

서점 고유의 타겟 마케팅,

는 북카페는 40개 남짓한 좌석으로 이루어진 아담한 카페이면서 책과 음악, 독자들이 함께 어우러지는 공간이기에 서현역의 소박한 문화공간으로는 제격이다.

호젓한 봄날 북카페로 손님 부르기

출판계를 돈 벌기 힘든 분야로 보는 것은 이제 옛말이다. 시장을 내다보고 독자들의 심리를 읽는 밝은 눈을 갖고 있다면, 거기에 책에 대한 독한 애정이 뒷받침된다면 이 분야에서의 성공도 가능하다.

지난 해 7월 분당 서현문고의 대표이사를 맡은 최선호 씨는 남다른 아이디어로 무장된 출판계의 성공 케이스다. 출판계에서는 안해 본 일이 없는 사람으로 소문난 그는 세계사 대표와 서현문고 대표를 겸직하면서 특유의 경영 감각을 선보이는 화제의 인물로 통한다. 특히, 그의 서점 경영 진출은 출판사 영업부 직원으로 출판계에 발을 디딘 이후 유통회사(진명)와 출판사(세계사) 경영을 거쳐 한국출판협동조합 이사장까지 지낸 출판계의 중견으로서 뜻밖의 행보라 주변의 관심을 받는다.

“서점 경영도 매력적인 분야입니다. 특히 서현문고는 분당의 요지에 속하거든요. 하루 유동인구가 2,30만 명에 육박하니까 마케팅에 따라 매출 신장에 가속도가 붙을 수 있는 곳이지요.”

그가 서현문고를 맡으면서 가장 먼저 한 일은 1층에 있던 인수처(출판사들이 책을 가져오면 상품으로 접수하는 곳)를 없앴 것이었다. 독자들이 가장 많이 찾는 곳인데 굳이 사무실로 쓸 필요가 있는냐는 생각에서였다. 임대료와 생산성을 비교해 부가가치를

낼 수 있는 곳에 인수처를 꾸민(언제든 움직일 수 있는 트럭이므로 주차장 밖 위반이 아니다) 그는 금싸라기 같은 20평의 공간을 매장으로 변화시키는 지혜를 발휘했다. 그 덕분인지 그가 대표가 된 이후 서현문고의 매출은 47퍼센트나 신장하는 효과를 거두었다. 이를 증명하듯 층당 250평 규모를 자랑하는 서현문고에는 개학을 준비하는 어린이들과 부모, 친구와 함께 하는 젊은이들로 가득 차 있었다.

“서점에 들어오는 2.5명 중 1명이 책을 사는데 그 사람들에게 책과 함께 하는 안락한 공간을 마련해 주고 싶습니다.”

매장을 변화시킨 그는 요즘 서점 건물의 5층을 주로 찾는다. 그곳은 직원 식당으로 쓰려다 분당의 지역적 특성을 고려해 북 카페로 만든 공간이다. 실내의 공간을 합쳐 70평 정도 되

“아이와 엄마가 함께 와서 책을 읽고 차 한잔을 마시고 가는 모습을 보면 그렇게 좋을 수가 없습니다. 요즘에는 서점에서 2만 원 이상 책을 사면 차 한 잔을 무료로 주는 캠페인을 벌이는 중입니다. 카페에 들른 사람 누구에게나 상품을 탈 수 있는 응모권을 주기도 합니다. 얼마 전에는 독서모임을 운영하는 사람들이 북카페를 모임 장소로 정하겠다고 찾아오기도 했는데 참 뿌듯하더군요.”

그가 북카페를 만든 것은 서점운영의 어려움 때문에 짜낸 교육지책이 아니다. 이 공간을 마련한 것은 책을 좋아하는 사람들을 책이 있는 공간에 더 오래 머무르게 하려는 생각을 반영한 것이다. 그런 북카페는 독자들을 위한 서비스로 가득 차 있다. 독자들이 자유롭게 볼 수 있도록 진열된 책들, 그들에게 새로운 정보를 제공할 수 있는 인터넷 시설, 거기다 3천 원 정도의 찻값도 부담스럽지 않으니 아래층



에서 책을 산 후 이곳에 들르게 되는 독자들의 심리를 알 법도 하다.

시장에 대한 남다른 안목을 갖고 있는 최선호 씨는 독자들이 원하는 것을 꼼꼼하게 체크하고 사원들과 함께 독자의 욕구를 충족할 만한 새로운 아이디어를 짜내는 데 바쁘다. 특히, 북카페를 연 이후 손님들의 성향과 그들의 요구사항에 귀 기울여야 하는 그만의 미션은 더 무거워졌다.

“주말에는 주부들을 위한 문화 프로그램을 상설화하고, 책과 관련된 모든 문화를 이 공간에서 접할 수 있도록 해주고 싶습니다. 그래서 다양한 문화 프로그램을 만들려고 생각 중입니다.”

이례적으로 디자인 회사에 의뢰해 서현문고의 자체 캐릭터를 도입한 그는 서점을 주먹구구식으로 운영하다가 는 낭패를 볼 수 있다는 생각 때문에 늘 새로운 사업을 구상하고 있다. 이번에 생각해 낸 새로운 사업은 분당권을 위주로 한 인터넷 서점 기능 도입. 인터넷 서점이 택배회사를 이용해 전국적인 유통망을 가동하는 것과는 달리 분당권 위주의 배달 시스템을 도입해 당일배달을 가능케 하겠다는 계획이다. 최선호 씨는 학교에서 독서 감상문 숙제를 받은 아이가 학원에 다녀온 후 곧바로 책을 받아볼 수 있을 만큼 배달 시간을 줄여야 한다고 말한다. 이런 아이디어는 아주 작은 곳에서 서부터 독자의 마음을 읽으려는 최대 표의 발상전환에서 나온다. 북카페의 의자 하나부터 서현문고 전체의 외관 모습까지 그의 손이 안 간 곳이라곤 없다.

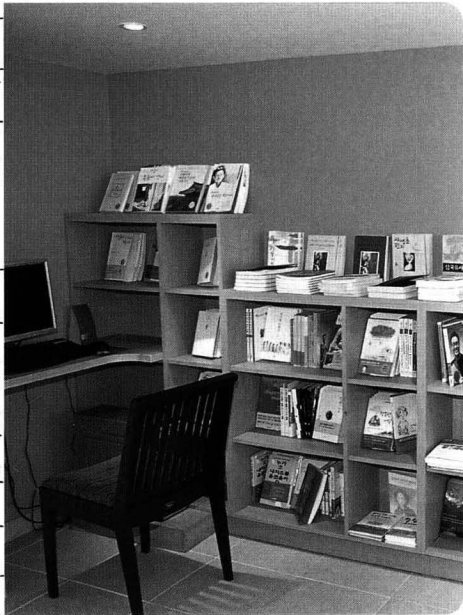
“앞으로 서점 공간도 효율적으로 사용할 수 있도록 정리를 해야 합니다. 요즘 테이크 아웃 커피점이 유행

하는데 밖에 서서 친구를 기다리는 학생들을 불러모아 ‘만남의 장소’를 만들고 싶습니다. 학생들도 차 한잔을 마시며 여유 있게 친구를 기다리는 거죠. 물론 그곳에 책이 있어야겠죠.”

서현문고의 성공은 독자의 입장에서 공간활용을 했다는 데 있다. 독자들의 욕구를 반영할 수 있는 효율적인 공간을 창조하는 것, 그것이 최선호 씨가 성공할 수 있었던 발판이라고 볼 수 있다. 거기에 출판계 밑바닥부터 경험하면서 쌓은 안목까지 그의 다양한 아이디어와 노하우들이 여기에 집중되어 있다.

“책 관련 일을 하는 만큼 저도 책을 좋아하거든요. 서현문고에서 책을 사신 분들께 무언가를 돌려드릴 수 있는 기회를 주고 싶습니다. 그들이 편하게 머무를 수 있는 공간을 마련하는 게 현재의 바람이죠.”

최선호 씨는 분당 일대에 사는 사람들의 문화공간을 만들려는 의지를 갖고 있다. 물론 공간은 책과 사람, 문화가 함께하는 공간이다. 북카페는 그 중심공간으로서 올 봄에 여러 변화를 시도할 예정이다. 카페 들레에 형성된 야외 공간이 꽃밭으로 꾸며지고,



그곳에 차를 마실 수 있는 장소가 따로 마련될 예정이다. 북카페 내에 마련된 세미나 실을 늘려 주말 문화센터나 책 관련 동아리 모임을 위한 공간으로 활용하려는 모색도 하고 있다.

둘러보는 서점 곳곳마다 아직도 빈틈이 보이는지 최선호 씨는 앞으로 해야 할 일들을 스스로 점검하고, 자신이 이룬 성과들을 되짚는다. 그 자리에서 퇴보하는 공간보다는 항상 생동하는 공간을 만들어내는 것, 책과 함께하는 사람들이 자유로운 공간을 마련하는 것이 그의 바람이다. **출판**

취재 김침연 기자 | 사진 박신우 기자

