

마케팅 전략차원 시장조사 본격화한다

경험이나 감에 의존은 옛말... 컴퓨터통신 여론조사 등 이용

출판 전에 이미 시장성이 드러나는 학습교재나 전문도서와 달리 일반 단행본의 경우 그 책이 과연 어떤 독자에게 얼마나 팔릴 것인가를 가능하게 하는 일은 출판사의 최대 고민이 아닐 수 없다. 물론 어느 상품이나 마찬가지로 워낙 의외성이 많아 예측하기가 쉽지 않은 것이 책이다.

그래서인지 출판계에서는 시장조사가 제대로 이뤄지지 않았었다. 기획단계에서 사주와 편집자가 내용 검토를 통해 '감'으로 대강 몇부 정도를 소화할 수 있으리란 기대를 할 뿐이다. 마케팅에 있어 가장 기본이 되는 시장조사도 없이 이뤄지는 출판. 그래서 출판사들은 앞을 다투어 고정독자를 확보하고 있는 인기작가들을 잡는 데만 전념하게 된다.

그런데 최근들어 단행본 출판사들 중에서도 중견 혹은 신생 출판사들 사이에 기획출판이 유행하면서 새로운 시장조사 풍토가 자리잡고 있어 주목을 끌고 있다. 다양한 기획을 통해 출판장르를 세분화하고 있는 이들 출판사들이 상호와 저자의 생소함이란 약점을 극복하기 위해 이제까지와는 다른 구체적인 시장조사를 하고 있는 것이다.

“경험에 의존한 감잡기가 시장조사”

보통의 경우, 책을 출판하기 앞서 원고검토 과정에서 출판사는 과거의 출판경험을 바탕으로 책의 판매량 정도를 짐작하고 초판부수를 계산할 뿐더러 저자와의 계약조건을 결정하며 홍보전략도 이를 바탕으로 세우게 된다. 이것이 지금까지의 나름의 시장조사였던 게 우리 출판의 현실이었다. 그래서 뛰어난 편집자란

과거의 출판 경험에만 의존해서

수치로 나타나는 시장조사를

하지 못했던 출판사들이

최근들어 마케팅 전략 차원에서

실험적인 방법들을 시행하고

있다. 특히 몇몇 출판사들은

여론조사기관을 통한

사전 시장조사를 하는 등

활발한 노력을 기울이고 있어

관심을 끌고 있다.

“그런 감을 잘 잡는 사람”을 지칭하는 말이 돼왔던 것이다.

문제는 경험이 우선하는 이 ‘감잡기’에는 독자의 목소리가 빠져 있다는 데 있다. 정작 책을 읽는 소비자의 구매패턴 등은 전혀 감안되지 않은 상태에서 기획이 결정되고 ‘운’이 맞으면 베스트셀러가 되고, 안되면 그만이란 식의 출판을 지금까지도 대부분의 출판사들이 행하고 있다.

“아직까지 시장조사의 정확한 수치에 의해 출판을 하지는 못한다. 다만 기존에 경험이 있는 출판물일 때는 그 경험에 의존하고, 새로운 분야의 책을 낼 경우엔, 다른 출판사의 사례나 자료를 참고하는 정도에서 그친다. 그 밖에는 서울과 지방의 대형서점이나 도매상들의 매출기록을 확인해 기초자료로 삼고 있는 실정이다.”



최근 출판계에서 그동안 등한시했던 사전 시장조사가 이뤄지고 있다.

둘째 출판사의 심정보 편집부장은, 덧붙여 “사회과학서 출판은 학생독자란 특수성으로 인해 커리큘럼의 주제 비중 등을 따지기 때문에 내용분석이 곧 시장조사로 연결되고, 따라서 수요예측은 어느정도 가능해 구체적인 시장조사가 불필요한 상황이었다”고 말한다. 그러나 그는 독서시장의 구조가 변하고 있으며 이에따라 출판사들도 합리적인 경영 마케팅 전략에 의해 시장조사에 눈을 돌리고 있다고 전한다.

과거의 노하우를 바탕으로 한 시장조사는 수요의 대상을 파악하는 정도였지, 능동적으로 독자의 저변을 넓히는 것과는 무관한 개념이었다. 그런데 최근 독자의 반응을 점검하는 새로운 통로로 출판사들이 PC 통신망을 활용하거나, 독자카드 분석, 샘플 시장조사 방법 등을 시도하고 있다.

베스트셀러 「영원한 제국」을 펴낸 세계사의 권성자씨는 “당초 같은 작가의 첫 책을 1년간 8만부 정도 소화한 것을 감안해 5만부쯤 판매할 것이라 추측만을 했었다”고. 다시말해 현재 재로선 출판 이후의 시장 반응을 점검하는데 그치고 있다는 얘기다. PC 통신망을 통해 독후감을 접수해 이를 다음 기획에 참고하는 수준에 그치고 있지만, 회원의 수가 늘어나면 출판시점 전에도 조사가 이뤄지리란 예상이 가능하다.

때문에 차츰 PC 통신망을 이용하는 출판사들이 늘고 있다. 컴퓨터 화면을 통해 독자와의 커뮤니케이션을 도모하는 이 방법은 앞으로도 계속 개발될 것이 분명하다. 이와같은 작업이 편집부 소관이라면 현장인 서점을 드드드는 영업부에서는 책이 나오기 한달 전쯤 표지를 들고 서점과 도매상을 다니며 반응을 살피는

예술심리학(상·하)

Rudolf Arnheim 지음 / 김재은 옮김
상권 : 5,000원, 하권 : 5,000원

「미술과 시지각」, 「시각적 사고」와 더불어 아른하임의 예술의 형태와 기능에 관한 일련의 심리 연구를 마무리짓는 역저이다. 아른하임의 예술심리학의 기초를 이루는 이 책은 예술이 단순한 감각적 재현이나 기교적 표현이 아니라 인지과정에서의 지각과 사고의 협동으로서의 개념을 중요시한다.

사회심리학의 대가들

James A. Schellenberg 지음
김동일·이동원 옮김 / 4,000원

프로이드의 정신분석, 미드의 상징적 상호작용론, 레빈의 장이론, 스키너의 조작적행태주의의 이론을 정리하여 현대심리학의 패러다임을 평이하게 소개하였다. 그들이 지니고 있는 맹점과 상대적인 영향력, 사회심리학의 현대적 상황에 대하여 이들이 서로 상호 보완적 관계임을 강조하였다.

성장심리학

Duane Schultz 지음 / 이해성 옮김 / 4,500원

건강한 성격의 잠재능력 개발로 급진적 변화를 보이고 있는 최근의 심리학 동향을 반영하고 있는 이 책은 고든 올포트, 칼 로저스, 에리히 프롬, 에이브러햄 마슬로우, 칼 융, 빅터 프랭클, 프리츠 펄스 등 7명의 급진적 성격심리학자들의 이론과 모형을 소개·비판한 인본주의 심리학서이다.

성의 心理學

Alexandra G. Kaplan, Mary A. Sedney 지음
김태련 / 이선자·조혜자 옮김 / 15,000원

인간의 남성성과 여성성의 공존을 연구, 남녀를 남성적인 사람, 여성적인 사람, 양성적인 사람으로 구별시키는 요인들을 분석함으로써 성역할 연구의 양성적 시각을 포괄적이면서 조직적으로 제시하였다. 양성성(兩性性)의 개념, 생식, 성욕, 행동에 미치는 사회적인 영향 등을 주제로 하고 있다.

학술출판
대학교재 이화여자대학교 출판부

120-750, 서울시 서대문구 대현동 11-1, 전화 : 360-3164. 362-6076. 팩시밀리: 312-4312

우리출판의 진면목 해외에 알린다

美 「퍼블리셔스 위크리」지 한국특집호 발행

미국의 출판정보 전문지 「퍼블리셔스 위크리」지가 9월 20일자호에 한국출판을 특집으로 꾸민 별책부록을 발행했다.

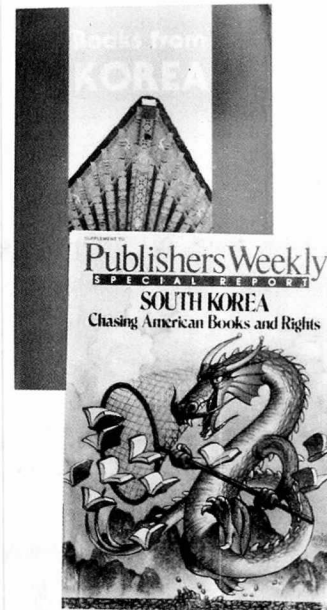
“한국, 미국의 책과 저작권을 뒤쫓는다”는 표제 아래 모두 32면 분량으로 꾸며진 이 특집은 책의 해 조직위원회가 특별사업의 일환으로 “발전하는 한국출판의 실상을 해외에 선양함으로써 출판의 세계화를 도모하고 국제교류를 증진”하기 위해 추진 성사된 것.

우리 출판시장의 전반적 개요와 전망을 다룬 머릿 기사를 비롯해 외국도서 수입공급 업체, 저작권 중개회사, 리프린트물 출판현황 등에 관한 기사들이 실려 있는데, 특히 아동도서 분야를 한국출판의 ‘비밀병기’로 주목하고 있는 점이 인상적이다. 이와함께 출판사 수에도 못미치는 서점계 현실을 진단하면서 도서관매상의 병목현상을 지적하기도. 모두 17면의 지면에 게재된 우리출판의 ‘영문 광고’ 또한 주목을 끈다.

「퍼블리셔스 위크리」지의 이번 한국특집호는 우리나라 출판의 현실을 세계에 알리고 출판교류를 촉진키 위해 지난 11일 폐막된 프랑크푸르트 도서박람회를 비롯, 전세계 출판관련 업체나 기관에 1만2천여부가 배포됐다.

책의 해 조직위원회는 이와함께 한국도서의 해외보급 확대를 위해 영문판 한국도서목록 「Books from Korea」 4천부를 제작완료, 다음달 5일까지 세계 각국의 3천여 공공도서관에 배포할 예정이다.

80년 이후 국내에서 발행된 도서로 ▲한



국에 관한 저술 중 판매가능 도서 ▲순수 한국문화를 소개할 수 있는 저술 ▲세계 각 도서관에서 학술정보자료로 활용할 수 있는 한국학 저술 중 1천765종을 가려뽑아 간략한 해제와 함께 소개하고 있으며, 수록 도서의 출판사를 비롯해 출판관련 업체나 기관, 저작권 및 도서 수출입 업체 목록 등도 참고부록 형식으로 정리돼 있다.

출판협회가 제작을 맡고 도서관협회가 배포를 책임지게 되는 이번 영문판 목록집은 한국에 관한 저술 중 반드시 읽어야 할 추천도서목록으로서의 가치가 기대된다는 점에서 해외에서의 한국학연구 기초자료가 될 것으로 보이며, 아울러 우리 출판물의 판매촉진에도 일정한 기여를 할 것으로 기대된다.

시장조사를 한다.

PC 통신망·독자카드 이용하기도

시장조사 차원에서 독자카드를 적극 활용해 그 반응을 다음 기획으로 옮기는 출판사도 있다. 「철학 에세이」 「동양철학 에세이」를 펴낸 출판사 동녘은 독자카드에서 독자들의 “「한국철학 에세이」를 출판해 줬으면 한다”는 ‘요구’를 받아들여 근간으로 내용을 예정이다. 이출판사 대표 이진복씨는 “기획단계에서의 시장조사는 업무를 못내고 있다. 단지 매장의 반응조사나 증정본의 반응도 등을 점검하는 사후조사가 대부분의 경우”라고 말한다.

독자카드가 1단계 시장조사 방법 중 하나라면 좀더 적극성을 띤 방안으로는 설문지 배포가 있다. 출판사 사계절은 경제서 등 전문도서를 제외한 일반단행본 출판에서는 독자카드로 확보한 독자를 대상으로 설문지나 전화를 이용한 시장조사를 하고 있다고 한다. 소규모이기는 하나 자체 앙케이트 조사와 변형된 텔레 마케팅을 병행하고 있는 예에 속하는 것이다.

직접적인 대상독자에 대한 설문지 조사와 달리 출판 전문가들과 해당 분야의 전문가들에게 논평을 얻는 경우도 있다. 최근 몇년 사이 베스트셀러를 가장 많이 출판했다고 평가받고 있는 김영사가 그 대표적인 예에 드는 출판사다. 이밖에도 도서출판 일터와 사람에서는 독특한 시장조사를 하고 있는데, 각 기업체의 인맥을 활용하는 것으로, 팩시밀리를 통해 간략한 설문지를 보내 그 기업체의 반응을 살피고 있으며 이들에게는 출판 전에 초고

를 검토하게끔 한다고 한다.

몇몇 출판사들은 중형 여론조사 기관을 이용하기도 한다. 물론 소요경비가 만만치 않다는 점에서 출판사들이 꺼려 하고 있지만, 매체·광고전략을 검할 수 있다는 면에서 이점 또한 적지 않다는 게 이용하고 있는 출판사들의 얘기다. 경비도 크게 부담이 되지 않는다고 한다. 옴니버스 조사 프로그램에 제목이 적당한 한지의 가부를 묻는 항목 등 몇가지만을 삽입해 활용하면 뜻밖의 효과를 기대할 수 있다.

「출판정보」의 발행인 이수구씨는 아르바이트생을 통한 간이 시장조사가 현실적으로 가장 적합한 방안임을 강조한다. 책의 성격에 따라 짐작되는 독자층을 대상으로 아르바이트생을 교육해 현장에서 설문지를 돌려 회수하거나, 의견을 듣게 하는 등의 방법은 의외로 적은 경비로 정확한 독자층을 살펴보는 계기를 제공한다는 게 그의 설명이다.

“시장조사가 이뤄지지 않는 것은 돈이 많이 든다는 이유 때문이다. 그러나 반드시 해야 한다는 게 원칙이라면 출판사의 노하우로 목표를 결정하고 나서도 남는 의문사항을 시장조사를 통해 반드시 짚고 넘어가야 한다. 예를 들어 편집과 표지 디자인에서 사진을 쓸 것인지 아니면 일러스트를 사용할 것인가 하는 등의 느낌만으로는 식언치 않은 부분들을 간이 시장조사를 거쳐 확인해야 할 것이다.”

이수구씨의 지적처럼 직관 마케팅 전략이 전부였던 출판계는 이 직관 마케팅을 보다 발전시키기 위해서라도 자료조사와 분석에 투자를 아끼지 말아야 할 때를 맞이했다.

— 최태원 기자

철학개론

철학과의 만남

B.A. 브로디 지음 / 이병욱 옮김 / 5,500 원

이 모든 것의 철학적 의미는?

T. 네이글 지음 / 김형철 옮김 / 2,500 원

철학의 문제들

B. 러셀 지음 / 박영태 옮김 / 3,500 원

서양의 지혜

B. 러셀 지음 / 이명숙, 광강제 옮김 / 13,000 원

철학의 뒤안길

W. 바이세델 지음 / 이기상, 이말숙 옮김 / 8,500 원

철학에의 초대

오너, 힌트 지음 / 광신환, 윤찬원 옮김 / 6,000 원

철학에 이르는 길

강영계 지음 / 5,000 원

소설 소크라테스

C. 메이슨 지음 / 최명관 옮김 / 4,000 원

동양철학

중국 철학의 정신

馮友蘭 지음 / 광신환 옮김 / 6,000 원

노자 도덕경

노자 지음 / 조현숙 옮김 / 5,000 원

감산의 莊子 풀이

감산 지음 / 오진탁 옮김 / 5,500 원

주역의 이해 : 주역의 자연관과 인간관

광신환 지음 / 6,500 원

돌부리에 채이고 가시에 찔리고

嚴北溟, 嚴捷 편저 / 광신환, 신하령 옮김 / 4,500 원

공자의 철학

H. 핑가레트 지음 / 송영배 옮김 / 3,000 원

법규경

조현숙 옮김 / 6,000 원

화이트헤드와 동양철학

김상일 지음 / 6,500 원

철학서적
전문출판 **서광사**

130-072 서울시 동대문구 용두 2동 119-46 대표전화 924-6161 팩시밀리 922-4993