

올 상반기 가장 많이 노출된 광고는 ‘DB손해보험’



7월 18일 미디어 데이터 집계기관 TNMS가 2018년 1월부터 6월까지 상반기 동안 지상파, 종편, PP 채널과 라디오, 신문, 잡지, 인터넷 배너광고 등을 통해 집행된 브랜드별 광고빈도수를 집계한 결과, 2018년 상반기 동안 소비자에게 가장 많이 노출된 광고 브랜드는 ‘DB손해보험 다이렉트 자동차보험’으로 총 52,208회 광고가 노출된 것으로 집계되었다. 그 다음은 ‘KB손해보험’(48,887회), ‘OK저축은행’(41,168회), ‘코카콜라’(37,512회), ‘KT 기업 PR 광고’(31,892회)가 소비자에게 노출됐다. 작년 상반기에는 1위가 ‘OK저축은행’, 여행알선 앱 ‘트리바고’가 그 다음이었다.

광고 횟수가 많더라도 매체별로 광고를 집행하는 것은 브랜드마다 달랐다. 2018년 상반기 광고노출빈도 순위 TOP 5위 중 1위를 차지한 ‘DB손해보험 다이렉트 자동차보험’과 3위 ‘OK저축은행’은 지상파에 광고를 한 번도 하지 않았던 것으로 조사됐다. ‘DB손해보험 다이렉트 자동차보험’은 지상파 대신 PP 채널과 라디오에만 집중 광고를

하였고 ‘OK저축은행’은 지상파 대신 종편과 PP 채널에 광고를 집중하였다.

하지만 같은 손해보험 업종이지만 2위 ‘KB손해보험’은 지상파, 종편, PP 채널에 골고루 광고를 했을 뿐 아니라 라디오, 신문, 잡지, 인터넷에 모든 매체에 광고를 모두 집행하고 있어 1위 ‘DB손해보험 다이렉트 자동차보험’과 다른 광고전략을 보였다. 또 4위 ‘코카콜라’는 라디오, 신문, 잡지에는 한 번도 광고를 하지 않고 모두 TV에만 광고를 집행한 특색을 가지고 있었다. 하지만 5위 ‘KT 기업 PR 광고’는 지상파, 종편, PP, 라디오, 신문, 잡지 모든 매체에 골고루 광고를 하고 있었다.

TNMS 미디어 데이터가 발표하는 광고집행 횟수는 지상파 6개 채널, 종편 4개, PP 53개, 라디오 16개, 신문 78개, 잡지 90개, 그리고 인터넷 배너광고 플랫폼 및 사이트를 포함 전체 255개사 미디어를 통해 집계했다. **KAA**

이순임 lee.soonim@gmail.com