

■ KAA NEWS

1. 한국광고산업학회 창립 총회



지난 2월 22일 프레스센터 기자회견장에서 한국광고산업학회(회장 김민기) 창립 총회가 있었다. 한국광고산업학회는 산학협동의 토대 위에서 실학적인 연구를 통해 광고산업의 과학화와 광고학의 체계화를 위해 각 대학 광고관련학과 교수들과 광고 관련 전문가들이 모여 발족하였다. 이날 총회에서 김민기 경주대 교수가 초대회장으로 선출되었고, '방송광고 대행 입법의 쟁점과 과제'라는 주제 아래 심포지엄이 있었다.

2. 올해 무선인터넷 광고시장 123억원

(주)리얼미디어코리아(대표 정재우)가 최근 인터넷 광고대행사와 광고주, 미디어렙, 매체종사자 등 258명을 대상으로 실시한 설문조사에서 올해 국내 무선인터넷광고가 전체 인터넷광고 시장의 7%를 차지할 것으로 나타났다.

올해 전체 인터넷광고 시장규모를 1천750억원 정도로 평가할 때 무선인터넷 광고시장은 123억원 정도로 예상된다고 회사측은 설명했다. 설문조사 참가자들은 무선인터넷이 빠르게 확산되면서 오는 2004년에는 전체의 24%까지 성장할 것으로 전망했다.

무선인터넷을 광고매체로 활용하려는 목적은 제품과 서비스 영업을 위해서(48%)라는 대답이 가장 많았고, 브랜드 이미지 제고(29%), 인터넷 서비스의 활성화(14%), 선도적 기업 이미지 제고(5%) 등의 순으로 나타났다.

한편 무선인터넷이 가장 활성화된 일본의 경우 지난해 무선인터넷 광고 비율은 전체의 7.2%이었고, 2002년에는 21.4%로 초고속 성장을 거듭할 것으로 예측하고 있다. 영국의 시장조사 전문기관인 오뎀(Ovum)리서치에 따르면 2003년에서 2005년까지 세계 무선인터넷 광고시장이 최소한 40억달러에서 160억달러에 이를 것으로 내다보고 있다.

3. 한통프리텔, 엠닷컴 기업홈페이지 통합

한국통신프리텔(대표 이용경)과 한국통신엠닷컴(대표 정의진)은 별개로 운영되었던 양사의 기업 홈페이지를 하나로 통합해 지난 5일 KT프리텔(<http://www.ktfreetel.com>)을 오픈했다.



양사는 오는 5월 합병에 앞서 기업홍보 및 서비스 관련 정보를 통합 제공함으로써 홍보효과를 극대화하고 고객의 편의성을 높이기 위해 각사의 기존 홈페이지

이지의 장점만을 결합해 홈페이지를 통합했다고 설명했다.

통합 홈페이지는 기업홍보와 서비스정보 두 부문으로 나뉘 다양한 엔터테인먼트적 요소와 멀티미디어 기법을 최대한 활용하고 있는 점이 특징이다. KT프리텔은 뉴스, 홍보, 광고, 통신서비스, 견학 등 정보제공과 사이버홍보실, 인터넷 방송, 웹캐스팅 투자자들을 위한 사이버 IR, 웹진, Freetel 등으로 구성돼 있다.

4. 대기업 브랜드파워 키우기 바람

주요기업들이 브랜드를 무형자산으로 인식, 브랜드 파워가 경쟁력의 척도이며 주가에도 큰 영향을 주고 있다며 중장기 전략과 함께 과감한 투자에 나서고 있다.

LG전자는 세계 최대의 디지털시장인 미국을 겨냥해 제니스 브랜드를 키우는 '디지털 제니스 프로젝트'를 마련했다. LG는 이 작업에 2003년까지 1억3,000만 달러의 마케팅비용을 투자하기로 했다. 삼성전자는 삼성(SAMSUNG)을 디지털 선도기업의 이미지로 만들어 개별 품목확대로 이어간다는 전략이다.

현대자동차는 올해 32만대의 수출목표 가운데 2만달러 이상의 중대형 승용차를 SUV(스포츠유틸리티카)로 채우기로 했다. 기아자동차는 해외 IR과 함께 옥외광고를 늘리고 해외 자동차경주대회에 적극 참가하기로 했다.

한국타이어는 올해 초 프로레이싱팀(벤티스레이싱)을 발족시켰고, 금호타이어는 세계 최고의 자동차경주대회를 공식 후원하는 등 모터스포츠를 통한 최고급 이미지를 구축하는데 적극 나서고 있다.

SK는 브랜드의 무형자산화를 내걸고 전사적인 이미지 제고활동에 나섰다. 특히 주력사인 SK㈜는 올해 브랜드 이미지를 높이는데 500억원을 투자하기로 했다.