



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

[빙그레] 아카페라 커피 새광고

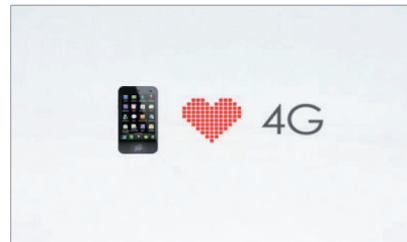


빙그레는 신규 커피 브랜드인 ‘아카페라’ 광고 모델로 하지원과 가수 10cm를 기용, 하지원과 10cm는

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, 로얄밀키티 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.