧 영화관에서 햄스터 광고를 방영할 계획이라고 설명했다.

[한화그룹] 새롭게 선보인 그룹 이미지 광고 캠페인



한화그룹은 새로운 그룹 이미지 광고 캠페인 ‘웃는 태양’ 편을 선보였다. 이번 광고는 한화그룹이 추진하고

있는 신성장동력인 태양광 사업을 주제로 만들어졌다. 아울러 한화그룹은 ‘내일을 키우는 에너지’라는 새로운 브랜드슬로건을 정하고, 이번 캠페인을 통해 소개하였다. 이번 광고를 통해 한화그룹은 모든 사업부문에서 소비자의 삶 전반에 밝은 미래를 만들어 가겠다는 한화의 의지와 가치, 역동적인 에너지를 담고자 하겠다고 전했다. 또한 한화그룹 관계자는 “앞으로도 지속적인 커뮤니케이션을 통해 ‘웃는 태양’의 모습을 소비자들에게 따뜻하고 세련된 감성으로 전달할 것”이라고 밝혔다.

[신한금융지주] 새광고 통해 기업이념 알려



신한금융지주가 최근 새로운 광고를 시작했다. 이번 광고는 ‘금융을 통해 세상을 이롭게 한다’는 그룹의 기업이념을 알려

고 있다. 또한 ‘따뜻한 금융’을 지속적으로 실천함으로써 고객에게 신한인의 진정성을 느낄 수 있는 메시지를 전달하고 있다. 아름다운 자연의 영상을 통해 따뜻한 느낌을 주는 이번 광고는 기존 광고와 달리 금융이 가야 할 길을 제시하고 있다는 점에서 주목할 만하다. 광고 소재로 개울을 건널 수 있게 도와주는 징검다리, 삶을 향기롭게 만드는 꽃, 어둠을 밝히고 따뜻함을 나누어주는 모닥불 등 사람과 사회에 이로움을 주는 것들을 채택, 신한인의 이미지를 묘사했다.

[삼성전자] 신제품 ‘미러팝 카메라’ 광고 화제



삼성전자는 이번 추석 연휴 기간 동안 전국 CGV 영화관에서 인터무비(Inter Movie) 형태로 제작된 신제품

‘미러팝’ (모델명: MV800) 카메라 광고를 선보였다고 밝혔다. 국내 최장 시간인 2분 30초짜리 TV 광고를 영화관에서 첫 공개하였다. 한 편의 영화 같은 이번 광고는 삼성전자 카메라 모델인 한효주와 배우 이제훈이 주인공으로 참여해 미러팝 카메라를 매개로 사랑을 시작하는 연인의 모습을 보여 준다. 또한 제품의 기능적 특징을 보다 자세히 설명하기 위해 기존 상업광고보다 시간을 5배 가까이 늘려 2분30초에 달하도록 제작하였다. 삼성전자 관계

자는 “미러팝 카메라의 주 타겟층인 20~30대 소비자에게 보다 친숙하게 다가가기 위해 영화나 드라마에서 주로 사용되는 인터무비 마케팅을 도입했다”고 말했다.

[한국타이어] 글로벌 광고, 아우토스팟 어워드' 동상 수상



한국타이어는 독일, 미국 등 9개 국가에서 실시하고 있는 글로벌 광고 'Be One With It' 이 독일 '아우토빌트'

가 뽑은 '아우토스팟 어워드'에서 동상을 수상하였다. 한국타이어가 수상한 부문은 오토모티브 어워드다. 이는 타이어, 오일 등 자동차 관련 업계에서 제품의 특성을 창의적으로 표현한 광고를 뽑는 상이다. 이번 한국타이어 광고는 타이어에 대한 자신감이 뛰어난 퍼포먼스를 제공한다는 메시지를 효과적으로 전달했다는 평가를 받았다. 한국타이어 관계자는 “한국타이어의 기술력과 해외에서의 마케팅 활동이 세계적으로 인정받은 만큼 세계 최고의 품질을 갖춘 상품과 다양한 마케팅 활동으로 브랜드 인지를 더욱 강화해나갈 것”이라고 덧붙였다.

[SK텔레콤] 4G LTE폰 새광고



SK텔레콤이 새로운 광고를 통해 4G LTE의 빠른 속도를 홍보한다. SK텔레콤은 4G LTE 폰 출시에 맞춰 새

로운 광고를 제작하였다고 전했다.

이번 신규 광고는 '강남역 편' 과 '잠실운동장 편' 두 편으로 제작되었고 3세대(3G)보다 5~7배 빠른 4G LTE의 차별화된 장점을 부각시키는 데에 중점을 두었다. 유동인구가 많아 3G 접속이 원활하지 않은 지역으로 꼽히는 강남역과 종합운동장에서 4G LTE 스마트폰으로 무선인터넷에 빠르게 접속하고 동영상 콘텐츠를 실시간 업로드 하는 것을 통해 4G LTE의 장점을 알리고 있다.

배우 신민아가 '잠실운동장 편' 에, 배우 김수현이 '강남역 편' 에 각각 출연해 4G의 빠른 속도를 재미있게 전달하였다. SK텔레콤은 곧 국내 최초의 4G LTE 스마트폰을 출시할 계획이라고 전했다.

[LG전자] 3D 통합 캠페인, 톱스타들 대거 출연



LG전자가 대대적인 마케팅 활동을 펼치며 자사의 독보적인 3D 기술력을 알리고, 3D 시장의 선두주자가 되고자 톱모델을 기용, 대대적인 마케팅을 펼치고 있다. 장동건 · 원빈 · 김태희 · 신민아 등 톱스타들이 대거 출연한 이번 광고는 다양한 소비자 계층에 어필함으로써 3D 제품의 전체적인 소비자

층을 적극 공략, 국내 3D 시장의 리더십을 강화하고 있다. 4명의 톱모델이 등장한 3D 통합캠페인 CF는 각각 독립된 한 편의 영화처럼 제작되어 다양한 볼거리를 제공한다. 또한 CF는 릴레이 형식으로 편집되어 다른 편 CF에 대한 기대를 고조시킬 뿐 아니라 3D 통합캠페인의 메시지를 더욱 강렬하게 전달했다.

[경동나비엔] 세계가 인정한 국가대표 보일러 경동나비엔



최근 한류를 비롯하여 대한민국의 많은 브랜드가 해외에서 인정받고 있다. 까다로운 해외 소비자의 눈

높이를 넘은 많은 브랜드중의 하나가 바로 경동나비엔이다. 미국, 러시아, 중국, 일본, 유럽 등 전 세계 30여 개국에 보일러를 수출하여 2011년 상반기 기준으로 수출액의 73%를 담당하고 있는 명실상부한 국가대표 보일러이다. 경동나비엔은 이러한 사실을 바탕으로 소비자들의 인식 상에서 글로벌 브랜드로 자리매김하기 위해 세계에서 인정받는 국가대표 브랜드가 될 수 있었던 배경인 콘덴싱 기술을 소재로 광고를 제작하였다. 특히 올해에는 소비자들에게 수출 1위라는 사실의 의미를 경동나비엔의 콘덴싱 기술력과 연결시키는 작업을 통해 광고수용성을 높일 수 있는 방향으로 진행되었다.

상암커뮤니케이션즈, JUXT Interactive와 협업

상암커뮤니케이션즈 백승화 대표는 지난 8월, 미국 Digital Advertising Agency인 JUXT Interactive와 디지털 커뮤니케이션 부문 협업에 대한 양해각서(MOU)를 체결했다. 백승화 대표는 “이번 MOU를 통해 광고주들에게 지금까지 보지 못한 새로운 기술이 접

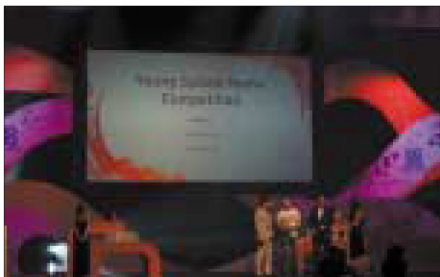


목된 디지털 서비스를 제공할 계획이며, JUXT Interactive와 디지털 부문의 새로운 트렌드 및 기술동

향 등을 서로 공유함으로써 우수한 디지털 콘텐츠를 지속적으로 만들어 나갈 것"이라고 밝혔다.

HS애드, 스파익스 아시아 광고제

‘영 스파익스 미디어’ 경쟁 부문 최고상 수상



HS애드의 조일현 디지털플래너와 이준섭 미디어버어가 아시아 최고 광고제인 2011 스파익스 아시아

(Spikes Asia) 광고제 ‘영 스파익스 미디어’ 경쟁 부문에서 최고상인 ‘Gold Winner’ 상을 수상했다. 영 미디어 컴퍼티션은 아시아의 차세대 광고인을 육성하기 위해 만 30세 이하의 젊은 광고인으로 참가가 제한되며, 24시간 내 제한된 공간에서 주어진 과제에 대한 미디어 전략을 구상하는 통합 미디어 경연대회로서 현장에서 경쟁 프레젠테이션을 통해 선정된다. 올해는 10월 세계 유방암 인식 향상의 달을 맞아, 유방암에 대한 경각심을 높이고 예방 인식을 고취시키기 위한 통합적인 미디어 전략이 과제로 주어졌으며 일본, 인도, 태국, 말레이시아 등 아시아 지역 주요 국가를 대표한 젊은 광고인들이 영 미디어 컴퍼티션에 참가하였다.

애드리치, 제9회 대학생 디자인&광고 공모전 개최

오뚜기 광고대행사 애드리치는 ‘제9회 오뚜기 대학생 디자인&광고 공모전’을 개최한다. 올해의 행사는 캐릭터와 패키지를 개발하는 디자인부문과 TV와 인쇄로 오뚜기 제품브랜드를 알리는 광고 부문으로 구분되어 진행된다. 10월 4일부터 31일까지 대학생이라면 누구나 참여할 수 있으며, 출품작수에 제한 없이 지원이 가능하다. 이번 공모전의 자세한 사항은 오뚜기와 애드리치 홈페이지(www.ottogi.co.kr/www.adrich.co.kr)를 통해 확인할 수 있다.

제8회 국제비즈니스대상(IBA) 수상작 발표

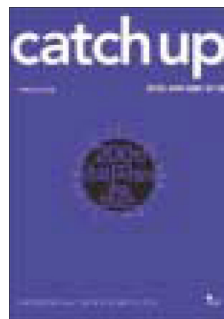
지난 8월 1일 미국 워싱턴에서 발표된 제8회 국제비즈니스 대상

(International Business Awards. 이하 IBA)에서 우리나라는 30개 부문에서 대상(Stevie Winner)을, 83개 부문에서 본상(Stevie Distinguished Honoree)을 수상, 미국에 이어 세계 2위 수상국이 되었다. 시상식은 오는 10월 11일 아랍에미리트(UAE)의 수도인 아부다비의 에미레이트 팔레스 아부다비호텔에서 개최된다. IBA는 전세계 기업과 조직이 한 해 동안 펼친 경영, 성장, 홍보 등의 사업 활동을 기업, 사무소, 제품/ 조직/ 팀/ 개인/ 광고 및 미디어 활동 부문의 5개 부문, 총 131개 분야에 걸쳐서 평가하는 국제대회로, 비즈니스 분야의 오스카상으로 평가받고 있다.

한국브랜드협회 세미나 개최

김광규(金光奎) (사)한국브랜드협회 회장은 10월 5일 “방송광고 브랜드 이미지구축과 브랜드 가치”를 주제로 성균관대 백금남 교수와 김상덕 TR인터 대표와 잠실 한국광고문화회관에서 ‘2011 제 10회 브랜드 세미나’를 개최했다.

[신간안내] Catch Up 2011년 소비자 트렌드 읽기



‘대중 소비자 Mass Consumer’들의 살아있는 생각을 통해 트렌드의 변화를 읽는다! 저자인 트렌드모니터와 모회사인 엠브레인은 한, 중, 일, 대만에 걸쳐 200여만 명에 이르는 동북아 최대의 조사 패널을 구축하여, 대중들의 일상적인 소비 형태에 초점을 맞춰 시장조사를 실시하였다. 이 책은 선도 소비자들의 새롭고 기발한 흐름 중심으로만 소비트렌드를 예측하는 것에 반론을 제기, 3%의 선도 소비자가 아닌 70%의 대중 소비자들을 통해 세상의 변화를 보여준다.

[신간안내] 미디어 플래닝이 강해지는 GRP



‘GRP만으로 효율적인 미디어 플래닝을 할 수 있다.’ 이 책을 지은 정인석 미디어클라우드 대표는 광고업계에서 약 20년간 미디어 플래닝을 하였으며 저서로는 2011년에 나온 ‘광고주의 돈, 누가 훔쳐지?’가 있다. 그는 ‘미디어 플래닝이 강해지는 GRP’라는 책을 통해 GRP를 실무에 응용하는 방법과 GRP로 마케팅 활동을 하나씩 해석함으로써 GRP만으로 전체적인 마케팅 전략이 세워짐을 느낄 수 있도록 하고 있다.