

화 제

富상징 "돼지" 캐릭터화 경제성 부각



- 홍보 부 -



온세통신 008

외국에서는 이미 널리 알려진 광고기법인 「캐릭터 마케팅」이 국내 광고시장에도 본격 등장하기 시작했다. 온세통신과

금강기획이 공동개발한 토종 캐릭터 「팔복이」를 이용한 클라이메이션 CF가 바로 그것. 펍시콜라의 펍시맨, 미쉐린타이어의 미쉐린맨, 칼로그식품의 호랑이 토니 등이 대표적인데 자사의 상품을 상징하는 캐릭터를 이용해 소비자들에게 친숙한 이미지를 남긴다는 전략이다.

「치키치키송」에 맞춰 스키를 타고 내려오는 팔복이가 스키를 능숙하게 타며 국제전화 008을 알린다는 내용인데 행운과 부의 상징인 돼지를 코믹하게 캐릭터해 국제전화 표준요금이 가장 저렴한 「008」의 경제성을 부각시키고 있다.

금강기획 관계자는 「광고에 캐릭터를 이용하면 캐릭터=제품=제조회사라는 자연스런 연상작용으로 지속적인 브랜드자산 구축에 유리하다」고 말했다.

또한 한국통신프리텔도 자사제품을 쓰는 경우 그때 그때 저축을 할 수 있다는 데 돼지를 형상화한 돼지 저금통을 내세워 자사제품을 홍보하고 있다.

이 또한 행운과 부를 가져다 준다는 돼지가 제품 광고에 크게 기여하고 있다고 한국통신프리텔은 분석하고 있다. **양돈**

