



Web Contents



2024년 05월 03일 06시 01분

목포시, 미디어마케팅으로 더 넓은 세상에 나간다

2021.05.14 조회수 411

- 전국 최초 전담팀 신설...드라마, 예능·교양프로그램 촬영지로 선호

‘도도솔솔라라솔’, ‘곤대인턴’.

목포에서 지난해 촬영했던 드라마다. ‘도도솔솔라라솔’은 목포 앞바다가 내려다보이는 보리마당에 설치된 세트장 등 상당 분량을 목포에서 촬영했다. ‘곤대인턴’은 목포에서 일부가 촬영됐는데 외달도가 당시 포털사이트 인기검색어 상위권에 오르는 등 크게 주목받았다.

드라마 뿐만 아니라 ‘불타는 청춘’, ‘배틀트립’, ‘신상출시 편스토랑’, ‘한국인의 밥상’, ‘안싸우면 다행이야’ 등 인기 예능·교양 프로그램을 통해서도 목포는 지난해 수차례 소개됐다.

지난해 10월 13일 게재된 ‘필 더 리듬 오브 코리아(Feel the Rhythm of Korea)’ 목포편이 11일 현재 4,818만회의 조회수를 기록하는 등 전세계 최대 온라인 매체인 유튜브를 통해 해외로도 이름을 널리 알렸다.

이처럼 미디어에서 노출되는 빈도가 높아지면서 목포, 특히 관광에서의 존재감이 갈수록 커져가고 있다. 민선7기 출범 이후 목포시가 두각을 나타내는 분야 중 하나로 미디어마케팅이 꼽히는 이유다.

김종식 목포시장은 “미디어를 통해 목포를 더 잘 알게 됐다는 관광객의 이야기를 많이 접한다. 미디어에서 목포가 자주 나와서 좋고, 앞으로도 자주 나오게 해달라는 시민들의 요청도 많이 받는다”고 말했다.

목포가 미디어로부터 촬영지로서 주목받는 이유는 시가 객체가 아닌 주체의 자세로 접근한 것이 주효한 것으로 풀이된다.

시는 미디어에 대한 적극적인 자세를 취하기 위해 미디어마케팅 관련 업무를 일원화하고, 특화하기로 결정했다. 전담팀이 부재한 상황에서 촬영을 지원하는 경우에는 부서간 협조에 시간이 소요되고, 진행 속도가 지체된다는 것이 배경이였다. 이와 함께 목포의 브랜드 가치, 특히 관광을 전략적으로 홍보해야 한다는 것이 보다 근본적인 이유였다.

이런 문제의식 속에서 시는 2019년 1월 전국 최초로 미디어마케팅팀을 신설했다. 전담팀은 촬영 지원 요청을 원스톱으로 해결하고, 적극적으로 대처해 편의를 제공하는 1차적 업무에서 머무르지 않고 능동적이고 전방위적으로 프로그램 유치 활동을 펼치고 있다.

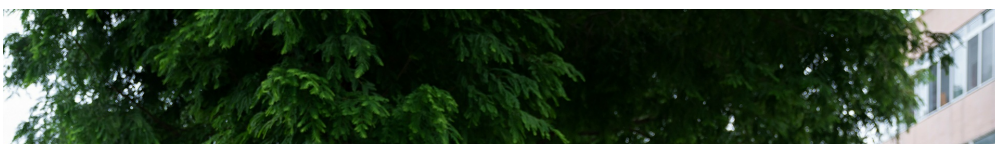
이런 노력을 통해 지난해 시는 방송·영화 52건 등 다양한 매체에서 123건의 홍보 실적을 거뒀다. 목포의 성과는 홍보전문가로부터도 인정받아 시는 한국광고홍보학회에서 주관하고 문화체육관광부가 후원하는 ‘2020 대한민국 광역 및 지방자치단체 공공 홍보대상’ 공모전에서 대상을 수상했다.

목포는 대한민국 4대 관광거점도시로 선정된 것을 계기로 국내 뿐만 아니라 국제적인 인지도와 호감을 높여야 하는 상황이다. 우리나라의 방송콘텐츠가 한류를 일으키며 전세계에서 인기를 얻고 있는 점까지 고려하면 시에 미디어마케팅이 갖는 의미는 특별하다.

또한 코로나로 인해 관광이 위축돼 있지만 포스트 코로나 시대를 대비하기 위한 물밀작업, 특히 지속적인 홍보를 이어 나가야 한다는 점에서도 미디어마케팅의 중요성은 높다.

김종식 목포시장은 “미래전략산업인 관광을 관광거점도시사업을 통해 육성하는 전략에서 미디어마케팅은 선택이 아니라 필수다”면서 “좋은 상품도 널리 알려야 하는 것처럼 목포의 우수한 관광자원과 매력도 더 넓고, 더 깊게 알려가겠다”고 강조했다.


관광과 김선(270-8499)





첨부파일

[전체\(Zip\)다운로드](#)

 2.목포시, 미디어마케팅으로 더 넓은 세상에 나간다(드라마).jpg (178 hit/ 2.28 MB) ↓

[미리보기](#)

목록

이전글
목포시, 코로나 확진자 1명 추가 발생

다음글
목포시, 코로나 확진자 1명 추가 발생

COPYRIGHT © MOKPO-SI. ALL RIGHT RESERVED.

MokPo - Si
Web Contents

