

한화케미칼, 블로그로 이미지 개선

굴뚝산업 아닌 첨단산업 이미지 부각 ... 삼성정밀화학도 SNS 마케팅

화학기업들이 소비자들에게 친숙하게 다가가 스스로를 알리려는 <스킨십 마케팅>으로 이미지를 개선하고 있다.

한화케미칼(대표 방한홍)은 국내기업 최초로 스스로를 소재로 브랜드 웹툰을 만들 예정이다.

업스트림 및 다운스트림을 상대로 거래하는 B2B 업종의 특성 때문에 소비자와의 접점이 거의 없어 웹툰을 통해 잘못된 이미지를 개선하기 위한 것이다.

방한홍 한화케미칼 대표는 “석유화학은 역동적이고 미래지향적인 기술집약적 사업”이라면서 “우리는 석유화학제품 뿐만 아니라 태양광·바이오·2차전지·나노소재 등 친환경 사업 포트폴리오를 갖추고 있다”고 강조했다.

삼성정밀화학(대표 성인희)도 SNS 마케팅으로 블로그와 페이스북을 운영하고 있는 것으로 알려졌다.

삼성정밀화학 관계자는 “SNS 마케팅을 통해 화학기술의 유용성을 알리고 대중의 부정적 인식을 해소하려고 노력하고 있다”며 “장기적으로는 우수인재를 확보하고 상장기업으로서 시장평가를 제고하는 데도 도움을 받을 수 있을 것”이라고 밝혔다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2013/07/12>