



2018년 제2차 편집위원회



지난 4월 4일 서울 플라자호텔에서 제2차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 김주호 교수(명지대), 이준희 상무(보령제약), 박형재 상무(한국코카콜라), 이한구 상무(HSAD), 배의찬 부장(삼성), 임희석 팀장(대림산업), 원종록 팀장(SK텔레콤) 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

2018 위기관리전략 워크숍 개최

협회는 오는 6월 20일 FKI타워 컨퍼런스센터에서 '위기관리전략 워크숍'을 개최한다. 이번 워크숍은 기업 홍보팀장 및 홍보담당자 30여 명이 참석해 효과적인 위기관리 대응방안을 모색하기 위해 마련되는 자리로, '기업 경영환경 변화와 전략적 위기관리', 'SNS 환경에서의 위기관리 대응', '언론을 통한 위기관리 커뮤니케이션 전략' 등을 기업 실무자 및 전문가가 발표할 예정이다.

(참가 문의: 유재형 대리 02-6484-5147)

[대림그룹] 임직원과 가족들 남산 가꾸기 활동



대림그룹 임직원과 직원 가족들이 지난 4월 28일 서울 남산 야외식물원을 찾아 남산가꾸기 활동을 펼쳤다. 이번 활동에는

대림산업 건설사업부와 석유화학사업부, 대림코퍼레이션, 대림 C&S 임직원과 직원가족 500여 명이 참여했다.

대림그룹 임직원과 가족들은 살구나무, 배나무, 복숭아나무 등이 식재되어 있는 유실수 단지에 거름을 주고, 식물원 곳곳에 고사한 회양목 등을 제거하는 한편, 식물원 일대와 남산 둘레길을 걸으며 정화활동을 펼쳤다. 대림그룹은 2005년부터 남산 가꾸기 활동을 시작해 14년째 지속적인 활동을 이어오고 있다.

[LG전자] 미국 '에너지스타 어워드' 최고상 수상

LG전자는 미국 환경보호청(EPA : Environmental Protection Agency)이 주관하는 '2018 에너지스타 어워드(2018 ENERGY



STAR Award)에서 최고상인 '올해의 파트너-지속가능 최우수상(Partner of the Year-Sustained Excellence Award)'을 수상했다고 밝혔다. 에너지스타 어워드는 미국 환경보호청이 1993년부터 매년 발표하는 환경 및 에너지 분야 최고 권위의 상이다. '지속가능 최우수상'은 2회 이상 올해의 파트너로 선정된 기업 가운데, 환경보호와 에너지 절감에서 탁월한 성과를 낸 기업이나 단체가 받는다. LG전자는 ▲에너지스타 인증제품 확대 ▲노후 냉장고 교체 캠페인(Flip Your Fridge) 등이 좋은 평가를 받았다. 지난해 TV, 세탁기, 냉장고 등 155개 제품이 에너지스타 인증을 받아 현재까지 인증받은 제품은 모두 578개다. LG전자 북미 지역대표 조주완 부사장은 "지속가능한 친환경 경영을 바탕으로 뛰어난 성능과 디자인은 물론 에너지 효율을 높인 제품을 선보여 고객들에게 더 나은 삶을 제시할 것"이라고 강조했다.

[멕시코나 치킨] 가맹점 상생을 위한 'CS부서' 신설



치킨 프랜차이즈 기업 멕시카나가 가맹점을 위한 전담팀인 'CS부서'를 신설했다고 밝혔다. 기존 CS의 원어인 Customer Satisfaction에서 더 나아가 멕시카나는 Care & Share, 즉 가맹점

을 보살피고 모든 것을 본사와 공유한다는 개념을 더했다. 아울러 'C'는 Clean, Consulting, communication을, 'S'는 Service, Solution, System의 의미를 내포하고 있다고 설명했다. 신설된 CS부서에서는 전국 가맹점의 운영 방식을 진단하고 슈퍼바이저들의 활동을 모니터링하며 본사와 가맹점 사이의 교두보 역할을 수행할 예정이다. 멕시카나 관계자는 "CS부서의 단계별 업무를

통해 가맹점 상호간 발전이 가능할 것으로 기대된다”며 “가맹점주가 만족하는 그 날까지 달려갑니다” 라는 슬로건을 바탕으로 프랜차이즈의 근간인 점주분들을 위해 최선을 다할 것”이라고 전했다.

[대림그룹] 주거 소외 계층 위한 ‘희망의 집고치기’ 활동



대림그룹 임직원 50여 명은 지난 5월 16일 서울시 종로구 창신동을 찾아 ‘희망의 집고치기’ 활동을 펼쳤다. 대림은 한국해비타트 서울지회와 함께 2005년부터 매년 집고치

기 활동을 펼치고 있다. 임직원들은 창신동 일대 장애우, 홀몸어르신 가정 4곳을 찾아 곰팡이, 누수 등으로 오염된 장판, 벽지 등을 교체하였으며, 냉난방 비용과 전기료 절감을 위해 단열작업과 창호 교체, LED 조명 설치 작업을 실시했다. 활동에 동참한 대림산업 박상진 대표는 “건설회사로서 지역사회의 주거 환경 개선 사업에 책임감을 가지고 꾸준히 참여할 것”이라고 밝혔다.

[일동후디스] 프리미엄 건강커피 브랜드 ‘노블(noble)’



일동후디스의 프리미엄 건강커피 브랜드 ‘노블(noble)’이 이승기를 모델로 새광고를 선보인다. 이번 광고는 ‘건강까지

생각하는 프리미엄 커피’를 컨셉으로 식물성 경화유지가 아닌 코코넛오일과 1A등급 우유를 사용한 점을 강조하며 ‘건강’을 생각하는 사람들도 부담 없이 커피를 즐길 수 있다는 점을 부각시키고 있다. 일동후디스 관계자는 “광고와 더불어 다양한 프로모션 활동을 통해 국내 대표 프리미엄 건강커피 브랜드로 자리매김할 수 있도록 힘쓸 것”이라고 전했다.

[KCC] ‘계속 하는 것이 힘이다’ 새광고 선보여

KCC의 신규 광고 ‘계속 하는 것이 힘이다’ 편이 잔잔한 인간미와 복고풍 화면으로 화제가 되고 있다. 이 광고는 끊임없이 도전



하며 성장을 지속해 온 KCC의 모습을 담아내 유튜브에 공개된 지 1주일 만에 50만 건이 넘는 조회수를 기록했다. 창립 60주년을 맞아 제작한 이 광고는 창업 초기부터 현재에 이르기까지 시대별 특징을 살렸다. KCC 관계자는 “이번 기념 광고는 창립 이후 과거를 돌아보고, 무엇이 지금의 KCC를 있게 했는지 그 의미를 되새기며 앞으로의 100년을 준비하기 위해서는 결국 ‘사람’이란 메시지를 전하고 있다”고 전했다.

[삼성전자] 세계 주요 도시 ‘갤럭시S9’ 옥외광고



도 특별하게 기록할 수 있는 갤럭시S9 시리즈의 ‘초고속 카메라(슈퍼 슬로우 모션)’ 기능이 강조됐다.

삼성전자가 전세계 주요 도시에서 ‘갤럭시S9’와 ‘갤럭시S9플러스’의 대형 옥외광고를 선보여 화제다. 삼성전자는 독일 베를린, 이탈리아 로마, 프랑스 파리, 홍콩 등에서 옥외광고를 시작했으며, 전세계 주요 도시로 지속 확대할 계획이다. 이번 대형 옥외광고는 초당 960개 프레임을 촬영해 눈으로 볼 수 없는 순간

[코카-콜라] 러시아월드컵 새광고 눈길

FIFA 러시아월드컵 공식 후원사인 코카-콜라가 2018 FIFA 러시아월드컵을 앞두고 방탄소년단을 모델로 새로운 캠페인을 선



보인다. 이번 광고에서는 방탄소년단 멤버들이 월드컵에 열광하고 즐기는 모습들을 담아 코카콜라의 시원하고 짜릿한 느낌을 전달하고 있다. 코카-콜라 관계자는 “소비자들이 코카콜라와 함께 더욱 짜릿하고 특별한 추억을 만들었으면 하는 마음을 담아 이번 광고를 만들게 됐다”며 “전 세계인이 가장 열광하는 월드컵의 짜릿한 순간을 소비자와 함께 나눌 수 있도록 글로벌 아이돌 그룹 방탄소년단과 함께 다양한 마케팅 활동을 펼칠 예정”이라고 말했다.

[빙그레] 프리미엄 주스 ‘따옴’ 새광고 기대



빙그레가 100% 천연 냉장 주스 브랜드 따옴의 새 광고모델로 배우 정해인을 기용, 새로운 캠페인을 선보인다. 빙그레 관계자는 “배우 정해인의 밝고 깨끗한 이미지가 따옴의 브랜드 이미지와 잘 어울려 모델로 발탁하게 됐다”며 “브랜드 확장을 위해 새모델로 발탁된 정해인과 좋은 시너지 효과를 거둘 것으로 기대한다”고 전했다.

[삼성화재] ‘삼성화재 운전자보험’ 새광고



삼성화재가 배우 기태영과 딸 로희를 모델로 기용, ‘삼성화재 운전자보험’의 새광고를 선보인다. 광고에서 기태영은 딸 로희

와 문답을 주고받으며, 아빠를 걱정하는 로희를 안심시킨다. 이번 광고를 통해 삼성화재는 가족과 가장의 건강을 강조하는 스토리로 ‘삼성화재 운전자보험’의 신뢰감을 더욱 상승시킨다는 전략이다.

[코카콜라] 스포츠 음료 파워에이드 새광고 화제



코카-콜라의 스포츠 음료 브랜드 ‘파워에이드’가 한국 테니스의 아이콘 정현을 모델로 새광고를 선보인다. 지난 1월 호주오픈에서 4강 진출이라는 기염을 토하며 한국 테니스의 새 역사를 쓴 정현은 이번 광고에서 ‘한다. 한다. 될 때까지 한다!’라는 컨셉으로 서브 훈련, 짐볼 훈련, 스매싱 훈련 등을 진행하며 더 높은 곳으로 나아가기 위해 노력하는 모습을 한껏 발산했다.

파워에이드는 2018 FIFA 러시아월드컵 공식 스포츠 음료로 지정됐으며, 월드컵의 성공적 개최와 국가대표 선수들의 선전을 지원하는 다양한 마케팅 활동도 펼칠 예정이다.

[유한양행] 건강식품 브랜드 ‘뉴오리진’ 광고 눈길



유한양행이 프리미엄 건강식품 브랜드 ‘뉴오리진’ 광고를 선보인다. 광고에서는 전 세계

335명의 식품 전문가들이 7만7760시간 동안 65만9773km를 이동하며 원재료 재배에서부터 가공방법까지를 찾는 여정을 담고 있다. 정경인 유한양행 팀장은 “이번 광고를 보면서 시청자들은 우리가 먹고 있는 음식이 어디서 왔는지, 어떤 것을 먹고 있는지 등에 대한 호기심을 갖게 될 것”이라며 “뉴오리진은 앞으로도 식품의 본질에 대해 고민하며, 식품의 오리진을 찾아가는 여정을 통해 식품을 선택하는 기준을 제시할 것”이라고 말했다.

[하이트진로] ‘더 깨끗해진 참이슬’ 새광고

하이트진로가 전면 리뉴얼을 통해 더 깨끗해진 참이슬의 새광고를



선보인다. 이번 광고를 통해 '이슬같이 맑고 깨끗한 참이슬' 브랜드 핵심 가치를 전달하고 젊은 층을 중심으로 더 깨끗해진 참

이슬의 선호도를 확대해 나간다는 전략이다. 이를 위해 장수모델로 활동하고 있는 아이유와 함께 배우 박서준을 모델로 기용, 씬을 타는 남녀가 참이슬로 가까워진다는 메시지를 전달한다.

[삼성화재] 건강보험 새광고 눈길



삼성화재가 '대세 연하남' 배우 정해인을 모델로 새광고 '천만다행'편을 선보인다. 이번 광고에서는 고객들이 삼성화재 보험을 통해 위기를 넘기고 가슴을 쓸어내리며 '천만다행'을 외칠 수 있도록 하겠다는 내용을 담았다. 삼성화재는 기존 모델인 차태현의 밝고 긍정적인 이미지를 계승하면서 정해인의 젊고 신뢰감 있는 모습을 통해 젊은 고객층에 어필한다는 계획이다. 최경아 삼성화재 브랜드전략파트장은 "이번 광고를 통해 다양한 연령층의 고객에게 더 가깝게 다가가고자 했다"며 "삼성화재가 있어 천만다행이라는 마음이 들도록, 만족을 넘어서 안심과 감동을 전하는 회사가 되도록 노력하겠다"고 밝혔다.

[도미노피자] 배우 박서준 모델로 새광고 선보여



피자배달 전문 기업 도미노피자가 배우 박서준을 모델로 새광고를 선보인다. 송중기와 박보검의 뒤를 이어 도미노피자의 모델이 된 박서준은 여심

을 녹이는 훈훈한 매력을 선보이며 도미노피자의 새로운 얼굴로 활약할 예정이다.

도미노피자 관계자는 "배우 박서준의 젠틀하면서도 부드럽고 친근한 이미지가 도미노피자와 어우러져 시너지 효과를 낼 것으로 기대한다"며 "앞으로 더욱 활발한 마케팅 활동으로 소비자들과의 접점 강화에 박차를 가할 계획이다"고 말했다.

[코카-콜라] 조지아 고티카 빈티지 새광고



코카-콜라의 조지아 고티카가 배우 조진웅을 모델로 '조지아 고티카 빈티지'의 새광고를 선보인다. 오랜 연기활동으로 다져진 베테랑 배우 조진웅은 광고를 통해 숙성커피 열매 특유의 깊고 풍부한 커피 아로마와 독특한 맛을 지닌 '조지아 고티카 빈티지'의 특징을 잘 보여주고 있다. 한편, 조지아 고티카는 신제품 조지아 고티카 빈티지 3종(블랙, 라떼, 스위트 아메리카노) 외에도 지난해 10기압 고강도 추출과 스타일리시한 패키지를 강조한 '조지아 고티카 콜드브루', 에스프레소 액상스틱커피 '조지아 고티카 에스프레소' 등으로 제품군을 확대하고 있다.

[롯데주류] '클라우드' 새광고



롯데주류가 배우 김혜수와 김태리를 모델로 '클라우드' 새광고를 선보인다. 이번 광고는 '마이 프리미엄' 캠페인을 토대로 클라우드의 맛과 프리미엄 이미지를 강조하는 데 초점을 맞췄다. 롯데



주류 관계자는 “두 배우 모두 각자의 자리에서 본인만의 프리미엄을 구축한 점이 ‘마이 프리미엄’이라는 클라우드의 신규 캠페인과 어울렸고 제품의 프리미엄 이미지를 잘 표현해 좋은 광고가 나왔다”고 말했다.

[SK네트웍스] ‘스피드메이트 타이어 안심 교체’ 새광고



SK네트웍스의 스피드메이트가 ‘스피드메이트 타이어 안심 교체’ 새광고를 선보인다. 개그맨 조세호를 모델로 한 이번 광고에서 SK네트웍스는 스피드메이트에서라면 타이어를 불편 없이 안심하고 교체할 수 있다는 메시지를 전하고 있다. SK네트웍스 관계자는 “이번 광고를 통해 스피드메이트에서 안심하고 타이어를 교체할 수 있다는 팩트를 담아내기 위해 노력했다”고 말했다.

[광동제약] ‘광동 옥수수수염차’ 새광고



광동제약이 배우 서현진을 모델로 ‘광동 옥수수수염차’의 새광고를 선보인다. 이번 광고는 누구나 생활 속에서 겪을 수 있는 혼밥, 친구들과의 모임, 음식점 등 다양한 일상생활 속 식습관 상황들을 유쾌하게 풀어내며 건강한

아름다움과 브이라인을 위해 ‘광동 옥수수 수염차’를 애용하자는 메시지를 담고 있다.

[제일기획] 뉴욕페스티벌 역대 최다 수상

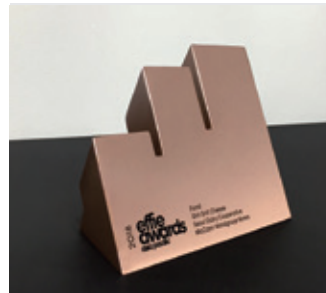


제일기획이 메이저 광고제 중 하나인 뉴욕페스티벌에서 역대 최다 수상 기록을 세우며 글로벌 무대에서 위상을 높였다. 지난 5월 17일 미

국 뉴욕 링컨센터에서 열린 뉴욕페스티벌 시상식에서 제일기

획은 금상 3개, 은상 2개, 동상 8개 등 총 13개의 본상을 휩쓸며 아시아 태평양 지역 올해의 광고대행사(APAC Regional Agency of the Year)에 선정됐다. 1957년에 창설된 뉴욕페스티벌은 광고, TV·라디오 프로그램 등 분야별로 우수한 작품을 선정해 시상하는 대규모 미디어 커뮤니케이션 행사다.

[맥켈월드그룹 코리아] 에피 국제 광고제 본상 수상



맥켈월드그룹 코리아가 서울우유 “Grill Grill Cheese” 캠페인으로 2018 Effie Awards Asia Pacific의 Food 카테고리에서 동상(Bronze)을 수상했다.

Effie Awards는 1968년에 미국에서 창시된 광고제로 가장 효과적인 마케팅 커뮤니케이션을 이끌어낸 아이디어에 주어지는 어워드다. Effectiveness(마케팅 효과) 분야에서 최고 권위를 보유하고 있다. Grill Grill Cheese 캠페인은 한국의 전통적인 외식 스타일과 굽는 치즈를 결합하여 새로운 delicacy 컬처를 만들어냄으로써 국내 치즈를 효과적으로 알림과 동시에 치즈에 대한 고전적인 인식을 전환시켰다. 특히 2018년에는 국내 Agency 중 오직 맥켈월드그룹 코리아만이 Effie APAC 어워드 본상을 수상하는 쾌거를 이루어냈다.

이시훈 계명대 교수, 제23대 한국광고학회 회장 취임



이시훈 계명대 광고홍보학과 교수가 지난 4월 7일 고려대 미디어관에서 열린 한국광고학회 춘계 정기학술대회에서 제23대 학회장으로 취임했다. 이 교수는 2000년부터 한국광고학회 회원으로 기획이사, 부회장, 광고학연

구 편집장, 매체 및 산업분과장 등으로 활동했다. 이시훈 교수는 “학문적 연구뿐 아니라 실무현장의 변화에도 발 빠르게 움직여 우리나라 광고산업 발전에 기여할 수 있는 학회로 만들어 나가겠다”고 말했다. K A A