

2013년도 제2차 편집위원회

지난 4월 18일 종로에서 제2차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 서범석 세명대 교수, 배의찬 삼성 차장, 이한구 LG 부장, 임희석 대림산업 팀장, 최동원 SK텔레콤 차장, 최호진 동아제약 이사 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

2013년도 제2차 홍보위원회 개최

오는 6월 25일 롯데호텔에서 제2차 홍보위원회를 개최한다. 이날 회의에는 이홍렬 YTN 보도국장을 초청, 'YTN의 보도 방향'에 대한 주제발표를 듣고 홍보위원들과 의견을 교환할 예정이다.

[LG전자] 트윈타워 이용한 옥외광고 눈길



LG전자가 여의도 LG트윈타워 건물 전면을 활용한 광고를 선보여 눈길을 끌고 있다. 트윈타워 서관 건물 전면에 밤9시부터 자정까지 실내조명으로 알파벳 'G'를 형상화한 이번 광고는 LG전자의 전략 스마트폰 'G시리즈'와 일등가전 달성을 위한 'G프로젝트' 제품을 뜻한다. LG전자는 작년 9월 '옵티머스G'를 출시하며 스마트폰 시장에 다크호스로 떠오른 데 이어, 올 2월부터는 대용량(Great), 스마트기능(Genius), 디자인(Good Design)을 갖춘 세탁기, 에어컨, 냉장고 등 G프로젝트 가전제품을 잇달아 발표했다.

[일동제약] 메디폼 새광고



일동제약이 영화 '7번방의 선물'로 최고의 주가를 올리고

있는 배우 류승룡과 아역배우 갈소원을 모델로 기용, 습윤드레싱 '메디폼'의 새광고를 선보인다. 이번 광고에서는 '딱지가 흥터의 원인'이라는 메시지를 강조해 메디폼이 습윤 환경을 조성, 딱지가 생기지 않게 한다는 기능적 측면을 강조했다. 일동제약 관계자는 "금번 새광고를 통해 습윤드레싱 시장 점유율 1위의 입지를 더욱 굳건히 할 것"이라고 전했다.

[코카콜라] '무한도전' 멤버 모델로 짜릿한 즐거움 선사



코카콜라(www.cocacola.co.kr)가 무한도전 멤버 유재석, 박명수, 정형돈, 하하, 노홍철을 모델로 기용, 짜릿한 광고를 선보이며 소비자들에게 웃음을 주고 있다. '몽치면 더 짜릿해!'라는 콘셉트로 촬영된 광고에서 이들은 캐릭터에 맞는 학생으로 변신, 소개팅에서 민낯을 드러내는 유재석, '코-크 딱따구리'로 변신한 박명수, 독특한 댄스를 선보이는 정형돈, 노홍철 등 보는 것만으로도 유쾌해지는 즐거움을 주고 있다.

[팔도·동원F&B] 참치비빔면 공동 마케팅



팔도가 29년의 장수브랜드 '팔도 비빔면'과 동원 참치를 섞어 만드는 '참빔면'의 레시피를 소개하는 광고를 선보이며 동원F&B와 공동 마케팅을 펼치고 있다. 이번 시리즈에서 팔도는 한 예능 프로그램에 소개돼 화제가 됐던 '골빔면(골뱅이+비빔면)'도 광고에 담았으며 다른 제품을 활용한 레시피도 추가로 공개할 예정이다.

[SK텔레콤] ICT 통한 상생의 현장 기업광고

SK텔레콤이 ICT 기술과 전통시장의 융합과 상생의 모습을 담은 기업광고 '가능성의 릴레이-전통시장' 편을 선보였다. '행복동행' 프로젝트를 발표한 SK텔레콤은 이번 광고에서 상인들이 태블릿PC와 같은 첨단 디바이스를 통해 소통하는 모습을 보여줌으로써 동행의 진정성을 효과적으로 보여주고 있



다. 윤용철 SK텔레콤 홍보실장은 “이번 광고를 통해 전통시장이 ICT 기술로 새롭게 변화하는 모습을 따뜻한 감성으로 담아 향후 SK텔레콤이 그리는 ‘새로운 가능성의 동반자’라는 비전을 보여주고자 했다”고 전하며 “향후

다양한 분야에서 상생의 가능성을 조명하고 동반성장의 청사진을 제시할 것”이라고 말했다.

[동서식품] 맥심 모카골드 마일드 새광고



동서식품이 장수 모델 이나영과 더불어 최근 주가를 올리고 있는 배우 송중기를 모델로 기용, 국민 커피믹스 ‘맥심 모카골드 마일드’의 새광고를 선보였다. 이번 광고에서 동서식품은 진하고 부드러운 ‘맥심 모카골드 마일드 황금비율’의 매력을 전달하는데 주력했다. 동서식품 관계자는 “깊고 풍부하면서도 부드러운 맛의 맥심 모카골드 마일드로 전 국민이 커피 맛의 황금비율을 느껴보시길 바란다”고 전했다. 이번 광고의 메이킹 필름은 7월중 인터넷과 극장광고를 통해 공개될 예정이다.

[코웨이] ‘물성장 프로젝트’ 새광고



코웨이가 ‘우리 아이들에게 깨끗한 물을 마시게 하자’는 메시지를 담은 리얼다큐 형식의 광고를 선보이고 있다.

이번 ‘물성장 프로젝트’ 기업광고는 코웨이가 경기도 구리시 교문중학교 학생들과 6개월간 함께 진행한 것으로, 탄산음료, 커피, 스포츠음료, 에너지드링크 대신 하루 8잔의 물을 마시는 습관 형성을 통해 건강의 변화를 체험하는 모습을 생생하게 보여줄 계획이다.

[코카콜라] 미닛메이드 리치 블렌드 새광고



코카콜라가 최근 예능 프로그램의 MC를 맡아 주가를 올리고 있는 김희선을 모델로 기용, 미닛메이드의 새광고를 선

보인다. 김희선은 이번 광고를 통해 ‘활력 넘치는 하루의 습관’으로 ‘미닛메이드 리치 블렌드’를 선택한다’는 메시지를 전달한다.

[농심켈로그] 스페셜K 새광고



농심 켈로그가 손담비를 모델로 기용, ‘스페셜K’ 새광고를 선보인다. 필리핀 세부의 에메랄드 빛 해변에서 촬영된 이

번 광고는 해변가에서 군살 때문에 가디건을 벗지 못하는 여성들의 심리를 자극, 자신감 넘치는 비키니 몸매를 위해 체중조절용 시리얼 켈로그 ‘스페셜K’를 애용하라는 메시지를 담고 있다.

[SK텔레콤] 장기고객의 특별한 혜택 광고에 답아



SK텔레콤이 장기고객에게 특별한 혜택을 선사하는 광고를 선보여 소비자의 호응을 얻고 있다. 모델인 슈퍼주니어 규현이 “장은 오래될수록 좋은 법이죠”라는 메시지로 SK텔레콤 장기 고객의 혜택을 설명하고 있다. SK텔레콤 관계자는 “기존 ‘LTE 무한능력, 놀’ 광고가 1324세대를 겨냥한 광고였다면, 이번 광고는 1200만 장기 이용 고객들을 위한 실질적인 혜택을 담기위해 노력했다”고 전했다.

[비알코리아] 베스킨라빈스31 새광고

비알코리아 베스킨라빈스31의 새로운 시즌 광고가 소비자들

KAA 광장



의 호응을 얻고 있다. 용기, 위로, 휴식이라는 3가지 주제에 따라 '핑크빛 유혹', '갈색의 마법', '녹색의 휴식' 등 3가지 버전으로 아이스크림과 블라스트를 추천하는 이번 광고는 일상에서 겪을만한 에피소드를 통해 잔잔한 재미와 공감을 얻고 있다.

[동서식품] 포스트 라이트업 새광고



동서식품이 피커런 김연아를 포스트 '라이트업'의 모델로 선정했다. 김연아는 철저한 식단관리를 하고 있어 건강한 다이어트를 위한 체중조절용 시리얼 포스트 라이트업의 광고모델로 적격이라는 평이다.

[SK플래닛] 스마트월렛 새광고



모바일 지갑 '스마트월렛(Smart Wallet)' 새광고가 마치 미션을 해결해가는 듯한 게임 컨셉으로 보는 이를 즐겁게 하고

있다. 광고에서는 자동차 주유를 하고, 커피를 마시고, 영화 관람을 하고, 백화점에서 의류를 구입하는 모든 과정에서 휴대폰에 포인트가 충전된다. SK플래닛 관계자는 "이번 광고는 '스마트월렛'의 특징인 '순쉬운 포인트 획득의 과정'을 게임처럼 연출했다"고 전했다.

[E1] Love, People, Green(LPG) 캠페인



E1이 김연아를 모델로 기용, 'Love, People, Green(LPG)' 캠페인을 선보인다. 새 광고는 LPG를 러브(Love), 피

플(People), 그린(Green) 등 세 단어로 재해석, 일상생활에서 LPG가 가진 사랑과 온기, 사람들 사이의 교감, 그리고 환경에 대한 가치를 표현하고 있다.

[메리츠화재] '걱정과외 전쟁' 광고 캠페인



메리츠화재가 영화 '범죄와의 전쟁'을 패러디한 새광고 '걱정과외 전쟁'을 선보이며 소비자들의 호응을 얻고 있다. 영화의 주인공들로 분장한 걱정인형들이 비장한 모습으로 등장해 '걱정 끝, 즐거운 보험 시작'이라는 메시지를 전달한다.

메리츠화재 관계자는 "지난해 90주년을 맞은 메리츠화재가 즐거운 보험을 런칭하면서 앞으로 맞을 100주년을 준비하는 의미로 새롭고 재미있는 광고를 전달하기 위해 노력했다"고 전했다.

[LGU+] LTE 음성 무한자유 요금제 새광고



LG유플러스가 'LTE 음성 무한자유 요금제' 새 광고를 선보이며 소비자들에게 감동을 선사하고 있다. '아빠는 통

화중' 편에서는 하루 종일 통화중인 택배기사 아빠와 어렵사리 통화 연결된 어린 딸이 생일축하 노래를 불러준다는 내용이다. '위대한 당신' 편은 장애아를 돌보는 엄마가 전화로 재택근무를 하는 모습을 담았다. LG유플러스 관계자는 "이번 광고는 LTE 음성 무한자유 요금제가 택배기사, 영업사원, 킥서비스, 대리기사 등 통화가 생계의 중요한 수단인 고객들을 위한 요금제라는 메시지를 전달하기 위해 가족의 사랑을 컨셉으로 제작했다"고 설명했다.

[코웨이] 케어스 제습기 새광고



코웨이가 최근 인기몰이를 하고 있는 뮤지션커를 조정치·정인을 모델로 선정, 코믹한 컨셉의 케어스 제습기 광고를 선보이고 있다. 장대비 속에서 제습기를 사자고 조르는 정인과 참자고 말리는 조정치 커플, 케어스 제습기를

들여놓는 순간의 뽀송뽀송한 기분을 유쾌하게 표현하고 있다.

[코카콜라] 태양의 마테차 새광고



코카콜라가 남미의 뜨거운 해변과 미녀들의 등장으로 기분까지 업시켜주는 '태양의 마테차' 새광고를 선보이고 있다. 햄버거와 스테이크를 마음껏 먹으며 삼바춤을 즐기는 미녀들, 그럼에도 불구하고 늘씬한 몸매의 비결은 '마테차'라는 메시지를 전하고 있다. 코카콜라 '태양의 마테차'는 브라질산 마테잎을 추출해 깔끔한 맛과 향을 담았다. 코카콜라 관계자는 "커피, 녹차에 이어 세계 3대 차로 꼽히는 마테차를 효과적으

로 어필해 보다 쉽게 소비자들이 마테차를 애용할 수 있도록 했다"고 전했다.

[롯데칠성음료] 참두 뉴트리빈 새광고



롯데칠성음료가 배우 오지호를 모델로 영양설계두유 '참두 뉴트리빈' 새광고를 선보이고 있다. 이번 광고는 직장인들에게 부족한 한 끼 영양을 '참두 뉴트리빈'으로 제공한다는 컨셉으로 아침식사를 거르는 맞벌이 부부, 길어지는 회의로 점심식사를 못할 때, 상사에게 깨져 입맛조차 없을 때, 먹어도 실속 있는 영양을 못 챙길 때 등 다양한 상황 속에서 '참두 뉴트리빈'이 영양을 채워준다는 메시지를 전하고 있다.

[이노션] 이노션 미국법인, 뉴욕 국제 광고제 수상



이노션 월드와이드 미국법인(이하 IWA)이 세계 3대 광고제 중 하나인 뉴욕 국제 광고제(New York International Advertising Awards)에서 설립 이래 첫 본상을 수상했다. IWA는 나이키, 아디다스, 아우디, 폭스바겐, AT&T 등 글로벌 기업들의 작품 100여 편이 치열한 경쟁을 펼친 디지털

부문(Digital: Websites & Microsites)에서 현대자동차 엘란트라 'Driveway Decision Maker'가 웹사이트로 동상을 수상했다고 밝혔다. 소비자의 구매 결정을 돕기 위해 만들어진 이 웹사이트는 구글의 웹 지도 서비스 스트리트뷰(Street View)를 이용해 소비자들이 가상으로 자신들이 원하는 곳에 엘란트라로 주행도 하고 주차까지 경험할 수 있게 했다.