

이동전화 서비스

SK텔레콤은 월드컵 특수를 잡기 위해 '월드컵 응원' 아이템인 서울광장 거리응원 등 다양한 프로그램을 진행 중이다.

서울광장 거리응원은 5월 말~6월 초로 예정된 대표팀 평가전 때 경기 사전행사와 경기 중 거리응원으로 기획되고 있다. 또 6월 13·19·24일 조별 예선경기에 대한 서울광장과 청계천 거리응원 프로그램을 준비 중이다. 심야시간대에 열리는 경기임을 감안해 저녁 7시부터 익일 새벽까지는 장시간 사전행사를 기획 중이다.

SK텔레콤은 독일 현지 거리응원도 준비하고 있다. 조별 예선 3경기시, 프랑크푸르트 시내 특정 장소를 정해 독일 교민과 유학생을 중심으로 하는 거리응원을 전개할 예정이다.

SK텔레콤은 또 광고 커뮤니케이션 전략으로 박지성,

이영표, 윤도현을 모델로 애국가·응원가를 배경으로 한 CF를 제작·방영하고 있다. 가수 윤도현이 부른 애국가를 월드컵 응원가로 바꾼 곡을 휴대폰 벨소리·컬러링 등으로도 제공하고 정보이용료를 무료로 책정해 보급하고 있다.

2001년부터 대한축구협회와 국가대표팀을 후원하고 있는 KTF는 대표팀 서포터스인 '붉은악마'와 손잡고 월드컵 마케팅을 진행하고 있다. KTF는 붉은악마를 올 12월까지 후원기로 하는 계약을 체결했다.

붉은 악마와 손잡은 것을 기점으로 통화요금 일부를 축구 발전 후원금으로 쓰는 '축구사랑 요금제'도 출시했다. 축구사랑 요금제는 월 기본료 1만4000원에 매월 기본료 중 1.6%를 적립해 한국 축구발전 후원금으로 쓴다.

KTF는 축구응원 전용폰도 내놓았다. '축구사랑 휴

# 축구 사랑은 통신 사업자와 함께

거리 응원 · 붉은악마 후원 등 프로그램 다양 ... DMB, 브랜드 인지도에 총력

월드컵 열기를 가장 잘 표현할 수 있는 게 거리응원이다. 시청앞 광장에서 10만명의 인파가 모여 장관을 이루는 장면은 경기 외 또 다른 볼거리이다. 이 거리 응원을 주도하는 게 통신사업자이다. 거리응원과 더불어 12번째 선수로 표현되는 붉은악마를 지원하는 곳도 통신 사업자이다. 통신사업자에게 월드컵은 그야말로 또 하나의 잔치이다.

글 | 심우성 기자(아이티타임스)



LG텔레콤과 야후!코리아가 함께하는 기분좋은 월드컵  
2006독일 월드컵 공동 마케팅 조인서  
2006.4



대폰' 4종을 내놓고 휴대폰과 붉은악마 공식 응원복 한 벌이 포함된 '축구사랑 팩'을 선보였다. 축구사랑 휴대폰은 월드컵 경기 시청이 가능한 지상파 DMB폰인 SPH-B3100과 세계 최초 7.9mm 초박형 슬림폰인 EV-K100, 초콜릿폰 LG-KV5900, 3D 입체음향 블루투스 폰 PT-K1700 등 인기가 높은 모델로 구성됐다.

붉은악마와 새로운 응원가도 만들었다. KTF는 붉은악마·가수들과 함께 지난해 11월부터 총 3개월에 걸쳐 응원가를 만드는 데 지원했다.

LG텔레콤은 월드컵 마케팅을 위해 '야후!코리아'와 손을 잡았다.

LG텔레콤은 2006 독일 월드컵 공식 파트너사인 야후!에서 제공하는 월드컵 관련 콘텐츠(야후!월드컵 특급 정보)를 무선인터넷을 통해 제공한다.

LG텔레콤은 무선인터넷 이지아이로 '야후!월드컵 특급 정보'를 통해 뉴스, 개최국·국가정보, 선수분석 등 월드컵 관련 정보, VOD 동영상과 사진을 제공하고 있다. 또 월드컵 기간에는 월드컵 경기 실시간 정보와 문자 중계 서비스를 제공할 예정이다.

'야후!월드컵 특급 정보'는 월 3000원으로 월드컵 콘텐츠를 무제한 이용(동화료 별도)할 수 있으며 7월 31일까지 운영된다.

#### DMB 서비스

6월 월드컵은 DMB서비스 성장의 최대 기회이자 지상파와 위성 사업자의 한판 승부처로 꼽히고 있다.

TU미디어는 5월 한달 동안 신규 가입자에게 세달 동안 월 이용요금 1만3000원을 50% 할인해주는 행사를

“

월드컵 열기를 가장 잘 표현할 수 있는 게 거리응원이다. 시청앞 광장에서 10만명의 인파가 모여 장관을 이루는 장면은 경기 외 또 다른 볼거리이다. 이 거리 응원을 주도하는 게 통신사업자이다. 거리응원과 더불어 12번째 선수로 표현되는 붉은악마를 지원하는 곳도 통신 사업자이다.

”

펼치고 있다. 본 방송 한 돌 축하 의미도 있지만 '월드컵 빅뱅'에서 무료 서비스인 지상파 DMB에 밀리지 않으려는 기싸움 성격이 크다.

TU미디어측은 "이번 월드컵 생중계는 야간 시간대라 낮시간 하이라이트 프로그램 등으로 승부해야 한다"며 "무엇보다 우리 팀의 성적이 좋아야 낮시간에 경기 재감상 수요가 커지며 DMB가 뜰 수 있다"고 말했다.

6개 지상파 사업자들은 시청자들의 눈과 귀가 물리는 월드컵 기간에 수신 품질 개선을 집중적으로 진행한다는 방침이다. 지하철 시청범위도 월드컵 이전까지 수도권 노선 전체로 확대할 계획이다. 음영지역만 보완된다면 월드컵을 계기로 확실한 입지를 구축할 수 있을 것으로 관측하고 있다. [K]

