



한 해오름발을 찾아 '희망의 집고치기' 활동을 펼쳤다. 그룹 내 건설사인 대림산업, 고려개발, 삼호 임직원들이 자발적으로 활동에 참여했다. 대림은 한국해비타트 서울지회와 함께 2005년부터 매년 집고치기 활동을 펼치고 있다.

대림산업 박상진 대표는 "특별한 의미가 담긴 장소에 조금이라도 편의를 제공하기 위해 참여한 임직원들이 뜻 깊은 땀을 흘렸다"고 소감을 전하며 "건설회사로서 지역사회에 주거 환경 개선 사업에 책임감을 가지고 꾸준히 참여할 것"이라고 밝혔다.

[LG전자] V50 씽큐, 잠실야구장 외야조명탑 광고



LG전자가 서울 송파구 잠실야구장 외야조명탑에 LG V50 씽큐를 알리는 대형 옥외광고를 설치했다. '놀라운 5G, 듀얼

로 제대로'라는 문구를 통해 고객들이 LG V50 씽큐와 전용 액세서리인 듀얼 스크린으로 다양한 콘텐츠를 풍성하게 즐길 수 있음을 표현했다. LG전자는 쇼핑, 영상통화, 게임, 인터넷 강의 등 실생활에서 LG 듀얼 스크린의 다양한 활용법을 담은 디지털 캠페인도 하고 있다.

LG전자 한국영업본부 브랜드커뮤니케이션담당 한웅현 상무는 "강력한 멀티태스킹과 높은 안정성을 기반으로 한 LG V50 씽큐와 듀얼 스크린의 매력을 지속적으로 알려 나갈 것"이라고 말했다.

[동아제약] 흉터치료제 '노스카나' 새광고

동아제약이 흉터치료제 '노스카나'의 신규 광고를 선보인다. 이번 광고는 가수 겸 배우 헤리가 모델로 등장해 여드름 자국도 흉터이므로 약을 바르고 관리해야 한다는 메시지를 전달한다. 노스카나는 헤파린 나트륨, 알란토인, 텍스판테놀 등의 성분으로 구성된 겔타입의 일반의약품이다. 여드름 흉터, 수술 흉터, 비대성 및 켈로이드성 흉터에 사용할 수 있다.



[삼양사] 큐원 '상쾌환' 새광고



삼양사가 숙취해소 제품 '큐원 상쾌환'의 신규 광고 '효모라 캡니다'와 '상쾌하이 좋네' 두 편의 광고를 선보인다. 이번 광고는 기존 헤리와 함께 배우 이시연을 모델로 기용, 멀티스팟 광고(한 제품의 광고를 복수로 제작해 같은 시기에 방송하는 광고)로 제작해 소비자에게 상쾌환의 젊은 이미지를 전달한다는 전략이다.

상쾌환은 삼양사가 2013년 출시한 환 형태의 숙취해소 제품으로, 효모추출물과 헛개, 창출, 산사나무열매, 칩꽃 등 식물혼합농축액 원료를 배합해 만든 제품이다.

한편 상쾌환은 최근 망고 과즙을 더해 맛있게 숙취해소를 할 수 있는 '상쾌환 스틱형'을 출시하는 등 제품 라인업을 강화했다.

[CJ제일제당] 'BYO(바이오)' 새광고



CJ제일제당이 유산균 전문브랜드 'BYO(바이오)' 광고모델로 배우 지진희를 기용, 새광고를 선보인다. CJ제일제당

측은 "안정성과 신뢰도를 최우선으로 선택하는 유산균 소비 패턴을 분석한 결과, 중후하면서도 선한 이미지와 믿음을 주는 보



(ARROW)를 신규 런칭했다.

브랜드 인식을 변화시키는 브랜드 마케팅과 매출 성과를 직접적으로 변화시키는 퍼포먼스 마케팅은 일반적으로 별개의 영역으로 분리 운영되어 왔다. 그러나 '에로우'는 기존의 분절된 운영 방식을 탈피, 브랜드 마케팅과 퍼포먼스 마케팅을 통합적으로 기획하고 실행함으로써 마케팅 시너지를 극대화하고 광고주에게 보다 실질적인 인사이트를 제공하기 위해 기획되었다.

이와 관련해 이수원 TBWA코리아 대표는 "소비자의 변화된 브랜드 인식은 퍼포먼스 마케팅의 성과를 높이는 기반이 되고, 매출 성과를 통해 유입된 소비자는 다시 브랜드의 질적 강화를 위한 마케팅의 출발점이 된다"며 "TBWA코리아는 앞으로 '에로우'가 만들어내는 브랜드 마케팅과 퍼포먼스 마케팅의 상호 시너지를 통해 광고주의 다양한 요구에 보다 효과적으로 대응해 나갈 것"이라고 밝혔다.

[대홍기획] 아시아-태평양 스티비상 2관왕

대홍기획이 2019 아시아-태평양 스티비상(Asia-Pacific Stevie Awards)에서 ▲대홍TV로 금상(라이브이벤트 부문 내부 이벤트 혁신상)과 ▲사외보(Daehong Communications)로 은상(출판물 부문 사보/출판물 혁신상)을 받았다. 아시아-태평양 스티비상은 아시아 태평양 지역 29개국에 있는 업무 현장에서의 혁신을 인정하고 치하하는 유일한 비즈니스 대상 프로그램이다.

[제일기획] 원소 광고제 역대 최다 수상



제일기획이 세계적 권위의 원소 광고제(The One Show)에서 국내 광고회사 최다 수상 기록을 경신했다. 지난 5월 10일 뉴욕에서 열린 2019 원소 광고제 시상식에서 제일기획은 본사와 해외법인, 자회사가 고르게 수상하며 은상 2개, 동상 3개 등 총 25개

의 본상을 수상했다. 이번 원소 광고제에서 가장 좋은 성과를 낸 제일기획 캠페인은 인도법인의 '굿 바이브 프로젝트(Good Vibes Project)'로 디자인 부문 은상(Silver Pencil) 등 총 3개의 상을 수상했다.

[SM C&C] '의견 공감' 플랫폼 "헤이폴(heypoll)" 론칭

SM C&C 광고사업부문이 국내 최대 규모 패널을 기반으로 서비스하고 있는 서베이 플랫폼 킬리언(Tillion)에 실시간 의견 공감 기능을 더한 '헤이폴(heypoll.co.kr)' 서비스를 새롭게 선보였다.

'헤이폴' 서비스는 평소 궁금해 하던 질문들이 머릿속을 맴돌 때, 궁금증을 매번 주변 지인들에게 물어보기 어려운 상황일 때, 혹은 정답은 없지만 궁금증을 해결해 보고 싶는데 객관적으로 의견을 얘기해 줄 다수의 사람들과 소통을 원할 때, 사람들을 위한 '의견 공감' 플랫폼을 표방한다.

'헤이폴' 서비스를 총괄하는 Digital Insight본부 이형도 본부장은 "헤이폴 서비스는 국내 최대 규모의 패널을 보유한 서베이 플랫폼, 킬리언 기반에 편(Fun)이라는 차별화 요소까지 갖춘 의견 공감의 플랫폼"이라며 "단편적인 정보 검색이 아니라, 대중들의 의견을 확인하는 <의견 검색>, 취향을 알아보는 <취향 검색>, 의사결정을 도와주는 <판단 검색>이라는 새로운 방법을 제시하는 솔루션이 될 것"이라고 말했다.

[TBWA코리아] 이마트 '와이너리' 캠페인으로

'뉴욕 페스티벌' 금상 수상

글로벌 독립광고회사 TBWA코리아가 제작한 이마트 '와이너리' 캠페인의 'WINE IS NORMAL'편이 세계적인 광고제 '2019 뉴욕 페스티벌(2019 New York Festival Advertising Awards)'에서 '필름 크래프트(Film Craft)' 부문 금상(First Prize Award)을 수상했다. 이번 금상 수상작인 이마트 '와이너리' 캠페인의 'WINE IS NORMAL'편은 이마트 와인장터 홍보를 위해 TBWA코리아가 제작한 웹 다큐로, 와인이 특별하고 비싸다는 고정관념을 깨고 일반 소비자들이 부담 없이 마실 수 있는 주류라는 것을 보여주고자 기획됐다.

1957년 창설된 뉴욕 페스티벌은 칸 국제 광고제, 클리오 광고제와 함께 세계 3대 광고제 중 하나로 꼽히며, 세계 마케팅 트렌드를 이끄는 50개국 이상의 리더들로 구성된 심사위원 300여 명의 엄격한 심사를 통해 진행된다. **KAA**