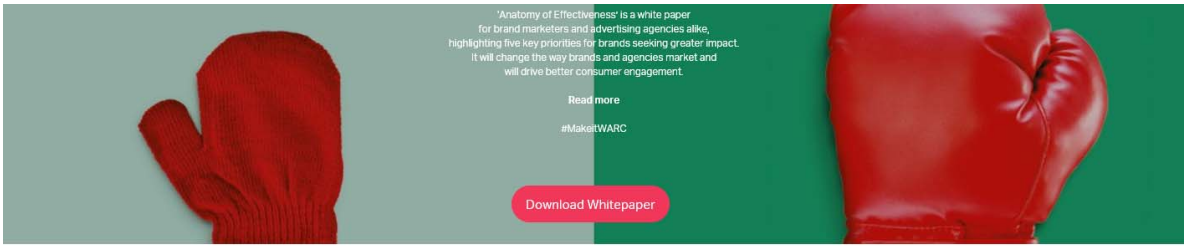
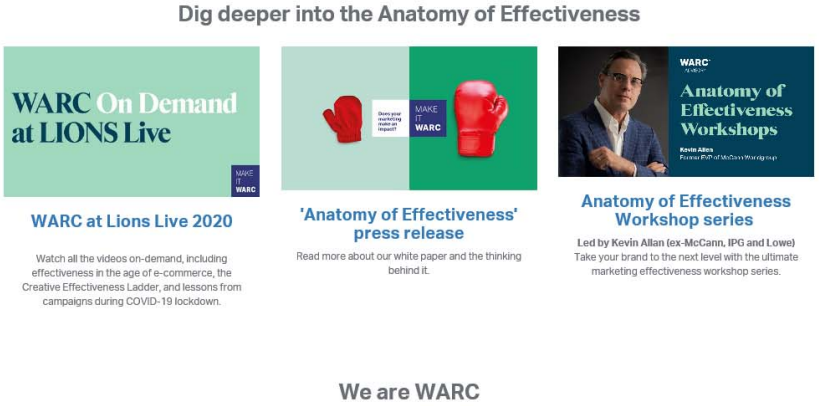
광고PR실학연구, 2020, 13(3), pp.116～119

서평

WARC(와크). 보이지 않는(nowhere) 미래에 대응하는 'Know–where'

김운한 | 선문대학교
미디어커뮤니케이션학과
교수





WARC 홈페이지 이미지(https://makeit.warc.com/home)

---

* 김운한은 선문대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수다. 광고 크리에이티브, 브랜디드 콘텐츠에 관심이 많다. '브랜디드 콘텐츠' 등 다수의 저서와 논문을 발표했다. (hanisugi@empal.com)

한치 앞을 내다보기 어려운 마케팅 시장 환경, 막막한 이들을 안내해줄 자료 하나 소개한다. WARC(와크)라는 마케팅 자료다. WARC는 World Advertising Research Center의 약자. 글로벌 광고 업체 평가기관인 WARC가 제공하는 광고 마케팅 자료 구독 서비스로 이해하면 된다. 잘 알려진 'Advertising Age'가 최신 광고 트렌드를 알리는 정도라면, WARC는 광고를 포함한 마케팅, 미디어 전반에 관한 신뢰도 높은 데이터를 담고 있다.

WARC를 알고 사용하는 사람이 이미 많을 텐데, 부끄럽지만 필자는 이름 정도만 기억하는 문외한이었다. 어쩌다 매체에 기고하거나 논문을 쓰면서 간혹 간접적으로 만났지만, 넘쳐나는, 그렇고 그런 자료(source) 중 하나겠지 했다. 간접적이란 이미 타 매체에서 이차자료로 인용한 것을 재인용, 재재인용한 경우를 뜻한다. 어쨌든, 나처럼 밑천이 박약한 사람은 잘 모르겠지만, 치열한 업계 현장에서는 이미 든든한 무기로 활용하는 이들이 많은 걸 이번에 알게 됐다.

이 글은 WARC의 국내 공식 파트너인 'MAK (Media Audit Korea)'의 황덕현 대표가 건네준 자료를 참고했다. 오랜 지인인 그와 업계 얘기를 하다 정말 우연히 MAK가 국내 파트너사인 줄 알게 됐다. 글을 쓰다 보니 '홍보' 목적이 깨알같이 배였다는 감을 지울 수 없다. 독자 여러분들의 해량을 바란다. 이곳 '서평'란에서 일상 다루던 책은 아니지만, 양서처럼 누군가에게 정보가 될 수 있기를 바라는 마음이 크다.

WARC의 정체부터 알아본다. WARC는 세계 50곳 이상의 평판이 좋은 마케팅 조직, 업계 단체, 전문가로 구성된 글로벌 네트워크의 최신 연구 및 인사이트 자료다. 공식적인 홍보 글이라서 그런지 표현이 딱딱하고 진부한 느낌이다. 이건 어떤가. 전 세계적으로 1,200개 이상의 고객사, 그리고 100개국에서 75,000명 이상의 사용자가 WARC를 이용한다는 사실- 팩트를 알고 홍보 글을 다시 보니, 자신들의 규모감을 알리고 싶은 마음을 알 수 있을 듯하다.

WARC는 방대한 자료를 갖추었음에도 활용성이 돋보인다. 모든 WARC 자료들은 해당 내용에 대한 요약이 포함되어 있어, 빠른 시간 내에 필요한 자료를 정확히 검색하여 찾을 수 있다. 자료가 궁할 때, 무슨 자료가 필요한지조차 막막할 때 빠르게 자료를 습득할 수 있다.

업계뿐 아니라 학계에서도 유용한 다양한 자료를 맞춤으로 제공받을 수 있다. 특히 관심 가는 대목이다. 사실 연구를 위해 최신 트렌드를 찾다보면 고급 자료는 거의 찾을 수 없는 게 현실이다. 현황을 제대로 알았더라면 연구 주제에 관한 인사이트를 얻었을 텐데.. 아쉬워했던 경험이 많았다.

특히 WARC의 큰 장점은 다양한 자료 접근성에 있다. 다양한 네트워크와 조사를 바탕으로 마케팅 업계 전반에 대한 최신의 다양한 현황 조사 자료를 제공받을 수 있다. Advertising Association, APG (Account Planning Group), Cannes Liones, dma (Data & Marketing Association), Effie worldwide,

ESOMAR, IPA (Institute of Practitioners in Advertising), Ebiquity, Deloitte, Kanter 등 50곳 이상의 최고의 마케팅 조직, 업계 단체, 전문가들로 구성된 글로벌 네트워크의 최신 연구 및 인사이트 자료를 조회할 수 있다. 단순 팩트나 단발적 자료에만 국한되지 않고, 사례 연구(Case Studies)도 제공한다. 이전에 훌륭한 효과를 발휘했던 사례와 효과가 있었던 이유를 설명하는 서비스 등도 상세하고 유용하다. 또한 세계 125개국 및 19개 산업군에 걸쳐 18,000개 이상의 효과적인 결과를 산출했던 자료들이 있다.

이러한 자료들을 바탕으로 최종적으로 가장 적확한 전략적 실행방안(Best Practice)을 제공한다. 이는 주요 전략적 과제에 대한 전문가 가이드로서, 해당 업종의 세계적인 실행방안 관련 자료들을 통해 해당 분야 선도자가 되는 방법을 제시한다.

WARC는 산업동향이나 트렌드 등 거시적인 자료 이외에도, 미디어, 창의성 등 하부 영역별로도 좋은 자료를 제공한다. 세부 항목별로 소개하면 다음과 같다. 이 자료는 WARC의 홈페이지 홍보 자료를 참고한 것이다.

WARC Rankings: 창의성, 미디어효과 증대 및 효율성 제고를 위해, 성공적인 크리에이티브 제작물과 우수한 광고효과 및 효율성을 보인 광고 집행 사례들을 제시한다.

WARC Data: Global 광고주들의 미디어 집행 결과들과 전망 자료들을 참고하여, 효과적인 광고비 증감 및 배분 방법 및 미디어 전략을 수립할 수 있다.

WARC Advisory: 귀사의 비즈니스 요구에 맞춘 전문가의 맞춤형 광고 집행 자문을 직접 받아볼 수 있다.

WARC News & Opinion: 광고 시장 변화와 향후 트렌드 예측, 동종업계 변화 등 최신 마케팅 및 광고 관련 소식을 접할 수 있다.

WARC Talks: WARC의 팀과 업계 최고의 전문가들로부터 해당 업계 트랜드 변화와 광고 전략을 Webinar, 정기 행사 등을 통해 경험할 수 있다.

WARC는 30년 이상의 경험을 바탕으로 한다. 어떤 마케팅 전략이 효과가 있었는지 참고자료(reference)가 풍부한 만큼 분석과 예측에서도 앞선 통찰력을 제공받을 수 있다. 전 세계 1,200개 이상의 고객들이 경험한 것처럼 한국 시장에서도 효과적인 마케팅 전략 수립에 도움을 얻을 수 있을 것이다. 또한 WARC는 마케터, 광고대행사 등을 대상으로 미디어믹스, 장단기 광고효과를 위한 광고전략 수립과 브랜드 인지도 제고를 위한 전략 수립, 효과 있는 광고 제작물 작성에 필요한 광범위하고 신뢰할 만한 자료들을 제공한다. 뿐만 아니라, 방송사 등 미디어업계, 광고/마케팅 관련협회 및 대학교 관련 학과에도 광범위하고 깊이 있는 광고 자료들을 제공해 한국 광고시장 발전에 도움을 줄 것으로 기대한다.

현대는 방대한 데이터 시대다. 그럼에도 사람들은 유효하고 신뢰할만한 데이터에 목말라 있다. 마치 주위에 물이 가득해도 마시지 못했던 그리스

신화의 '탄탈로스'처럼, 자료는 많으나 원하는 자료는 없다. Know-what, Know-how를 넘어 자료를 찾는 방법을 아는 'Know-where'이 중대하다는 말이 나온 것도 이런 맥락에서다. 하드웨어(hardware), 소프트웨어(software) 시대를 넘어 자료의 힘, 즉 'soft-where'란 말도 있음직하지 않은가. WARC의 단점은 적지 않은 연간 구독료. 개인보다는 기관이나 단체에서 이용하는 방법이 맞는 이유다. 이미 국내에서도 유료 회원으로 이용하는 대학도 있고-그야말로 앞선 대학이다- 계약 추진 중에 있는 대학도 있다고 한다. 혁명처럼 급변하는 시대, 예측하기 어려운 광고 마케팅 환경을 공부하고, 또 실전에서 대응해 가야하는 이들에게 WARC가 길을 알려주는 'Know-where' 역할을 해낼 것으로 예상한다. 필자가 속한 대학도 얼른 구독 성사되기를 바란다.