

[동서식품] 동서식품의 카누, 엄청난 인기



동서식품은 '책상 위 작은 카페'라는 콘셉트로 따뜻한 물을 타기만 하면 원두커피의 향과 맛을 즐길 수 있는 신개념 인스턴트 원두커피

'피'인 카누'를 출시, 엄청난 인기를 끌고있다. 카누의 특징은 간단한 레시피로 아메리카노, 카페라테 등 다양한 종류의 커피를 즐길 수 있는 게 가장 큰 장점이다.

[대상] 청정원, 인절미믹스 3종 출시



대상 청정원은 100% 국내산 찹쌀로 만든 찹쌀인절미믹스 3종'을 출시했다. 물과 전자레인지로 간단하게 3분만에 조리 가능한 프리

믹스 제품으로 찹쌀, 찹, 흑미 등 3종으로 구성되어 있다. 이 제품은 찹쌀과 흑미 가루, 찹 등 주재료를 100% 국내산으로 사용했다고 한다. 특히 합성착색료, 합성착향료, 합성보존료 등을 일절 첨가하지 않아 아이들에게 안심하고 먹일 수 있다고 전했다.

[기아자동차] 신차 '레이' 광고

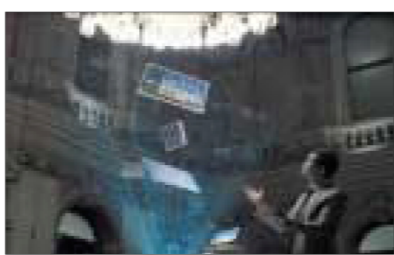


이번 기아자동차 '레이'의 광고는 차 자체의 퍼포먼스를 강조하기 위해 파워나 속도 중심으로 제작되

는 일반 자동차 광고에서 탈피, 독특한 배경과 색감으로 사람들의 관심을 끌고 있다. 화려한 색감을 통해 동화같기도 하고, 즐거운 애니메이션 같기도 한 광고를 통해 레이의 탄생을 알리고 있다.

특히 광고에서는 레이의 차명이 소비자들에게 더욱 친숙하게 느껴지도록 영화 더 사운드 오브 뮤직의 'The Lonely Goatherd' 요들송을 BGM으로 사용, 요들송의 '레이오 레이오 레이히' 가사와 레이라는 차명을 소비자가 더욱 쉽고 즐겁게 차명을 알 수 있도록 했다.

[삼성전자] 국내 최초 3분짜리 지상파TV 광고 제작



삼성전자가 노트북과 태블릿의 장점을 모은 '삼성 슬레이트 PC 시리즈 7'를 알리기 위해 국내 최초로 3분짜리 지상파 TV 광고를 제작

하였다. 삼성전자는 슬레이트 PC 탄생 관련 에피소드를 모아 슬레이트 드라마(Slate Drama)'를 제작하고 11월 말부터 공중파 프라임 시간대에 방영하고 있다. 특히, 짧은 시간 안에 다 설명할 수 없는 슬레이트 PC 시리즈 7의 다양한 특징들을 스텝 넘치는 에피소드로 재미있게 엮은 미국 드라마 컨셉의 독특한 광고를 제작하였다는 것이 특징이다.

[SK텔레콤] 4GLTE 신규광고



SK텔레콤은 대표모델인 원빈과 신민아를 내세워 '명품 LTE' 이미지 만들기에 나서고 있다. SK텔레콤은 '원빈의 엘리베이터' 편과

'신민아의 드라이빙' 편으로 구성된 '명품 LTE' 광고를 통해 언제 어디서든 끊기지 않고 빠른 속도의 무선인터넷을 안심하고 사용할 수 있는 LTE서비스를 강조하는 내용이다. 특히 광고 마지막에서 광고 주인공이 자신의 휴대폰 뒷면에 새겨진 SK텔레콤의 LTE 로고를 화면에 비추며 자신감을 강조하고 있다.

[GS SHOP] 새 광고 모델 신애라 발탁



GS SHOP은 MBC 일일드라마 불굴의 며느리'에서 콜센터 상담원으로 등장하는 신애라를 광고 모델로 발탁하였다. 신애라를 모델

로 하는 GS샵의 새 광고는 10월부터 케이블TV, 인터넷 등 다양한 매체를 통해 방영되고 있다. 또 GS샵 드라마 사이트와 모바일을 통해 신입사원으로 입사한 신애라가 MD, PD, QA(품질관리), 배송전문가 등 GS샵 최고 전문가들과 함께 고객의 고민을 해결해 나가는 미니 드라마도 함께 공개했다.

[동화약품] 활명수, 새 광고 캠페인



동화약품은 활명수의 '생명을 살리는 물' 광고 캠페인을 새롭게 전개하였다. 이번 광고는 남자편, 여자편, 총 2가지 버전으로 제작됐으며, 여자와 남자가

각자 과식을 한 뒤 활명수를 마신 후 즉시 효과를 보는 상황을 표현하였다. 광고 속에서 죽겠어'와 살겠다'라는 커피가 대비되며 생명을 살리는 물'이라는 뜻을 가진 활명수의 제품 특성을 표현했다고 회사 측은 설명했다. 동화약품 관계자는 '생명을 살리는 물' 활명수가 114년 동안 한결 같이 소비자 곁에 있어왔음을 알려주고자 했다"고 설명했다.

[KT] 성질급한 한국사람 광고 화제



olleh의 새 광고가 화제다. 3편으로 구성된 이번 광고의 주제는 우리 주변에서 쉽게 볼 수 있는 일상의 에피소드로 전국민 모두가 공감하는 상황을 약

간의 과장과 함께 워트 있게 담았다. 특히 커피자판기'편처럼 주변에서 쉽게 발견할 수 있는 한국사람의 성질급한 모습이 자신의 이야기로 느껴져 시청자들로부터 많은 공감을 얻어내고 있다고 한다.

[뉴트리라이트] 건강기능식품 전문가 생태학을 말한다



세계적인 건강기능식품 전문가 뉴트리라이트'의 새로운 광고가 이목을 끌고 있다. 이번 뉴트리라이트의 새로운 광고에서는 생태학을 이야기하고 있다. 생태계 순환구조를 가지고 있는 뉴트리라이트 농장을 소재로 한 이번 <생태학자'편은 최대한 자연의 생태순환구조를 지키기 위해 편하게 원료식물을 키우는 방법을 고사하고 철학을 지키면서 원시림까지 남겨놓는 인상적인 모습을 담아 1934년부터 지켜온 철학과 그들만의 노하우를 이야기함으로써 브랜드에 대한 신뢰감을 전달하였다.

[LG전자] 3D 블루레이 플레이어, 영국 최고제품 선정



영국 최대 소비자단체가 발행하는 잡지 위치(Which)' 11월호는 최근 실시한 블루레이 플레이어 평가에서 LG 3D 블루레이 플레이어(모델명 LG BD660)를 '최고제품'으로 선택했다. 이번 평가는 영국에서 판매되는 LG전자, 파나소닉, 소니, 삼성전자, 필립스 등 5개 업체의 블루레이 플레이어 12개 모델을 대상으로 했다. 이 중 LG 제품 두 모델이 각각 1, 3위를 차지했다. LG 3D 블루레이 플레이어는 화질이 최상이고 블루레이 디스크를 빠르게 로딩하고 사용설명과 메뉴가 쉽다는 평과 함께 최고 제품에 선정되는 영예를 안았다.

[한화] 스포츠 마케팅 통해 해외 브랜드 인지도 Up



한화그룹이 스포츠 마케팅을 통해 이름 알리기에 본격적으로 나섰다. 한화가 최근 신성장동력으로 삼아 힘을 쏟는 태양광 사업을 세

계 최대의 태양광 발전 시장인 유럽에 널리 알리기 위해 최근 이탈리아 프로축구 세리에A의 명문구단 유벤투스 FC와 태양광 에너지 부문 독점 스폰서십 계약을 맺었다. 계약에 따라 한화는 유벤투스의 공식 후원사 명칭을 사용할 수 있을 뿐 아니라 구단 홈페이지에 한화솔라' 브랜드를 노출할 수 있게 됐다.

[현대자동차] 내년 슈퍼볼 광고로 브랜드 이미지 UP



현대차가 내년 미국 슈퍼볼 광고에 참여하겠다는 뜻을 밝혔다. 존 크라프치 현대차 미국판매법인(HMA) 사장은 최근 AP통신과의 인터뷰를 통해 '슈퍼볼 킥오프 직전 60초 광고를 비롯 총 5회의 광고를 계획하고 있다"고 전했다. 현대차는 좀 더 재미있는, 예전보다 더 기억할 만한 광고를 만들어 브랜드 메시지를 전달할 수 있도록 하겠다고 밝혔다.

[농협] 대학생 광고공모 처음 실시



농협은 11월 10일 농협중앙회 2층 중회의실에서 NH농협 대학생 광고 공모전 시상식을 개최했다. 농협에서 처음 실시하는 광고

공모전으로 농협의 사업구조 개편과 공익적 역할을 주제로 총 3개 부문(UCC, TV스토리보드, 인쇄)으로 진행됐다. 농협 관계자는 “대학생들의 소중한 아이디어를 바탕으로 젊은 층과 더 가까이 소통하는 젊은 농협, 신뢰받는 농협으로 거듭날 것”이라고 밝혔다.

[롯데카드] 지적 장애인 골프단에 연습시설 기증



롯데카드는 11월 16일 서울시남부장애인종합복지관에 지적 장애인 골프단을 위한 연습시설 건립을 기증키로 하고 후원약정서를

전달했다. 장애인종합복지관에서 운영하고 있는 지적 장애인 골프단은 국내의 유수의 대회에서 우수한 성적을 거뒀지만 제대로 된 연습시설 하나 없는 안타까운 실정이었다. 따라서 롯데카드는 골프단을 위해 기금을 마련, 연습시설을 건립하겠다고 전했다.

[대한항공] 중국 시골 학교에 도서실 기증



대한항공은 11월 24일 중국 황산시 황산구 소재 타오웬 중신학교에 꿈의 도서실 기증 행사를 실시했다. 대한항공은 타오웬 중신학

교의 빈 교실을 도서실로 변모시키고 이곳에 교과서 및 문학과 역사 자연과학 참고서 등 독서물 1200여권과 컴퓨터 1대, 책장 및 책걸상 등을 기증했다. 또 체육 및 여가시간에 학생들이 맘껏 뛰놀며 즐길 수 있도록 운동용품도 전달했다고 전했다.

코마스, 2012여수엑스포 중국관 마케팅대행사 선정

‘코마스인터랙티브(대표:정인식)’의 중국 법인인 북경코마스광고유한공사(이하 코마스)는 11월 11일 중국국제무역촉진위원회(CCPIT)와 계약을 체결하고 2012여수엑스포 중국관의 공식 마

케팅 대행사로 선정되었다. 코마스는 2012 여수엑스포 중국관’의 공식 마케팅 대행사로서 중국관 후원기업 영입 권한을 보유함은 물론, 중국관 관람객을 대상으로 모바일 마케팅 및 기타 프로모션을 수행하게 된다.

SK마케팅앤컴퍼니, 정기간행물 ‘인사이트 트레인’ 발간



SK마케팅앤컴퍼니(대표 이방형) 커뮤니케이션사업 부문은 10월 12일 광고주

및 광고업계를 비롯 커뮤니케이션 종사자를 위해 최신연구와 전문 지식을 담은 정기간행물 ‘인사이트 트레인(Insight Train)’을 발간하였다. ‘인사이트 트레인’은 마케팅 커뮤니케이션 전문서로 브랜드, 소비자, 트렌드 분야에 대해 자체 연구 결과와 해외 저명 학자들의 최신 연구를 담아내 광고계 및 학계에서 큰 호평을 받고 있다.

이노션, 직원들의 재능 기부와 나눔 실천



이노션 월드와이드(대표이사 안건희)는 2011년 본격적인 CSR 프로그램을 연이어 시행하며 직원들의 재능 기부와 나눔을 실천하고 있다.

이노션이 후원한 광고공모전 ‘크리에이티브 쉐어’는 사회적 기업을 대상으로 대학생들의 광고 아이디어를 공모하는 공모전으로 기획과 크리에이티브로 나누어 실시되었다. 또한, 이노션은 직원들의 재능 기부 차원에서 11월부터 광고인을 꿈꾸는 대학생들을 위한 ‘이노션 멘토링 코스’를 실시하고 있다. 이 프로그램은 차세대 광고인을 육성하기 위한 목적으로 사내 광고기획, 마케팅 전문가로 구성된 9인의 멘토 스쿨을 구성하였다.

[신간안내] 우리 회의나 할까?



매일 반복되는 회의에서 놀라운 아이디어를 깨내는 비법은 없을까? (주)사이언스북스에서 펴낸 ‘우리 회의나 할까? 박웅현과 TBWA KOREA의 100억짜리 아이디어는 어디에서 오는가?’는 한 카피라이터의 회의용 수첩에서 출발해 아이디어를 추적해 가는 과정을 그린 최고의 회의 안내서이다. 진심이 깃는다’, ‘엑스캔버스하다’, ‘생활의 중심: 현대생활백서’ 등 하루에도 수십 번 보고 들었을 친숙한 광고 카피들을 만들어 낸 독립광고대행사 TBWA KOREA 회의실의 회의 비결을 엿볼 수 있다.