



2011 한국광고대회 국제광고세미나

지난 11월 9일 롯데호텔 크리스탈볼룸에서 한국광고단체연합회에서 주최한 2011 한국광고대회 국제광고세미나가 있었다. 이번 세미나의 제 1세션에서는 광고산업의 재정립, 그 새로운 구도와 활로' 라는 주제로 김병희 서원대 광고홍보학과 교수와 김상훈 인하대 언론정보학과 광고전공 교수가 발표를 하였다. 이어 진행된 제 2세션에서는 '광고주와 광고회사 관계의 미래' 라는 주제로 짐 에이버리(Jim Avery) 오클라호마대 교수가 발제자로 나섰다.



김병희 서원대 교수

첫 번째 발표를 맡은 김병희 교수는 '광고의 개념과 광고범위의 재정립, 왜 필요 한가?' 라는 주제를 통해 우리나라 광고비 집계 방법의 문제점과 외국 총광고비 집계 현황, 국내 총광고비의 새로운 집계 방법 등에 대해 알아보는 시간을 가졌다. 이 자리에서 김 교수는 SNS, DMB, 소셜커머스 등의 발전으로 인해 기존 광고의 정의가 현재의 광고 현상을 설명하지 못하고 있음을 지적, 기존 광고의 정의를 새로 바꿀 필요가 있음을 강조하였다. 또한 외국의 총광고비 집계사례를 검토, 현 우리나라 광고비 집계 방법의 문제점으로 집계 방식의 부정확성, 광고비 통계량과 실 광고 매출액의 차이, 집계 범위의 왜곡 등을 언급하며 집계 방식의 개선이 시급하다고 하였다. 김 교수는 광고의 새로운 정의를 위해 광고라는 네이밍에 대한 변화, 인식에 대한 변화, 교육 속에서의 광고, 연구 속에서의 광고, 실무 속에서의 광고가 시너지를 일으키는 형태로 재정립되어야 한다고 강조하였다. 한편, 광고의 범위와 관련, 김 교수는 기존의 마케팅 커뮤니케이션 위주에서 미디어 위주의 발상으로 광고의 범위를 확장해야 하며 모바일 광고는 반드시 광고의 범위에 포함되어야 한다고 전했다.



김상훈 인하대 교수

이어서 발표한 김상훈 교수는 기존 미디어의 광고시장 활성화 방안' 이라는 주제를 통해 국내 광고규제 및 광고시장 구조, 방송광고 및 광고대행시장 주요 이슈와 활성화 방안 등에 대해 논의하였다. 이 자리에서 김 교수는 방송광고의 주요 이슈로 지상파 중간광고 허용 여부, 총량제 도입 여부, 지상파/유료방송의 비대칭 규제 등을 지목하고, 방송광고 시장의 활성화 방안으로 1)총량제와 중간광고 허용 등의 편성규제 완화 2)간접광고 및 협찬 개선 3)가상광고 활성화를 위한 단체의 협조 및 허용범위 확대 4)규제품목 완화 등을 제안하였다. 한편 김 교

수는 방송광고 대행시장과 관련, 복수 미디어랩 체제 도입의 경우 방송광고 대행 수수료율에 대한 문제점이 발생할 수 있으며, 매체의 다양성으로 인해 기존 커미션제도의 한계를 들어냄에 따라 개선이 시급하다고 전했다. 개선 방안으로는 판매방식 자율화 및 계열사 위주 물량 배정 관행을 개선해야 하며, 방송사/미디어랩/대행사/광고주간 광고 거래의 합리화 방안을 모색해야 한다고 전했다. 또한 다양한 매체활용 요구의 증가에 따른 Fee제도의 도입도 논의가 되어야 한다고 전했다. 마지막으로 김 교수는 광고환경을 둘러싼 규제 완화와 매체간의 상생을 통한 광고시장의 발전이 조속히 이루어져야 한다고 전하며 세미나를 마쳤다.



짐 에이버리 오클라호마대 교수

제 2세션의 발표를 맡은 짐 에이버리 교수는 '광고주와 광고회사 관계의 미래' 라는 주제를 통해 최근 광고업계의 가장 큰 관심사는 테크놀로지의 발전이 광고시장에 미치는 영향이라고 전했다. 인터랙티브 기술의 다양화, 스마트폰을 비롯한 휴대용기기의 보급, 매일 2억 5천건이 올라오는 트위터 등 소셜네트워크의 확산은 이용자들의 쌍방향 커뮤니케이션을 더욱 활발하게 하고 있으며, 이런 시점일수록 사용자에 대한 올바른 이해를 통해, 광고주/광고회사에게 던져주는 시사점은 무엇인지, 무엇을 어떻게 해야 하는지에 대해서 끊임없이 고민해야 한다고 전했다. 특히, 광고회사는 광고주와 관련한 비즈니스, 소비자, ROI, 매체전략 등에 대한 올바른 이해를 통해 광고주와의 성공을 추구해야 함을 강조하였다.

마지막으로 짐 에이버리 교수는 광고는 사람들에게 동기를 부여하는 가장 강력한 도구이며, 여전히 광고주들은 플래너와 그들이 가진 도구를 필요로 한다고 전하며, 열정을 가지고 수익을 낼 수 있는 방안에 대해 끊임없이 고민하여 빠르게 변하는 커뮤니케이션 기술의 발전을 열심히 쫓아가도록 노력해야 한다고 발표를 마쳤다. **KIA**

유재형 기자 yoojh1999@kaa.or.kr