

# 광고주 통합 미디어 전략에 주목해야

## 국내시장 광고 규제 풀리면 해외 자본 투자 늘어날 것

미디어 시장이 급변하는 가운데 협상력이 큰 광고회사들이 광고물량 섭외에 유리할 수 있다는 전망이다. 이런 측면에서 지난 8월초 국내 시장에 런칭한 GroupM에 쏟아지는 관심이 크다. GroupM은 세계 1위의 마케팅기업인 WPP소속의 미디어대행사 맥서스(Maxus), 엠이씨(MEC), 미디어컴(Mediacom), 마인드셰어(Mindshare) 등 4개사가 모여 있는 글로벌 미디어투자관리기업이다. 국내에도 전문에이전시 체제가 자리 잡으면서 굵직한 미디어전문대행사가 건재하고 있지만 복수의 전문대행사가 모여 그룹의 형태를 띠고 있는 것은 처음이기에 귀추가 주목된다. GroupM은 미디어대행사를 통합 관리하고, 광고물량의 통합구매 및 운영과 같은 트레이딩, 콘텐츠 제작, 스포츠, 디지털, 금융사 컨설팅, 독자적인 톨 개발, 기타 핵심 사업 분야의 업무를 수행한다. GroupM의 미디어대행사들은 30여 개 다국적 기업들의 미디어 비즈니스를 담당하고 있다. 한국에서는 아우디(Audi), 바이엘(Bayer), 델(Dell), 골드만삭스(Goldman Sachs), GSK, LG전자, P&G 등의 글로벌 브랜드들을 가지고 있으며, 전통매체와 디지털매체를 아우르는 전방위적 미디어 플래닝과 바이 서비스를 제공한다. GroupM은 830억 달러 이상의 투자 규모를 바탕으로 전세계 광고시장의 30%를 차지하고 있으며, 81개국에 18,000여 명의 임직원을 두고 있다.

지난 8월 10일 GroupM의 마크 패터슨(Mark Patterson) 아시아태평양 회장을 만나 국내 미디어 시장의 변화와 광고산업에 대한 견해를 들어봤다.

- Q** 미디어투자관리기업으로서의 GroupM에 대해 소개한다면?
- A** 광고주들이 돈을 쓸 때 그로인해 돌아오는 ROI(투자수익률)에 대해 생각해야 한다. 기업인지도, 판매수익 등 광고를 통해 돌아오는 모든 것을 감안한다. GroupM은 전세계에서 가장 큰 미디어투자 회사로, 각각의 대행사마다 속한 광고주들이 다르고, 매체기획, 구매, 플래닝에 있어 특화된 서비스를 제공한다.
- Q** 이번에 한국 시장에 런칭하게 된 목적은?
- A** 한국은 세계 14위의 중요한 광고시장이다. 삼성, LG 등의 한국기업이 해외 시장에 나갈 때 우리는 최고의 미디어 플래닝과 구매 서비스를 해왔다. GroupM은 전세계 광고시장의 30-40%의 마켓쉐

