



KAA광장



판콜은 지난 1968년 출시돼 50년 동안 소비자들의 감기 치료에 도움을 준 종합감기약이다. 일반의약품인 성인용 종합감기약 '판콜에스'와 안전상비의약품인 '판콜에이', 어린이용 종합감기약 '판콜아이콜드 시럽', 어린이 해열제 '판콜아이 시럽' 등 모두 4종으로 구성돼 있다.

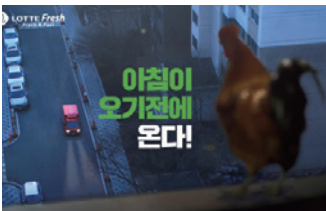
[LG생활건강] 탈모샴푸 '닥터그루트' 새광고



LG생활건강이 방송인 김희철과 손나은을 모델로 기용, 탈모 관리 제품 '닥터그루트' 새 광고를 시작했다. 닥터그루트 제

품은 건조가려움 케어 샴푸/트리트먼트, 비듬각질 딥클렌징 샴푸 등으로 구성됐다. 건조가려움 케어 샴푸/트리트먼트는 두피에 수분 장벽을 강화해 건조함 때문에 생기는 가려움을 해결해 준다. 비듬각질 딥클렌징 샴푸는 5가지 자연 유래 성분을 함유해 비듬과 각질을 자극 없이 세정하는데 도움을 준다.

[롯데슈퍼] 보헤미안 랍소디를 패러디한 광고 눈길



롯데슈퍼가 영화 '보헤미안 랍소디'를 패러디한 SNS 광고를 선보였다. 새벽닭이 우는 모습으로 아침이 되기 전에 도착

한다는 새벽 배송의 장점을 부각시킨 이번 광고는 롯데 프레스시 애플리케이션과 SNS 등을 통해 볼 수 있다. 롯데슈퍼는 지난해에도 느린 배송으로 신선식품 선도가 저하되는 모습을 익살스럽게 담아낸 SNS 광고를 선보여 누리꾼들의 호응을 얻은 바 있다. 롯데슈퍼는 현재 수도권 대부분 지역과 광주, 대전, 대구 등에서

전날밤 10시까지 주문하면 다음날 아침 7시 전에 배송해주는 새벽 배송을 시행하고 있으며, 올해 상반기 전국으로 확대할 계획이다.

[현대해상] '현대해상 다이렉트' 새광고



현대해상이 온라인 자동차보험 브랜드 '현대해상 다이렉트'의 신규 광고 '태연하게 가입 보상'편을 선보였다. 이번 광고는

걸그룹 소녀시대의 태연을 모델로 2편의 소재로 제작했다. '태연하게 가입'편에서는 산책 중 모바일을 통해 손쉽게 다이렉트 자동차보험에 가입하는 태연의 모습을, '태연하게 보상'편에서는 자동차 타이어가 펑크 난 상황에서도 편안하게 긴급출동 서비스를 받는 태연의 모습을 담았다.

김동욱 현대해상 홍보부장은 "이번 광고를 통해 현대해상 다이렉트가 어떠한 순간에도 편안하게 이용할 수 있는 '마음편한 다이렉트 자동차보험'으로 인지되기를 기대한다"고 말했다.

[한국GM] 쉼보레 '더 뉴 말리부' 새광고



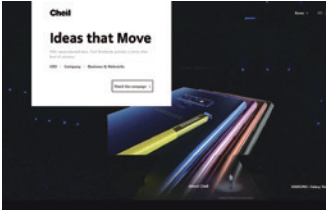
한국GM이 쉼보레 '더 뉴 말리부'(이하 말리부) 새광고를 선보인다. 이번 광고는 "말리부, 카마로를 배우다"라는 키 메

시지를 기반으로, 고성능 스포츠카 '카마로'와의 비교를 통해 말리부의 장점을 부각시킨다는 전략이다. 영상 속 말리부는 북미형 카마로와 동일한 2.0L 터보 엔진을 장착한 모델로 카마로에 밀리지 않는 주행 능력을 보여준다. 최고 출력 253마력(PS)으로 국내 중형 세단 중 가장 높다는 점을 강조했다.

광고를 기획한 제일기획 관계자는 "감각적인 스타일과 함께 압도적 퍼포먼스를 겸비한 말리부의 포지셔닝 강화를 위해 스포츠카와 비교하는 이례적인 광고 전략을 채택했다"고 설명했다.

[마켓컬리] 새벽배송 신규 광고

마켓컬리가 브랜드를 대표하는 얼굴로 배우 전지현을 기용, 신규 광고를 선보인다. 이번 광고는 '퀄리티 있게 새벽배송, 마켓컬리



com)로 전면 개편했다. 새 홈페이지는 해외 지역별로 각기 다른 맞춤형 콘텐츠가 노출되는 것이 가장 큰 특징이다. 홈페이지

이전에 접속하는 국가에 따라 제일기획 현지법인의 대표적인 포트폴리오 영상이 메인 화면에 재생되며, 포트폴리오, 맨파워 등의 주요 콘텐츠도 해당 지법인의 맞춤형 정보로 노출된다.

제일기획 관계자는 “새롭게 개편된 홈페이지가 세계 각지에서 제일기획의 차별화된 경쟁력을 알리는 첨병 역할을 맡아 현지 비즈니스 창출에 기여하기를 기대한다”라고 말했다.

[대흥기획] 배달 기사를 위한 ‘착한 냉온장고’ 설치



대흥기획이 자사를 방문하는 배달 기사에게 무료 음료수를 제공하는 ‘착한 냉온장고’와 안내문을 각층 로비에 설치

했다. 대흥기획은 각층 로비에 냉온장고를 설치하고 생수 및 비타민 음료, 커피 등을 상시 비치하여 방문하는 모든 기사가 언제든지 편하게 음료수를 마실 수 있도록 제공한다. 사내 주니어보드의 아이디어 제안으로 설치된 착한 냉온장고는 일평균 20회 이상 방문하는 퀵 및 택배 기사를 업무 파트너로 인식하고, 이들의 처우 개선에 도움을 주고자 도입했다. 지난해 대흥기획은 100억 규모의 동반성장 펀드를 조성하는 등 파트너사와의 상생을 위해 힘쓰고 있다.

류진한 계명대 교수 한국광고PR실학회 회장 취임



류진한 계명대 언론광고학부 교수가 지난 12월 7일 한국광고PR실학회 제8대 회장으로 취임했다. 임기는 2018년 12월

부터 1년간이다.

류진한 신임회장은 1991년부터 2011년까지 21년간 한화그룹의 종합광고대행사 한컴에서 카피라이터 및 크리에이티브 디렉터로 많은 성공캠페인을 제작했으며, 현재는 서울시 서울브랜드위원

회 위원, 대구경북 브랜드위원회 위원, 중소기업창업 자문교수 등으로 활동하고 있다. 류 교수는 취임사를 통해 “학계와 업계의 균형 잡힌 조직과 역할을 강화함으로써 ‘학(學)’의 발전과 ‘업(業)’의 발전에 상호 기여하는 유기적이고 실(實)한 학회를 만들어 가겠다”고 포부를 밝혔다.

2019 아시아-태평양 스티비상 출품작 모집

스티비 어워즈(The Stevie Awards) 한국대표부인 (사)한국광고영상제작사협회에서 ‘2019 아시아-태평양 스티비상(2019 Asia-Pacific Stevie Awards, 이하 APSA)’ 출품작을 모집한다. 금년 6회째인 APSA는 아시아-태평양지역의 29개 나라의 조직(일반기업, 정부기관이나 공기업, 비영리기업 등)이나 개인이 이룬 혁신적인 업적을 평가하는 상이다. 일반출품 마감은 1월 30일, 최종출품마감은 3월 8일이다. 한글출품요강은 www.koreacf.or.kr에서 다운받을 수 있다.

*출품문의 : 배석봉 상무 (02)2144-0741, bsbong@koreacf.or.kr

2019 뉴욕페스티벌 국제광고상 출품작 모집



뉴욕페스티벌 한국대표부인 (사)한국광고영상제작사협회에서 ‘2019 뉴욕페스티벌 국제광고상(2019 New York Festivals Advertising Awards)’ 출품작을 모집한다. 2019 NYF국제광고상에는 4개의 카테고리 그룹(Artistry & Craft in Advertising,

Collaborations & Partnerships, New York City Award, Social Media & Influencer)이 신설됐으며, 기존 카테고리 그룹도 미디어와 통합 마케팅의 특성에 따라 카테고리가 조정되었다. 뉴욕페스티벌 출품작의 접수마감은 3월 1일이며, 한글출품요강은 www.koreacf.or.kr에서 다운받을 수 있다.

*출품문의 : 배석봉 상무 (02)2144-0741, bsbong@koreacf.or.kr