

# 현대차·기아, '글로벌 맞춤 마케팅'으로 코로나 위기 돌파

**현대차** 소니 픽처스와 마케팅 강화 인도 공략 위해 3D 쇼룸 운영  
**기아** 호주오픈후원 20주년 마케팅 콘텐츠 협업... e스포츠 팬과 소통

현대차·기아가 글로벌 시장 공략을 위해 지역별 특성에 맞춘 프로모션과 고객경험, 브랜드 인지도 확대를 위한 스포츠 마케팅 등 다양한 활동을 전개한다.

7월 업계에 따르면 기아는 호주오픈후원 20주년을 맞아 다양한 글로벌 마케팅 활동을 펼친다. 기아는 이날 호주 빅토리아 주 멜버른 파크에서 기아 및 호주오픈 관계자, 닉 키리오스 선수, 딜런 알콧 선수가 참석한 가운데 '2021 호주오픈 대회' 공식 차량 전달식과 신규 로고 공개 이벤트를 가졌다.

이날 전달된 차량은 쏘렌토 70대, 카니발 50대, 니로 10대 등 총 130대의 차량으로 대회 기간 중 참가 선수, VIP, 대회 관계자 등의 이동과 원활한 행사



조준수 기아 호주판매부부장(왼쪽부터), 딜런 알콧 휠체어 테니스 선수, 닉 키리오스 테니스 선수, 크레이그 타일리 호주오픈 토너먼트 디렉터가 '2021 호주오픈 공식차량 전달식'에 참석해 기념사진을 촬영하고 있다.

운영을 위해 활용된다. 기아는 차량 전달식과 더불어 이번 호주오픈의 공식 스폰서로서 기아의 새로운 로고와 브랜드 메시지를 전세계 고객들에게 홍보할 계획이다.

기아는 대형 LED 부스를 설치하고 기아의 새로운 CI, 브랜드 방향성, 글

로벌 홍보대사 라파엘 나달 선수 소개, 친환경차 라인업 등의 내용을 역동적인 미디어 아트를 통해 방문객들에게 전달한다.

기아는 호주오픈의 유일한 메인 스폰서 권한을 활용하여 전세계 고객들에게 새롭게 바뀐 CI 로고와 브랜드 슬

로건 'Movement that inspires'를 전달할 계획이다. 기아는 이번 호주오픈을 맞아 글로벌 고객들을 라파엘 나달과의 가상 테니스 랠리에 초대하는 'Make Your Move' 프로그램도 진행한 다.

또 기아는 지난달 3년 연속 '리그 오브레전드 유러피언 챔피언십(이하 LEC)' 후원을 이어간다 밝혔다. 기아는 파트너십 연장을 통해 글로벌 e스포츠 팬들과 적극 소통을 이어가며 새로운 기아를 알리기에 집중할 방침이다.

기아는 이번 대회기간 동안 다양한 콘텐츠 협업을 통해 e스포츠 팬들과 소통하며 즐길 수 있는 콘텐츠를 제작해 공개할 예정이다. 각 게임 별 활약이 뛰어난 선수를 선정하는 '기아 플레이어 오브 더 게임', 각 스플릿 별 최고의 선수를 선정하는 '기아 스플릿 MVP', 시즌 최고의 팀을 선정하는 '기아 올프로 팀' 등 선수들과 팀에게 힘을 실어줄 예정이다.

현대차는 차세대 성장 시장인 인도

공략을 위해 3D 쇼룸을 운영하고 금융 서비스를 제공하는 등 서비스 영역 확대에 나선다. 현대차는 비대면 마케팅 강화로 신차 효과를 극대화 해 작년부 터 이어지고 있는 현지 코로나19 위기를 정면 돌파한다는 전략이다.

또 현대차는 글로벌 브랜드 마케팅 강화를 위해 소니 픽처스 엔터테인먼트와 손을 잡았다. 현대차는 '스파이더맨' 시리즈 등 소니픽처스의 영화와 애니메이션 등을 통해 각종 신기술과 미래 모빌리티 비전을 전 세계인들에게 선보일 계획이다.

이번 파트너십을 통해 현대차는 소니 픽처스의 개봉 영화와 애니메이션 등에 모빌리티 비전과 신차, 신기술을 등장시킨다. 마크 월버그와 안토니오 반데라스 주연의 2021년 7월 개봉 예정 영화 '언차티드'와 2021년 11월 예정인 '스파이더맨 3'가 대표적이다. 애니메이션 '스파이더맨: 뉴 유니버스'의 후속 편에도 현대차가 등장하게 된다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr



현대 CR-V 하이브리드 전측면.



현대 CR-V 하이브리드 실내 모습.

## '안정성·경제성' 겸비... 남녀노소 '만족'



### 현대 '뉴 CR-V 하이브리드'

인라인 타입 LED 안개등으로 '차별화' 4인 가족이 타도 부족함 없는 넉넉함 하이브리드 전용 TFT 디지털 계기판

현대의 베스트셀링 모델인 CR-V가 하이브리드 기술을 적용해 새롭게 돌아왔다. 뉴 CR-V 하이브리드는 뛰어난 실내공간 활용성과 안정적 주행성능, 정숙성까지 갖추고 있어 신혼부부와 사회초년생은 물론 나이가 지긋한 노부부 등 다양한 연령대의 소비자에게 어울리는 차량이다.

지난 1일 전남 영암군 국제자동차경주장에서 열린 현대코리아의 뉴 CR-V 하이브리드 시승행사를 경험한 뒤 내린 결론이다. 이날 시승은 국제자동차경주장 서킷 주행 후 전남 해남군 땅끝해양자연사박물관을 경유해 돌아오는 약 200km 구간에서 진행했다. 고속 주행과 고불고불 이어지는 와인딩 구간까지 다양한 주행 상황에서 차량의 성능을 확인할 수 있었다.

첫 인상은 하이브리드 전용 디자인과 함께 강인하고 스포티한 스타일이 매력적이다. 전면에는 블루 H 마크의 하이

브리드 전용 엠블럼이 적용되어 하이브리드의 존재감을 나타낸다. 와이드한 디자인의 범퍼와 블랙 프론트 그릴이 터프하면서도 세련된 인상을 준다. 또 하이브리드 전용 타입의 인라인 타입 LED 안개등이 적용되어 가솔린 모델과 차별화 되었으며 고급스러움을 더했다. 또 날찍한 디자인의 범퍼와 벌집 패턴의 그릴과 19인치 알로이 휠은 세련미를 더했다. 차량 후면부는 'L자' 테일램프가 현대 특유의 디자인 감수성을 보여준다.

중형 SUV로 전장(길이)이 4630mm이지만 차량 내부는 뛰어난 공간활용성을 보여줬다. 중형 SUV 못지않은 공간은 4인 가족이 패밀리카로 사용해도 부족함이 없어 보였다. 트렁크 공간은 많은 짐을 실을 수 있을 정도로 넉넉했다. 실내 탑승 공간은 2914L, 2열 시트 폴딩 시 최대 1945L의 적재 공간을 확보하면서 넓은 공간 활용성을 제공한다. 또 2열 시트는 성인 남성(177cm)이 앉아도 레그룸과 헤드룸 모두 여유가 있었다.

다만 아쉬운 부분은 최근 출시되는 차량은 10인치 이상의 넓은 디스플레이를 적용하고 있지만 뉴 CR-V 하이브리드는 7인치 디스플레이를 적용해 시의성은 아쉬움으로 남았다.

주행성능은 급가속시 특유의 엔진음

을 제외하면 매력적이다. 가속페달의 느낌을 경험했다.

뉴 CR-V 하이브리드에는 2개의 모터로 모터 출력 184마력, 최대토크 32.1kg·m의 힘을 발휘하는 현대 SPORT HYBRID i-MMD 시스템이 탑재됐다. 뉴 CR-V 하이브리드는 EV, SPORT, ECON 등 3가지 드라이브 모드를 지원한다.

이날 서킷에서는 3가지 드라이브 모드를 경험했다. 우선 EV모드를 켜고 시속 40km 이하로 주행했다. 이는 하이브리드 시스템이 어떻게 진행되는 지를 경험할 수 있었다. 하이브리드 전용 TFT 디지털 계기판을 통해 다양한 정보는 물론 전기 모터와 엔진을 통한 동력 공급 및 배분 상황, 배터리 충전 상황 등을 직관적으로 확인할 수 있다. 와인딩 구간에서 속도를 감속하자 회생 제동 브레이크를 통해 배터리가 충전되고 있음을 알 수 있다.

이후 공공도로에서 주행을 이어갔다. 직렬 4기통 DOCH VTEC 엔진을 탑재한 CR-V 하이브리드의 가속력은 부족하지 않았다. 천천히 속도를 높이자 160km/h까지 시원하게 치고 나갔다. 다만 급가속시 발생하는 엔진음은 운전자에게 부담으로 다가왔다.

/양성운 기자

## SKT, 신학기 맞이 종합선물세트 이벤트

T다이렉트샵, SNS 응원 행사

SK텔레콤이 코로나19로 인해 등교가 불투명한 학생들을 위해 신학기 분위기를 느낄 수 있는 이벤트를 연다.

SKT는 신학기를 맞아 8일부터 21일까지 2주간 T다이렉트샵에서 '신학기 종합선물세트' 이벤트를 진행한다고 7일 밝혔다.

이번 이벤트는 갤럭시 A21s ZEM, LG X2 ZEM, 아이패드 등 신학기 학생이 쓰기 좋은 스마트폰·태블릿·스마트워치 20종을 T다이렉트샵에서 구매한 고객을 대상으로 ▲카블체어 ▲미니언즈 스피커 ▲카카오 문구세트 ▲스미글

파우치 등 맞춤형 T기프트를 제공하는 행사다.

SKT는 같은 기간 신학기 응원 SNS 이벤트도 진행한다. T다이렉트샵의 SNS 채널에 졸업과 입학을 앞둔 친구를 태그하고 해쉬태그와 응원 메시지를 남기면, 추첨을 통해 축하 꽃과 메시지카드를 전달한다.

또 SKT는 새 휴대폰을 구매하지 않더라도 부모님이 쓰던 폰을 자녀에게 물려주고 T다이렉트샵에서 유심(USIM) 신규가입을 하면, 유심 무료 제공과 모바일 상품권을 증정하는 프로모션도 열고 있다.

/김나인 기자

## LGU+, '지문등 사전등록' 전국으로 확대

경찰청과 미아방지 캠페인

LG유플러스는 경찰청과 함께 미아방지를 위해 진행한 '지문등 사전 등록' 장려 캠페인의 성과에 힘입어 전국 약 2200개 매장으로 확대한다고 7일 밝혔다.

지문등 사전 등록은 아동의 실종을 예방하고 조속히 보호자의 품에 돌아올 수 있도록 지문, 얼굴, 사진, 보호자 연락처 등을 경찰의 시스템에 미리 등록하는 제도다. 보통 실종된 아동을 찾는 데 평균 56시간이 걸리지만 이 같은 정보를 미리 등록하면 52분(65분의 1)으로 줄일 수 있다고 회사 측은 설명했다.

LG유플러스는 아이들의 안전한 일상을 위해 미아방지에 기여하고자 경찰청과 함께 지문등 사전 등록제도를 알리는 공익 캠페인을 지난해 10월부터 진행해 왔다. 그 결과 전년 동월 대비 전체 등록건수는 420% 증가했다.



아이와 엄마가 LG유플러스 매장에서 경찰청 안전드림 앱으로 지문등 사전 등록을 하고 있다.

/LG유플러스

이달부터는 전국 142개 매장에서 진행하던 지문등 사전 등록 접수 업무를 2200여개의 LG유플러스 매장으로 확대한다. 보호자와 아동이 함께 매장을 방문하면 직원의 안내에 따라 등록할 수 있다.

지문등 사전 등록 방법은 경찰청 '안전드림' 앱을 이용하거나 경찰서, LG유플러스 매장을 찾아 직원의 안내에 따라 진행할 수 있다.

/김나인 기자 silkni@