

소셜미디어를 통한 스토리텔링의 감성 커뮤니케이션 전략 연구

- 존루이스 백화점의 “Bear and Hare” 광고를 중심으로 -

A study of emotional communication strategy of storytelling through social media

- Based on the “Bear and Hare” commercial of John lewis -

이 동 근, 윤 영 두
강원대학교 산업대학원 디자인학과

Lee, dong-keun, Yun young-du
Kangwon university industry graduate school
design department

요약

소셜미디어는 다대대의 양방향적 소통으로 정보전달의 신속성과 함께 인간관계의 네트워크 확장이 가능한 광고의 매체로서 주목을 받고 있어 그 활용사례로 영국의 존루이스 백화점 크리스마스 캠페인 광고 “Bear and Hare”의 감성 스토리를 활용한 소셜 커뮤니케이션 전략을 분석하였다.

1. 서론

1.1. 연구의 배경 및 목적

과거의 전통적인 신문, TV광고는 매체는 시간적 제약과 표현의 기능적 한계로 광고노출의 방법이 제한적이고 일방향적 이었다. 하지만 FACEBOOK TWEETER 등의 소셜미디어는 광고 노출의 시기 방법, 횟수, 시간을 자유롭게 구성할 수 있고 생산자와 소비자의 다대대의 양방향 소셜 네트워킹이 가능한 광고매체로 각광받고 있다. 하지만 온라인상에서의 사회적 관계도 소통이 필요하고 그로 인해 소통의 주제가 될 수 있는 감성적 스토리활용이 더욱 중요히 부각되었다. 드림소사이어티의 저자 롤 프렌센은 정보화 사회에서 감성시대로 넘어가는 드림소사이어티를 맞이하여 이야기를 통한 감성의 충족의 중요성을 언급하였다, [1]. 따라서 본연구는 신속하고 확장적인 소셜미디어를 통해 유대감과 친밀감을 소재로한 스토리로 기업 가치를 증진시킨 존루이스 백화점의 광고마케팅 전략연구를 통해 향후 커져가는 감성시장에 대비하기 위한 방법론을 제시하고자 한다.

1.2. 연구의 대상

2007년 세계금융위기 속에 위기를 맞았던 영국의 존루이스 백화점의 기업이미지 쇄신과 매출향상에 크게 기여한 2013년 크리스마스캠페인광고 “Bear and Hare”의 성공적인 소셜커뮤니케이션 마케팅의 단계별 전략과

그 성과에 대해 분석하였다.

2. 본론

2.1 Bear and Hare 의 소셜커뮤니케이션 마케팅

마케팅의 효율성을 높이고 고객의 요구를 신속히 파악해 대응하기 위해 소셜 커뮤니티 마케팅이라는 전략을 제시한 로버트 월란과 안드레 트로크 이론을 존루이스 백화점의 “Bear and Hare” 광고에 적용하여 분석하였다.

표 1. 소셜커뮤니케이션 마케팅 전략 3단계, [2], [3].

크리스마스 축제를 갈망하지만 동면을 해야하는 곰에게 따뜻한 크리스마스를 선물한 토끼의 우정		
▼		
분류	"Bear and Hare" Plane and Activation	로버트 ,안드레 소셜커뮤니케이션
Tease	Harnessing the public's anticiipation of the forthcoming ad	<전략1> 친근한 접근
Launch	Unveiling the ad	<전략2> 자발적 입소문
Engage	Adding depth to the story and inviting participation	<전략3> 여론주도
▼		
크리스마스 의 선물의 가치부여 John Lewis = Thoughtful gifting		

2. “Bear and Hare” 소셜커뮤니케이션 전략

2.1. <전략1> 접근 : Debranding 화된 동면하는 곰

존루이스 백화점은 “Bear and Hare” 전체 광고를 공개에 앞서 영국의 대표적인 상업방송인 ITV의 Saturday X factor 프로그램에 신비로운 트위터의 검색어 해쉬태그를 sleepingbear를 포함한 10초간의 티저 영상을 공개함으로써 시작된다. 이 티저 영상속에는 잠을 자고 있는 곰의 이미지를 보여주었고 티저 영상속에는 광고의 브랜드가 보이지 않고 다만 해쉬태그 #sleepingbear를 명시하여 사람들이 소셜미디어상에서 해당 검색어를 통해 서로간의 신비로운 곰에 대한 호기심으로 광고의 실체에 대한 대화를 오고가게 만들었다[3]. Debranding화된 동면하는 곰이라는 짧은 티저영상은 친근한 이미지를 주면서 이 곰에 대한 다음 스토리텔링에 대한 호기심을 자극하게 만드는 표1의 전략1에 해당한다.

2.2 <전략1> 복새통 : 자발적 참여와 이벤트 보상

온라인으로 2분전체 영상 광고가 공개되면서 존루이스는 두 주인공 곰과 토끼의 @JohnLewisBear and @JohnLewisHare,의 트위터 계정을 만들어 소셜미디어에서 일반인들과 섞여 광고에 대한 스토리를 확장한 일상적인 대화를 유도하였고 트위터에서 “Bear and Hare” 광고의 재미있는 이야기를 만들어 가는 사람들에게는 광고 애니메이션의 한정판 프레임 프린트를 보상으로 주었다 [3],[4]. 또한 유튜브부에 일반인이 부른 광고 “Bear and Hare” 주제를 부른 사람들 중 한명을 선별하여 크리스마스 당일 자사의 광고의 공모에 우승한 사람의 노래를 대중에게 공개하였다[5]. 이는 소셜미디어에서 생산자와 소비자의 대화가 가능하게 하고 제 3자인 소비자의 자발적인 참여와 이벤트에 대한 보상으로 입소문 만들기를 유도한 <표1>의 <전략 2>에 해당한다.

2.3 <전략3> CSR을 통한 여론주도

존루이스는 사회적 공헌활동 CSR(Corporate Social Responsibility), [7] 을 통해 광고 공개이후 스토리 홍보를 위해 프리 온라인 교육용 카드를 만들어 초등학교에서 이용할 수 있게 하였다. 학생들은 존루이스의 온라인 갤러리를 통해 학생들이 창의적으로 만든 “Bear and Hare” 스토리와 시, 애니메이션 광고를 업로드 하기도 하였다. 또한 앱을 통해서 사용자가 만든 “Bear and Hare” 광고의 온라인 크리스마스카드를 일반인들에게 다운로드 가능하게 하여 학교 교육의 예술적 창의활동에 공헌한 CSR(Corporate Social Responsibility),[7] 통해 학생과 부모의 지지층을 확보하였다. 이는 “Bear and Hare” 광고의 지지층 확보와 홍보 그리고 사회적 헌신 기업이미지 구축이라는 긍정적 이미지 전달을 동시에 추구한 소셜미

디어 여론주도 전략이다, [3]. [6].

3. “Bear and Hare” 성과

표 2. Dec, 2013, commercial record, [6].

Retails	Youtube view	Sales
JohnLewis	12,200,000	+6.9 %
Tesco	786,000	-2.4%
M&S	969,342	-2.1 %
Morrisons	358,125	-5.6 %
Sainsbury's	1,179,000	+0.2 %

존루이스 백화점은 2013년 12월 영국의 대표 retailer에 비해 상위의 유튜브 조회수와 매출실적을 기록하였다.

4. 결론

소셜미디어는 생산자와 소비자의 대화를 통한 사회적 네트워크 확산이 가능하게 하여 소비자의 관심을 유도하기 위한 기업의 다양한 광고 마케팅 전략을 가능하게 하였다. 본 연구에서는 크리스마스 선물을 통해 유대감과 친밀감의 전달을 위한 감성적인 스토리로 고객과의 참여와 대화를 유도하고 그에 대한 이벤트 보상 및 사회적 책임역할을 통해 따뜻한 기업이미지 구축과 매출향상에 기여한 존루이스 백화점의 “Bear and Hare”의 소셜커뮤니케이션 전략에 대해 분석하였고 커져가는 감성시장에 활용할 유용한 광고커뮤니케이션의 방법론을 제시하고자 하였다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 룰프 엔센 (서정환 옮김), Dream Society, pp.90, 리더스드출판, 서울,2014.
- [2] 닉스미스, 로버트 윌런, 캐서린 주, 기업소셜미디어 활용 전략, pp.195, 에이콘출판주식회사, 경기도. 2011.
- [3] Jan Gooding, “MARKETING EXCELLENCE 3”, koganPage, chapter.3, pp. 67-77.
- [4] www.essentialretail.com/marketing-e-comm/article/52a5a085dbd63-comment-an-ad-isnt-just-for-christmas-its-for-life
- [5] www.liverpoolecho.co.uk/news/liverpool-news/video-mersey-busker-wins-john-6396721
- [6] www.marketingsociety.com/sites/default/files/thelibrary/John%20Lewis%20Christmas%20The%20Bear%20%26%20The%20Hare.pdf
- [7] 위키피디아, <https://ko.wikipedia.org/wiki/CSR>