



게 단말기 비용을 파격적으로 할인해주는 프로그램이다. 그 동안 대리점에서 암암리에 공짜폰을 주거나 단말기 보조금을 지원해 주는 것과는 달리, 쇼가 공식적으로 단말기 구매비용을 지원하고, 자원 범위 또한 파격적이어서 그에 걸맞은 '쇼킹스폰서'라는 이름이 결정되었다.

이번 광고를 기획한 광고회사 웰컴 광고팀의 안준웅 부장은 "쇼만이 파격적으로 제공하는 '쇼킹스폰서' 프로그램의 혜택을 명확하게 전달하고, 자칫 딱딱한 서비스의 특징만 부각되는 것을 방지하기 위해 일상에서 있을 법한 시나리오의 귀엽고 소소한 시위라는 흐름 속에 중간 중간 웃음을 배가시킬 수 있는 장치를 배치시켜 소비자들에게 보는 재미를 제공하고 있다"고 덧붙였다.

[새광고] 하나은행, 폭넓은 혜택을 제공하는 하나빅카드



'하나빅카드'의 파격적인 등장으로 자신감을 표했던 하나은행이 다시 한번 당당함을 내세우며 소비자들의 카드생활에 큰 혜택을 제공하고 있다. 하나은행은 월 10만원 정도의 카드 사용 실적으로 금융, 주유소, 무이자할부, 놀이공원, 커피, 외식 등 폭넓은 할인혜택을 받을 수 있는 '하나빅카드'를 대대적으로 알리기 위한 광고를 6월부터 선보이고 있다.

이번 광고의 '남자' 편에서는 카드의 혜택에 만족할 수 없다면 대포로 폭파시키라는 메시지를 과감하게 하고 있고, '여자' 편에서는 드릴로 부셔버리라는 메시지를 동일하게 '멀티-스팟(Multi-Spot)' 형식으로 전하고 있다.

[새광고] 르노삼성자동차, 해변에서 QM5만의 차이를 즐겨라



르노삼성자동차가 뜨거운 여름 QM5를 즐기는 색다른 방법을 제시해 소비자들의 눈을 즐겁게 하고 있다. 크로스오버(Crossover) 차종인 QM5를 출시하면서 세단과 SUV에 대한 운전자의 고민과 갈등을 해결해주었던 르노삼성자동차가 이번에는 QM5만의 특색 튀는 장점을 제대로 즐기는 비법을 제시하는 광고를 2009년형 QM5 출시에 맞춰, 새롭게 선보인다.

이번 르노삼성자동차 QM5광고는 국내 최초로 쇼피드는 사영인 천장 전체가 선투프로 이루어진 피노키오마 선투프로 외 테일 게이트가 조개처럼 위아래로 열리는 '클램셸테일게이트'를 시즈널리티에 맞춰 해변이라는 소재를 통해 소비자들의 주목도를 극대화한 것이 특징이다.

르노삼성자동차 임수빈 부장은 "작년 천장식 획기적인 반향을 불러일으켰던 크로스오버 차종인 QM5가 세단과 SUV의 고민에 대해 해결해주었다면 이번 광고에서는 크로스오버인 QM5를 제대로 즐기는 방법을 제시하고 있다"고 말하고, "여타의 SUV 차종에서 볼 수 없는 QM5만의 특징점을 소비자들의 라이프스타일에 맞추어 소개하는 것에 중점을 두었다"고 설명했다.

[새광고] KTF, SHOW 네온사인폰

KTF SHOW의 전용폰인 '네온사인폰'을 알리기 위한 광고가 소비자들에게 즐거움을 선사하고 있다. 캄캄한 저녁 거리를 걷던 아들과 아빠가 네온사인폰의 네온발광인지 모르고, 날아가는 아랑 나비를 잡으려다가 그만 말만한 처지의 엉덩이를 만져버린다는 스토리, 당황하



는 아빠와 능청스런 아이의 표정연기가 광고의 재미를 더하고 있다.

KTF의 SHOW 전용폰인 '네온사인폰'은 세련되고 고급스러운 디자인의 슬림한 폴딩 타입의 SHOW 전용폰으로 다른 사람과 차별화되는 나만의 아이콘, 나만의 메시지를 휴대폰 전면에 표시할 수 있어 감성적인 재미를 배가하여 폴딩 전면에 나만의 아이콘을 만들 수 있는 것이 특징이다. KTF의 관계자는 "스카이가 제안하는 '네온사인폰'은 개성을 완성시켜주는 패션 휴대폰으로 럭셔리 캐주얼룩을 좋아하는 2030세대라면 포인트 아이템으로 활용이 가능하다"고 말했다.

[새광고] LG전자, 시크릿폰 모델로 오드리 햅번 탄생



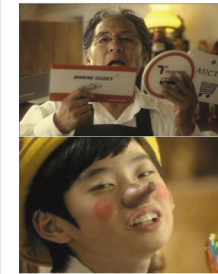
간이 흘러도 변치 않는 스타일'을 추구하는 시크릿폰의 이미지에 최적적"이라고 모델 선정 이유를 밝혔다.

이번 시크릿폰 광고는 오드리 햅번의 대표적인 '티파니에서 아침을', '로마의 휴일' 등 영화의 명장면을 차용하거나, 국내에 미공개된 메이킹 필름 등을 활용에 제작됐다. 특히 특수 제작기법을 사용함으로써 오드리 햅번이 실제 광고를 촬영한 듯한 느낌을 주도록 했다. 국내를 수준으로 책정된 시크릿폰 모델로는 전세계 어린이들을 위

한 비영리 자선활동을 벌이고 있는 오드리 재단측에 지급될 예정이다.

한편 두께 12mm로 슬림슬라이드 형태의 시크릿폰은 신소재인 강화유리와 탄소섬유를 사용해 외부의 충격에도 오랫동안 변치 않는 스타일로 만들어졌다.

[새광고] KTF SHOW, 쇼킹제휴팩



제공하는 새로운 개념의 서비스다.

기존 제휴 서비스가 고객이 특정 요금제에 가입을 해야만 혜택을 누릴 수 있는 서비스였다면, 쇼킹제휴팩은 KTF 가입 고객이라면 누구나 6개의 제휴서비스 중에서 1가지를 골라 쓸 수 있는 '선택형 제휴서비스'로 각 서비스의 할인 혜택은 고객의 이동통신 사용 실적에 따라 다르게 제공된다. 이번 신규 QM5는 파격적인 서비스의 특징을 효과적으로 전달하기 위해, 통화 속 주인공인 피노키오 캐릭터를 활용했다. 매년 재미있는 광고로 사랑 받아온 SHOW가 이번에는 피노키오 동화를 이용했다. 거짓말하면 늘어나는 피노키오의 코를 활용해서 신규 서비스가 얼마나 파격적인가를 알리고 있다.

[새광고] 현대차, 쏘나타 트랜스폼



현대차는 안전사양과 첨단 사양을 확대 적용한 '쏘나타 트랜스폼' 새광고를 선보이고 있다. 이번 광고는 현대차가 독자 개발해 세계 특허를 획득

한 첨단기술인 주행안정성제어시스템(ACCS)을 부각시키면서 주행 안정성의 우수함을 강조한 것이 특징이다.

미국 시애틀 인근에서 촬영된 이번 광고의 하이라이트는 트랜스폼되는 바퀴신과 곡선도로로 주행한다. 360도에 가까운 21번 고속도로는 뒷바퀴의 움직임을 극대화해 ACCS 기술을 보여주고 있고, 정면에서 곡선도로로 주행을 담기 위해 쏘나타와 카메라의 거리를 1m로 유