

# 별난 마케팅

Jan, 2008

SY

웃기면 뜯는다!  
세스코의 별난 마케팅

이승현 연구원  
마케팅전략실

# 세스코의 유별난 마케팅

“세스코님 바퀴벌레가 자꾸 저보고 사귀자고 하네요.  
어쩌면 좋죠? 저는 모기랑 결혼하기로 했는데  
누구를 선택해야 할까요?”

“네 고객님! 세스코입니다.  
모기 수명은 2~4주이고, 바퀴는 4개월~1년입니다.  
이렇게 하면 어떨까요?”

먼저 모기와 뜨거운 사랑을 하시고,  
노후는 바퀴와 보내는 겁니다.  
항상 행복한 결혼생활이 되시길 바랍니다.”

-세스코 홈페이지 게시물 중-

# 세스코의 유별난 마케팅

**'세스코맨 어록'** 언론에서 화제!

- 어떤 질문에도  
친절하고 유머러스한 답변  
→ 고객으로부터 뜨거운 호응  
→ 기업 이미지 변신

**'다정한 세스코맨!'**





# I. 지극한 친절

## 세스코 마케팅의 핵심 '지극한 친절'

### ✓ 세스코맨의 친절코드

- 사소한 질문에든 최대한 성실히
- 단순한 대응을 넘어 웃음과 감동 창출

### ✓ 세스코는 상담회사?

- 연애상담 등 엉뚱한 질문에든  
일일이 답변



## 2. 열린 조직문화

### 열린 커뮤니케이션 채널

- CEO부터 직원까지 자유롭게 의사소통
- 고객 즐거움 위해 누구나 마음껏 목소리 표출

고객 위한 일이라면 '재량권' 부여

→ 자발적인 고객사랑 분위기 창출



### 3. 유머를 적절히 활용

- 세스코맨의 말, 왜 유명하나?

재미있어서~

네티즌 움직이는 원동력: **재미**  
'세스코에는 촌철살인의 유머가 있다'

**재미**가 web 2.0을 만나니..  
→ 고객들이 마케터로 활약

# 세스코 마케팅의 DNA

## 세스코 마케팅이 위력적인 이유

열린  
조직문화

지극한  
친절

재미

→ 네티즌들을 열광

고객의 마음을 사로잡는 방법  
사소한 곳에 숨어있다!



A vibrant green background with a central four-leaf clover in focus. The clover is bright green and stands out against a slightly blurred background of many other green leaves. The overall tone is fresh and positive.

**Thank you !**