

김정은과 CF (브랜드 38연구소) 소장 박문기 : BRAND38.COM

2004 년 전국 광고주대회에서 김정은은 당당히 CF 의 여왕으로 선정되었다. 실제로 경기가 어려울 때, TV 에서 “부~~우자 되세요~~ 꼭이요~~!!”란 말 한마디는 온 국민에게 힘을 실어주었다. 그 후 “가문의 영광”과 “과리의 연인”에서 인기가 상승한 그녀는 많은 광고주들의 관심을 끌기에 충분하였다.

그럼 그녀가 출연한 광고들은 모두 대박이 났는가?

모두 성공을 하였다면, 스타의 분석이나 연구가 굳이 필요하지 않을 것이다.

브랜드 38 의 조사에 의하면, 그녀가 광고한 2000 년의 한솔 018 토티, 2001 년의 동서식품의 커피믹스, 2002 년의 BC 카드, 장인가구, SK 지크 XQ, 2003 년의 BC 카드, 장인가구, 한스푼 테크, LG 생활건강 세제, 세이비누, 2004 년의 KT 링고, 웅진 코웨이 등이 대표적이라 할 수 있다.

그녀가 광고한 모두 것을 소비자들이 기억하고 있을까?

우리는 당연히 최근에 광고한 것을 소비자들이 더 기억하고 있을 것으로 생각할 수 있지만, 브랜드 커뮤니케이션 전문업체인 브랜드 38 의 연구에 의하면, 2001 년의 커피믹스는 2003 년의 장인가구, 한스푼 테크, LG 생활건강 세제, 세이비누 보다 더 기억하는 것으로 나타났으며, 현재 그녀의 광고가 나가지 않은 BC 카드는 웅진코웨이보다 더 기억하고 있는 것으로 나타났다.

왜 그럴까?

그녀의 발랄하고 약간은 오버하는 연기는 BC 카드의 “부자되세요”, “당신의 빨간사과 BC” 등과 같은 성공적인 카피가 너무 어울려서 “정은이 가구 장인가구”, 한스푼 테크, LG 생활건강 세제, 세이비누 등과 같은 광고를 잊어버리게 만든 것이다.

따라서 스타와 광고간의 궁합이 너무 딱 들어맞으면, 다른 광고가 들어갈 틈이 없으며, 타 광고에서 아무리 많은 돈과 시간을 투자하여도 기대하는 만큼 큰 효과를 가져다 주지 못한다는 것이다. 실제로 브랜드 38 연구소의 의하면 김정은의 BC 카드의 SMBI(Star Marketing Brand Index)

2003.6.5(184.51)1 위, 2003.10.28(178.77)1 위,,2004.3.10(157.81)1 위,2004.11.4(80.95)14 위를 나타내고 있었다.

그녀와 어울리는 광고를 분석하기 위해서는 그녀의 이미지와, 그녀와 어울리는 업종을 분석하여야 한다.

먼저, 소비자들은 그녀의 이미지를 대중을 리드할 수 있는 통솔력, 건강한 웃음, 유머감각으로 느끼고 있었으며, 어울리는 업종으로는 식음료, 유통, 금융 순으로 나타났다.

식음료 업종에서는 그녀는 햇살담은 간장, 쿡조이를 연기하면서 좀 오버하지만, 각 상품의 특징을 살리면서 맛깔스런 연기를 보여주었다. 그러나 그녀가 똑같이 지크 XQ 를 온 몸으로 설명할때는 소비자들의 반응이 크지 않았다. 식음료와 기름, 오일광고는 이성적으로 제품을 구매하지만, 전자는 습관에 의하여 형성된 성질, 성분을 나타내고 있는 반면, 후자는 자신의 안전과 관련된 브랜드라 할 수 있다.

따라서 식음료는 입맛에 길들여진 습관이 형성된 것이라면, 안전을 중시하는 기름, 오일광고는 대형스타보다는 전문가의 힘 또는 그 분야에 대하여 탁월한 경험을 가진 사람이 설명하는 것이 더 설득력이 있는 영역이라 할 수 있다.

송혜교의 오일뱅크가 실패해서, 전지현으로 바꾸었고, 이제 전지현이 기대만큼 효과를 보지 못하자 다시 교체 중에 있다. 뿐만 아니라 이효리가 SK 엔크린에 나온 것을 기억하는 소비자는 거의 없는 것으로 나타났다. 마찬가지로, 김정은의 지크 XQ 는 대표적인 실패작이라고 할 수 있다. 그래서 지금은 지크 XQ 의 광고를 현장 경험이 많은 카센터 주인이 대신하고 있다.

왜 처음부터 그렇게 하지 않았을까?

아직도 많은 광고주들은 대형스타를 마이너스 손으로 착각하고 있으며, 많은 시행착오를 거치고 나서야 자신의 업종에 맞는 모델을 찾을 때는 이미 많은 광고비가 제품의 원가에 전가된 이후이다.

스타들이 광고하는 것을 보면, 그들의 나이를 짐작할 수 있다. 김정은 역시 018이란 1020광고에서 식생활과 관련된 햇살담은 간장, 쿡조이와 2030을 겨냥한 카드 광고와 나이 들면 생각하는 정수기광고까지 소화를 시켰으니, 이를 총괄한 아파트 광고인 브라운 스톤에 출연한 것은 당연한 것이라 할 수 있다.

성숙기에 접어든 여자 모델들이 마지막에 하는 것이 주거문화와 관련된 광고이다. 김남주(34)의 푸르지오, 이영애(34) 자이, 나이는 어리지만 성숙된 분위기의 김태은(27)의 코오롱 하늘채, 박주미(33)의 동부센트레빌 등과 같이 기혼의 나이 또는 중후한 분위기로써 마지막 불꽃을 피우고 있다.

<김정은의 소비자 인지도>

광고명	최초상기도	보조인지도	적합도	SMBI
BC카드	45%	77%	35%	80.95
웅진코웨이	23%	85%	23%	55.80
KT링고	17%	59%	21%	44.46
햇살담은 간장	11%	50%	11%	28.59
맥심	2%	41%	3%	12.71
쿡조이	0%	25%	2%	7.10
세이	0%	18%	2%	5.67
휘닉스파크	0%	3%	0%	0.61