

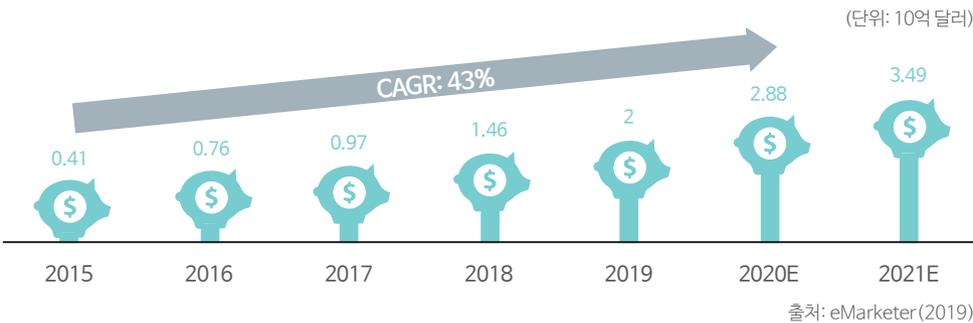
어드레서블 TV(Addressable TV)를 둘러싼 찬반 논란

어드레서블 TV의 개념 및 주요 현황

어드레서블 TV란?

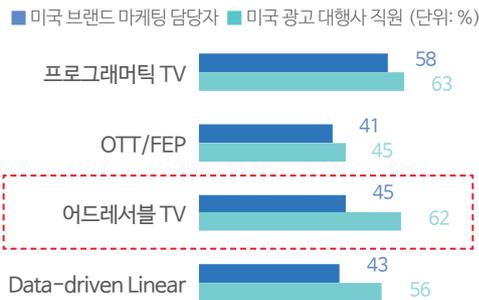
- TV 방송을 시청하는 가구의 특성과 관심사에 맞는 광고를 타겟팅해 송출하는 방송 광고 기법

미국 어드레서블 TV 시장 규모 및 전망

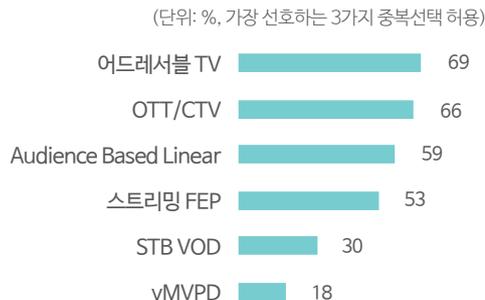


미국 마케팅 전문가대상 어드레서블 TV 설문조사

Q 다음 중 지난해 당신의 기업에서 중점 투자한 마케팅 영역은? (n=100)



Q 다음 중 TV 캠페인 도달률 확대 시 가장 선호하는 광고 유형은?



▶ 불필요한 TV 광고 집행 최소화

- 영국 방송사 Sky의 연구에 따르면, 어드레서블 TV가 광고를 건너뛰기 위해 채널을 돌리는 행위를 기존보다 48%가량 감소시킨다는 분석
- 광고주는 불필요한 TV 광고 집행을 최소화하고 시청자는 광고 피로도도 낮출 수 있을 것으로 기대

▶ TV 광고로도 '퍼포먼스 마케팅' 구현

- 어드레서블 TV는 기존 TV 광고의 주된 목적인 브랜드 인지도 강화와 함께, 실제 구매 전환 효과를 확인할 수 있는 "퍼포먼스 마케팅"까지도 가능케 함



찬성

업계 의견



반대

▶ 대형 광고주에게는 혼란을 가중

- 광고주 입장에서 어드레서블 TV가 오디언스를 세밀하게 타겟팅한다는 것은 바꿔 말해, 오디언스를 지나치게 파편화하는 것과 같다는 주장도 제기됨

▶ 개인정보 이슈와 광고 사기

- 어드레서블 TV는 시청자의 개인 정보를 기반으로 실행되기 때문에 개인정보 보호 이슈나 '광고 사기(Ad Fraud)*' 문제도 존재, 광고비가 비싼 TV 광고에서 더욱 기승을 부릴 가능성도

* 정상적인 오디언스 유입으로 인한 광고 요청이 아닌, 컴퓨터 또는 인위적 행위를 통해 광고 요청을 발생 시켜 부정 수익을 창출하는 사기 수법