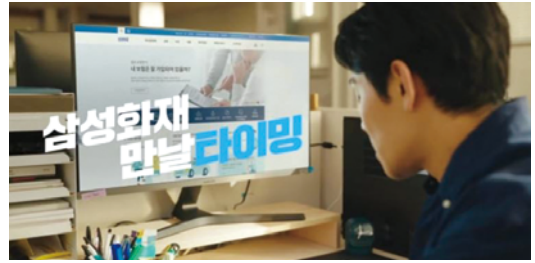




포스코홀딩스, ‘지속가능한 미래를 함께’ 기업광고 공개
 포스코홀딩스가 기업PR 캠페인 ‘친환경 미래소재’ TV 광고를 공개했다. 이번 광고 캠페인에서는 핵심 친환경 사업인 ‘친환경 철강, 친환경 배터리 소재, 그린수소 밸류체인’을 통해, 포스코홀딩스가 상상하고 준비해왔던 미래의 현실적인 모습들을 정확하게 구현해 내면서 보는 이로 하여금 몰입도와 이해도를 높였다.
 포스코홀딩스 관계자는 “철강기업으로만 알고 있던 POSCO의 변화를 알리는 것이 핵심”이라며 “포스코홀딩스 출범 후 첫 광고인 만큼, 친환경 미래에 대한 청사진을 효과적으로 알리는 데 주력했다”고 말했다.



삼성화재, ‘건강을 챙길 타이밍’ 신규 광고 온에어
 삼성화재가 일반인 모델을 기용한 신규 광고 2편을 공개했다. 먼저 ‘3040 건강’ 편에서는 사회 및 경제 활동을 가장 활발하게 하는 3040세대의 모습이, ‘청소년 건강’ 편은 성장해나가는 청소년의 모습이 담겼다.
 2편의 광고 모두 전하고자 하는 핵심 메시지는 ‘바쁜 일상을 보내는 지금이 건강을 챙겨야 하는 타이밍’이라는 것을 강조한다.
 삼성화재는 “이번 광고를 통해 바쁜 일상을 보내는 지금이 건강을 챙겨야 하는 타이밍이며, 그 때 삼성화재를 만나라는 메시지를 전달하고자 했다”고 설명했다.



롯데, ‘오늘을 새롭게 내일을 이롭게’ 광고캠페인 선보여
 롯데그룹이 슬로건 ‘오늘을 새롭게, 내일을 이롭게’로 디지털 광고를 선보였다. 광고 속 모든 모델을 다양한 직업군의 장애인 15명으로 구성하고, 그룹 슬로건을 수어 안무로 풀어내며 이들이 비장애인과 동등하게 이로운 영향력을 펼치는 영상이다.
 롯데그룹 관계자는 “이번 디지털 광고는 롯데그룹 슬로건인 ‘오늘을 새롭게, 내일을 이롭게’와 다양성 존중을 결합했다”며 “앞으로도 MZ세대의 공감을 얻을 수 있는 새로운 방식으로 다양성의 가치를 표현한 콘텐츠를 제공할 계획”이라고 밝혔다.



동아제약, 어린이 건기식 브랜드 ‘미니막스’ 론칭
 동아제약이 어린이 전문 건강기능식품 브랜드 ‘미니막스’를 론칭하고, 신규 TV 광고를 온에어 했다. 이번 광고는 아나운서 출신 방송인 오상진과 가수 문희준-소울 부부의 자녀 문희율이 출연해 어린이의 입맛, 정서까지 연구한 어린이 전문 브랜드라는 메시지를 전달했다.
 동아제약 관계자는 “이번 신규 광고를 통해 미니막스가 아이의 건강연구를 기반으로 한 어린이 전문 건강기능식품 브랜드라는 것을 알리고자 했다”며 “앞으로도 어린이들에게 건강하고 행복한 라이프스타일을 제안하는 미니막스가 될 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.



한국코카-콜라, '#더할말ZERO' TV 광고 온에어

한국코카-콜라가 '코카-콜라 제로'의 짜릿함을 감각적인 영상으로 담아 '#더할말ZERO' TV 광고를 시작했다. 이번 광고는 코카-콜라 제로가 선사하는 일상 속에서 말이 필요 없는 짜릿하고 즐거운 순간들을 실제 사진과 이모티콘이 어우러진 영상 기법으로 담아냈다.

코카-콜라는 "2006년 국내에 처음 출시된 이후 오랜 시간 큰 사랑을 받아 온 코카-콜라 제로의 짜릿함을 경쾌하고 즐겁게 전달하고 싶었다"며 "앞으로도 소비자들의 보다 즐겁고 행복한 일상 속 짜릿함을 응원하기 위해 다양한 마케팅 활동을 이어나갈 예정이다"라고 말했다.



금호석유화학 '휴그린', 영상 광고 선보여

금호석유화학 휴그린이 올해 새로운 TV CF를 온에어했다. 이번 광고는 모델인 신민아가 소비자의 입장에서 휴그린만의 제품력과 편의성, 디자인까지 따져보고 고민한 후에 "칭호는 휴그린으로 할게요!"라는 결론을 내리는 과정을 담았다.

금호석유화학 관계자는 "이번 CF로 칭호 소비자들의 고민을 보여주며 휴그린이 그 고민의 해답이 되겠다는 메시지를 전했다"며 "휴그린은 올해부터 칭호 시판 사업을 본격화하면서 셀프 견적, 온라인 쇼룸 서비스를 통해 소비자 접점을 더욱 확대할 계획"이라고 말했다.



잡코리아, '취업의 방법을 바꾸다' 신규 TV 광고 방영

잡코리아가 배우 김다미와 함께한 신규 TV광고를 온에어했다. 이번 광고는 채용기업과 직무에 대한 정보 부족 등으로 고충을 겪는 취업 준비생들의 다양한 사례를 소개하고, 구직자들에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 솔루션으로 '잡코리아 퓨처랩'을 제시했다.

잡코리아 관계자는 "신입 구직자의 경우, 기업 정보와 빠르게 변화하는 취업 관련 정보를 얻는 것이 어렵고 막막하다"며 "이들의 어려움을 보완하고 상반기 채용 시즌을 맞아 더욱 편리하고 미래지향적인 구직 활동에 도움이 되길 바라는 진심을 담았다"고 말했다.



DB손보, 다이렉트 자동차보험 새 광고 론칭

DB손해보험은 새로운 다이렉트 자동차 보험 광고를 선보였다. 신규 광고는 언제나 내 손에 있는 스마트폰을 통해 소비자와 언제 어디서나 디지털로 소통하는 '내 손에 보험'이란 콘셉트로 만들어졌다.

DB손보 관계자는 "이번 광고는 2018년도부터 함께 해온 모델 임윤아의 친근하고 밝은 이미지를 적극 활용했다"며 "요즘 세대답게 집에서 간편하게 보험에 가입하는 모습, 갑작스러운 사고에도 실시간 사고처리 서비스를 받고 안심하는 모습 등 디지털로 앞서가는 DB손보를 표현하기 위해 다양한 시도를 했다"고 전했다.