[이통서비스] 전방위로 확장되는 모바일 광고 서비스

모바일 광고는 국내에서는 이미 SMS를 통해서 광범위하게 행하여지고 있고, 스팸SMS 등에 의해 이미 그 폐해를 걱정하는 단계에 이르고 있다.

하지만, 정작 모바일 광고의 실질적인 기술적인 기능규격제정이나 이를 통한 모바일 광고 시장의 효율성 고려 및 성장성 제고 등의 기술적 접근에 소홀했던 것은 사실이다.

OMA에서는 Vodafone, Cingular 등 해외의 이동통신사와 삼성, Nokia 등 단말사, 그리고 Qualcomm, Comverse 등의 솔루션사들이 모여 모바일 광고에 대한 새로운 기능정의와 규격제정에 박차를 가하고 있다.

본 고는 최근 3월 독일 뒤셀도르프에서 개최되었던 OMA MobAd 워킹그룹의 Interim 회의 기간 동안에 논의되었던 기술적 쟁점사항에 대해서 살펴보고자 한다.

모바일 광고 서비스의 범위

기존에 모바일 광고라 함은 다량으로 발송되어 스팸처리 되는 SMS광고가 가장 많이 사용되었던 방법이다.

OMA에서 논의되고 있는 모바일 광고의 범위는 단순히 메시지를 통해 전송되는 광고뿐 아니라 다양한 미디어 경로 (모바일 TV, 메신저, 게임 등)를 통하여 광고 콘텐츠를 전송하고, 전송하기 이전에 광고를 선택하는 기술, 단말에 광고 콘텐츠를 다운로드하고 단말에서 적합한 광고를 선별하는 기술 등 서버-단말을 망라하고 다양한 미디어를 이용하는 광범위한 기술에 대한 기능규격이 제정되고 있다.

모바일 광고 서비스의 기술요구사항 규격 정의

모바일 광고 서비스를 위한 OMA MobAd의 기술요구사항규격에서는 3가지의 주제를 중심으로 정리하고 있다.

- 광고의 개인화(Personalisation of the advertisements)
- 광고의 상호작용성(Interactivity of advertisements)
- 광고 결과 측정을 위한 기술(Technology to facilitate advertising metrics)

위 주제를 위해 11개 유스케이스를 정의하고 있다.

1. 일반적인 Ad 엔진 유스케이스
2. 서비스 제공자의 광고 선택
3. 포인트-포인트 광고서비스에서의 광고선택
4. 광고서비스에서 사용자그룹 선택
5. 콘텐츠 스캐닝을 이용한 광고의 개인화
6. 포인트-포인트 비디오 서비스에서 광고의 개인화
7. 광고관련 메타데이터를 내재하고 있는 애플리케이션 콘텐츠

8. 개인화 광고의 방송형 전달
9. 콘텐츠 정보를 이용한 광고수신의 사용자 선택
10. 상호작용형 광고
11. 광고 매트릭스의 기록 및 수집

유스케이스를 통해 고수준 요구사항을 정리하였으며 일반사항, 개인화와 콘텍스트, 매트릭스, 광고전달, 스캐닝, 과금, 관리 및 설정, 사용성, 상호작용, 개인정보 등 11개 분야에 119개의 요구상을 정의하고 있다.

모바일 광고의 예상구조

현재 OMA의 모바일 광고 서비스는 상세한 구조를 정의하는 단계까지는 진행하지 않았으나 대체적으로 모바일 광고를 제공하는 MobAd entity on network, MobAd entity on device와 광고를 실제적으로 요청하는 Service Provider Application, 광고를 실제적으로 사용자들에게 보여주는 Ad Application 등의 4개 엔티티로 구성될 것으로 보인다.

이외에 단말에 광고관련기능을 통합적으로 구현하는 Ad Engine 개념과 서버 측에서 광고의 선택기능을 제공할 Ad-Selector, 광고의 효과 등을 측정하는 Ad-Metrics Collector 등의 내부 모듈들이 정의될 것으로 예상된다.

결론

광고시장은 모바일 서비스와 별개의 시장으로 보더라도 그 규모가 동등할 정도의 시장이 형성되어 있다. 이 시장을 모바일 기술을 통해서 확장하는 방법은 매출이 정체되고 있는 이동통신시장에서의 측면에서 매우 중요한 분야이다.

국내에서는 아직 이 분야에 대한 기술규격이 정의되고 있지 않으나 OMA에서 국내 업체들의 활동을 바탕으로 국내의 기술사항을 정리하여 국내 표준화하고 이를 OMA 등의 국제표준에 제안해 나가는 작업을 주도적으로 행하여야 한다.

이를 통해 Emerging 분야의 기술표준 경쟁에서의 경쟁력확보는 물론 국내외 신규 시장 창출의 기반이 확보될 것으로 확신한다.

한민규 (㈜와이즈그램 대표이사, OMA GS-WG Vice-chair, andy.han@wisegram.com)