

공공도서관의 마케팅전략

- D도서관 사례를 중심으로 -

이 우 정

동대문구정보화도서관 관장

seealso@naver.com

목차

- I. 도서관마케팅이란?
- II. 도서관마케팅의 4P
- III. 누구에게 마케팅 할 것인가? - 고객
- IV. 어떻게 마케팅 할 것인가? - 관계맺기
- V. D도서관의 마케팅 사례

I. 도서관마케팅이란?

- 마케팅을 도서관에 도입하기 위해서는 우선, 일상생활의 사고체계를 비즈니스 차원으로 전환시키는 능력이 요구된다. 다소 거부감이 있을 수 있지만 도서관도 엄연히 CEO와 종업원, 제공 가능한 상품과 서비스로 구성되어 있고 무엇보다 세금을 지불하는 고객이 있기 때문에 그 원리는 크게 다르지 않다고 생각한다. 다만 영리사업체는 자신의 이윤을 목적으로 하는 반면, 비영리사업체인 도서관은 남의 이익을 위해 운영하는 것이라고 할 수 있다. 따라서 도서관마케팅 전략입안에 충실하기 위해서는 도서관을 '사업체처럼 운영'할 수 있도록 열린 태도로 수용하여야 한다.
- 도서관마케팅은 '변화를 다루는 것'이며 변화 그 자체를 가장 정상적인 것으로 인식하는 태도에서부터 시작할 수 있다. 변화를 '정상적인 상태를 깨뜨리는 장애물'로 인식하는 사람이 많으면 많을수록 도서관조직의 변화는 더디고, 특히 도서관마케팅 도입에 장애가 된다.
- 도서관마케팅은 단순히 고객에게 상품을 파는 것이 아니라 고객과의 '관계 맺기'를 통해 '가치'를 판매하는 것이며, 도서관과 사서의 이미지를 변화시키는 실천도구이다.

II. 도서관마케팅의 4P

● Product

도서관이 보유하고 상품(Product)에는 유형의 상품(책, 웹콘텐츠, DVD 등)과 회원정책, 문화프로그램 등을 지역사회에 제공하는 무형의 상품(서비스)가 있다. 도서관이 자관의 상품에 대해 정확히 알고 있는 것이 중요하다. 도서관의 상품은 이용객이 그 가치를 모르고 있을 경우에는 전혀 가치가 없는 것이 된다. 마케팅의 하나의 목적은 도서관 상품의 특징에 대해 지역사회와의 사소통하는 것이 필요하며, 이러한 과정을 통해 이용객의 관심을 끌 수 있을 것이다.

상품	만들어진 것	사용되는 것	사기전에 평가가능 물질적 성격	비인격적
서비스	전달되는 것	경험되는 것	사기전에는 모름 미리 지불하고 요청	인격적

- 눈에 보이는 것 : 입구, 로비, 게시판, 도서관이 소장하고 있는 모든 자료
- 눈에 보이지 않는 것 : 경험, 이미지, 서비스, 도서관 이용 규정, 도서관법 등

• Place

도서관에 있어서 Place는 물리적 위치로만 제한되어 있지 않다. 도서관의 Place는 도서관의 물리적 건물의 정보자원, 도서관시스템, 네트워크, 인터넷 공간 등을 모두 포함한다. 한편, 고객이 책을 찾기 위해 얼마나 움직여야 하는지, 신간도서를 보기위해 얼마나 오래 기다려야 하는지 등을 의미한다. 최근에는 도서관의 주차공간 문제나 인터넷 사용시간 제한 등도 중요한 과제로 대두되고 있다. 다른 한편, 도서관이 지역사회의 어디에 위치하는가? 그곳은 접근하기 쉬운 곳인가? 에 대해서는 건축설계 단계에서부터 고려되어야 하는데 대부분의 공공도서관의 위치는 접근성이 좋지 않은 것으로 파악되고 있다. 따라서 도서관 건물 내부에서라도 새로운 서비스나 프로그램을 쉽게 이용할 수 있도록 적절하게 위치시켜야 할 것이다.

• Price

도서관에 있어서 Price는 일반비즈니스 마케팅과는 다르다. 도서관서비스는 직접적으로 가격이 지불되지 않고 세금과 기부금에 의해 자금이 조성된다. 도서관의 무료서비스는 가격을 가지고 있으며 세금정책에 의해 주민들이 도서관에 선불로 납부한 것으로 봐야 한다. 즉, 먼저 지불하고 후에 사용하게 되므로 이 과정에서 고객 불만이 불신으로 이어지는 경우가 생길 수 있다. 비록 도서관에서는 요금에 기반을 둔 서비스를 제공하지는 않지만 그것은 서비스를 개발하고 유지하는 비용으로 간주할 수 있다.

또한 상품과 서비스를 이용하는데 '시간'을 쓰는 것도 가격의 가치로 생각할 수 있다. 만약, 참고서가가 부담다면 이용객들은 기다리는데 시간을 쓰지 않을 것이다. 또한 신간도서를 보기위한 대출대의 줄이 너무 길면 책을 사는 것이 더 간단하다고 생각해서 도서관을 떠날지도 모른다. 이용자의 실제적인 비용뿐만 아니라 이용자의 시간을 절약할 수 있는 서비스를 제공해야 한다.

• Promotion

Promotion의 목적은 지역사회에 도서관과 관련된 모든 것을 알리는 것에 집중하여야 한다. 여기에는 개인적 접촉, 메일 보내기, 홈페이지는 물론 지역신문, 시민단체 등과 '관계 맺기'를 통해 자관의 존재를 알리고 후원세력을 확보하는 커뮤니케이션 정책이라고 할 수 있다. 만약 사서가 아무리 힘들게 도서를 정리하고 장비업무를 하여도 '고객들이 알지 못하는 업무는 업무가 아니다'라는 말을 기억하여야 할 것이다.

고객과 원활한 의사소통을 하기 위해서는 다음의 커뮤니케이션 기술을 익혀두고 꾸준히 개발해야 할 것이다.

- 1) 고객에게 다가가기/경청하기/친절하게 대하기

- 2) 사서의 이미지(전문성)를 부각시키기
 - 3) 도서관과 사서의 가치(존재이유)를 표현하기
 - 4) 사람을 조직하는 기술 : 강사섭외, 청중동원 및 자원활동가 조직관리 등
 - 5) 이벤트 등 문화행사 기획하고 실행하기
 - 6) 보도자료, 도서관 소식지, 공지사항, 게시판 답글 쓰기 등 글쓰기 전략
 - 7) 전화응대, 민원처리, 불만고객에게 감정적으로 대하지 않고 말하는 법
 - 8) 도서관 정책, 제도, 각종 규정, 조례 등을 이해하고 문서양식 전문가 되기
 - 9) 도서관 업체(벤더 등)에 요구하고, 외주업체 관리하는 방법
- 10) 각 기관장, 예산을 다루는 사람, 권력자들에게 그들의 언어로 설득하기

Ⅲ. 누구에게 마케팅 할 것인가? - 고객

- 왜 고객을 잃는가?(미국품질관리협회 조사)
고객의 1%는 죽어서, 5%는 이사 때문에, 7%는 다른 상품을 찾아서 떠난다. 9%는 경쟁자에게로 가고 15%는 품질문제 때문에 떠나간다. 놀라운 사실은 무려 63%의 고객들이 무시당했다고 생각하기 때문에 떠나간다.
- 고객에 대한 인간적인 배려는 특히 인터넷의 익명성과 몰개성에 대비되는 우리의 가장 강력한 경쟁력이다.(사람만이 할 수 있는 것)
- User라는 용어는 도서관과 이용자를 대등한 동반자로 보지 않고 불평등한 지위관계로 인식하여 은연중에 도서관이 이용자보다 우위에 있음을 의미함.(도서관서비스품질관리론, pp.28-29)
- 권력자와 의사결정권자에게 도서관과 사서의 존재를 설득하여야 한다. 특히 예산을 다루는 사람들의 머릿속의 도서관에 대한 이미지를 변화시켜 주어야 한다.

Ⅳ. 어떻게 마케팅 할 것인가? - 관계맺기

- 직업적으로 고립되지 말라

- 베풀지 않으면 받을 수도 없다
- 비슷한 사람들 하고만 교류하지 말라
- 학위나 자격증은 '진정한 사서'가 되는 길의 출발점에 지나지 않는다.
- 사서가 생각하는 상품의 특징이 아니라 고객이 상품을 사용함으로써 얻는 혜택(편익)을 알려라.
- 지역사회에 도움이 되도록 한다.
- 사서의 긍정적 이미지를 개발하고 알려야 한다.
- 경영진들이 이해할 수 있는 언어로 설명(설득)하여야 한다.

우리의 위상과 존재이유를 학위나 학력에서 찾고자 하고 그것을 전문가라고 생각하지만 국민들은 그렇게 생각하지 않음을 알 수 있다. 국민들은 '친절한 사서씨'를 원한다. 그래서 타고르의 말은 의미심장하다.

“도서관을 크게 하는 것은 규모가 아니라 손님에 대한 환대이며 친절한 개인적 봉사이다.”
(도서관학5법칙, p.83)

V. D도서관의 마케팅 사례

1. 아름다운 도서관 건물

- 홍릉 근린공원과 조화로운 아름다운 건물
- 깨끗하고 세련된 내부 인테리어
- 각 층마다 마련된 옥외 테라스
- 옥상에 마련된 아름다운 자연체험학습장
- 아름다운 도서관으로 언론의 주목을 받음.
 - SBS, KBS, MBC, TBS, CMB 등 방송국에서 취재 및 보도.
 - 한겨레, 주간조선, 중앙일보, 동아일보 등 신문사에 취재 및 보도.

2. 친절한 서비스

- 지속적인 서비스 교육을 통한 직원들의 서비스 마인드 고취
- 건의 및 민원에 대한 신속하고 친절한 대응

□ 도서관 직원들의 친절서비스에 대한 이용객들의 높은 만족도

<도서관 홈페이지 게시판에 올라온 칭찬 글>

- 첫 번째 방문했을 때 마침 제가 찾던 책이 아직 정리 중이라 대여하지 못했는데 2관의 직원이 연락처를 주고 가면 정리되는 데로 연락 주겠다고 했었어요. 하지만 사실 공공기관 직원들의 나태함을 예전에 가끔 접했던 터라 별로 기대하지는 않았지요. 그런데 며칠이 안 되어 연락이 왔고 오늘은 그 책을 빌려 왔어요~~ 읽고 싶던 책을 읽게 된 것도 반가운 일이었지만, 친절하 마음 씀에 더 기분이 좋았습니다. 정말 감사드려요~!^^ (06년 9월 12일 / 조은진).

- 토요일날 예약한 책을 찾고 반납도 하러 갔는데, 제 앞에서 어떤 분이 카드를 안가지고 와서 조금 시간이 지체가 되었는데, 기다리는 저보다 일하시는 사서분들이 짜증이 많이 날 것 같은 상황이었으나 웃음을 잃지 않고 안내해 주는 모습에 처음 도서관에 아이들과 왔던 아이들 아빠와 저는 기분 좋게 도서관을 나왔습니다. 바쁘신 것 같은데 항상 친절함에 감사드려요, 사서분들 모두에게요. (06년 9월 24일 / 김정숙)

- 도서관 개장 후 꾸준히 이용하고 있는데요, 휴일 날도 사서 분들이 너무 수고하고 계신 것 같아요. 항상 친절히 대해주셔서 너무 감사하구요. 앞으로도 잘 부탁드립니다~ 파이팅~ (06년 10월 1일 / 김지은)

- 동대문구정보화도서관 최근에 처음 가봤는데 시설도 너무 좋고 책도 깔끔하고 직원분들도 너무 친절하시고 정말 좋아요. 앞으로 자주 이용하려고요^^ (07년 3월 23일 / 이세련)

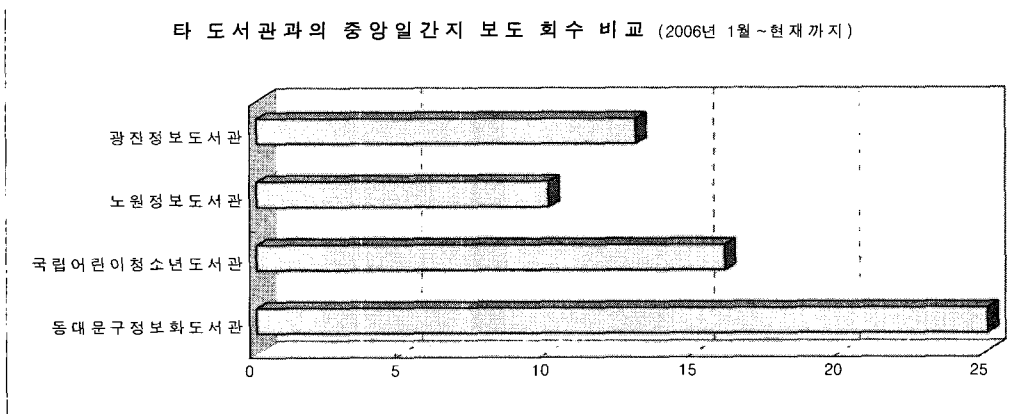
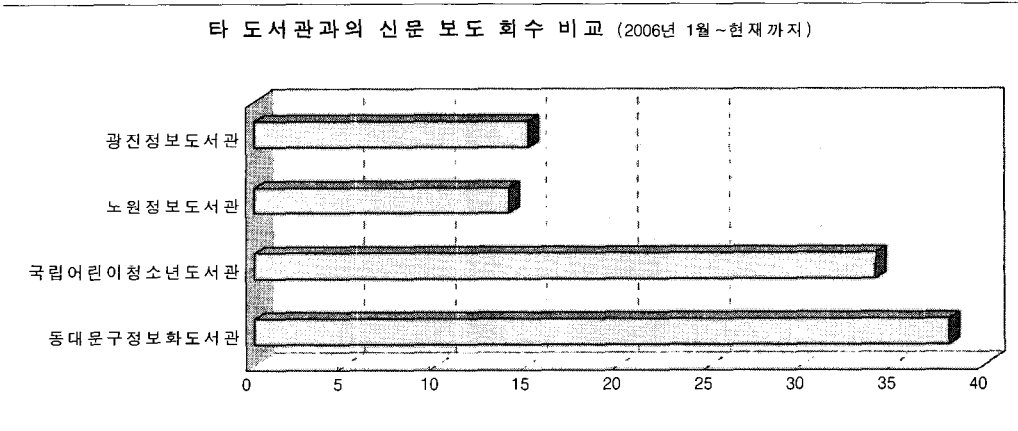
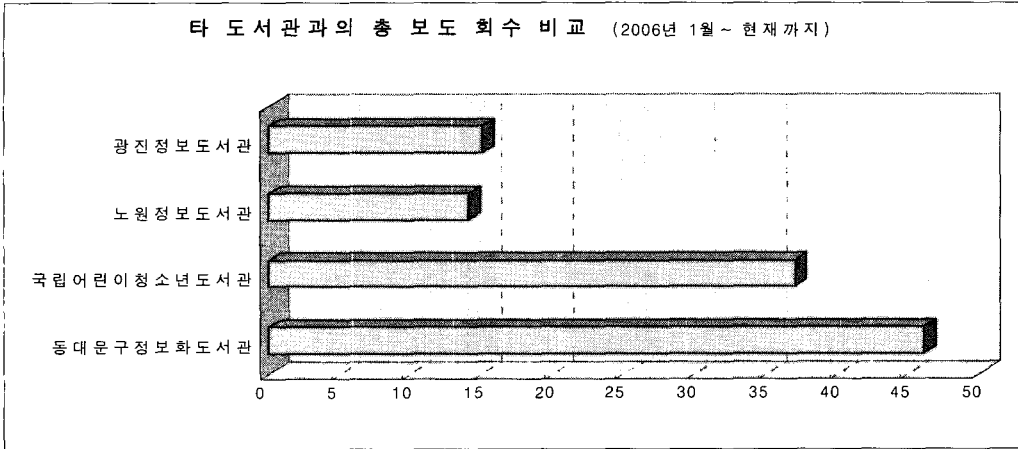
3. 눈에 띄는 도서관 홍보

□ 홍보 전담 사서 운영

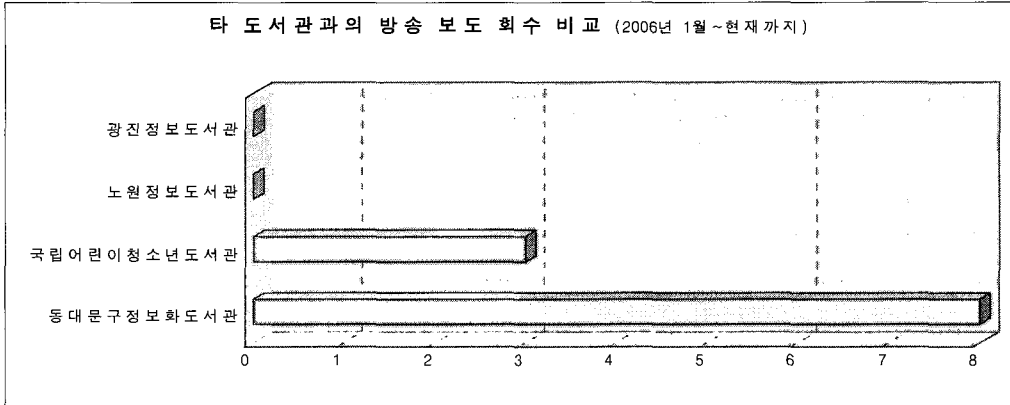
□ 타 도서관과 비교해 높은 언론 노출

- 동대문구정보화도서관과 같은 시기에 개관한 국립어린이청소년도서관과 노원정보도서관, 그리고 구립도서관으로서 우수한 평가를 받고 있는 광진정보도서관과 언론보도회수 비교

○ 언론보도기사는 뉴스종합검색 KINDS 와 네이버 뉴스를 통해 검색하여 비교



타 도서관과의 방송 보도 회수 비교 (2006년 1월~현재까지)



□ 지역언론과의 활발한 연계

- 도서관 소식, 행사 등 적극 홍보 (동대문신문, 동대문케이블, 동서케이블 등)
- 정보화도서관과 함께하는 아주 좋은 책 읽기 (동대문신문)

정보화도서관과 함께 하는 아주 좋은 책 읽기

판단력 강의 101
- 데이비드 핸더슨, 찰스 후퍼 지음 / 이순희 옮김 / 예코의 서재 펴냄

우리는 삶의 매 순간, 선택 가능한 크고 작은 다양한 대안들을 마주하게 되고 그 대안들 가운데 하나를 선택해야 하는 순간을 마주하게 된다. 이때 우리는 대안들 가운데 가장 좋은 대안을 선택하려 한다. 그러나 무엇이 가장 좋은 대안인가? 그것을 판단하는 능력을 우리는 배울 기회가 없었다. 경제학과 의사결정학의 전문가가 쓴 「판단력 강의 101」은 그 판단력을 배울 수 있는 기회를 주는 책이다. 책 곳곳에서는 우리가 가지고 있는 비합리적이고 불분명한 사고방식을 구체적인 사례를 들어 예리하게 꼬집는다. 「14센트만 붙이면 되는 업무에 지금 가지고 있는 37센트짜리 우표를 붙일 것인가? 아니면 밖에 나가 14센트짜리 우표를 사가지고 와서 붙일 것인가?」, 「항말이 안 되는 저렴한 비행기 표를 지금 구입할 것인가? 아니면 출장 일정이 확정된 후에 비싼 표를 구입할 것인가?」 등 일상생활 속의 의사결정에

서부터 기업과 정부에서 일어나는 의사결정까지 다양한 사례를 통해 합리적인 의사결정이란 어떤 것인지 풀어낸다. 「판단력 강의 101」가운데 가장 인상 깊은 부분은 '우리의 집을 더 무겁게 만들고 인간다움을 잡아먹는 것은 <해야 한다> 중심의 사고라고 말하는 부분이다. 우리 사회는 이 <해야 한다> 주위에 더욱 집착해 왔다. 우리는 대한민국 국민이니까, 가깝이니까, 선생이니까, 부모니까, 여자니까, 학생이니까 해야만 하는 것들에 둘러싸여 짐작 (하고 싶다는) 기준으로 생각하고 판단해 오지 못했다. 그렇기 때문에 자신의 삶의 명확한 목적과 목표를 분명히 하고 (하고 싶다)고 생각하는 것은 명확한 의사결정의 출발점이다. 이 밖에도 이미 매몰되어 있어진 비용은 의사결정에서 고려하지 않아야 한다는 매몰비용의 이야기와 어떤 상황을

바르게 인식하기 위해서는 변화한 것이 무엇인지를 파악하는 것이 중요하다. 이는 아파하는 특이 값이 쪼개보아야 할 부분이다. 사실 우리의 복잡다단한 현실에서 우리가 부딪히는 문제에 대해 책이 서치럼 간단하고 명쾌하게 판단하기란 쉬운 일이 아니다. 김영록이 「감독으로부터의 사색」에서 '읽기는 선택이며, 선택은 결과'를 취하는 것이 아니라 어느 한쪽을 버리는 일이다'라고 말한 것처럼, 우리 삶에서의 판단이나 선택에는 용기가 필요하고 포기해야 하는 것들도 발생하기 때문이다. 그러나 분명 간단하고 쉬운 일은 아니지만 자신이 그동안 해온 실수를 깨달고 바로잡을 용기를 갖춘다면, 우리는 많은 문제들을 지금보다 더 간단하고 명쾌하게 해결할 수 있을 것이다. 우리의 더 나은 삶을 위해 일독을 권한다.

* 이 책은 정보화도서관 2층에 소장하고 있습니다. 청구기호는 「321.헨49만」.

김정규
(동대문구정보화도서관 사서)

□ 이메일 마케팅 (1: 1마케팅 도입)

- 도서관 이용자 이메일 DB 체계적 관리
- 도서관과 이용자 사이의 커뮤니케이션 활성화
- 도서관 프로그램, 이용안내 등의 뉴스레터 발송

<문화프로그램 소개메일 샘플>

<p>www.L4D.or.kr</p>	<p>2007. 2. 2</p>
	 <p>도서관에서는 매월 주제를 선정하여 영화제를 진행하고 있습니다. 2월은 '이별'과 '꿈'이란 주제로 영화를 상영합니다. 관심있으신 분들의 많은 참여 바랍니다.</p>
	<p>도서관 영화제 - 이별에 대처하는 우리의 자세 일시 : 매주 토, 일 / 1시, 4시 / 각 영화 2회 상영 장소 : 도서관 시청각실 (지하2층) 접수 : 당일 선착순 입장 (100명) 대상 : 영화관람가에 따라 다름</p> <p>영화 상영일정 <2월 3일, 4일> 1시 - 러브레터 (전체) 4시 - S-다이어리 (15세)</p> <p><2월 10일, 11일> 1시 - 미터널 선샤인 (15세) 4시 - 내 남자친구의 결혼식 (12세)</p> <p><2월 24일, 25일> 1시 - 세상의 중심에서 사랑을 외치다 (12세) 4시 - 봄날은 간다 (15세)</p> <p>* 셋째주는 썸 연휴로 영화상영이 없습니다.</p>
<p>사랑스런 내 친구 곰 일시 : 매주 토요일 3시 / 1회 상영 장소 : 1층 어린이 소극장</p> <p><상영일정표> 3일(토) 3시 : 브라더 베어 10일(토) 3시 : 얼음왕국 24일(토) 3시 : 곰이 되고 싶어요</p>	
<p>서울시 동대문구 홍릉공원길 93 (청량리2동 206-19) 동대문구정보화도서관 Tel : 02-960-1959, Fax : 02-964-1959, E-mail : kendream@empal.com</p>	

<뉴스레터를 받아본 이용자들의 답변들>

- 새해에 복 짱으로 받으세요. 감동적일 만큼 일을 열심히 하시니 진심으로 축복해 드리고 싶네요. 소식 주신 것 또한 감사드립니다. (07년 1월 4일 / 김승자)
- 알려주셔서 너무 감사하다. 도서관에서 많은 프로그램을 하는 데 모두 의미가 있어 더 좋은 것 같다. (07년 1월 3일 / 백효은)
- 수고에 감사드립니다. 동대문정보화 도서관이 생겨서... 세금내는 보람이 생깁니다. (07년 2

월 2일 / 노영아)

- 수요 인문학강좌, 목요 글쓰기를 듣고 교수님과 분임 회의로 토론도 하나요! 좋은 내용을 많이 알려 주셔서 감사합니다. (07년 3월 29일 / 정종근)

□ 도서관 자체 제작 「세계의 아름다운 도서관 사진」 대여

- 광진정보도서관 (2006. 8. 17 ~ 9. 6)
- 대구대학교 도서관 (2006. 10. 20 ~ 11. 7)
- 부산 들꽃어린이도서관 (2006. 11. 23 ~ 11.28)
- 인천 검단어린이도서관 (2006. 12. 1 ~ 12. 20)
- 경기 광주시립도서관 (2007. 2. 21 ~ 3. 15)
- 성북 아리랑정보도서관 (2007. 4. 11 ~ 4. 20)
- 경기 시흥시립도서관 (2007. 5. 9 ~ 6. 30)
- (예정) 부산 구포도서관 (2007.7. 1 ~ 7. 31)
- (예정) 남양주 진건도서관 (2007. 9. 1 ~ 9. 30)
- (예정) 부산 동서대학교 (2007. 10. 1~ 10. 31)

4. 차별화된 문화/강좌 프로그램

□ 진로 / 적성 / 취업 프로그램

- 어린이 진로탐색 프로그램
- 어린이 교과서 경제 탐험대(어린이 경제교육)
- 구직기술 지원 특강
- 취업 및 직무능력향상 관련 웹콘텐츠 제공
(이력서 자기소개서 작성, 공무원 및 자격증 강좌, 직무능력향상 강좌 등)

□ 도서관 음악회

- 매달 1회 음악회 개최
- 국악, 오카리나, 전자바이올린, 클래식, 통기타, 동요 등 다양한 장르의 음악회 개최

□ 도서관 테마 영화제

- 특정한 테마를 정해 영화제 운영

- '이별', '가족', '학교생활', '원전이 있는 영화' 등 다양한 테마별 영화제 개최

□ 인문학 특강

- 도서관에서의 최초의 인문학 특강
- 야간 연장개관 프로그램으로 직장인 등 낮 시간에 이용하기 어려운 사람들에게 인기

<도서관 게시판에 올라온 인문학 특강에 대한 수강자 후기>

- 어제 고미숙님의 쿵푸 강의 정말 좋았습니다. 공부에 대한 목적과 자세를 다시금 생각할 수 있었습니다.
도서관에서 진행되는 몇몇 강좌는 도서관이면 의례 진행해야 할 특색 없는 것들 이어서 조금 아쉬웠는데 이번 강좌는 진정한 공부가 무엇인지에 대해 도서관이 제공할 수 있는 좋은 기회였던 것 같습니다. 이런 기회가 좀 더 많았으면 좋겠 구요. 남은 강좌도 정말 기대됩니다. 강의를 준비하신 도서관관계자 분들 고마 워요~ (07년 4월 12일 / 박수진)

5. 원-위크(One week) 시스템

- 신간 보도자료 릴리스 대행업체와 계약하여 시스템 도입.
 - 언론사에 신간 보도자료 납품과 동시에 도서관에 납품
 - 우리나라 도서관 가운데 가장 빠른 신간 입수 (출간 즉시 일주일 내로 정리 후 열람)
 - 도서와 함께 신간 홍보 동영상 제공
- 이용자들의 자료에 대한 요구에 신속히 대응하여 자료 만족도 높음.
(대부분 신간에 대한 요구가 높음)

6. 전화민원의 신속한 처리

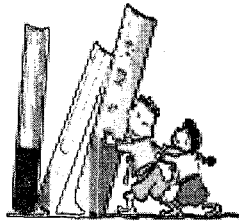
- 도서관 직원 인터넷 커뮤니티(네이버 카페)를 통한 신속한 업무공유
 - ⇒ 어떤 직원이 전화를 받아도 대부분 즉시 민원 해결 가능
- 절차가 복잡한 ARS 등 기계음이 아닌 휴먼 보이스로 이용자들의 민원 신속 해결.

7. 도서관 친구들(Friends of the Library)

□ 도서관 친구들이란?

- 지역주민이 주축이 되어 도서관을 여러 방법으로 도울 목적으로 만들어진 모임. 도서관의 각종 행사를 자발적으로 도와주며, 도서관에 물질적 또는 경제적 도움을 준다. 또한 도서관의 운영과 서비스 내용을 홍보하며 도서관을 함께 만들어 가는 모임이다.

□ 동대문구정보화도서관 친구들 2006년 9월 6일 발족 (국내 두 번째)



동대문구정보화도서관친구들

□ 현재까지의 도서관 친구들 활동

- 독서대 70개 기증
- 도서바자회 수익금 및 후원금 기부 (1,720,750원)
- 자원봉사 활동
- 어린이 경제탐험대 프로그램 운영
- 어린이 발표 프로그램 「애들아, 내 얘기 들어볼래」 운영
- 5월 어린이날 맞이 「소과 방정환 전시회」 기획
- 기타 도서관의 강좌 및 행사 홍보 등 도움을 주고 있음.

8. 방과후도서관

□ 도서관 인근 저소득층 아이들 대상으로 한 학업, 생활지도 프로그램

□ 운영기간 2007년 4월 3일 ~ 12월 28일 (도서관 친구들 기부금으로 운영)

□ 현황

- 현재 14명 참여
- 교장 선생님 출신 명예사서 1명이 아이들 상담 및 생활 지도
- 도서관 인근 KAIST 대학원 학생 25명 자원봉사로 아이들 방과 후 숙제 및 학업 지도

9. 명예사서: 노인의 인생이 한권의 冊이다

□ 도서관계 최초 어르신 일자리 사업

- 2006 서울시 '어르신일자리박람회' 참가하여 모집
- 총 8명을 모집하였음. 현재 6명이 활동 중.
- 도서관을 이용하는 다양한 계층들의 갈등 해소
- 명예사서의 다양한 경륜과 경험, 지혜를 도서관에 활용



□ 명예사서의 업무

- 도서관 안내
- 도서관 이용지도
- 방과후도서관 아이들 지도
- 아이들 책 읽어주기
- 옥상 자연체험학습장 관리
- 반납도서 정리

□ 한국도서관협회 선정 도서관계 10대 뉴스 후보 등재