



특 집 ● 2011 한국광고주대회

KAA Annual Conference 2011 2011 한국광고주대회

국내 주요 광고주들이 한자리에 모여 광고산업의 발전 방안과 광고주의 위상 제고를 논의하는 2011 한국광고주대회가 지난 10월 20일 조선호텔 오키드 룸&그랜드볼룸에서 개최됐다. 이번 대회에는 특별 세미나와 KAA Awards 시상식'이 펼쳐진 광고주의 밤으로 나뉘어 진행되었다. 특별 세미나에서는 2011 KAA 미디어리서치'를 통해 급변하는 매체환경 속에서의 합리적인 매체전략을 제시하는 한편, 종편이 광고시장에 미칠 영향과, SNS시대의 기업브랜드 구축 전략에 대해 알아보았다. 이어 진행된 광고주의 밤에서는 500여 명의 광고주들이 한자리에 모여 2011 광고주선인'을 선포, 광고주, 광고회사, 매체사의 공생 발전과 건강한 미디어 생태계 조성을 위해 광고주의 책임과 의무를 다할 것을 다짐하였다. 또한 KAA Awards 시상식을 통해 올 한해 광고계를 빛낸 광고인들을 축하하는 자리가 마련되었다.

'Free Markets, Free Choice, Free Communication'을 슬로건으로 진행된 이번 대회에는 국내 주요기업의 광고주를 비롯한 매체사, 광고대행사, 학계, 정부 인사 등 500여 명이 참석한 가운데 성황리에 치러졌다.



특별 세미나

실용적 주제 통해 급변하는 방송광고시장 대응 방안 모색

2011 한국광고주대회 특별 세미나는 총 3개의 주제로 진행되었다.

제 1주제에서는 2011 KAA 미디어리서치' 조사결과를 밀워드브라운 미디어리서치의 이양훈 팀장이 발표해 주었다. TV, 신문, 인터넷, 스마트기기 등 전매체별 수용자 미디어 이용행태에 대한 분석을 통해 전매체의 영향력을 객관적으로 평가, 급변하는 미디어시장과 다매체 다채널 환경속에서 효과적인 광고전략 수립방안을 모색하였다.

제 2주제는 박현수 단국대 교수가 종편 출범에 따른 광고시장 전망'이라는 주제로 발표를 하였다. 이 자리에서 박 교수는 종편의 시청점유율과 광고단가를 예상하고 종편이 광고시장에 미칠 영향과 기업의 대응 방안에 대해 제시하였다. 또한 현재 주요 이슈가 되고 있는 미디어렐, 총량제 등 방송광고시장 관련 논의 및 정책에 대해 전반적으로 짚어보는 시간을 가졌다.

제 3주제에서는 삼성전자의 한광섭 상무가 'SNS 시대의 기업 브랜드 구축 전략'이라는 주제를 통해 기업 커뮤니케이션으로서의 SNS에 대해 소개하고 이를 통한 위기 대응 전략, 기업 브랜드 관리 등 SNS의 효율적인 활용 방안에 대해 제시하였다.



특별 세미나에서 인사말을 전하는 임호균 한국광고주협회 사무총장



특별 세미나 사회를 맡은 홍헌표 한국광고주협회 조사본부장



제1주제 발표를 해준 이양훈 밀워드브라운 미디어리서치 팀장



제2주제 발표를 해준 박현수 단국대 교수



제3주제 발표를 해준 한광섭 삼성전자 상무

