



# 디지털 스토리텔링 마케팅의 이해

*디지털이 변화하고 있다.*

*최근까지도 디지털은 그저 차갑고, 인간의 감정을 느낄 수 없는 것이었다. 하지만, 디지털 콘텐츠가 다양해지면서 그 안에서 감성적인 사고가 강조되고 있다. 이처럼 디지털 콘텐츠를 감성적 사고 중심으로 사용하는 마케팅이 유행하고 있는데 바로 디지털 스토리텔링 마케팅(Digital Storytelling Marketing)이다.*

*다음에서 이러한 디지털 스토리텔링 마케팅에 대해 이해할 수 있는 기회를 가져보자.*



By 휴넷 경영지식 생산본부  
Knowledge Providing Company  
e-mail : kp@hUNET.co.kr

2006년 01월 24일



# 디지털의 변화 양상

## • 디지털의 변화 양상

### ➔ 디지털에 감성이 반영되다.

최근까지도 디지털은 그저 차갑고, 인간의 감정을 느낄 수 없는 것이었다. 하지만, 디지털 콘텐츠가 다양해지면서 그 안에서 감성적인 사고가 강조되고 있다. 이처럼 디지털 콘텐츠를 감성적 사고 중심으로 사용하는 마케팅이 유행하고 있는데 바로 디지털 스토리텔링 마케팅(Digital Storytelling Marketing)이다.

### ➔ 디지로그(Digilog) 마케팅을 예언하다.

여러 전문 보도를 보면, 2006년 마케팅은 단연코 디지로그라고 전망하고 있다. 이는 디지털(Digital)과 아날로그(Analog)의 합성어에서 이름을 딴 것으로, 디지로그 마케팅은 디지털 기기에 아날로그적 정서를 융합시키는 흐름에 마케팅 기법을 접목한 것이다.

# 디지털 스토리텔링이란?

## • 디지털 스토리텔링이란?

### ➔ 스토리텔링 & 스토리텔링 마케팅

스토리텔링은 스토리(story) + 텔링(telling)의 합성어로, 상대방에게 알리고자 하는 바를 재미있고 생생한 이야기로 설득력 있게 전달하는 것을 말한다. 스토리텔링 마케팅(storytelling marketing)은 상품이나 브랜드에 얽힌 이야기를 가공/포장해 광고나 판촉 등에 활용하는 마케팅 기법으로, 기업들은 상품개발/광고제작 과정이나 캐릭터 등과 관련된 뒷이야기를 소비자들에게 전달해 자사의 상품이나 브랜드에 대한 관심을 제고시킬 수 있다.

### ➔ 디지털 스토리텔링

디지털 스토리텔링(Digital Storytelling)은 네트워크화된 컴퓨터 환경에서 디지털 미디어를 이용해 이루어지는 스토리텔링이다. 즉, 어떤 이야기를 디지털 영상, 텍스트, 음성, 사운드, 음악, 비디오, 애니메이션 등 다양한 매체를 통해 서로 공유하는 과정이라고 할 수 있다. 한편, 산업현장에서의 디지털 스토리텔링은 디지털 콘텐츠의 시나리오를 만드는 창작 기술로 이해되고 있다. 컴퓨터 게임, 애니메이션, 디지털 영화, 웹 광고, 사이버 커뮤니티, 웹 에듀테인먼트, 웹 뮤지엄 등이 현재 디지털 스토리텔링이 활발하게 적용되는 콘텐츠라고 한다.

# 스토리텔링 마케팅 활용 사례

## • 제일모직 빈폴

→ 뉴욕의 소설가이자 신문기자인 다니엘 헤니가 런던의 찻집에서 기네스 펠트로를 마주침으로써 이야기가 시작된다. 찻집에서 누군가 놓고 간 자신의 첫 번째 소설책을 발견하고 책 속에 남겨진 메모의 주인공에 대해 생각한다. 그리고 2 달 후 기네스 펠트로를 자신을 취재해 오는 기자를 찻집에서 기다리며 마음을 설레게 된다. 한편의 드라마처럼 만들어진 이 CF는 계속해서 이어지는 이야기를 통해 호기심을 불러일으키고 브랜드에 대한 관심과 호감을 높였으며, 광고는 인터넷을 이용해 이야기를 공모해 네티즌들로부터 스토리를 짜는데 직접 참여하게 했다. 쌍방향 커뮤니케이션을 함으로써 소비자들은 광고에 직접 참여할 수도 있고 이것은 브랜드에 대한 호감을 극도로 높이려는 의도이다.

## • KT&G의 인디고

이번에 출시된 ‘인디고’는 스토리가 있는 상품이라고 한다. 담배갑 외곽에 ‘기사’라는 하루에 구만리를 나는 중국의 전설적인 새의 캐릭터가 그려져 있고 이 ‘기사’는 스토리가 전개됨에 따라 이미지와 컨셉이 변한다고 한다. ‘기사 스토리’라는 컨셉으로 기사의 탄생 서부터 활약과 여러 가지 에피소드 등 판타지적인 소설유형의 스토리가 전개될 예정이라고 한다. 또한, 고객에게 이야기를 전달함으로 친밀하게 다가가는 것을 넘어서 스스로가 뒷이야기를 생산하게 하는 자발적인 참여성과 제품과의 높은 밀착감을 느끼게 하는 형식으로 진행될 것이라고 한다.

# 디지털스토리텔링 마케팅의 사례

## • 삼성 전자의 애니모션

➔ ‘애니모션’은 삼성전자가 만든 강항 비트의 힙합댄스 곳으로 애니콜 홈페이지를 통해 뮤직비디오가 공개되었던 것이라고 한다.

➔ 이효리가 노래를 부르고, 에릭이 랩을 맡은 것으로, 뮤직 비디오와 함께 공개된 이후, 애니모션은 휴대전화 벨소리, 컬러링 다운로드 등 인터넷 음반계를 평정했다고 한다.

➔ 더욱이 여기에는 별다른 상품에 대한 홍보 없이 뮤직비디오를 광고시간에 맞추어 짜집기 한 것으로, 단순히 그 안에서 주인공들이 휴대 전화를 쓰는 모습을 자연스럽게 삼입하여 제공한 방식이었지만, 성공할 수 있었다.

