# 정유3사, 문화 마케팅으로 경쟁

## SK·GS칼텍스, 영화 초대권에 식사까지 … S-Oil도 공연 초대

정유기업들의 문화마케팅 경쟁이 가열되고 있다.

국내 정유3사는 고객들의 시선을 끌만한 영화와 연극, 전시회, 오페라, 뮤지컬 등 다양한 문화상품을 통해 석유제품 판촉에 적극 나서고 있다.

정유업계에 따르면, SK는 2007년 들어 <바람피기 좋은 날> <수> 등 국내 영화와 <더굿> <굿모닝 비보이> 등 공연물, 가족이 함께 즐길 수 있는 <와글와글미술관> <과학마을 체험전>에 고객들을 초청해 무료관람토록 하는 기회를 제공했다.

과거에는 분기마다 영화만 서비스했으나 2007년 들어서는 매달 영화 뿐만 아니라 뮤지컬, 연극 등으로 폭을 넓히고 있다.

SK는 4월11일까지 엔크린 홈페이지를 통해 응모를 받아 고객 3300명을 선발해 4월17일 서울, 부산, 광주, 대구, 대전, 제주 등 전국 6개 도시에서 열리는 <눈부신 날에> 영화 시사회를 무료 관람토록 할 예정이다.

GS칼텍스는 4월2일부터 주말 오전 간단한 브런치를 먹고 영화를 무료로 볼 수 있도록 한 <시네마브런치> 서비스를 기존 10개 도시, 13개 영화관에서 16개 도시, 20개 영화관으로 확대 시행키로 했다. 매주 8000여명의 고객이 기회를 가질 수 있도록 서비스를 확대한다.

서비스를 받기 원하는 고객은 GS칼텍스 주유소, 충전소에서 2만원 이상 주유 또는 충전한 후 자동 배부된 응모권을 Kixx 사이트에서 확인한 뒤 원하는 극장을 선택해 당첨결과를 기다리면 된다. 추첨에서 뽑히면 1인 2매의 초대권이 제공된다.

<시네마브런치>는 2006년 6월 시작된 이래 지금까지 모두 16만명의 고객이 함께 했을 정도로 반응이 괜찮은 편이다. 특히, GS칼텍스 보너스카드 고객이라면 별도의 포인트 차감없이 응모할 수 있어 여성과 알뜰고객들에게 인기를 끌고 있다.

S-Oil도 4월12일까지 보너스카드 홈페이지 이벤트를 통해 응모고객 100명을 추첨으로 선발한 후 서울 롯데월드 예술극장 어린이 오페라 <세빌리아의 이발사> 공연 무료티켓(1인 2매)을 주고 있다.

아울러 서울지역 주유소 20곳에서 보너스카드 회원들에게 30% 할인권을 제공하고 있다.

정유업계 관계자는 "문화 마케팅은 일종의 감성경영"이라면서 "주5일제 정착, 여성운전자 증가 등의 영향으로 고객들의 반응이 좋기 때문에 문화 마케팅은 갈수록 강화될 것"이라고 전망했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

*<화학저널 2007/04/02>*

Copyright ⓒ 2003 by CMRI 화학경제연구원