

Global News

[미국] GPS, 광고마케팅 매체로 성공할 수 있을까

이제 GPS는 점차 필수품이 되어가고 있다. 그렇다면 GPS를 광고나 마케팅 툴로 사용할 수 있을까?

미국에서는 운전자가 위치한 곳에서 가장 가까운 곳에 있는 던킨도너츠나 콜드스톤의 매장이 GPS에 표시되기 시작했고 그 중 일부는 할인혜택을 제공하기도 한다. edm.com의 오퍼레이션 디렉터인 래리 제이콥슨은 'GPS 광고는 많은 수요가 있다. 특히 신속하게 서비스를 제공해야 하는 회사의 경우가 그렇다. edm.com은 소비자로부터 맵에 대한 많은 요구를 받아오고 있는데 'Point of Interest' 맵이 그것이다. 이동중 필요한 서비스를 즉각 받을 수 있는 이용자 위주의 맵에 대한 주문이다. 또 우리는 GPS를 통해 전자쿠폰도 제공하는데 이는 소비자 충성도를 높이는 데 도움이 된다. 맵의 업데이트를 위해 사이트를 방문할 때마다 최근 구매품목을 보여주고 각종 서비스를 제공하거나 정보를 줄 수 있다'고 말한다.

GPS를 통한 소비자와의 커뮤니케이션에 활발한 광고주들이 있다. 던킨도너츠는 사용자들이 던킨과 베스킨라빈스의 로고를 다운받아 현 위치에서 가장 가까운 매장을 쉽게 찾을 수 있도록 했다. 전통적으로 포크나 나이프로 레스토랑의 위치를 표시하는 것처럼 던킨의 로고가 지도에 표시된다. 심지어 던킨이나 베스킨라빈스의 매장을 지나칠 때 지도의 아이콘이 반짝거리게 하거나 소리나게 할 수도 있다. GPS 소유자 또한 광고주들이 욕심을 낼 만 하다. 사용자 중 34%의 1년 연봉이 10만달러에서 15만 달러 사이이고, 45%가 1년에 대략 7만5천달러를 벌어들인다.


[인도네시아] 늘어나는 TV광고비, 줄어드는 광고가치

2006년 인도네시아의 전체 광고비는 4대매체만 총 12조루피에 이르고, 옥외광고나 프로모션까지 더하면 대략 18조루피에 이른다. 이중 절반 이상이 TV광고비다.

그런데 시청자의 행태를 분석해 보면 TV광고의 가치는 매년 떨어지고 있다. 지난 3년 동안 TV가 재미있다'라고 답변한 사람은 조사 대상자의 73%에서 67%로 떨어졌다. TV가 나에게 무언가 이야기할 만한 것을 제공한다'라고 답변한 사람도 43%에서 36%로 하락했다. 이번 조사는 인도네시아에서 가장 방대한 조사인 로이 모건 싱글 소스의 조사결과를 바탕으로 한 것이다. 매년 조사대상은 2만7천명으로 이는 14세 이상 전체인구의 약 90%를 대변한다. 조사결과는 매 3개월마다 업데이트 된다.

[유럽] 범람하는 SMS광고와 떨어지는 효과

텍스트 기반의 모바일광고는 유럽에서 아주 흔하다. 유럽 6개국(영국, 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인)과 미국을 대상으로 한 지난 6월의 조사에서도 유럽 사람의 3/4이 SMS광고를 접했다고 답변했다. 조사에서는 SMS광고를 받는 미국 사람의 비율은 17.2%로 조사 대상국 중 가장 낮는데 반해 회신비율은 12%로 가장 높았다. SMS광고를 가장 많이 받는 스페인의 경우 그 비율이 75.4%에 달했는데 회신율은 6.1%에 그쳤다.

“ 초기의 SMS광고는 매우 효과가 높았다. 하지만 넘쳐나는 메시지와 스팸메일때문에 효과가 떨어졌다. SMS광고 효과를 높이기 위해서는 통신사가 광고를 제공하는 믿음직한 파트너를 선정하고, SMS발송횟수를 제한하는 등 노력이 필요하다고 이번 조사를 한 엠메트릭스의 선임애널리스트인 뉴유펬드는 말했다. 

<표> 휴대폰 활용행태 조사결과 (%)

	프랑스	독일	이탈리아	스페인	영국	미국
문자발송	73.2	80.5	85.1	84.1	86.6	42.1
포토메일	22.9	21.7	30.8	31.6	30.5	18.0
개인메일	5.8	5.6	9.0	8.6	7.7	9.2
벨소리 구입	4.2	4.6	5.6	6.5	5.1	9.0
메신저	3.2	3.4	5.0	5.4	4.8	6.5
업무메일	2.0	3.0	4.0	5.2	4.0	5.2
스크린세이버 구입	1.7	2.6	2.8	4.8	3.8	3.3
모바일게임	2.1	2.1	2.3	2.3	1.9	3.0

(조사대상 : 프랑스 12,728명, 독일 16,127명, 이탈리아 13,696명, 스페인 12,921명, 영국 15,834명, 미국 32,824명)

협·회·소·식

Voice of Korea Advertisers

2007년도 제4차 편집위원회



지난 8월 29일 롯데호텔에서 제4차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 박형재 한국코카콜라 상무, 임성빈 LG전자 부장, 조용우 삼성 차장, 김영건 해태음료 팀장이 참석하여 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

제2차 운영위원회

지난 9월 12일 롯데호텔 필름에서 광고주협회 제2차 운영위원회가 있었다. 운영위원장인 정상국 LG 부사장을 비롯해 운영위원 18명이 참석한 이날 운영위원회에서는 사무국으로부터 2007 한국광고주대회에 대한 준비사항을 보고 받고 KAA Awards의 최종 수상자를 선정했다. 또 하반기 주요 행사 일정과 기타 광고업계 현안에 대해 논의했다.

제3차 홍보위원회



지난 9월 18일 조선호텔 라일락룸에서 제3차 홍보위원회가 있었다. 이날 위원회에서는 SBS 양철훈 경제부장을 연사로 초청, 'TV프로그램 및 보도에서의 간접광고'란 주제 아래, 홍보위원장인 김봉경 현대기아자동차 전무를 비롯한 30여 명의 홍보위원들과 함께 간담의 시간을 가졌다.

SBS초청 회원간담회 개최

10월 9일 롯데호텔 2층 크리스탈볼룸에서 SBS초청 한국광고주협회 회원간담회가 열린다. 간담회에는 SBS의 하금열 사장과 경영, 보도본부장 및 간부 20여 명과 회원사 광고홍보담당 임원 80여 명이 참석한다

뉴미디어분과회의 및 광고자율심의위원회 개최

광고위원회 산하 뉴미디어분과(분과장 한광섭 삼성 상무)는 오늘 10월 12일 오전8시 롯데호텔 페닌슐라에서 제2차 분과회의를 개최한다. 이번 회의에서는 인터넷수용자조사 등에 대한 논의를 진행할 예정이다.

한편 광고자율심의위원회(위원장 김태호 삼성 전무)는 오늘 10월 24일 오전 11시 30분 롯데호텔 페닌슐라에서 제2차 위원회를 개최한다. 이번 회의에서는 광고심의와 관련하여 장단기 계획을 최종 확정할 예정이다.

'어린이 식생활 안전관리 특별법' 관련 건의문 제출

협회는 보건복지위에서 논의되고 있는 어린이 식생활 안전관리 특별법(백원우 의원 발의)에 어린이 비만 유발 관련 식품의 광고 제한 및 금지 조항이 포함돼 있어 이에 대한 개선을 요청하는 건의문을 전달했다.

KOBACO 11월 1일부터 방송광고 요금 10% 인상 추진

한국방송광고공사는 11월 1일부터 방송광고요금을 10% 인상할 계획을 밝혔다. 이에 대해 협회에서는 긴급 광고위원회를 개최하여 이에 대한 대책을 논의한 후 회의 결과에 따라 적극 대응하기로 하였다.