



한국제지, 2011년 결산 품질자문위원단 회의 신제품 '밀크' 제품 및 기술 소개 고객 최우선 마케팅 내세워

한국제지(대표 김창권)는 지난해 11월 29일 서울 중구 PJ호텔에서 품질자문단 회의를 개최했다. 이날 행사는 서울인쇄조합 남원호 이사장, 서울인쇄조합 서병기 상업인쇄부회 간사장을 비롯, 캐논, 후지제록스, 두산동아 등의 관계자들이 함께 참석한 가운데 김창권 영업본부장의 인사말에 이어 캐논코리아 비즈니스솔루션 허봉기 매니저의 포토전용 디지털 인쇄기인 'Dream Labo 5000' 소개, 한국제지 기술연구소의 한국제지 품질현황, 고객 불만과 품질관리 체크에 이어 한국제지의 2011년 신개발품인 '밀크'의 마케팅에 대한 소개와 제품, 기술에 대한 질의와 응답 시간으로 진행됐다.

글 | 안세민 기자 heroc127@print.or.kr

김창권 부사장은 인사말을 통해 “한국제지는 지금까지 타사 제품과 비교해 어떤 차이가 있고 시장에서 어느 정도의 경쟁력이 있을 지에 대한 많은 고민을 하고 부족한 부분을 해소하기 위해 많은 노력을 기울여 왔으며 현재 한국제지에서 생산하는 제품은 품질의 안정성이나 사용상의 편의성에 있어서 타사 제품에 비해 우위에 서 있다고 확신 한다”고 말했다.

특히 지난 5월 출시 된 이후 고객들에게 좋은 반응을 얻고 있는 밀크의 사례를 들어 “많은 비용이 들기는 했지만 한국제지는 앞으로 신제품 개발에 대한 도전을 끊임없이 해 나갈 것”이라며 “현 시점에서 고급인쇄특수지 개발에 대해 많은 생각을 갖고 있으며 내년에는 새로운 제품을 선보이게 될 예정”이라고 밝혔다.



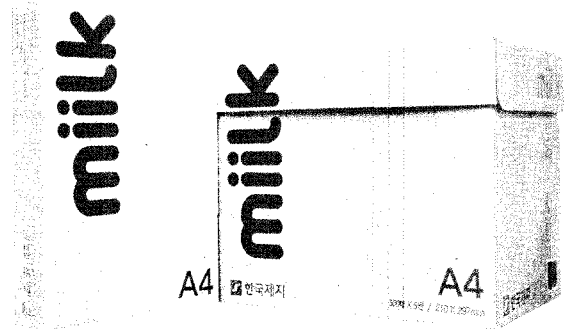
1. 인사말을 하고있는 한국제지 김광권 부사장



2

2. 2011년 결산 품질자문위원회 회의 전경

3. 한국제지의 새 브랜드인 밀크



기술연구소의 최신 기술 소개

인사말에 이어 한국제지 기술연구소의 연구원들이 연달아 강사로 나와 지금까지 한국제지가 힘써 온 품질개선 노력과 신기술 도입, 지속적인 제품 업그레이드, 고객 불만 해소, 타사 제품과의 비교 등의 내용으로 강연을 진행했다. 이와 관련, 한국제지의 관계자는 “다소 어려운 내용이기도 하지만 단순한 마케팅용 모임보다는 최신 기술을 공유하기를 바라는 취지에서 이런 자리를 마련하게 되었으며 앞으로도 최신 기술을 핵심 고객들과 공유하기 바란다”고 말했다.

끝으로 품질자문단을 대표하여 서울인쇄정보산업협동조합 남원호 이사장은 인사말을 통해 “종이는 종이다워야 하며 외국의 유명 제품들과 비교할 때, 국내 제품의 단점은 종이의 강도가 너무 강하다. 이 부분에 대한 연구에도 한국제지가 신경 써 줄 것”을 요청했다. 지난해 첫모임을 가진 한국제지 품질자문위원단은 인쇄용지와 복사용지, 출판사, 인쇄단체, 학술단체 등 종이와 관련된 업계와 단체의 구성원들로 구성되어 있으며 제지업계의 주요 고객인 인쇄업계와의 소통에 힘을 보태고 있다.

고객과 함께 한 'milk' 마케팅 사례 소개

한국제지는 품질자문단 회의를 통해 고객들로부터 좋은 반응을 받은 'milk'의 마케팅 사례를 소개하면서 앞으로도 밀착형 마케팅으로 고객과 소통하는데 최선을 다할 것이라고 전했다.

한국제지는 최종 소비자들을 타겟으로 감성과 가치를 중심으로 내세운 브랜드 'milk'를 탄생시켜 기존의 인쇄용지와 차별화된 깨끗함, 건강함 등 긍정적인 이미지의 대명사인 '우유'를 연상하게 하여 자연스럽게 제품에 대한 호감도를 높이는 효과를 유도했으며 디자인 작업을 통해 기존 복사지에서 볼 수 없었던, 차별화된 디자인으로 제품 포장 10종, 매뉴얼 북에 이르기까지 외부의 광고연구소와 협력 작업을 거쳤다고 소개했다.

끝으로 한국제지의 관계자는 2011년 한국제지 최대의 야심작이었던 'milk'를 시장에 진입시킬 수 있었던 것은 소비자들에게 사랑을 받은 것이 가장 큰 힘이었으며 앞으로 한국제지의 대표 브랜드로 굳건하게 자리를 지킬 것이라고 말했다.