

홍보전략 기반 디지털 홍보물 매쉬업 프레임워크 설계

*김경원 **박종빈 ***정종진 ****임태범

전자부품연구원

*kwkim@keti.re.kr

Design of digital promotional material mashup framework
base on the promotions strategy

*Kyungwon Kim, **Jongbin Park, ***Jongjin Jung, ****Tae Beom Lim

Korea Electronics Technology Institute

요약

소규모 매장을 운영하고 있는 대다수의 소상공인들은 매장 홍보를 위해 전통적으로 사용되고 있던 오프라인 인쇄를 통한 전단지 등을 이용하고 있다. 최근에는 네이버 배너 광고, 디지털 사이니지 등을 이용한 온라인 홍보도 일부 이용하고 있으나, 온라인 홍보의 경우, 홍보 채널에 맞는 홍보물을 제작하기 위해 별도의 추가 비용이 발생하고 있으며, 홍보물 제작을 위한 비용부담으로 인하여 변화하는 상황에 최적화된 홍보물을 이용한 매장 홍보에 한계를 가지고 있다.

이에 본 논문은 소상공인이 매장 홍보를 위해 타겟 사용자 그룹군의 특성을 분석/제공하는 홍보전략을 반영하여 최적의 디지털 홍보물을 자동으로 제작하고, 가용 채널을 통해 홍보물을 쉽게 배포할 수 있는 디지털 홍보물 자동 제작 프레임워크를 제안한다. 본 논문에서 제시하는 프레임워크를 이용하여 소상공인의 매장 상황 변화 및 홍보의도에 최적화된 디지털 홍보물을 쉽게 제작할 수 있으며, 이를 통한 홍보 효과 증대 및 홍보 비용 절감에도 기여할 수 있을 것이다.

1. 서론

기존 소규모의 매장을 운영하고 있는 대다수의 소상공인들은 주된 홍보 수단으로 오프라인 인쇄를 통한 전단지 형태의 홍보물 등의 전통적인 방식을 주로 사용하고 있었다. 일부 추가적인 비용을 투자하여 네이버와 같은 포털 서비스를 이용한 배너 광고/검색 광고, 광고 영상물 제작을 통한 방송 광고 등이 온라인 광고도 일부 진행하고 있지만, 소상공인 직접 홍보물을 제작하기 어렵고, 전문 업체를 통한 홍보물 제작에는 추가적인 비용이 발생하게 된다. 또한, 전문 업체를 통한 홍보물 제작에는 매장에서 진행되는 이벤트, 매장 주 아이템, 점주의 홍보철학 등의 요소들이 홍보물 제작 시에만 반영이 가능하다. 홍보물이 제작된 후에 환경 및 상황 변화에 따라 홍보물에 반영되어야 하는 요소의 전체 또는 일부가 변경될 경우, 이러한 요소를 반영하기 위해서는 새로운 홍보물을 다시 제작해야 하는 문제점이 있었다.

이에, 본 논문에서는 이러한 문제를 해결하기 위해 홍보물에 반영되어야 하는 다양한 종류의 요소들과 분석을 통해 도출된 홍보 전략을 반영하여 소상공인 쉽게 홍보 상황에 최적화된 홍보물을 자동제작 할 수 있는 홍보전략 기반 디지털 홍보물 자동제작 프레임워크를 제안한다. 제안하는 프레임워크는 자동 제작된 홍보물을 홍보 대상 고객의 상황에 따라 최적의 홍보채널을 통해 배포하고, 배포된 홍보물에 대한 고객의 반응을 피드백 받아 소상공인에게 하여 제공하여 홍보 효과를 검증할 수 있다. 또한, 고객 피드백을 홍보 전략에 추가 반영하여 홍보 전략을 보정하여 홍보 효과를 증대시킬 수 있다.

2. 디지털 홍보물 매쉬업 프레임워크 구성

본 논문에서 제안하는 프레임워크에서는 홍보 효과를 증대시키기 위해 홍보물 제작 시에 고객에 대한 정보를 분석하여 도출된 홍보 전략을 반영한다. 본 논문에서 적용하는 홍보 전략은 계 두 부분으로 구성된다. 특정 소상공인의 홍보 대상 고객의 공통 특성을 가지는 그룹군(Persona)을 정의하는 요소와 해당 그룹군의 선호 정보로 구성된다. 페르소나를 정의하는 요소들은 홍보 대상 고객의 특성을 정의할 수 있는 요소들로 구성될 수 있으며, 홍보를 위한 타겟 고객의 특성으로 성별, 연령, 지역, 직업군, 등으로 구성할 수 있다. 페르소나를 결정하는 팩터들의 특성에 따라 페르소나들이 구분되면, 각 페르소나별로 선호 키워드 리스트가 구성된다. 페르소나별 선호 키워드 리스트는 홍보전략 분석에 사용되는 데이터에 따라 다르게 구성될 수 있다.

디지털 홍보물 매쉬업 프레임워크는 맞춤형 홍보물 구성을 위해 리소스를 등록하고 등록된 리소스와 태깅 정보를 저장하는 리소스 Repository, 리소스를 이용하여 고객 맞춤형 다차원 매쉬업 홍보물을 자동 제작하는 다차원 홍보물 제작 모듈, 홍보물 배포 시스템과 연계를 위한 홍보물 제공 모듈로 구성된다. 디지털 홍보물 매쉬업 프레임워크의 전체적인 구성은 그림 1과 같다.

● 홍보물 구성 리소스 Repository

홍보물 구성 리소스 Repository는 고객 맞춤형 홍보물 구성에 사용가능한 리소스들을 저장하고, 홍보물 구성을 위한 매칭을 위한 메타

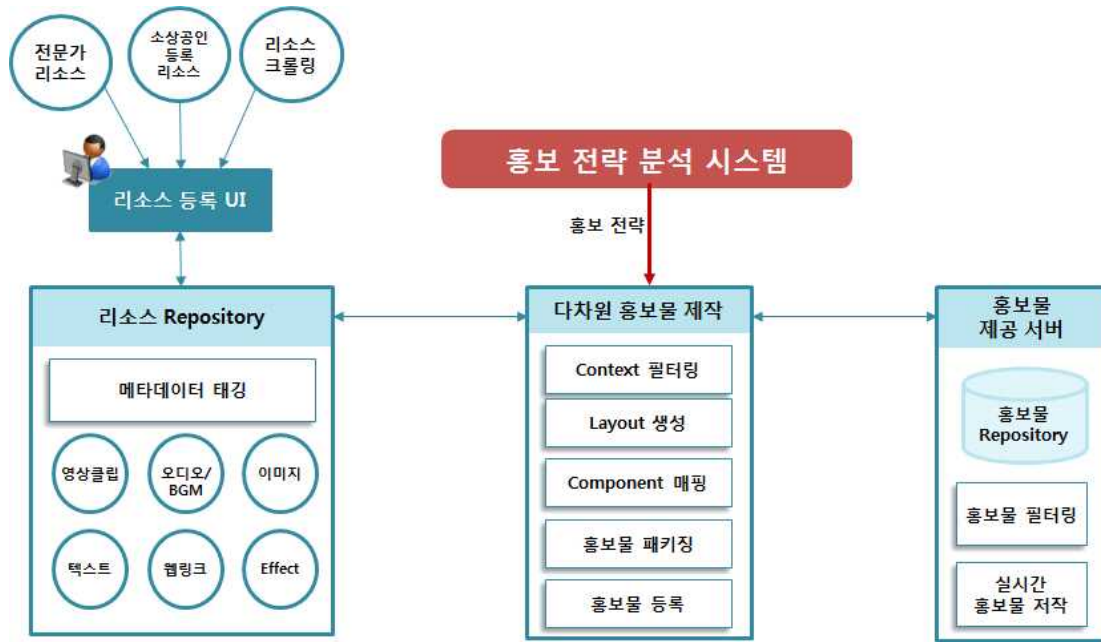


그림 1. 홍보전략 기반 디지털 홍보물 제작 프레임워크 구성

데이터 태깅하는 역할을 수행한다.

리소스는 동영상(영상클립), 오디오(BGM), 이미지, 텍스트, 웹링크, Effect 등이 가능하며, 이러한 리소스들은 홍보를 원하는 소상공에 의해 등록이 될 수 있다. 하지만, 소상공인이 직접 제공하는 리소스들은 비전문가에 의해 생성된 리소스로서, 리소스 자체의 퀄리티가 떨어질 수 있다. 이를 보강하기 위해 전문가가 제공하는 리소스를 등록할 수 있는 UI를 제공하고, 추후 전문가에 의해 제작된 상용 콘텐츠 리소스와의 연동도 추진할 수 있다. 추가적인 방법으로 웹 등에서 구할 수 있는 다양한 종류의 리소스를 크롤링 하는 방법이 있으나, 이 방법은 크롤링 된 리소스에 대한 저작권 문제를 선결해야 한다.

다양한 방법에 통해 등록된 리소스들은 리소스 검색 및 홍보물 구성을 위한 매칭에 사용하기 위한 메타데이터 태깅 과정을 거치게 된다. 태깅되는 정보는 홍보전략에서 제공하는 페르소나를 구분 짓는 요소들(연령대, 성별, 위치, 직업군, 등)에 의해 추출되는 키워드의 리스트로 구성된다. 메타데이터 태깅 모듈은 카테고리별로 그룹핑되는 키워드 테이블을 이용하여 등록된 리소스에 메타데이터를 추가하여 Repository에 등록한다.

● 다차원 홍보물 제작(메쉬업) 모듈

다차원 홍보물 제작 모듈은 홍보 전략 분석 시스템으로부터 제공되는 홍보 전략과 홍보물 배포 시스템에서 요청되는 홍보 대상 고객 정보를 이용하여 최적화된 홍보물을 제작하는 역할을 수행한다.

홍보물 제작 모듈을 구성하는 서버 모듈과 기능은 다음과 같다.

- Context 필터링

홍보 전략 제공 시스템과 홍보물 배포 시스템에서 제공되는 홍보물 제작을 위한 정보들은 Context 리스트 형태로 제공되게 되는데, 이 정보들 중에 필요한 정보들만 필터링하는 기능을 제공한다.

홍보물 배포 시스템에서 홍보 대상 고객에 대한 홍보물 요청 시에 정보들은 홍보 대상 고객의 기본 정보(성명, 연령대, 현재 위치, 등)의

정보와 홍보 채널/매체(사용기기) 정보가 제공된다. 두 시스템으로부터 제공되는 정보를 필터링하여 홍보물 구성을 위해 필요한 정보들만을 필터링한다.

- Layout 생성

필터링된 정보들을 이용하여 고객 맞춤형 홍보물의 Layout을 생성한다. 홍보물 Layout을 결정짓는 요소들은 다양하게 적용이 가능하다. 가장 기본적으로 홍보 대상 고객이 홍보물을 이용하기 위한 기기 정보에 의해 대부분의 홍보물 기본적인 Layout 크기가 결정된다. 그 후, 페르소나와 홍보 대상 고객 정보를 이용하여 세부 Layout 구성이 결정된다.

- Component 매핑

Layout이 결정되는 페르소나와 홍보 대상 고객 정보를 이용하여 도출된 키워드 리스트를 이용하여 홍보물 리소스 Repository의 각 리소스에 태깅되어 있는 메타데이터와 유사도 매칭을 통해 홍보 대상 고객을 위한 홍보물에 사용될 리소스들을 결정한다. 결정된 리소스들은 이미 생성된 Layout의 각 Component 부분에 매핑되게 된다.

- 홍보물 패키징

Layout과 각 영역에 배치될 리소스가 매핑되어 제작된 홍보물을 배포가 가능한 형태로 패키징한다. 패키징하는 방법은 생성된 홍보물 타입에 따라 이미지, 동영상과 이미지가 혼합된 복합 미디어 형태, 등 다양한 형태로 패키징될 수 있으며, HTML5 기반의 Web 홍보물 형태로 패키징도 가능하다.

- 홍보물 등록

패키징이 완료된 맞춤형 홍보물은 홍보물 배포 시스템으로 제공되기 위해 홍보물 제공 서버에 등록한다. 동영상 홍보물의 경우에는 스트리밍을 위해 스트림 서비스 URL 등 홍보물 접근 방법을 제공한다.

3. 디지털 홍보물 제작 시스템 시뮬레이터

디지털 홍보물 매쉬업 프레임워크는 마케팅 데이터를 분석하여 도출된 홍보 전략과 홍보물 배포 시스템을 통해 전달되는 홍보 대상 고객 정보, 매체/채널 특성 정보, 홍보 환경 정보 등의 정보에 따라 자동으로 다차원 홍보물을 조합하게 된다. 다차원 홍보물 매쉬업 엔진을 테스트 하기 위해 홍보 전략을 구성하는 요소를 임의로 변경할 수 있고, 변경된 요소에 따라 다채널 홍보물을 제작할 수 있는 다차원 홍보물 매쉬업 시뮬레이터를 구현하였다.

다차원 홍보물 매쉬업 시뮬레이터는 홍보 전략의 페르소나 구성 요소에 따라 각 페르소나별 선호 키워드 리스트를 보여주고, 홍보 대상 점포를 선택하면 PC(포탈 배너광고), 디지털 사이너지, 모바일 용 홍보물을 자동 매쉬업하여 출력하도록 구성하였다.

그림 2는 페르소나와 페르소나를 정의하는 요소를 선택할 수 있는 시뮬레이터 선택화면이다.

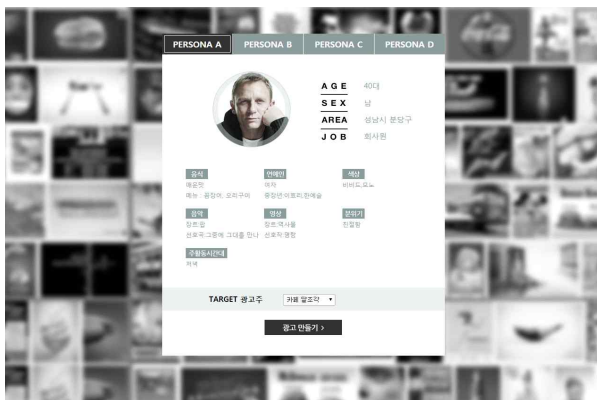


그림 2. 다차원 홍보물 매쉬업 시뮬레이터(선택화면)

그림 3은 시뮬레이터에서 해당 Persona 및 구성 팩터를 선택하여 다차원 홍보물을 매쉬업한 결과이다. 결과는 PC(포탈 배너광고), 디지털 사이너지 용 홍보물을 보여준다.



그림 3. 다차원 매쉬업을 통해 제작된 홍보물(PC/사이너지)

4. 결론 및 향후 연구과제

본 논문에서는 소규모 매장을 운영하는 영세 규모의 소상공인들이 홍보 효과를 극대화하기 위해 홍보 대상 고객에 대한 정보를 분석하여 도출된 홍보 전략을 반영하여 디지털 홍보물을 제작하고, 배포할 수 있는 홍보 전략 기반 디지털 홍보물 제작 프레임워크를 제안하고, 이를 검증하기 위해 다차원 홍보물 매쉬업 시뮬레이터를 통하여 다양한 형태의 홍보물을 제작하였다. 이를 통해 영세 소상공인들에게 다양한 형태의 홍보 방법을 제공할 수 있으며, 소상공인 홍보 효과 극대화를 통해 매출 향상에도 기여할 수 있을 것으로 생각된다.

본 논문에서 제안한 디지털 홍보물 제작 프레임워크는 각 모듈별로 별도의 시스템으로 구성이 가능하도록 설계되었으며, 홍보 전략 분석 방법, 홍보물 구성을 위한 리소스 Repository, 홍보물 배포를 위한 배포 시스템의 조합을 통해 전체 시스템의 성능과 규모를 결정이 가능하다. 향후 연구과제로 최적의 홍보 전략 도출 방법, 효율적인 홍보물 배포 시스템에 대한 연구가 계속 이루어져야 할 것이다.

ACKNOWLEDGMENT

※ 본 연구는 미래창조과학부 및 정보통신기술진흥센터(IITP)의 SW 컴퓨팅산업원천기술개발사업의 일환으로 수행하였음. [과제번호 (B0101-15-0559), 디지털 소상공인 지원을 위한 지역 비즈니스 전략 분석 및 맞춤형 영상홍보 창작 SW 플랫폼 개발]

참 고 문 헌

- [1] Hyun Hahm, "A Study on the Communication Methods of Designing On-Air Promotion System", International Journal of Multimedia and Ubiquitous, Vol.8 No.6, 2013.
- [2] 윤태일, "정보기술 시대에도 광고는 살아남을 수 있을 것인가?", 광고PR실학연구, Vol. 1 No.2, 32-46, 2008.
- [3] 박현수, 광고매체기획론, 한경사, 서울, 2013.