

'가치소비'를 위한 알뜰폰 SK 세븐모바일

나를 아끼는 모바일 SK 세븐모바일 착한 유심 출시



일상 생활에서 아낄 수 있는
7가지 요소를 표현했어요!



유심칩을 뗀 자리에 끈을 연결하여
네임택으로도 활용할 수 있어요!

SK 세븐모바일 착한 유심은 사회적기업 아립앤위립과 함께합니다



나를 아끼는 모바일, SK 세븐모바일

SK 세븐모바일은 USIM 중심, MZ세대 고객 증가, MVNO 시장의 급격한 성장 등 알뜰폰 시장 상황의 변화에 대응하고 저렴한 가격을 고집하는 경쟁사와 차별화하기 위해 컨셉과 슬로건을 재정립하였다. 자신의 가치와 취향에 따라 원하는 것을 자유롭게 선택하고, 좋아하는 일에 열정을 쏟는 2030세대에게 적합한 알뜰폰 브랜드를 지향하면서 SK텔레콤의 고품질 통신과 신뢰를 바탕으로 한 '프리미엄 모바일 경험'을 제공하는 SK 세븐모바일로 컨셉 방향을 설정하였다. 이를 위해 SK 세븐모바일은 고객에게 합리적인, 신뢰하는, 삶을 향상하는, 선도하는 등의 브랜드 가치를 지속해서 전달하고 있다. 또한 MZ세대에게 더 친숙하게 다가가기 위해 브랜드 슬로건도 '나를 아끼는 모바일'로 새롭게 교체하였고, 관련 커뮤니케이션 활동을 통해 꾸준히 인지도를 높이고 있다. 이처럼 SK텔링크는 시장 상황의 변화에 맞게 가격 중심의 경쟁에서 벗어나 고객의 디지털 라이프스타일을 이끌어 '프리미엄 모바일 경험'을 제공하는 브랜드로 알뜰폰 시장의 변화를 이끌어 나가고 있다.

ESG 경영 강화를 통한 브랜드 선호도 제고

최근 온라인상에서 주목받는 기업이나 제품들을 보면 하나의 공통된 패턴이 있다. 몇몇 기업과 기업가의 알려지지 않았던 선행이나 사회적 책임에 뒤늦은 칭찬이 이어지고, 소비자들은 관련 사례와 근거를 찾아 적극적으로 공유하면서 해당 기업과 제품의 자발적인 인플루언서가 된다. 즉, 그 기업의 그 제품을 구매해야 하는 이유가 제품력이 아니라, 그 기업이 추구해 온 '선한 가치'라는 점이다. 그동안 돈벌이는 돈벌이, 선행은 선행으로 따로 보는 경향이 많았고, 비즈니스와의 공통 가치를 잘 연계하지 못하다 보니 선한 가치를 추구함으로써 비즈니스 또한 잘 될 수 있을 것이라는 사례를 아직 국내에서 찾기가 쉽지 않았다. 하지만 변화는 생각보다 가까이 와 있는지도 모른다. 선한 기업에 대한 소비자들의 호응은 더욱 커지고 있고, 소비자들의 마음은 그런 가치를 추구하는 기업을 향하고 있다. 그래서 SK 세븐모바일은 배송박스부터 포장재까지 다양한 에코패키지 활용을 통해 다양한 사회적 기업과 연대하여 사회적 약자에게 도움을 주고, 또 함께 성장하는 상생 모델을 만들어 궁극적으로 SK그룹이 추진하는 ESG 경영 확산에 동참하고 있다.

SK텔링크는 알뜰폰서비스를 'SK 세븐모바일'로 새롭게 리뉴얼하여 브랜드의 가치를 새롭게 정립하고 이미지를 한층 업그레이드하였다. 특히 역동적인 삼각형 디자인을 통해 SK 세븐모바일만의 합리적 가격·고품질·우수한 서비스 조합을 효과적으로 담아냈다.

또한 SK텔링크는 '알뜰폰' 명칭을 브랜드명에서 제외하고, 통신서비스에 국한된 시장 한계를 벗어나 고객을 위한 다양한 새로운 시도를 지속하는 등 세련되고 합리적인 브랜드로 자리매김하고 있다.



SK텔링크(주) 대표이사 최영석

SK텔링크 SK 세븐모바일이 프리미엄브랜드지수 알뜰폰 부문에서 2년 연속 1위에 선정되었습니다. 고객님들의 한결같은 사랑에 임직원들을 대표하여 깊이 감사드립니다. 여기에 만족하지 않고, 실제 저희 SK 세븐모바일 고객님들의 말씀을 적극적으로 반영하여 지속적 고객 가치 혁신을 위해 노력하겠습니다. 뿐만 아니라 고객의 합리적인 모바일 라이프를 위해 우수한 통화품질로 합리적 요금의 알뜰폰서비스를 제공할 것입니다.