



조선 호텔 그랜드볼룸에서의 광고주의 밤 행사



연간 세미나가 개최된 조선 호텔 오라드룸

2009 한국광고주대회 KAA Annual Conference

국내 광고주들이 한자리에 모여 국가경제의 미래와 국내 광고산업의 발전을 논의하는 '2009한국광고주대회'가 지난 10월 20일부터 22일까지 3일간 조선 호텔 오라드룸 & 그랜드볼룸에서 개최됐다. 이번 대회는 3일 동안의 '특별 세미나'와, 22일 저녁 6시부터 개최된 '광고주의 밤' KAA Awards 시상식으로 나누어 진행됐다. 'Free Communication, Free Markets, Free Choice'를 슬로건으로 진행된 이번 대회에는 국내 주요기업의 광고주를 비롯한 매체사, 광고대행사, 학계, 광고전문가, 정부 인사 등 500여 명이 참석한 가운데 성황을 이뤘다.

특별세미나, 홍보, 미디어, 브랜드전략 등 실무에 도움 되는 주제로 꾸며져

2009한국광고주대회 '특별 세미나'는 첫날인 20일 홍보전략세미나를 시작으로 21일 미디어전략, 22일 브랜드전략을 주제로 개최되었다.

첫날 홍보전략세미나에서는 'KBS 소비자고발'의 진행과 책임을 맡고 있는 최석순 책임프로듀서가 '소비자고발 프로그램과 기업의 위기관리 대응'을 주제로 고발프로그램의 소재 선택은 어떻게 이루어지며, 기업이 소비자고발의 피해를 최소화하는 방안 등에 대해 알아보았다. 2주제인 '위기를 극복하는 회사, 위기로 붕괴되는 회사'에서는 중앙일보 민병관 편집국장을 초청, 신문 언론의 변화와 기업의 위기관리방안에 대해 분석해 보았다. 3주제에서는 네이버로 바라본 온라인 세상'을 주제로 NHN 네이버의 이윤식 데이터정보센터장이 인터넷을 통한 마케팅 비즈니스 활용방안에 대해 설명했다.

둘째 날인 21일 미디어전략세미나에서는 신문, TV, 인터넷, 라디오, 잡지, 모바일 등 전 매체에 걸쳐 최초로 미디어별 영향력을 객관적으로 평가한 '2009미디어서치'의 결과발표를 이번 조사를 수행한 밀워드브라운 미디어서치의 김지연 상무가 발표했다. 2주제에서는 광고실무자에게 가장 중요한 '2010미디어 전망 및 효율적인 미디어전략'에 대해 제일기획의 미디어디자인팀 황희의 수석 국장이 종합적인 대안을 제시했다. 3주제에서는 정경인 한국방송광고공사 공익사업본부장이 '방송광고시장 전망 및 효율적인 매체 전략'을 주제로 향후 방송광고시장의 변화에 대해 분석해 주었다.

마지막 날인 22일 브랜드전략 세미나에서는 '김연아의 스타브랜드 전략'에 대해 IB스포츠 이희진 대표가, '창조경영 시대의 문화마케팅'에 대해 숙명여대 경영학부 김소영 교수가, '삼성전자 글로벌 브랜드 성공전략'에 대해 삼성전자 글로벌 마케팅실 조현주 상무가 각각 발표했다.



최석순 KBS 소비자고발 책임 프로듀서



민병관 중앙일보 편집국장



브라운아이드걸즈의 특별 공연



광고주기업은 좋은 모델상을 수상하는 손담비



홍보전략세미나에서 인사말을 전하는김동경 홍보위원장 (현대기아차 부사장)



이윤식 네이버데이터정보센터장