

당신의 '웹 발자국' 추적 당하고 있다

무심코 한 검색, 광고 타겟으로... 구글 DGN, 국내서 1천억 매출
다음·포털사 도입 걸음마 수준... 개인정보 자기결정권 침해 논란



직장인 김모(38)씨는 최근 한 웹 사이트에서 이상한 경험을 했다. 웹 페이지 오른쪽에 자신이 며칠 전 포털에서 검색한 패딩은 물론 그와 비슷한 상품들이 배너광고로 떠돌아다니고 있었다. 한씨는 신기하면서도 한동안 찔찔한 마음이 들었다. 내 개인정보가 노출되었다는 생각이 들었기 때문이다.

온라인에서 이렇듯 추적처럼 이용자의 속마음을 읽어내는 광고 기법을 '리타겟팅'(Retargeting)이라 부른다. 이용자가 온라인에서 오간 흔적인 '쿠키'를 분석해 맞춤형 광고를 보여주는 기법이다. 웹페이지 구성구석을 유심히 보지 않는 누리꾼들은 눈치 채지 못했을 테지만 이미 리타겟팅 광고는 국내에서도 성업 중이다.

◇ '죽집게' 리타겟팅 광고 각종... 프라이버시 문제, 발목 잡을 것"=구글, 페이스북, 크리에오 등 외국 기업들은 일찌감치 국내에서도 리타겟팅 광고 시장이 성장할 것으로 보고 여러 업체와 제휴를 맺고 앞다퉈 서비스를 내놓았다.

업계에 따르면 구글의 GDN(구글 디스플레이 네트워크)이 국내에서 거둔 매출액만 약 1000억 원에 달하는 것으로 추산된다.

현재 세계 온라인 광고시장을 주력파라하는 페이스북 역시 국내에서 '페이스북익스체인지'(FBX)라는 이름의 온라인 리타겟팅 광고사업을 하고 있다.

페이스북 뉴스피드 안에서 최근 방문한 웹사이트와 관련된 상품 광고를 봤다면 이 FBX가 적용된 것이다.

리타겟팅 광고가 차세대 마케팅 기법으로 주목받고 있지만 일각에선 개인정보 침해논란이 연재는 이 시장 자체를 뒤흔들수 있는 뇌관으로 작용할 수 있다고 우려한다. 누리꾼의 검색·방문 이력을 수익으로 연결한다는 점에서 프라이버시 침해 문제가 공론화기 때문이다. 그래서 마이크로소프트의 인터넷 익스플로러(IE)나 애플의 사파리 등 일부 글로벌 업체는 2011년부터 개인의

이력을 외부자가 가져가지 못하는 보안설정을 마련하기도 했다. <다음, 포털사 처음으로 도입했지만... "정부 가이드라인 질실" =국내 포털 업체들도 검색광고와 디스플레이광고 등 기존 광고 수익이 한계에 이르자 리타겟팅 광고를 도입하고 있지만 아직 걸음마 수준이다.

다음커뮤니케이션(현 다음카카오)은 올해 3월부터 80여개 매체와 제휴를 맺고 DDN(Daum display network)이라는 새로운 광고 플랫폼을 운영하고 있다. 타겟팅 기법으로 배너 형태의 광고를 노출, CPC(클릭당 과금 방식)에 기반한 광고 수익을 내는 사업인데 차세대 광고기법을 도입했다는 상징적 의미 외에 수익 성과는 두드러지지 않은 것으로 알려졌다.

네이버의 리타겟팅 광고는 선거 기간에 특정 지역의 IP(인터넷 주소) 정보를 기반으로 후보자의 정보를 누리꾼에게 제공하는 수준에 그치고 있다.

업계에서는 국내 사업자들이 유독 리타겟팅 광고시장에서 고전하는 배경으로 개인정보 이용에 대한 부정적인 시각과 아울러 부실한 법·제도, 정부의 가이드라인 부재 등을 꼽는다.

이들은 정부가 인터넷 사업자의 개인정보 수집에 대한 고지 및 거부권 부여 현황 등 '비식별 개인정보' 활용 전반에 대한 실태부터 해야 한다고 주장한다.

현행법상 '비식별 개인정보'를 활용한 타겟팅 광고를 규제할 근거가 없어서 사업자로서도 우물쭈물할 수밖에 없다는 논리다.

지난 14일 열린 미래창조과학부 국정감사에서 새정치민주연합 정호준 의원은 타겟팅 광고의 프라이버시 침해 가능성과 관련해 방송통신위원회에 가이드라인 마련을 촉구한 것도 같은 맥락이다.

업계 관계자는 "리타겟팅 광고는 새로운 모델이자 유용한 마케팅 기법"이라면서도 "정부의 가이드라인이 없다 보니 이 시장에 뛰어들고 싶어도 시도조차 못하고 있어 자칫 해외의 사업자에게 시장 자체를 내줄 수도 있다"고 말했다.

반면 한 포털업체 관계자는 "원래 우리나라는 온라인 광고시장의 변화가 해외에 비해 더딘 편"이라면서 "광고기법은 혁신을 거듭하지만 그렇다고 선불리 법제도를 정비했다가 오히려 시장 성장을 해칠 수 있다"고 했다.

/김대성기자 bigkim@연합뉴스

해외 직구족 '반값 가전' 살 기회

28일 '블랙프라이데이'·12월 1일 '사이버먼데이'
아마존·베스트바이 등서 온라인 쇼핑몰 할인행사

미국에는 삼성전자와 LG전자의 TV를 절반 가격에 구매할 기회가 있다. 28일(이하 현지시간 기준) 블랙프라이데이와 다음 달 1일 사이버먼데이가 바로 그때다. 블랙프라이데이는 베스트바이 등 오프라인 매장에서, 사이버먼데이는 아마존 등 온라인 쇼핑몰에서 진행되는 대대적인 할인행사이다.

이 기간에는 TV뿐만 아니라 스마트폰, 태블릿, 냉장고, 세탁기, 청소기 등 다양한 전자제품을 저렴한 가격에 판매한다.

그중에서도 TV에 대한 관심이 높은 편이다. TV는 남녀를 불문하고 관심이 많은 데다 평소와 비교하면 판매 가격에 눈에 띄게 낮은 탓이기 때문이다.

지난 8일 미국 대형 유통업체 시어스가 공개한 블랙프라이데이 판촉물을 보면 삼성전자의 55인치 풀HD TV 가격은 599.99달러(66만원)이다. 이 제품의 초기 가격은 1199.99달러(131만원)였으나, 가격이 꾸준히 낮아져 최근에는 798달러(87만원)에 파는 곳도 나타났다.

삼성전자가 마케팅 드라이브를 거는 커브드(곡면) TV도 소개됐다. 65인치 제품이 1999.99달러(219만원)로 현재 판매가(2500달러)보다 20% 저렴하다.

또 다른 유통업체인 샘스클럽은 LG전자의 60인치 풀HD TV를 648달러(71만원)에 판매할 예정이라고 밝혔다.

아마존과 베스트바이 등 가장 많은 고객이 몰리는 일부 온·오프라인 유통업체는 블랙프라이데이에 판매할 제품군을 아직 공개하지 않은 상태이다.



월산동 "근린주택" 매매

■ 광주광역시 남구 월산동 973-11
(월산동 운진각 4거리 운진각 모텔 뒷편)

■ 대지 128평 건물 208평
반지하-51평, 상가 및 사무실
1층-41평, 상가 및 사무실
2층-46평, 상가 및 사무실
3층-35평, 주택(방3 화2 거1)
4층-35평, 주택(방3 화2 거1)

■ 시세 및 감정가 - 7억2천만원

■ 일시불 매매가 - 6억2천만원

(용 3억5000만 가, 보 2억에 월 270만 가)

■ 엘리베이터, 주차장, 텃밭, 도시가스, 전체 올수리

■ 우리중개사 H.P 010-8589-5500



■ 29평 -12층
주거겸 사무실
양동 하천 방향, 원룸
화장실 주방 등 전체 올수리
시 세-1억원 정도
매매가-7500만원
(일시불 지불시 조정 가)

오피스텔 매매
수기동 제일 오피스텔

■ 77평형-20층
사무실 전용
창가코너, 최상층, 전망좋은
사무실 용도로 전체 올수리
룸 2개 사무실 1개
시 세-3억7000만원 정도
매매가-2억7000만원

문의 HP. 010-3180-8900

특수경매

- ▶ 배우면서 투자가능
- ▶ 주1회 3개월 완성
- ▶ 2~3명 개인지도
- ▶ 경매사 자격증 발급
- ▶ 교육비 등 1200만원

단, 상담후 본사 결정

쥬오천경매
H.010-3605-5000