Free Markets Free Speech Free Choice

2008 한국광고주대회

KAA Annual Conference 2008

국내 광고주들이 한자리에 모여 국가경제의 미래와 국내 광고산업의 발전을 논의하는 2008한국광고주대회 가 지난 10월 21일부터 23일까지 3일간 조선호텔에서 있었다. 특히 이번 대회는 한국광고주협회 창립 20주년을 기념해 3일간에 걸친 특별 세미나와 창립 20주년 기념식, 그리고 광고주의 밤으로 나뉘어 진행되었다.
이번 대회에는 유인촌 문화체육관광부 장관과 정병철 전국경제인연합회 상근부회장을 비롯한 국내 주요 기업의 광고주, 매체사 대표, 광고대행사, 학계, 소비자단체, 정부 인사 등 500여 명이 참석해 성황을 이뤘다.

▲ 협회 창립 20주년 기념 특별 세미나

홍보전략 세미나

먼저 특별 세미나 첫째 날인 21일은' 홍보전략 세미나'로,' 이영돈 PD의 소비자고발'로 유명한 이영돈 KBS 시사정보팀장이 나와' 소비자고발 프로그램 대응 전략'에 대해 강의했다. 이 팀장은 방송 프로그램의 취재 요청시 무조건 거부하고 피하는 것이 능사가 아니라고 강조하며" 방송 제작자들에게 정확한 정보를 주는 것이 가장 좋은 위기대처 방법"이라고 말했다. 정확한 정보는 담당PD들이 미처 생각하지 못했던 부분에 아이디어를 주거나 프로그램이 제보자의 주장에만 치우치지 않고 균형을 맞출 수 있도록 도와준다며, 가장 안 좋은 경우는 납득할 수 없는 변명이나 모르쇠로 일관하는 것, 그리고 거짓말을 하는 경우라고 전했다. 또한 앞으로 소비자 권익은 더욱 강화될 수밖에 없기 때문에 장기적으로 기업과 소비자간 신뢰를 구축하는 것이 가장 좋은 전략이라고 말했다.

◀ (좌부터 차례로) 이영돈 KBS 시사정보팀장, 김영수 조선일보 산업부장, 김경달 NHN 네이버 정책수석

다음은 김영수 조선일보 산업부장이' 신문보도의 위기관리 전략'에 대해 강의했다. 김 부장은 국내 대기업의 신문언론에 대한 위기관리 매뉴얼을 소개, 평상시와 위기시의 언론대응 전략, 기자회견 요령 등에 대해 설명했다.

마지막으로 김경달 NHN 네이버 정책수석이' 포털의 효과적인 위기관리 전략'에 대해 강의했다. 김 수석은 네이버 뉴스에 대한 소개와 함께 올해 크게 이슈화되었던 온라인 저널리즘의 책임을 위해 여러 제도적 장치를 마련, 보완해 가고 있으며, 아울러 이러한 문제점들을 해결하기 위해 지속적으로 기업의 의견을 듣고 협력해 나갈 수 있는 방안을 찾는 데에 협조할 것을 약속했다.

매체· 브랜드전략 세미나

22일 둘째 날은' 매체전략 세미나'로 꾸며졌다. 첫 번째 강의는 황학익 제일기획 미디어전략연구소 국장이' 효율적인 매체전략과 예산수립을 위한 인사이트'를 주제로 2009년도의 미디어 전망 및 효율적인 매체계획에 대해 강의했다.

다음으로 박정현 구글코리아 상무가' 뉴미디어 혁명, 유투브를 통한 온라인광고 전략과 효과'에 대해, 마지막으로 이명훈 JWT애드벤처 부사장이' IMC 실행을 위한 매체관리기법'에 대해 강의했다.

특별 세미나 마지막 날인 23일에는' 브랜드전략 세미나'로 국내 4대기업의 대표 브랜드에 대한 Case Study가 있었다'. LG의 브랜드 경영 전략'에 대해 정창훈 LG 브랜드관리담당 상무가,' 삼성의 브랜드 경영 전략'에 대해 조용우 삼성 업무지원실 차장이,' SK텔레콤 대표 브랜드 T 브랜드 전략'에 대해 박혜란 SK텔레콤 브랜드 전략실장이, 그리고 현대자동차 제너시스 마케팅 전략'에 대해 임종헌 현대자동차 국내마케팅실장이 각각 주제발표를 해주었다.

이번 특별 세미나에는 3일 내내 해당업무를 맡고 있는 300여 명의 광고주 실무자들이 참석해 성황을 이뤘으며, 참석자들은 세미나 주제들이 실무에 직접적으로 참고할 수 있는 실용적인 내용이어서 많은 도움이 되었다고 평가했다.

▲ (위 좌부터 시계방향) 매체전략 세미나에서 인사말을 전하는 박정규 광고위원장(동서식품 전무), 황학익 제일기획 미디어전략연구소 국장, 이명훈 JWT애드벤처 부사장, 박정현 구글코리아 상무

창립 02주년 기념 KAA미디어헌장 발표

' Free Communication, Free Markets, Free Choice'라는 슬로건 아래 개최된 이번 2008 광고주대회는 한국광고주협회 창립 20주년을 기념하는 자리였기에 더욱 의미 있는 시간이었다. 이날 기념식에서는 보다 선진화된 미디어집행과 광고거래 관행이 정착될 수 있도록 하기 위해 KAA 미디어헌장'을 제정, 선포했다.

한국광고주협회 민병준 회장은" 협회 창립 20주년을 맞아 앞으로 다가올 반세기를 준비하는 의미에서 이번 KAA 미디어헌장을 제정하게 됐다"고 말하며" 이번 미디어헌장은 세계광고주연맹(WFA)에서 발의하고, 한국광고주협회 이사회에서 제정한 것으로, 글로벌 스탠더드에 맞는 선진 기준을 제시함으로써 국내 미디어 환경을 한 단계 업그레이드시키는 계기가 될 것"이라고 밝혔다. 또 이날 KAA 미디어헌장을 발표한 김이환 상근부회장은" 오늘 날 급속하게 변화하는 미디어 환경에 대응하기 위해 세계광고주연맹(WFA)은 이미 2000년에