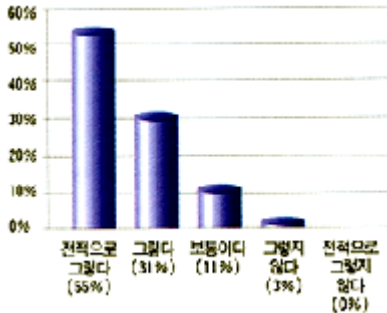


■ 설문조사

광고는 소비자에게 유용한 정보



애드파인더가 네티즌을 상대로 한 설문조사의 결과 “광고도 정보가 될 수 있다고 생각하십니까?”라는 질문에 대해 “전적으로 그렇다”라고 대답한 네티즌이 전체 응답자의 55%, “그렇다”라고 대답한 네티즌 또한 31%로 나타나, 광고가 소비자에게 유용한 정보가 되고 있음을 보여주고 있다.

◀(표1)질문: 광고도 정보가 될 수 있다고 생각하십니까?

네티즌 86% “광고는 정보”라고 응답

광고를 귀찮아하고, 애물단지처럼 여길 것이라는 예상과는 달리 네티즌들이 광고를 정보로 인식하게 된 데는 광고가 소비자에게 실질적으로 필요하고 유용한 정보를 제공하고 있기 때문이라고 애드파인더는 밝히고 있다.

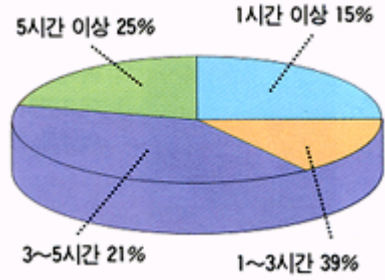
애드파인더(<http://www.adfinder.co.kr>)는 ‘광고는 정보다’라는 캐치프레이즈로 교육, 비즈니스, 통신, 재테크, 이벤트, 엔터테인먼트, 스포츠&레저의 130 여 분야에 걸쳐 정보형 광고만을 검색할 수 있도록 만들어진 사이트이다. 뿐만 아니라 애드파인더 내의 [Special Issue]의 ‘지금 봐야하는 광고’, ‘타겟 광고’등은 광고가 어떤 시기나 타겟에게 정확히 도달한다면 다른 어떤 정보처보다 더 확실한 정보가 될 수 있음을 보여주고 있다. 단순히 ‘광고는 광고, 정보는 정보’라고만 생각했던 네티즌들은 이제 광고가 정보라는 인식을 확실히 하고 정보검색을 위해 광고를 검색하고 있다. [그림 1]은 광고가 정보가 될 수 있음을 보여주는 애드파인더 내에서 검색한 세일광고 중 컴퓨터 세일광고 화면이다.

애드파인더를 운영하고 있는 우노커뮤니케이션즈의 고준영 대표이사는 “광고가 과연 정보가 될 수 있는가에 대해 이의를 제기하는 사람들에게 네티즌의 생각을 직접 확인시켜 주고 싶었다”라고 이번 설문의를 밝혔다.



이 설문조사를 통해 고사장은 “인터넷 광고파일 애드파인더를 통해 광고로 정보를 검색해 본 네티즌이라면 ‘광고는 정보다’라는 말에 공감한다”라고 이제 자신 있게 말하고 다닌다.

### 1일 인터넷 사용시간 5시간이상 25%



애드파인더를 통해 광고를 검색하고 정보를 얻는 네티즌은 20대가 53%로 이용자의 절반을 넘어섰다. 즉, 젊은 네티즌들이 다른 어떤 정보처보다 인터넷을 선호하고 있는 것을 알 수 있다.

또한 1일 인터넷 사용시간이 1시간 이상인 네티즌이 전체 응답자의 85%나 차지해 요즘 인터넷의 비중이 크게 작용함을 보여주고 있다. 개중에는 1일 인터넷 사용시간이 5시간 이상 되는 헤비유저(heavy user)도 25%나 되어, 인터넷이 없어서는 안될 중요한 생활의 일부가 되었음을 증명하고 있다.