

이 자료는 미국광고주협회 (ASSOCIATION OF NATIONAL ADVERTISERS)에서 발행된 Evaluating Agency Performance에서 발췌, 정리한 것이다

대행사평가지표

광고회사는 인력이나 운용에 있어서 활발히살아움직이는조직이다. 이러한 광고회사로 하여금 현재와 미래에 있어최대의성과를 이끌어낼수 있도록하는것이 대행사에대한체계적인평가의목적이다. 체계적인평가를함으로써①대행사로부터가능한최대의서비스를받고있는가②대행사의업무처리방식이나최고의서비스를위해그들이원하는것을 이해하고있는가③대행사와의발전적관계를위해서로제안할수있는사항이나함께시도해볼만한일들이있는가④대행사와의관계에있어서중요한요소는무엇이며,어떤요소에더비중을두어야하는가⑤광고관련업무의성과평가기준은어떻게세워야하는가등에대한해답을구할수있을것이다.

평가절차의 가치 향상을 위해서 다음과 같은 체크포인트(Some Checkpoints for Evaluations)가 있다. 첫째, 광고회사의 서비스 중 중요한 요소가 평가의 주요 대상이 된다. 이를 위해 주관적이고, 크리에이티브한 분야로부터 기계적인 분야를 구분해내는 것이 매우 중요하다. 둘째, 평가 실시 빈도를 확인하고 셋째, 평가 주체는 광고회사의 업무 수행 성과를 판단할 수 있는 위치의 모든 광고주이어야 한다. 넷째, 결과를 공유해야 한다. 광고주 뿐만 아니라 광고회사 서로가 상당히 솔직하고 세부적인 토론을 할 수 있는 기회를 만들어야 한다. 마지막으로 이런 토론을 통해서 서로의 기대치에 대한 합의가 이끌어냄으로써 대행사의 노력과 효율성을 높인다는 목적을 달성할 수 있다.

아래포드사(Ford Motor Company)의 광고회사 평가리스트를 참고로 각자의 대행사를 체크해 보자.

광고회사 평가리스트

아래의 항목들은 언제나 ; 자주 ; 가끔 ; 어쩌다 한번 ; 전혀 ' 등 총 5개의 레벨로 분류되어 평가된다.

1. 광고주 관리 및 서비스 분야

- ① 대행사의 인사관리팀이 광고주의 프로모션을 이해하고 있어 AE가 발전적으로 업무를 수행

- 하게끔 지원한다
② 광고주보다 먼저 필요한 것을 제시한다
③ 방향을 잘 잡는다
④ 대행사가 광고주 조직 체계나 요구에 맞게 신속히 변화에 적응한다
⑤ 대행사는 광고예산의 운용에 대해 합리적인 제안을 한다
⑥ 단순한 크리에이티브보다는 전체 마케팅 조연자의 역할을 수행한다
⑦ 새로운 프로그램의 개발에 효과적으로 기여한다
⑧ 광고주의 요구에 대해 시대 흐름에 맞는 해답을 제시한다
⑨ 광고주를 위해서 안과 여러 가지 대안을 제시한다
⑩ 일관된 관점을 가지고 자신들의 제안을 판매한다

▶ 광고주 관리 및 서비스 ' 분야에 대한 전반적 평가

매우 만족 () 만족 () 보통 ()
불만족 () 매우 불만족 ()

2. 크리에이티브 분야

- ① 대행사는 근본적인 접근을 통해 참신한 아이디어를 만들어낸다
② 광고물이나 계획에 대해 현 상황, 전략, 목적을 명확히 밝힌다
③ 광고주의 상품, 마켓 그리고 전략에 대해 깊이 연구하며, 잘 알고 있다
④ 적절하고 현실적인 전략을 개발하는데 있어 대행사가 효과적인 역할을 한다
⑤ 전략에 기반한 명확한 계획안과 주 계획 외의 대안도 제시한다
⑥ 광고 커뮤니케이션을 확실히 이해하고, 그 이해를 바탕으로 적절한 시기에 캠페인 및 광고를 개발한다
⑦ 크리에이티브를 포함한 제작비에 대해 경영마인드를 가지고 운용한다 (제작비가 평소와 달리 지나치게 높을 때 제작비를 절감할 수 있도록 스토리보드, 레이아웃 상에서 비용 상승 요인들을 찾아내는 방법을 갖고 있다)

- ⑧ 대행사의프리젠테이션이충분한시안을바탕으로잘만들어져있다
- ⑨ 광고주의요구가없이도좋은기회라고생각되면언제든지아이디어와시안을제시한다
- ⑩ 메시지전달이효율적으로이루어지고바로피드백된다

▶ 크리에이티브 ' 분야에 대한 전반적인 평가

매우 만족 () 만족 () 보통 ()
불만족 () 매우 불만족 ()

3. 미디어 서비스 분야

- ① 매체팀이활용가능한한모든매체의발굴에적극적이다
- ② 광고주시장,고객,상품및목적을잘알고있다
- ③ 매체현황에대해최신정보를지속적으로제공한다
- ④ 미디어믹스를잘활용한다
- ⑤ 매체 활용과 선택에 기본이 되는 관련 조사를 시행한다
- ⑥ 경쟁사의매체운용에대한분석보고서를정기적으로제공한다
- ⑦ 대행사는미디어리서치에적극적이며,리서치정보를꾸준히제공할수있는관련담당부서가있다
- ⑧ 대행사의매체집행행정절차가계약,전체매체집행스케줄,가능한매체에대한실증등전반적인조화를통해적절히이루어진다
- ⑨ 대행사가좋은광고시간확보를위한협상을효과적으로수행한다
- ⑩ 대행사는매체별차이없이주요매체들을똑같이잘다룬다

▶ 미디어 서비스 ' 분야에 대한 전반적인 평가

매우 만족 () 만족 () 보통 ()
불만족 () 매우 불만족 ()

4. 리서치 서비스 분야

- ① 대행사는어느선까지어떤조사를진행할것인가에대해명확한정의를내리고실행한다
- ② 리서치의목적,방법,결과분석및결론등을포함한전반적인대행사의리서치프로그램에대해광고주와충분한협의를거친다
- ③ 리서치결과를기본전략수립및캠페인개발,제작에활용한다
- ④ 광고캠페인개발과정에서충분하고적절한시험테스트를실시한다
- ⑤ 리서치를 광고 효과 측정을 위한 기본 도구로

활용한다

- ⑥ 광고주에게복합적인조사에대한평가도제공한다

▶ 리서치 서비스 ' 분야에 대한 전반적인 평가

매우 만족 () 만족 () 보통 ()
불만족 () 매우 불만족 ()

5. 재무 및 행정 서비스 분야

- ① 대행사의빌링절차(Billing Procedure)가내부재무,회계운용체계를잘반영하고있다
- ② 광고주의감사자료요구에제공할수있는적절하고충분한서류작업을지속적으로하고있다
- ③ 가능할 때 3개 정도의 외주업체로부터 비딩(bidding)을받을수있다

▶ 재무, 행정 서비스 ' 분야에 대한 전반적인 평가

매우 만족 () 만족 () 보통 ()
불만족 () 매우 불만족 ()

전 체 리 뷰 (Performance review summary)

1. 현대행사의강점과약점은무엇인가?
2. 작년한해대행사와의관계에있어서주요문제점들은무엇이였는가?
3. 대행사문제를위해광고주측에서기여할수있는점은무엇인가?
4. 작년한해대행사의주요성과는무엇인가?

정리 · 성운호