▶ 분과위원회 소식

▶2003년 분과위원회 결산

부진했던 분과위원회 활동의 활성화 원년으로 삼은 2003년 한해 동안 운영위원회 외에 4회의 홍보위원회와 1회의 광고위원회가 개최되었다.

홍보위원회

기업의 홍보담당 실무자들은 언론과 빈번하게 접촉하지만 그만남이 출입기자에 한정되는 경우가 대부분이다. 홍보위원회는 언론사의 중간 간부급을 초청해 전체적이고 장기적인 관점에서 언론 홍보,경제전망 및 언론의 관점에 대해 들을 수 있는 시간을 제공하고 홍보의 애로사항등에 대해 언론사와 부담 없이 이야기를 나눌 수 있는 기회를 마련하고자 했다. 첫해라 부족한 점이 많이 노출되었지만 홍보 위원들의 넓은 호응을 바탕으로 각 개개인의 홍보 업무 능력 향상에 보탬이 되고 언론이 기업을 좀 더 잘 이해할 수 있는 출발점이 되도록 운영해 나갈 예정이다.

(1) 제1회 홍보위원회

제1회 홍보위원회는 회원사 언론홍보 담당자로 구성된 총 23명의 홍보위원 중 14명이 참석한 가운데 지난 4월23일(수) 롯데호텔 36층 아스토 룸에서 조찬 회의로 열렸다. 이 날 회의에는 구본홍 MBC 보도본부장이 초청 되 ' 방송보도의 특성과 활용방법 '이란 제목으로 방송뉴스 선택의 기준, 출입기자의 중요성, 사실과 다른 보도등에 대해 이야기하는 시간을 가졌다. 특히 사실 확인 되지 않은 보도로 인해 피해를 입는 기업이 없도록 노력하겠다는 말로 주제발표를 마쳤다. 한편 임원 선임 및 홍보위원회 운영에 대한 협의를 거쳐 성장경 남양유업 홍보담당 상무를 위원장으로 선임하고 회의는 격월로 갖기로 결정했다.

(2) 제2회 홍보위원회

6월19일(목) 롯데 호텔에서 열린 제2회 홍보위원회에서는 이 준 조선일보 산업부장을 초청해 경제 데스크에서 바라본 기업 홍보에 대해 토론하는 시간을 가졌다. 이 날 주제발표에서 이 준 산업부장은 정부기관에 비교한 기업 취재의 어려움을 토로하고 선제홍보의 중요성과 가슴으로 하는 홍보를 중심으로 전반적인 기업 홍보에 대해 발표했다. 조선일보 산업부에 대한 간단한 소개를 마친 후 이어진 질의응답 시간에서는 헤드라인 선정의 문제점에 대한 지적에 대해 현장 기자와 편집 기자간의 시각 차가 늘 존재한다면서 최대한 객관적인 헤드라인을 뽑기 위해 노력하겠다고 말했다.

(3) 제3회 홍보위원회 · 간친회

제3회 홍보위원회는 조찬 회의 대신 저녁 모임으로 회원간의 친목 도모를 위해 마련되었다. 8월 28일 무교동 배나무 골에서 가진 간친회에서는 성장경 위원장을 비롯해 총 8명의 홍보위원이 참석했다. 언론홍보 업무의 특성상 저녁 모임의 한계로 많은 인원이 참석하지는 못했지만 정식 회의를 통해 나눌 수 없었던 홍보인의 애로사항과 다양한 에피소드에 대해 이야기를 나누는 시간을 가졌다.

(4) 제4회 홍보위원회

전국광고주대회가 열리는 10월 1일 하얏트 호텔에서 열린 4회 홍보위원회는 CBS의 기업 보도 방향에 대해 이재천 CBS 보도국장이 발표자로 나섰다. 이 날 회의에는 CBS의 경제데스크도 함께 참석해 CBS의 기업 보도 방향에 대해 발표하는 한편 기업 홍보팀이 CBS와 같은 방송사 대상 홍보 업무에서 겪는 애로점에 대한 이야기도 나누었다. 총 18명의 홍보위원이 참석한 이 날 회의는 오찬 회의로 열렸다.

광고위원회

우리나라 광고산업은 광고비 기준으로 세계 10~11위지만 기업의 자유로운 마케팅활동을 제한하는 법률이나 제도 때문에 진정한 광고 선진국이라고 할 수 없다. 광고위원회는 광고와 관련된 제반 현안 협의 및 대안 제시, 시청률조사/구독률 조사/광고효과 조사 등 조사관련 사항, 광고거래질서 확립 및 제도개선 등을 주요 업무로 전반적인 광고주의 이익을 대변하고 시장경제에 어울리는 광고산업을 위한 위원회가 되도록 노력할 예정이다.

1)제1회 광고위원회 (8.27- 롯데호텔)

광고위원회는 △광고와 관련된 제반 현안 협의 및 대안 제시 △시청률조사, 구독률 조사, 광고효과 조사 등 조사관련 진행 △광고거래질서 확립 및 제도개선 등 광고주 공동의 이익을 위한 역할을 해나가기로 하고 위원장에 현대산업개발 이준하 상무를 부위원장에 유영욱 SK텔레콤 부장을 선임했다. 정례모임은 격월을 원칙으로 하되 사안에 따라 비정기 모임으로 병행 혹은 대체해 나가기로 결정했다. 이 날은 새로 출범하는 광고위원회의 역할과 구성 그리고 운영방안에 대해 폭 넓게 토론하고 라디오광고 요금인상 건과 케이블TV수용자행태 조사에 대해 의견을 나누었다. 한편 광고위원회 내에 ' 광고주가 뽑은 모델상 ' 소위원회를 구성했다. 소위원회는 9월9일(화) 회의를 갖고 이 날 선정된 모델을 대상으로 10월1일 광고주대회에서 모델상 시상식을 가진 바 있다.

▶ 협회 소식

▶중앙일보 초청 회원 간담회

한국광고주협회는 지난 10월21일(목) 신라호텔 에메랄드 룸에서 중앙일보 초청 회원 조찬간담회를 가졌다. 이 날 간담회에는 민병준 한국광고주협회장, 이금기 일동제약 회장, 조정남 SK텔레콤 부회장, 심이택 대한항공 사장, 신훈 금호건설 사장, 조기창 동아오츠카 사장 등 협회 및 회원사 대표와 임원 등 70여명과 전응덕 한국광고단체연합회장, 최종률 한국ABC협회장, 이인호 한국광고업협회장 등 유관단체 임원 10여명이 참석했고 중앙일보 측에서는 홍석현 회장을 비롯해 경영 · 편집 · 광고 · 판매 부서 간부 20여명이 참석했다. 간담회에서는 중앙일보 권영빈 편집인으로부터 ' 최근의 국내외 정치,경제 상황과 전망 에 대한 주제발표를 듣고 의견을 나누었다.

▶매일경제 초청 회원 간담회

한국광고주협회는 지난 12월3일(수) 롯데호텔 2층 에메랄드 룸에서 매일경제 초청 회원 조찬간담회를 가졌다. 강신호 전경련 회장과 민병준 한국광고주협회장을 비롯하여 최진민 귀뚜라미보일러 회장, 전순표 세스코 회장, 이용구 대림산업 사장, 김홍구 두산건설 사장, 심재혁 한무개발(인터콘티넨탈 호텔) 사장, 이방주 현대산업개발 사장 등 회원사 대표와 임원등 70여명과 최종률 ABC협회장, 이인호 한국광고업협회장등 유관단체 임원 10여명이 참석했다. 매일경제측에서는 장대환 회장을 비롯해 경영 · 편집 · 경제부서 간부 30여명이 참석했다

2004년 국내외 정치 경제 전망에 대한 주제발표에서 장대환 회장은 해외 정치경제 관련 10대 이슈로 세계경기 회복세 뚜렷, 테러전쟁 : 이라크 또 다른 베트남 전, 미국 대선, 환율: 미국의 압박 및 중국의 버티기, 중국경제:지속적 경제성장의 갈림길, 일본경제의 부활, 아시아 FTA 체결 급물살, 한반도 비핵화, 사회보장제도, 지구 온난화 공동 대응 등을 뽑았다. 국내 10대 이슈로는 경기회복 가시화, 중국과 산업공동화, 총선, 2004년 상반기 신용불량자 400만 임박, 집값 안정 여부,FTA 국회 비준안, 한미공조: 6자 회담 및 이라크 파병, 고속철도 : 반나절 생활권, 청년실업, 화이트 칼라의 경쟁력을 뽑았다.

▶이사 및 운영위원 연석회의 개최

한국광고주협회는 지난 11월20일 롯데호텔 36층 버클리 룸에서 2003년 제3차 이사 및 제4차 운영위원 조찬 연석회의를 가졌다. 이 날 회의에서는 전국광고주대회 결과 및 2003년 하반기 사업 결과에 대해 보고하고 미디어 연구소 설립방안, 회원사 회비체계 개선방안, 2004년 전국광고주대회 개최 계획을 포함한 2004년 사업계획에 대해 논의했다.

▶민병준 회장 아시아광고대회 참석

한국광고주협회 민병준 회장은 지난 11월 11일부터 14일까지 인도 자이푸르에서 열린 제23차 아시아광고대회에 참석했다. " 틀을 깨자(Breaking the rules) "란 대주제 아래 열린 이번 대회는 아시아 광고연맹(AFAA) 17개 회원국에서 1500여명과 세계 최고의 광고, 마케팅, 매체, 크리에이티브 전문가로 구성된 24명의 유명 인사가 주제발표를 맡았다.

" 틀을 깨자(Breaking the rules) "란 주제로 진행된 대회 첫날에는 경영관리 관점에서의 견해, 틀을 다시 세우자, 미래의 커뮤니케이션 틀 짜기란 3가지 주제로 진행되었다. 둘째 날에는 ' Chairman's Round Table Conference '로 인도 굴지의 대기업 CEO들이 참석해 함께 인도의 브랜드 및 미래에 대해 토론하는 시간을 가졌다. 셋째 날인 11월 13일에는 최고의 브랜드 만들기란 대주제 아래 ' 세계 굴지의 브랜드로부터 배우기 ', ' 아시아 광고주의 관점 '이란 2가지 소주제로 제1주제가 진행되었다. 제2주제는 매체수용자(Audience)에 대한 내용을 중심으로 ' 매체 및 광고의 새로운 틀 ', ' 광고:두뇌게임 ', ' 세계화와 지역화의 갈등 '이란 세가지 작은 주제발표와 관련 토론이 있었다. 그리고 마지막으로 아시아 광고 수작들을 접하고 토론하는 것으로 이 날 일정을 모두 마쳤다. ' 최고의 브랜드를 위한 최고의 캠페인 '이란 제목으로 브랜딩 관련해 2개의 사례 발표와 일본의 크리에이티브 사례 발표를 끝으로 마지막 날 행사를 모두 마쳤다. 한편 이번

대회에서 50주년 25회 2007년 아시아 광고대회 개최지로 제주도를 확정했다. 아시아광고대회는 격년제로 개최되며, 주요 회원은 한국, 방글라데시, 인도, 인도네시아, 일본, 말레이시아, 몽고, 파키스탄, 필리핀, 싱가폴, 태국, 대만, 스리랑카, UAE 등 총 14개 국가 광고 단체이다.

▶김이환 부회장 미국광고주협회 방문

한국광고주협회 김이환 부회장은 지난 11월21일 출국해 11월 24일(월) 미국 뉴욕에 있는 미국광고주협회(Association of National Advertisers, ANA)를 방문했다. 이 날 방문에서 미국광고주협회 회장인 Robert D. Liodice를 만나 미국광고주협회의 운영, 사업 및 회원관리에 대해 자세히 듣고 양 광고주 협회간 앞으로의 업무 협조에 대해 논의했고 활발한 교류를 위해 더욱 노력할 것을 약속했다.

▶ 회원사 소식

▶올해의 PR인에 두산 김진 부사장 선정

- PR대상에는 LG그룹‘ LG 글로벌 챌린저 프로그램 ’선정

한국PR협회(회장 이순동)는 ‘ 2003년 한국PR대상 ’ 심사결과 LG그룹의‘ LG 글로벌 챌린저 프로그램 ’을 대상으로 선정했다. 또 올해의 홍보인으로 두산 홍보실 김진 부사장을 선정했다. 대상으로 선정된 LG그룹 ‘ LG 글로벌 챌린저 ’ 프로그램은 지난 95년‘ LG 21세기 선발대 ’로 시작해 8년간 유지 발전시켜온 대학생 대상 해외 탐방 프로그램으로서 LG의 이미지를 높이는 데 기여한 점을 높이 평가 받았다.

이밖에 한화그룹의‘ 백수살리기 프로젝트(이미지부문) ’와 삼성카드‘ 푸른 싹 키우기 캠페인(마케팅) ’, 사회복지 공동모금회‘ 함께해요 이웃사랑 공모전(공공문제) ’, 삼성전자‘ 삼성글로벌로드쇼(국제) ’, 에듀토피아 중앙교육‘ 조직문화통합 및 신문화창출(종업원) ’, 두산그룹‘ 기업구조조정 과정에서의 노사갈등과 PR(위기관리) ’, KTB네트워크‘ KTB n클럽 가치제고 프로그램(투자자관계) ’등이 각 부문별 금상을 차지했다.

이순동 한국PR협회장은“ 올해는 우수한 PR사례가 많아 평가에 어려움을 겪었다 ’며“ 전략적인 PR활동이 늘어나고 있다는 증거 ’라고 말했다. 한편 한국PR대상 시상식은 오는 17일 오후 6시30분 프레스센터 국제회의장에서 열린다

▶LG생활건강 2003 대한민국 디자인 대상에 선정

대한민국 최고 디자인 우수기업과 한국 디자인 산업 공로자를 시상하는‘ 2003 대한민국 디자인 · 브랜드 대상(대통령상) ’에는 LG생활건강과 삼성 애버랜드가 각각 디자인경영 및 브랜드경영 부문 대상업체로 선정됐다.

LG생활건강은 일찍이 디자인의 중요성을 인식, 디자인개발센타를 분리 독립하여 사장직속으로 운영하고 전문 디자이너 출신의 디자인 경영임원(CDC)을 디자인 책임자로 두어 디자인 경영에 대한 권한을 부여함으로써 디자인 중시 정책을 구현한 공로를 인정 받아 이번 대상의 영예를 안게 되었다. LG생활건강은 미국, 일본, 중국, 베트남 등 주요 국가에 해외 네트워크를 구축하였으며 현재 해외에 현지화 전략을 추진하며 활발한 해외 사업을 진행하고 있고 환경을 고려한 디자인과 이윤 창출만을 위함이 아닌 고객 위주의 디자인이 창출되어야 함을 강조, 고객 감동의 브랜드력 있는 제품과 서비스를 제공하고자 더욱 효율적이고 집중화된 경영활동을 전개해 나가고 있다.

브랜드 대상을 받은 삼성 애버랜드는 놀이문화의 대명사로서 탄탄한 브랜드 파워를 구축한 점이 높게 평가됐다. 한편 디자인경영 부문 최우수상(국무총리상)에는 CJ주식회사가 선정되었다. CJ주식회사는 소비자 Trend를 연구하는 마케팅의 전문인들이 제품에 대한 기획에서 가격정책은 물론 디자인까지 포괄 할 수 있도록 회사방침을 변화시키고 있다. 즉 디자이너들은 마케팅의식을 높이는 훈련을 받고 마케터들은 디자인의 안목을 키운다는 것이다. 이처럼 CJ 디자인 가치경영을 통해 궁극적으로는 소비자 중심의 디자인 방향성을 명확히 하고 디자인의 Quality를 향상시켜 독특한 Design Value를 창출하기 위한 노력 등이 좋은 평가를 받았다. 올해로 5회를 맞는「대한민국 디자인 · 브랜드대상」은 산업자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하여 대한민국 최고의 디자인 · 브랜드 경영 우수 기업과 한국 디자인 산업 발전에 애쓴 공로자를 시상하는 제도이다.

▶ 기타 광고계 소식

▶2003 광고계 10대 뉴스

광고산업을 취재하는 기자단과 광고회사 및 광고관련단체 홍보담당자들로 구성된 廣記會(회장: 류효일 LG애드 차장)는 12월 10일 외신기자클럽에서 송년모임을 갖고‘ 2003 광고계 10대 뉴스 ’를 선정 발표했다. 10대 뉴스는 다음과 같다

광기회, 광고계 10대 뉴스

1. 2007 아시아광고대회 제주도 유치
2. WPP, 금강기획 인수 등 국내 광고회사의 움직임 활발
3. 무료신문(무가지) 열풍
4. 광고관련 신규단체 설립 줄이어
5. 조선, 중앙, 동아일보 유료부수 공개
6. 연말 통신서비스사 번호이동성 광고논쟁
7. 방송법 개정안 중 2개 항목 철회 해프닝
8. 인터넷 광고, 리치미디어 및 크로스미디어 활발
9. 옥외광고사 시험. 국가 공인
10. KBS, 시청료 분리징수관련 정치권과 공방

*** 기타**

이외에도 불황으로 인해 실리적 판매 메시지와 공익적 매세지 전달을 주력하는 광고 강세보였던 한편 김남주, 전지현, 차태현 등 광고에 있어 모델의 초상권 분쟁이 두드러졌다. 또한 지상파 방송시간의 연장 및 라디오 광고료 인상과 관련한 논쟁과 광고계 CEO급 인사가 활발한 것에 대한 의견이 제시되었다.

▶한국일보에 뒤늦게 실린 LG카드 광고

LG카드의 광고가 지난달 26일자 조선일보와 중앙일보, 동아일보, 매일경제, 한국경제 등 5개 신문의 가판에만 실렸다가 배달판에서는 한국일보에도 실려 눈길을 끌었다.

애초 같은 날짜 한국일보 가판에는 LG카드의 해당 광고가 실리지 않았었다. 한국일보는 가판 5면 하단에 자사가 히트상품으로 선정한 정수기 광고를 실었다가 배달판에서는 현금서비스 중지에 대한 사과와 정상업무가 가능하다는 내용의 LG카드 광고로 바꿔 실었다. 한국일보 광고국 관계자는 이와 관련, 저녁에 가판이 나온 것을 보고 LG카드 쪽에 이왕에 할거면 한국일보도 이번에 같이 했으면 한다고 말했다며 한국일보가 한때 4대지로 불리기도 했는데 자존심이 상한 건 사실이다. 광고도 정보인데 한국일보 독자들에게 하루라도 늦게 알려지는 것도 문제가 있다고 판단했다고 밝혔다.

LG카드 홍보팀의 한 관계자는 하루라도 빨리 고객과 투자자들에게 정상화 의지를 밝히는 게 급선무인데 아무래도 조중동이 구독률과 열독률이 높으니까 광고효율성을 최우선적으로 고려한 것은 사실이라며 우리가 원하는 면에 광고가 가능한 신문에는 26일자에 집행을 하고 그렇지 않은 신문에는 늦춘 것이라고 말했다. 그러나 이 관계자는 한국일보에 실린 광고와 관련해서는 급하게 광고를 제작하고 면부킹을 하다보니 한국일보의 가판 시간을 못 맞춰서 가판에는 못 나간 것으로 광고효과를 최우선적으로 고려해 집행한 것이지 우리가 지금 각 신문사의 사정 하나하나를 고려할 만큼 여유가 없다고 덧붙였다.

<12.8일 미디어오늘 기사 발췌, 인용>

▶국내외 인터넷광고 크리에이티브의 요인과 전략을 분석한 책 발간

호서대 벤처대학원 안종배 교수와 김성봉 애드램 대표이사가 공동 저술한‘ 인터넷광고 마케팅 ’이 발간되었다.

이 책에서는 1995년부터 2003년까지의 인터넷광고 크리에이티브 중에서 가장 성공적이었던 600개를 선별하여 그 성공요인을 분석하고 성공전략을 제안하고 있다.

또한 성공한 인터넷광고 크리에이티브 각각의 마케팅전략과 크리에이티브전략 그리고 매체 전략을 분석하여 실제 구현되는 크리에이티브와 함께 소개하고 있다.

저자인 안종배 교수는 국내최초의 디지털마케팅 박사로서 10년 동안 디지털광고마케팅 부문을 연구해 온 이 부문의 대표적인 전문가이다. 또한 공동저자인 김성봉 대표는 국내최초로 인터넷광고 크리에이티브 DB 제공회사를 설립한 이 부문의 선구자이다. 국내 최초로 크리에이티브 관점에서 분석한 인터넷 광고의 성공요인과 전략을 실제로 높은 효과를 얻었던 600개의 인터넷광고 크리에이티브와 함께 제공해주는 이 책은 관련 종사자나 학생 그리고 일반인들에게 성공적인 인터넷광고 크리에이티브를 쉽게 이해하고 활용할 수 있게 하는 좋은 안내서가 될 것으로 기대한다.

책 구성

제1부 성공 인터넷광고마케팅의 Trend
제2부 성공 인터넷광고마케팅 Case study
제3부 성공 인터넷 광고 Creative(국내,해외) 분석
제4부 인터넷 광고 통계
제5부 국내 및 해외 우수 인터넷 광고 creative 선집(CD)

정리 : 성윤호