

# 대한민국이 만든 월드클래스, 새로운 시대의 대한민국 CEO 체어맨 W

이경석 전략3본부 전략9팀 차장, egglee@oricom.com

2007년 3월 어느 날, 쌍용자동차 본사의 신차 개발실, 사내 외의 극도의 보안 속에서 체어맨W의 런칭 광고를 담당할 관련 스텝들에게 '체어맨W' (당시 개발명 W200)가 공개되면서 제품 사양이 소개되는 순간 일순 정적이 감도는 가운데 모두들 당황하여 웅성거리기 시작했다. 당초 기존 뉴체어맨의 연장선상에 있는 '후속차종' 일 것이라는 추측을 깨고 완전히 새로운 V8 5천cc급 엔진을 탑재한 전장이 5m를 넘기는, 말 그대로 대한민국에는 한번도 존재한 적이 없던 '초대형 세단' 이라는 새로운 category의 차종이었기 때문이다. 이제 수많은 엔지니어의 손을 거쳐 탄생한 이 초대형 세단의 성공의 공은 커뮤니케이션을 담당하는 오리콤으로 넘어온 것이다.

그러나 해결해야 할 문제는 산적해 있었다. 고객과의 커뮤니케이션 컨셉과 방향을 잡기 위한 수많은 리서치와 회의가 진행되었지만 기존 익숙해져 있던 대형차의 광고패턴과 컨셉으로는 체어맨W가 가지고 있는 '월드클래스 수준의 대한민국 초대형 세단' 이라는 새로운 category를 표현하는데 한계에 봉착할 수밖에 없어 모두들 골머리를 앓기 시작했다. 특히 수입차 점유율이 5%를 넘기 시작하면서 알게 모르게 존재하던 수입차에 대한 선입견이 점차 희박해져 가는 상황에서 말 그대로 BMW 7시리즈, 메르세데스 벤츠 S시리즈, 아우디 A8 등 세계 명차들과 진검 승부를 벌여야 하는 상황은 더욱더 불리하게 작용했다. 월 소득 1천만원 이상의 잠재고객들에 대한 집중적인 FGD와 수입 대형차 유저들에 대한 심층적인 연구와 분석이 진행되었다. 이러한 조사결과 5천cc급 체어맨W를 타는 잠재 고객들은 기존 대형차 광고에서 보여줬던 일개 기업의 대표나 리더들을 뛰어넘는 대한민국의 미래를 위하여 최선을 다하는 '대한민국 CEO' 라고 말할 수 있다는 결론에 도달했다. '대한민

국 CEO' 라는 개념은 단순히 경제 분야에만 한정되는 것이 아니라 정치, 사회, 문화, 예술 등 대한민국 사회 전반에서 커다란 변화의 물결을 움직이고 있는 진정한 대한민국의 리더이자 지도자를 의미하는 것이다. 특히 공공요금제도 체어맨W의 런칭 예정일과 온 국민의 기대를 희망을 받고 있는 17대 대통령 취임식이 이를밖에 차이가 나지 않아 '대통령급' 이 타는 차량으로 '대한민국 CEO 체어맨W' 라는 브랜드 슬로건은 더욱더 설득력을 갖게 되었다.

이제 '대한민국 CEO 체어맨W' 를 표현하기 위한 최적의 광고소재를 찾는 일이 시작되었다. 장장6개월에 걸친 아이디어 회의와 수만장의 스케치 속에서 결국 대한민국 광고 속에서 한번도 표현되지 않았던 '에어포스원' 이라는 소재가 체어맨W가 가지고 있는 grade를 나타내주는데 최적이라는데 의견의 일치를 보게 되었다. 에어포스원이라는 아이디어가 채택되었다는 즐거움도 잠시, 이제 이러한 아이디어를 구체화시키기 위해 에어포스원을 카메라 앞으로 준비시키는 사상 초유의 블록버스터 TVCM제작을 위한 프로듀싱 과정이 시작된 것이다.

먼저 실제 미국과 한국 등의 에어포스원을 대여할 수 있는지에 대한 문의가 들어갔으나 볼 것도 없이 No! 다음 단계는 실제 에어포스원은 아니지만 에어포스원이 가지고 있는 규모감과 스케일을 표현할 수 있는 현존하는 하늘을 날아다니는 비행기 중에 최대 규모를 가지고 있는 보잉 747 여객기를 대여하는 일, 이것 역시 그렇게 만만치 않았다. 국내의 국적 항공사를 시작으로 여러 가지 루트를 통해 확인한 결과 대당 가격이 2억 달러를 넘는 보잉 747 여객기의 스케줄은 말 그대로 1년치 스케줄이 분 단위로 뿔뿔하게 채워져 있어 TV광고 촬영을 위해 대여하는 것은 불가능했다. 겨우 가능한 보잉 747여객기들은 항공 정비관제로 정

비창에 들어와 있는 상황이었었는데, 이런 상황 역시 체어맨W의 TVCM 컨셉과는 일치하지 않았다. 이제 관련 스텝들은 눈을 해외로 돌려 미국과 러시아와 유럽, 그리고 호주까지 전 세계 주요 공항과 항공사를 뒤지면서 촬영 가능한 보잉 747 여객기를 찾기 시작했다. 결국 영국에서 응답이 왔다. 007영화의 최선작인 '카지노 로얄' 촬영을 마치고 대기중인 보잉 747 여객기를 섭외할 수 있게 된 것이다.

실제 에어포스원 만큼이나 힘든 섭외과정을 거쳐 대여한 보잉 747 여객기를 통해 '트랩에서 내려오는 대통령' 이라는 TVCM의 스토리라인을 연출할 수 있게 된 것이다. 그리고 대통령 취임식(2월25일) 이틀 뒤에 온에어된 TVCM은 제 17대 대통령 취임식과 맞물려 '대한민국 CEO' 라는 슬로건을 더욱 강력하게 만들어 주게 된 것이다. ■

