2023
통통레터 인터뷰
모음집

목차

#1. 내가 몸담은 회사의 히스토리를 안다는 것 – 다산북스 5

#2. 투명하고 신뢰도 높은 출판사가 되기 위해서 – 김영사 9

#3. 마케팅 기획의 입구가 되어주는 통전망 – 윌북 13

#4. 출판사와 서점이 공동으로 관리하는 하나의 큰 엔진, 통전망 – 진주문고 17

#5. 작은 출판사 마케터의 분주한 일상 속 없어서는 안 될 통전망 – 안그라픽스 22

#6. 공공도서관이 사회적 책임을 다하기 위해
출판계의 흐름을 파악하는 법 – 남양주시 도서관 26

#7. 시간 낭비를 확! 줄여주는 효율적인 영업 꿀팁 – 풀빛 32

#8. 출판 마케팅에 바로 적용할 수 있는
유용한 정보를 빠르게 얻을 수 있는 방법 – 천재교육 36

#9. 1인 출판사에 일당백 마케터가 있다고? – 클로브, 노트앤노트 41

#10. 신입사원을 무럭무럭 키우는 출판계의 일타강사, 출판유통통합전산망 – 한빛비즈 47

#11. 대한민국 국민이라면 모두 아는 플랫폼이
출판전산망에 관심을 보였다? – 이지스퍼블리싱 52

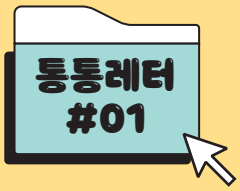
#12. 너네 무슨 사이야? 출판전산망과 한국서지표준센터의 상관관계 – 국립중앙도서관 57

#13. 익숙한 것과 헤어질 결심 – 도서출판 길벗 61

#14. 출판전산망이라 쓰고, 시간 절약 전산망이라 읽는다 – 학지사 65

#15. 출판전산망의 발전은 2024에도 계속됩니다 – 한국출판문화산업진흥원 70

발행인 김준희 **발행일** 2023년 12월 **발행처** 한국출판문화산업진흥원
주소 54866 전라북도 전주시 덕진구 중동로63 **홈페이지** bnk.kpipa.or.kr
기획 에스피테크놀러지
*본지에 실린 글과 이미지는 한국출판문화산업진흥원과 필자의 동의 없이는 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.



내가 몸담은 회사의 히스토리를 안다는 것

다산북스 권장규 본부장, 양지환 매니저

독자 여러분, 안녕하세요. 출판유통통합전산망 뉴스레터 〈통통레터〉로 인사드리게 된 마케터 'S' 입니다. 본론에 들어가기 전, 〈통통레터〉에 담긴 뜻을 말씀드리고 싶어요! 출판유통통합전산망을 줄여서 '통전망'이라고 많이들 불러주시는데요. '통'전망과 소'통'해요! 라는 메시지를 〈통통레터〉 이름에 녹였어요. 〈통통레터〉의 의미에 걸맞게 앞으로 출판유통통합전산망(이하 '통전망')을 바라보는 여러 출판업계 종사자들의 의견을 가감 없이 전해드릴 예정입니다! 많은 사랑과 관심 부탁드려요 :)

〈통통레터〉의 첫 인터뷰에 다산북스 경영관리본부 제작관리팀 양지환 매니저님과 마케팅본부 권장규 본부장님이 응해주셨어요. 통전망을 진심으로 아껴주시고, 따뜻하게 바라봐주시는 마음이 인터뷰 내내 느껴져서, 이 시스템을 알리기 위해 고군분투하고 있는 저희 팀에 매우 큰 힘이 되었답니다! 오늘 레터가 독자분들께도 유익한 정보가 되었으면 좋겠어요! 그럼 〈통통레터〉 첫 번째 에피소드, 시작합니다!

핵심 통통

통전망의 메타데이터 관리 기능을 이용하면 내가 몸담은 회사의 히스토리를 알게 돼요. 이 과정에서 우리가 가지고 있는 아이덴티티를 확인할 수 있고, 나와 회사가 함께 성장하기 위한 전략을 세울 수 있죠.

by. 다산북스 양지환 매니저

Q 안녕하세요. 〈통통레터〉 첫 인터뷰에 응해주셔서 감사합니다! 간단하게 자기소개 부탁드려요!

양지환 매니저: 안녕하세요. 저는 다산북스 경영관리본부 제작관리팀에서 재직 중인 양지환 매니저입니다. 서점, 오픈마켓으로 출고되는 단행본과 큰 글자 도서의 유통 관련 업무를 맡고 있어요. 유통에 문제가 있는 도서가 있다면, 유통 가능한 상태로 만들기 위해 제작관리팀 팀원들과 협력하여 업무를 진행하고 있습니다.

권장규 본부장: 안녕하세요. 다산북스 마케팅본부 권장규 본부장입니다. 매출, 채권 관리와 종이책 마케팅을 총괄하고 있습니다.

Q 다산북스는 통전망을 잘 이용하고 있는 출판사 중 하나인데요. 이 시스템을 사용하게 된 계기가 있나요?

양지환 매니저: 다산북스에 입사하고, 제작관리팀 팀장님께서 통전망에 대해 소개해주셨습니다. 통전망이 2017년 송인서적의 부도를 계기로 도서의 생산, 유통, 판매 정보를 종합적으로 관리함으로써 효율적이고 투명한 출판 유통 체계를 구축하기 위해 만들어진 프로그램이라는 것을 그때 알게 되었어요. 업무를 수행하면서 직접 활용해 보니 자사에서 출간된 모든 도서의 유통, 판매와 관련된 내용을 한눈에 접할 수 있어서 굉장히 편리하더라고요.

권장규 본부장: 저는 통전망이 지금과 같이 갖춰진 형태로 오픈하기 전에 이 시스템을 접했어요. 2017년 송인서적 부도를 계기로 출판 유통의 흐름을 투명하게 하고자 큰 비용을 투자해서 만들어진 시스템이 통전망이잖아요. 저희 대표님도 통전망이 탄생한 취지에 공감하셨어요. 투명한 출판 유통의 흐름이 만들어져야, 이런 말도 안 되는 사태로 인해 출판사들이 피해 보는 경우가 없을 거라고 말씀하시면서, 왜 모든 출판사가 이 시스템을 활용해야 하는지 그 당위성을 고민해 보라고 하시더라고요. 그래서 왜 통전망을 사용해야 하는지 여러 출판사를 상대로 강연도 하고, 다양한 기능도 제안하면서 이 서비스를 접했어요.

Q 통전망에서 주로 어떤 서비스를 이용하세요?

양지환 매니저: 저는 주로 도서 정보관리 서비스를 활용하고 있습니다. 도서 편집팀에서 신간 도서, 개정 도서, 정가 변경 도서의 메타데이터를 입력하면 해당 데이터를 검토하는 업무를 하고 있는데, 이때 출간 예정인 도서나 유통사에 등록되지 않은 도서의 특이사항을 확인하고 도서의 정상 유통이 가능한 시점에 맞춰 각 유통사로 메타데이터를 전송해요.

권장규 본부장: 저는 도서 판매량 통계와 순위를 주로 확인합니다. 도서가 유통되는 채널이 굉장히 다양한데, 각 유통사 홈페이지에 들어가지 않아도 통전망 홈페이지에서 자사 도서의 판매량, 순위뿐만 아니라 경쟁사의 도서 순위도 함께 볼 수 있어서 편리해요. 자랑은 아니지만... 저희 회사에서 출간되는 도서 중 베스트셀러가 꽤 많은데요. 이런 책을 만들기 위해선 타 출판사의 도서를 분석하는 게 필수입니다. 다른 출판사의 도서 중에 핫하게 떠오르는 책이 있으면 통전망에서 해당 도서의 정보를 찾아보기도 해요.

Q 말씀해 주신 것처럼 통전망에서는 도서 정보관리, 판매통계 등의 다양한 서비스를 제공하고 있는데요. 이중 가장 만족스럽게 사용하고 계신 기능이 있다면요?

양지환 매니저: 통전망에 좋은 기능들이 너무 많지만, 그중에서 딱 하나만 골라야 한다면 구간 도서 메타데이터 전환 서비스를 꼽고 싶네요. 구간 도서는 데이터화 되어있지 않은 경우가 많잖아요. 그런데 통전망에선 국립중앙도서관 ISBN, ISSN에 등록된 구간 자료를 바탕으로 별도 등록 없이 메타데이터로 전환이 가능하더라고요. 따로 타이핑 작업을 하지 않고, 데이터 검토만 하면 돼서 굉장히 편리했어요. 그뿐만 아니라 구간 도서가 메타데이터로 전환될 때 품질 고도화 작업까지 진행되어 품질이 개선된 구간 도서 서지정보를 확인하고, 관리할 수 있었어요.

저는 개인적으로 다산북스에 입사했을 때, 이 기능을 활용해 저희 회사에서 출간한 도서들의 히스토리를 확인했는데요. 우리 회사에선 어떤 유형의 책이 많이 나오는지, 어떤 작가님과 협업을 많이 하는지 파악할 수 있어서 좋았어요! 통전망에서 구간 도서 메타데이터 전환 서비스를 이용해 보라고 꼭 추천하고 싶습니다! 본인이 몸담은 회사에서 출간한 도서의 역사를 확인하면, 업무에 애정이 생기고 앞으로 나아갈 방향도 설정할 수 있어요.

권장규 본부장: 저는 통전망 홈페이지에서 출판산업 통계를 만족스럽게 보고 있어요. 특히 판매통계에서 온라인 서점 및 오프라인 서점 판매 동향을 손쉽게 알 수 있다는 게 좋습니다. 여러 서점의 SCM에 접속하지 않고, 통전망을 통해서 한 번에 정보를 얻을 수 있어 접근성이 좋아요. 또, 판매통계뿐만 아니라 대출통계도 확인할 수 있더라고요. 독자들이 도서관에서 어떤 책을 많이 빌려보는지 알 수 있는 등 쉽게 접할 수 없는 정보를 습득할 수 있어서 좋았어요.

Q 통전망을 업무에 활용하는 나만의 꿀팁이 있다면, 공유해 주세요!

양지환 매니저: 다산북스에서는 매력적인 이야기가 가득 담긴 다양한 책이 매달 출간되고 있어요. 출간 종수가 많다 보니, 언제 어느 팀에서 어떤 책이 출간되는지 파악하기 쉽지 않더라고요. 저는 이때 통전망을 이용합니다. 이 시스템 하나로 자사에서 갓 출간된 신간 도서와 출간 예정인 도서 정보를 모두 확인할 수 있거든요. 팀별로 어떤 신간이 출간되었는지, 구간 도서가 어떻게 새롭게 개정되었는지 등과 같은 도서의 기본 정보 및 이슈를 한눈에 확인할 수 있어서 도서 유통 업무를 하는 저에게 큰 도움이 됩니다.

혹시 타 출판사에서 저와 비슷한 직무를 하고 계신다면 통전망을 다루어 보는 것을 추천합니다! 저는 이 시스템을 통해 자사 도서에 대한 이해도를 높일 수 있었고, 이를 기반으로 업무를 진행하니 효율이 좋더라고요! 그래서 칭찬도... 많이 받았답니다!

Q 혹시 통전망에 개선되거나 추가되었으면 하는 기능이 있나요?

양지환 매니저: 출판사와 서점에서의 유통 상태가 같지 않은 도서들이 있다면, 통전망을 통해 특이사항을 확인하고 수정 및 반영할 수 있는 기능이 생기면 좋을 것 같아요. 재고 부족이나 도서 특이사항으로 인해 서점 측에 일시적으로 품절 혹은 절판 상태로 변경해 둔 도서들이 있잖아요. 출판사에서 정상적으로 유통이 가능한 상태로 바뀌어도, 서점에는 상태 변경이 되지 않는 상황이 자주 발생하더라고요. 유통이 가능한 도서라도 서점에 품절 혹은 절판으로 걸

려 있으면, 출판사 측에서 유통 가능한 도서를 출고하지 못하는 일이 생겨요. 해당 도서를 필요로 하는 서점에서도 별도의 발주를 넣지 못하고요. 통전망을 통해 이런 문제를 점검할 기회가 생기면 좋겠어요.

권장규 본부장: 저는 통전망의 가치가 데이터를 분석하고 재가공할 수 있는데 있다고 생각해요. 서점에서 높은 판매량과 순위를 유지하고 있는 도서나 도서관의 급상승 대출 도서에 관한 리뷰 콘텐츠를 볼 수 있으면 좋을 것 같아요. 어떤 책이 왜 갑자기 핫해졌고, 왜 많은 사람에게 읽히는지 알려준다면 아직 통전망을 사용하고 있지 않은 출판사들도 유입이 될 것 같습니다.

Q 통전망에 별점을 매긴다면 몇 점을 주실 건가요? 5점 만점을 기준으로 점수를 매겨주세요!

권장규 본부장: 처음 서비스를 오픈했을 때와 비교하면 5점 만점을 주고 싶습니다. 하지만, 통전망에 탄탄하고 좋은 기능이 많이 생겨 지금보다 더 발전했으면 좋겠다는 바람이 있어요. 통전망 운영을 위해 애쓰는 모든 분들이 분발해서 더 많은 출판사가 유용하게 이 시스템을 사용할 수 있도록 노력하면 좋겠습니다! 그런 의미에서 3점 드려요!

양지환 매니저: 4점!! 통전망이라는 하나의 시스템을 통해 내가 얻고자 하는 정보를 빠르고 쉽게 찾을 수 있다는 점이 가장 큰 메리트인 것 같아요. 통전망에선 도서 정보 관리, 온라인 서점과 연계된 판매통계, 보도자료, 카탈로그 등 다양한 기능을 이용할 수 있다는 점도 매력적이고요. 출판사와 서점 모두에게 활용도가 높은 서비스라는 생각이 듭니다.

앞서 출판사에서 일시 품절 걸어둔 도서를 다시 판매할 수 있게 된 경우, 이 정보를 통전망을 통해 전달하고, 잘 연동되면 좋겠다고 말씀드렸잖아요. 이 부분이 반영된다면 5점 만점! 더욱 완벽한 출판유통전산망으로 거듭날 수 있을 것 같아요.

Q 아직 통전망을 사용하고 있지 않은 출판사들이 많은데요. 이들에게 전하고 싶은 한 마디가 있다면요?

양지환 매니저: 자사에서 출간되는 모든 도서 데이터를 통전망에 입력하고 있어요. 통전망으로 모든 도서 DB를 관리하니까 굉장히 편리합니다. 원하는 정보를 쉽고 빠르게 찾을 수 있는 것은 물론이고, 우리 회사에서 어떤 책이 나오고 개정되고 있는지 등의 흐름을 파악할 기회를 얻을 수 있습니다.
가장 기본적인 도서 서지정보는 물론이고 서점별 판매 통계까지 통전망에서 확인할 수 있어요. 그뿐만 아니라 통전망에서 제공하는 여러 데이터를 바탕으로 다양한 결괏값을 도출할 수 있어요. 출판사에서 일하는 모든 분의 업무에 도움이 되는 자료를 얻을 수 있는 거죠. 더 많은 출판사가 통전망을 이용하면 좋겠어요. 그래서 통전망이 지금보다 더! 흥하면 좋겠습니다.

권장규 본부장: 출판계가 어렵다는 말을 많이 하잖아요. 그럼에도 출판사들이 존재하는 이유는 책을 사랑하는 독자에게 좋은 책을 만들어 보답하기 위해서가 아닌가 싶습니다. 좋은 책을 만들기 위해서는 좋은 기획이 나와야 하고, 좋은 기획이 나오기 위해서는 우리 출판사들이 가지고 있는 도서 데이터를 모아야 한다고 생각해요.

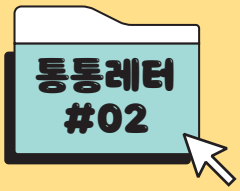
은행에서 '마이데이터'라는 서비스를 제공하고 있잖아요. 소비자가 금융사에 개인정보 사용을 허락하면, 은행이 그 정보를 한 곳에 모아 관리해 주는 서비스죠. 소비자는 휴대폰 앱이나 웹사이트에서 개인정보를 간편하게 관리할 수 있고, 금융사는 소비자에게 맞춤형 자산 관리나 컨설팅 등을 제공할 수 있게 돼요.

여기에서 우리가 데이터를 모아야 하는 이유를 찾을 수 있어요. 출판사들도 데이터를 한곳에 모아 차곡차곡 쌓으면 다양한 독자들의 성향에 맞추어 도서를 기획하고, 홍보할 수 있는 계기를 마련할 수 있다고 봅니다. 데이터가 쌓이면 출판사에도 힘이 생길 것이고, 힘이 생겨야 그 어느 곳에도 끌려다니지 않고 좋은 책을 만들 수 있지 않을까요?

외국 출판사들의 경우 통전망을 유료로 이용하더라고요. 우리나라에서는 통전망에 공공적인 가치가 있다고 보고, 국가 세금으로 운영하는 만큼 많은 출판사, 아니 모든 출판사가 이용하면 좋겠습니다.

통전망의 첫 〈통통레터〉 어떠셨나요? 모쪼록 여러분에게 도움이 되는 내용이었길 바라요! 어떤 출판사 혹은 서점과 인터뷰하면 좋겠다는 이야기부터, 이런 점은 보완하면 좋겠다는 이야기까지, 독자 여러분들의 솔직한 의견을 기다립니다!

당분간 〈통통레터〉는 둘째 주, 넷째 주 화요일에 발행될 예정이에요. 다음 소식은 6/13(화)에 들고 올게요! 모두들 더위 조심하시고, 6월에 만나요!



투명하고 신뢰도 높은 출판사가 되기 위해서

김영사 정성준 팀장

독자 여러분, 안녕하세요! 두 번째 〈통통레터〉로 찾아온 마케터 'S'입니다. 저번 레터를 읽고 남겨주신 피드백을 보니까, 제가 실명으로 활동했으면 좋겠다는 피드백이 있더라고요! 오늘부터는 가명 'S'를 버리고 '슬'이라는 이름으로 소식을 전하려고 해요! 앞으로 마케터 '슬'이 전하는 〈통통레터〉 많이 사랑해주실 거죠?

저희 2주 만에 만나는데 모두 잘 지내고 계셨나요? 저는 〈통통레터〉 두 번째 인터뷰의 주인공과 만나 이야기를 나누고, 여러분과 만날 준비를 하느라 정신없는 2주를 보냈어요.

〈통통레터〉 두 번째 인터뷰에 응해주신 분은 김영사 정성준 팀장님이에요! 인터뷰 내내 출판 업계와 통전망을 향한 성준 팀장님의 애정을 듬뿍 느낄 수 있어서 정말 좋았답니다. 어떤 이야기를 나눴는지 다들 궁금하시죠? 그럼 〈통통레터〉 두 번째 에피소드, 시작합니다!

핵심 통통

**통전망은 출판 산업에 종사하는 사람,
그리고 출판 산업에 관심 있는 사람이라면
누구에게나 필요한 수단이 될 거고,
누구에게나 필요한 시스템이 될 거예요.**

by. 김영사 정성준 팀장

Q 안녕하세요. 〈통통레터〉 두 번째 인터뷰의 주인공이세요! 독자 분들께 간단하게 자기소개 부탁드립니다!

정성준 팀장: 〈통통레터〉 독자 여러분, 안녕하세요. 김영사 마케팅부 전략기획팀 정성준 팀장입니다. 대형서점은 물론이고, 전국 곳곳에 있는 지역 서점에 자사에서 출간된 책을 유통하는 업무를 하고 있어요.

Q 김영사는 통전망을 적극적으로 이용하고 있는 출판사 중 하나인데요. 통전망을 잘 사용하고 계신 이유가 궁금합니다.

정성준 팀장: 저희는 통전망이 출판 산업 전체의 판매 데이터를 투명하게 공개하고, 서점 별 정보 격차를 해소하기 위하여 운영되는 시스템이라고 생각합니다. 그래서 적극적으로 이용하고 있어요.

판매 데이터를 투명하게 공유하기 위해, 김영사에서는 저자에게 분기별 인세보고서를 발송합니다. 또, 저자가 도서 출고량을 직접 확인할 수 있는 앱을 개발해서 사용하고 있습니다. 모든 출판사가 각개 노력을 하고 있지만, 통전망같은 공공시스템에서 판매 데이터 공유가 실현되면 각 출판사는 이러한 신뢰를 만들기 위한 비용을 절감할 수 있고, 출판 산업 전체적으로도 높은 수준의 신뢰가 만들어질 거예요.

그리고, 출판사들이 신간 도서 정보를 통전망에 등록하면, 통전망에 가입한 서점들이 신간 정보를 받아볼 수 있다는 점도 매력적이에요. 출판사에서 각 지역 서점까지 신간 정보를 알리기 무척 어렵잖아요. 이러한 정보 격차 문제를 통전망을 통해서 해결할 수 있으니 적극적으로 이용해보자는 목적 의식을 가지고 사용하고 있습니다.

Q 통전망에서 주로 어떤 서비스를 이용하세요?

정성준 팀장: 저희는 업무를 할 때 통전망에서 제공하는 다양한 서비스를 사용하려고 노력해요. 그 중에서도 메타데이터 등록, 판매 통계 확인, 정가 변경 서비스를 주로 이용합니다.

우선, 신간 도서가 출간되면 메타데이터로 등록해요. 아직 정보를 등록한 후 온라인 서점에 전송을 바로 하지는 않아요. 각 서점에 메일로 보도자료를 발송하는 기존 방식과 충돌하는 경우가 간혹 생기더라고요. 하지만, 도서 메타데이터가 있어야 판매 통계 확인 등 통전망의 서비스를 유용하게 활용할 수 있기 때문에, 서점 전송 여부와 관계 없이 신간 도서는 모두 메타데이터로 등록하고 있습니다.

또, 도서 판매통계를 일주일에 두세 번은 확인하는데요. 크게는 PC/모바일/오프라인, 조금 더 세세하게 들어가면 예술이나 인문, 어린이 등의 주제 분류별 도서의 판매통계를 확인할 수 있어서 출판사들이 활용할 수 있는 범위가 넓은 것 같아요.
마지막으로 통전망을 통해서만 신청할 수 있는 정가 변경 서비스를 자주 이용하고 있습니다.

Q 통전망 서비스 중 가장 만족스럽게 사용하는 기능이 있으신가요? 업무를 하실 때 통전망이 어떻게 도움이 되는지 궁금합니다!

정성준 팀장: 판매 통계 서비스가 가장 만족스러워요. 서점 SCM을 통해 판매 데이터를 확인하는 과정도 물론 필요하지만, 모든 서점 사이트에 접속해서 판매량을 확인하는 게 꽤 번거롭잖아요. 사내 모든 직원이 판매량을 확인하기에는 접근성도 떨어지고요. 통전망에서는 여러 서점의 판매 데이터를 한 눈에 확인할 수 있어서 편리해요. 그래서 각 편집팀의 신간 도서를 관심도서로 설정해두고 수시로 판매 수치를 확인합니다. 누구나 쉽게 도서 판매량을 확인할 수 있어서 만족스럽게 활용하고 있어요.

통전망은 다양한 도표를 통해 판매 통계를 직관적으로 보여줘요. 뿐만 아니라, 통계를 활용한 다양한 분석을 제공하고 있어서 유용합니다. 지역, 연령대, 성별 등 기본적인 분석은 물론이고, 예술, 사회과학, 인문 등 주제 분류 별 분석도 확인할 수 있거든요. 이 통계를 통해서 홍보와 영업을 어떻게 진행할 것인가에 대한 팁을 얻기도 하고, 후속 마케팅을 어떻게 진행할 것인지 이야기를 나누기도 합니다.

Q 혹시 통전망에 개선되거나 추가되었으면 하는 기능이 있으신가요?

정성준 팀장: 통전망을 통해 책과 관련된 다양한 정보들이 모든 사람에게 공개되어 진정한 의미의 공공 시스템의 역할을 해주길 기대합니다. 갓 출간된 신간 도서의 정보, 도서 판매 부수, 저자 정보 등 출판사와 서점 뿐만 아니라 작가와 독자 등 책에 관심이 있는 모든 사람들이 쉽고 재미있게 관련 통계를 확인할 수 있으면 좋겠어요.

'요즘은 어떤 영화가 재미있나?'라는 생각이 들면 바로 '박스오피스'를 검색해요. 검색 결과로 'KOBIS 영화관 입장권 통합 전산망'이 뜨는데, 이 시스템에서는 요즘 상영하고 있는 영화와 관련된 여러 데이터를 보여줘요. 저는 통전망을 이용하면서 모든 독자에게 이와 비슷한 방식으로 도서 데이터를 쉽고 재미있게 보여주면 좋겠다는 생각을 자주합니다.

영화 통전망 시스템에 관련된 이야기를 조금 더 해볼게요. 이 사이트를 통해서는 영화 기본 정보, 현재 상영 순위, 매출액, 관객수 등의 정보는 물론이고 실시간 예매율, 좌석 점유율, 독립/예술영화 정보 등의 정보까지 모두 확인할 수 있어요. 영화를 제작하려는 제작사, 영화를 보려는 관객들, 영화에 대한 정보를 이야기하거나 정보를 활용하는 모든 사람들이 통계에 접근할 수 있죠.
출판 통전망은 영화 통전망과 다르게 출판 산업에 대해서 이야기를 나눌 수 있는 정보들이 제대로 제공되고 있지 않은 점이 조금 아쉬워요. 베스트셀러 순위, 독립서적에 대한 양질의 정보, 저자 소개, 출판계 동향 등 출판사 뿐만 아니라 독자와 저자에게도 양질의 정보를 제공하는 시스템으로 발전하면 좋겠어요. 모두에게 필요한 정보를 제공하는 시스템이 된다면, 통전망을 쓰지 않을 이유가 없어요. 통전망은 출판 산업에 종사하는 사람, 그리고 출판 산업에 관심있는 사람이라면 누구에게나 필요한 수단이 될 거고, 누구에게나 필요한 시스템이 될 거예요.

통전망이 대국민 서비스로 발전해서 모두가 통전망 사용을 적극적으로 권고하는 상황이 만들어지면 좋겠습니다.

Q 통전망에 별점을 매긴다면 몇 점을 주실 건가요? 5점 만점을 기준으로 매긴 점수와 그 이유를 말씀해 주세요.

정성준 팀장: 앞서 말씀드렸듯이, 저희는 신간 도서 정보 등록, 판매 통계 확인, 도서 정가 변경 등의 서비스를 이용하고 있습니다. 하지만 아직 많은 출판사들이 통전망을 이용하고 있지는 않아요. 통전망이 출판인과 출판에 관심있는 사람 모두를 위한 기능을 점차 갖추어갈 것이라는 기대는 있지만, 곧 실현되길 바라며 2점 드립니다.

도서 정가 변경 서비스처럼 반드시 통전망을 통해서만 신청할 수 있는 편리한 서비스가 더 필요해요. 예를 들면, 신간 도서 정보를 서점에 등록하고 전송할 때 꼭 통전망을 이용해야 하고, 각 서점 사이트에는 해당 정보가 바로 반영되는 방식으로요.

통전망이 출판계에서 필수적으로 활용해야 하는 폼으로 기반이 다져지길 바랍니다.

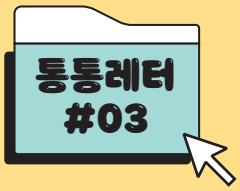
Q 아직 통전망을 사용하고 있지 않은 출판사들이 많은데요. 이들에게 전하고 싶은 한 마디가 있다면요?

정성준 팀장: 모든 출판사가 세상에 책을 선보일 때, 이 책이 독자와 아주 긴 호흡으로 소통할 수 있기를 바랍니다. 하지만 요즘은 스테디셀러, 베스트셀러가 아닌 이상 한 달 동안 서점 순위권을 지키는 것도 힘들죠. 물론 좋은 책을 기획하고 만들어내는 것이 가장 중요합니다. 이에 더해 저는 요즘 점점 사라지고 있는 작은 지역 서점에서도 책이 잘 판매될 수 있는 좋은 환경을 만들어가는 것도 모든 출판인이 고민해야 할 과제라고 생각해요.

통전망은 출판사가 좋은 책을 만드는데 온 힘을 쏟을 수 있도록 돕고, 소멸 위기에 처한 작은 지역 서점들을 살리고, 도서와 관련된 양질의 정보를 독자에게 제공할 수 있는 가능성을 갖춘 시스템이에요. 모든 출판사가 통전망을 적극적으로 이용하고 응원해주면 좋겠어요. 그럼 통전망이 출판사와 서점이 독자와 만날 수 있는 안정적인 환경을 조금 더 빨리 만들 수 있지 않을까요?

김영사의 정성준 팀장님과 함께한 통전망의 두 번째 〈통통레터〉! 이번 이야기는 어땠는지 피드백을 남겨주세요! 독자 여러분의 솔직한 후기를 기다립니다:)

통전망을 바라보는 출판업계 종사자들의 솔직한 시선을 전하는 〈통통레터〉! 다음 소식은 6/27(화)에 들고 올게요! 〈통통레터〉를 기다리는 2주 동안 주변 사람들에게 〈통통레터〉가 얼마나 알차고 재미난지 널리 알려주세요!



마케팅 기획의 입구가 되어주는 통전망

윌북 김태윤 팀장

독자 여러분, 안녕하세요. 마케터 슬이 세 번째 〈통통레터〉를 들고 찾아왔어요! 통통레터를 읽고 보내주신 피드백을 꼼꼼히 읽어보고 있는데, 윌북이 통전망을 어떻게 사용하고 있는지 듣고 싶다고 의견 남겨주신 분이 있더라고요. 그래서 저희 통전망 운영지원팀이 윌북의 김태윤 팀장님을 만나고 왔습니다.

통전망의 거의 모든 기능을 섭렵하고 계신 고수, 김태윤 팀장님과 함께한 〈통통레터〉 세 번째 에피소드, 시작합니다!

핵심 통통

**모든 일, 모든 아이디어에는 입구,
즉 모티브가 있다고 생각해요.
통전망이 출판 마케터에게 마케팅 기획의
입구가 되어줄 수 있다고 생각합니다.**

by. 김태윤 팀장

Q 안녕하세요. 〈통통레터〉 세 번째 인터뷰의 주인공이세요! 독자분들께 간단한 자기소개 부탁드립니다!

김태윤 팀장: 안녕하세요. 월북 홍보마케팅팀 팀장 김태윤입니다. 도서를 출간하기 전 타깃 독자를 설정하고, 독자와 책을 어떻게 연결할 것인지 여러 데이터를 참고하여 전략을 세우고 이를 실행하는 업무를 하고 있습니다.

Q 개인적으로 월북에서 출간되는 도서를 굉장히 좋아해요. 〈딱 하나만 선택하라면, 책〉은 매년 한 번씩 읽는 책이고, 독서 모임에서 〈IT 좀 아는 사람〉을 읽고 토론을 하기도 했고요. 월북에 대해서도 간단하게 소개해주실 수 있을까요?

김태윤 팀장: 월북을 하나의 형용사로 정의하라면 '다이내믹'이 어울리지 않을까 싶어요. 새로운 일이 굉장히 많이 일어나는 곳이거든요. 저희는 한 달에 3~4종, 일 년에 50종 정도의 책을 출간하고 있는데요. '출판사가 이런 곳과 제휴를 한다고?' 싶은 곳과 협력해서 마케팅을 많이 기획하는 편이에요. 월북은 책이라는 하나의 콘텐츠를 활용해 다양한 콘텐츠를 생산하는 곳입니다.

Q 월북은 통전망이 만들어진 초창기부터 꾸준히 통전망을 사용하고 있는데요. 통전망을 사용하게 된 계기가 있나요?

김태윤 팀장: 말씀하신 것처럼 저희는 통전망을 초창기부터 사용했어요. 작년에 통전망 이용 교육을 통해 처음 접했는데, 저희 대표님이 새로운 시스템에 관심이 많으시거든요. 판매통계 확인이나 홍보 카탈로그 제작 등 업무를 할 때 활용도가 높을 것 같다며 업무 수행할 때 통전망을 적극 이용해 보라고 권장하셨어요. 그래서 그 이후에도 통전망 이용 교육에 많이 참여했습니다.

사실 통전망 이용 초창기에는 부족한 점이 눈에 많이 띄었어요. UI(*user interface 사용자 인터페이스)나 UX(*user experience사용자 경험)적인 면에서 개선할 부분이 많았고, 무엇보다 마케팅팀에서 가장 눈여겨봤던 판매통계가 SCM 상의 정보와 차이가 있더라고요.

그때부터 지금까지 일주일에 두세 번은 통전망에서 데이터를 확인하고 있는데, 요즘은 SCM에서의 판매 데이터와 통전망에서의 판매통계가 거의 비슷하더라고요. UI와 UX도 사용자가 이용하기 훨씬 편리해졌고요. 통전망이 나날이 발전해 가는 모습을 지켜보는 게 저의 소소한 기쁨입니다.

Q 나날이 발전하고 있는 통전망이라니! 괜히 뿌듯한데요? 윌북에서 통전망을 요모조모 잘 이용하고 있다는 소문을 접했는데, 업무 수행할 때, 통전망을 어떻게 이용하고 계시는지 말씀해 주실 수 있을까요?

김태윤 팀장: "윌북 홍보마케팅팀에서는 신간 도서 등록 및 온라인 서점 전송, 판매통계 확인 등을 하고 있고, 편집부에서는 언론 릴리스를 할 때 통전망을 활용하고 있습니다." 라고 말하면 너무 뻔하잖아요? 제가 개인적으로 통전망을 어떻게 이용하고 있는지 말씀드려 볼게요.

온라인 서점 웹페이지에 들어가면, 각 온라인 서점 md의 큐레이션이나 광고를 돌리는 책들이 메인 화면에 노출되잖아요. 취향이나 광고로 걸러진 책들의 목록을 보는 것도 좋지만, 그 외 다양한 출판사에서 출간하는 책을 볼 수 없는 건 아쉽더라고요. 그래서 저는 통전망을 통해서 신간 도서나 출간 예정 도서 목록을 확인해요. 모든 출판사의 책을 등록한 순서대로 살펴볼 수 있어서 새로운 발견을 하기도 하고요.

이건 정말 소소한 꿀팁인데요. 신간 도서 출간을 준비하다 보면 가격대를 어떻게 설정해야 하는지 고민에 빠지잖아요. 그럴 때 통전망의 도서 목록을 확인하는 게 도움이 돼요. 비슷한 주제 · 분야의 도서 리스트를 보면, 도서 정가를 편리하게 확인할 수 있거든요.
또 저희 윌북에서는 도서 판매량과 발주량을 한눈에 볼 수 있게끔 보고서로 만들어서 대표님께 정기적으로 보고합니다. 월 결산, 분기 결산, 반기 결산 등의 보고 자료도 만들어야 하고요. 이렇게 여러 가지 자료를 만들 때, 통전망에 있는 데이터를 유용하게 활용합니다. 통전망에서 제공하는 자료를 보면 우리 출판사뿐 아니라 출판 산업의 전체 매출 규모도 함께 확인할 수 있거든요. 출판 업계 동향을 구두로 전달하는 것보다 통전망이 제공하는 객관적인 통계 지표를 활용하면 전달력이 높아지고요. 특히 윌북과 출판 산업의 전체 매출을 비교하면서 왜 매출이 올랐고 떨어졌는지 원인이 무엇인지 논의할 수도 있어요.

마지막으로 대출 통계에서 대출 키워드를 유심히 보는 편인데, 아이디어도 좋고 정말 재밌어요. 특히 독자의 니즈를 파악하기 위해서 여러 데이터를 참고하고 활용할 때, 통전망의 대출 키워드가 굉장히 유의미하더라고요.

보통 도서 출간 준비를 할 때, 요즘 독자들이 관심을 쏟는 키워드를 파악하고, 그 키워드를 활용해서 홍보 콘텐츠를 기획하거나 카피를 뽑잖아요. 마케팅 아이디어 회의가 하나의 키워드로부터 출발하기도 하고요. 이때 네이버나 구글 검색으로 포괄적인 키워드를 찾아보는 과정도 물론 필요하지만, 통전망에서 제공하는 '대출 키워드'가 독서 인구 입에 많이 오르내리는 단어이다 보니까 통전망을 통해서 키워드 검색을 자주 해요. 보다 뾰족한 키워드를 뽑을 수 있어서 활용도가 높아요. 이야기하면서 방금 생각난 건데, 보도자료를 작성할 때 '대출 키워드'를 참고해도 좋을 것 같네요!

지금까지 제가 통전망을 어떻게 활용하고 말씀드렸는데, 말씀드리고 보니, '출판산업 통계' 섹션을 잘 이용하고 있는 것 같네요.

Q 그러게요! 많은 출판사들이 신간 도서 정보를 등록하거나 도서 재정가 서비스를 이용하기 위해 통전망을 사용한다고 말씀하시거든요. 윌북은 '출판산업 통계' 코너를 굉장히 잘 보고 활용하시는 것 같아요.

김태윤 팀장: 제가 원래 통계 보는 걸 좋아해요. 평소에도 통계청에 자주 들어가는 편이고요. 무언가를 이야기할 때 근거를 통해 이야기하려고 노력하는 편이에요. 아주 작은 근거라도 제시하면 저의 이야기에 힘이 생기잖아요. 그래서 신빙성 있고 신뢰도 높은 통계 자료를 자주 살펴봐요.

저는 특히 마케터잖아요. 마케터라면 '다양한 채널'을 통해 통계를 입체적으로 확인해야 한다고 생각해요. 통전망이 그중 '하나의 채널'인 거고요. '출판산업 통계' 코너에는 다양한 그래프나 인포그래픽 등 시각적으로 활용할 수 있는 자료가 많아요. 그래서 즐겨찾기 설정을 해놓고 규칙적으로 업무 툴로 활용하고 있습니다. 마케팅 관

련 통계나 키워드를 찾아야 할 때 통전망 홈페이지를 띄우는 건, 이제 저에게 너무 자연스러워요.

Q 통전망을 업무 시스템으로 도입하여 자리 잡기까지 얼마나 걸리셨나요?

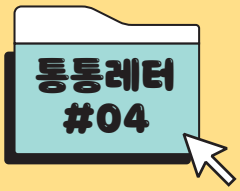
김태윤 팀장: 6개월 정도 걸린 것 같아요. 사실, 실무에 허덕이는 직원들에게 새로운 시스템을 활용해 보자고 설득하는 게 쉽지는 않았어요. 기존에 업무를 해오던 방식이 편안하니까요. 윌북은 어떠한 일을 진행하기 전에 모든 직원을 설득하는 과정을 거치는 민주적인 회사인데요. 과도기를 거쳐서 지금은 통전망을 이용하는 것이 하나의 루틴한 업무로 자리 잡았습니다.

Q 아직 통전망을 사용하고 있지 않은 출판사들이 많은데요. 이들에게 전하고 싶은 한 마디가 있다면요?

김태윤 팀장: 모든 일, 모든 아이디어에는 입구, 즉 모티브가 있다고 생각해요. 통전망이 출판 마케터에게 마케팅 기획의 입구가 되어줄 수 있다고 생각합니다. 다양한 자료와 정보를 참고해야 하는 홍보/영업 마케터에게 통전망은 굉장히 유용한 사이트거든요. 더 많은 출판사가 통전망을 이용하게 되면, 보다 유의미한 데이터가 많아지지 않을까요? 모든 출판사가 통전망을 이용하는 그날까지, 통전망 응원하겠습니다!

윌북의 김태윤 팀장님과 함께한 통전망의 세 번째 〈통통레터〉! 인터뷰 내내 통전망을 활용하는 꿀팁을 들을 수 있어서, 오히려 저희 팀에서 힘을 많이 얻을 수 있었답니다. 이번 이야기는 어땠는지 피드백을 남겨주세요! 독자 여러분의 솔직한 후기를 기다립니다:)

통전망을 바라보는 출판업계 종사자들의 솔직한 시선을 전하는 〈통통레터〉! 다음 소식은 7/11(화)에 들고 올게요! 〈통통레터〉 기다리면서 주변 사람들에게 〈통통레터〉가 얼마나 알차고 재미난 지 널리 알려주세요!



출판사와 서점이 공동으로 관리하는 하나의 큰 엔진, 통전망

진주문고 여태훈 대표, 이병진 팀장

독자 여러분, 안녕하세요! 〈통통레터〉 네 번째 에피소드로 찾아온 마케터 '슬' 아니고, '구씨' 입니다. 제가 누구냐고요? 마케터 '슬'을 기다리신 분에게는 미안하지만 '슬'님이 바쁠 때 나타나는 인터뷰어입니다. 통통레터 발행을 위해 출판사를 인터뷰하고, 쉽고 재미있는 통전망 사용 설명서인 통통툰 제작 등으로 바쁜 '슬'을 대신해서 이번 네 번째 에피소드의 주인공인 '진주문고' 인터뷰에는 제가 파견됐는데요. 부산출판문화산업협회 회원분들을 만나 출판유통 통합전산망 '찾아가는 교육'을 진행하고, 내친김에 진주로 신속하게 이동하여 진주문고 인터뷰를 진행했습니다.

다산북스, 김영사, 윌북 등 통전망을 이용하는 출판사 인터뷰가 지난 회차까지 나갔습니다. 출판사의 사례 외에도 통전망을 이용하는 지역서점의 의견을 듣고 싶다는 독자 여러분의 피드백이 있더라고요? 그래서 서부경남의 대표 서점 '진주문고'의 여태훈 대표님과 이병진 팀장님을 섭외했습니다. 통전망을 이용하는 지역서점의 첫 인터뷰인 만큼 알찬 내용을 전달해 드리고자 열심히 준비했으니 한 글자도 놓치지 마세요!

인터뷰는 진주문고 5층 집무실에서 여태훈 대표님의 시그니처 메뉴라고 할 수 있는 녹차와 함께 차담을 나누며 이루어졌습니다. 인터뷰를 하는 동안 왜 진주문고가 서부경남의 대표 서점이고, 업계에서 모범으로 꼽히는지 느낄 수 있었지요. 그럼 진주문고의 성장을 위한 고민과 노력, 진주문고에서는 통전망을 어떻게 사용하고 바라보고 있는지 등을 담은 통통레터 네 번째 에피소드, 진주문고 편 함께 하시죠.

핵심 통통

통전망은 모든 데이터를 한 곳에 모아 공동으로 관리하는 큰 엔진 같아요. 통전망이라는 하나의 엔진에 출판사와 서점이 양질의 데이터를 주유하면 출판 업계가 발전할 수 있는 동력이 될 것이라고 생각합니다.

– 진주문고 이병진 팀장 –

Q 안녕하세요. 〈통통레터〉 네 번째 인터뷰의 주인공이자, 지역서점 이용자로는 첫 번째 인터뷰의 주인공이신데요. 독자분들께 간단한 자기소개 부탁드립니다.

여태훈 대표: 반갑습니다. 진주문고 대표 여태훈입니다. 오늘 인터뷰는 이병진 팀장이 실무적인 이야기를 해주시고, 제가 보완할 내용이 있으면 부연 설명하는 방식으로 진행했으면 해요.

이병진 팀장: 안녕하세요. "책과 사람이 만나는 우리동네 문화공간" 서부경남 대표 서점, 진주문고 이병진 팀장입니다. 저는 진주문고에서 '서점 기획'과 '큐레이션' 업무를 하고 있습니다. 진주문고 본점 2층에 있는 문화공간 '여서재'에서 작가와의 만남, 독서모임, 음악회, 영화 감상 등 책과 함께 하는 문화 프로그램을 기획하고, 서가 배치, 도서 큐레이션 등을 운영합니다. 최근에는 도서관이나 기관에 납품하는 도서도 큐레이션을 해야 하는 경우가 많은데요. 그런 외부 큐레이션 요청 건도 처리하고 있습니다.

Q 지역서점 운영이 어려운 상황에서도 현재 진주문고 4개 지점을 운영하고 계시죠. 자영업자들이 힘들어하던 코로나 시국에 두 개의 서점을 추가로 개점하신 걸로 알고 있는데요. 쉽지 않은 결정이었을 것 같아요.

여태훈 대표: 서점을 최고 다섯 개 지점까지도 운영했었어요. 두 개 지점까지 줄인 적도 있고요. IMF, 리먼브라더스 사태, 코로나 대유행 등 약 10년에 한 번씩은 큰 어려움이 닥치더라고요. 사실 이와 같은 위기는 국가 차원에서, 사회 차원에서 우리가 함께 잘 대응하면 넘어설 수 있는 위기라고 생각해요. 개인적으로 이보다 더 큰 위기는 근래 몇 년 사이에 서점이 존재해야 하는 이유와 지속성이 흔들리는 거라고 봐요. 독서인구의 고령화, 학령인구의 감소 문제가 바로 이 위기의 원인이죠. 특히 학령인구의 감소는 출판사와 서점의 매출에 영향을 많이 미칩니다.

저는 코로나 대유행 시기에 두 개의 매장을 추가로 오픈했어요. 2021년에 혁신점, 2022년에 초전점을 냈는데요. 비록 진주가 작은 도시이지만, 진주 내에서도 상권이 굉장히 빠르게 이동하거든요. 기존에 운영하던 두 개의 매장이 구도심에 있다면 새로 연 매장들은 젊은 사람들이 많은 신도시에 있어요. 개인적으로 신도시에 매장을 내지 않았다면 기존에 있던 서점 두 곳의 운영도 힘들었을 거라고 생각합니다. 새로운 지역에, 그것도 코로나 시국에 매장을 오픈하는 것은 무모한 도전이라고 보는 분도 많았어요. 하지만 신규 매장의 오픈을 통해 새로운 지역에 독서 인구를 창출할 수 있었고, 그래서 저는 성공적인 오픈이었다고 봅니다.

또, 진주문고는 지역민의 관심과 사랑을 많이 받는 역사가 깊은 서점이에요. 진주문고의 확장을 바라는 지역민의 요구에 응해 새로운 매장을 오픈해야겠다고 결심한 측면도 있는데 좀 특별한 경우라고 할 수 있습니다.

이병진 팀장: 진주문고에 방문하시는 고객의 범위가 굉장히 넓어요. 하동, 남해, 사천, 산청 등 많은 인근 지역에서 진주문고로 오세요. 지역서점은 오프라인 공간에서 운영되는 만큼 그 공간의 장점을 살리는 것이 중요해서 꼭 책을 구매하지 않더라도 책을 구경하고 책과 함께 쉴 수 있는 공간으로 꾸몄습니다. 또 책과 관련된 다양한 문화 프로그램을 진행하기도 하고요. 공간과 공간을 채우는 콘텐츠가 한데 어우러지면 새로운 비즈니스 기회가 열리는 힘이 생기더라고요.

Q 이병진 팀장님이 말씀하신 것처럼 진주문고는 서점 공간과 지역 네트워크를 활용한 문화 프로그램을 기획하고, 실행하는데 굉장히 열심인데요. 다른 서점에서 운영하는 문화 프로그램과의 차별점이 있을까요?

이병진 팀장: 저희도 다른 서점들과 마찬가지로 좋은 작가를 섭외해서 유익한 프로그램을 기획하려고 노력해요. 그런데 아무래도 진주가 서울이나 경기도 등 수도권과 거리가 멀잖아요. 수도권에 있는 유명 작가가 진주문고에 방문하면 더 많은 시간을 할애해야 하고요. 비용도 만만치 않습니다. 거리, 비용, 작가 섭외의 어려움 등 현실적인 문제를 극복하기 위해서 '우리 이웃 우리 작가'라는 진주의 특색과 매력이 듬뿍 담긴 프로그램을 기획했습니다. 지역 작가를 발굴해서 지역민들과 이야기를 나눌 수 있는 시간을 마련했어요. 우리 지역 작가를 조명할 수 있는 자리를 만들다보니 다른 기관과 협업하여 변별력 있는 문화 행사를 기획할 수 있는 기회가 늘어났어요. 학교, 기업, 출판사, 개인, 독서 모임 등 다양한 단체에서 협업 제안이 들어옵니다. 이 관계를 잘 유지해가면서 문화 프로그램을 기획하니 한정된 예산을 효율적으로 사용할 수 있고 모객도 한결 수월해지더라고요.

여태훈 대표: 저희 모두 서울과 서울이 아닌 곳이라는 이분법적 사고에 갇혀 있었어요. 서울은 우리나라의 중심 도시잖아요. 그러다보니 문화 행사를 기획하거나 작가를 섭외할 때 늘 서울 중심으로 사고를 하더라고요. 진주도 하나의 특색있는 지역인데 말이죠. 그래서 생각한 것이 '우리 이웃, 우리 작가'입니다. '진주'라는 지역의 매력으로 시선을 돌리니 이전에는 보이지 않았던 것이 보이기 시작했어요. 문화 프로그램을 통해 지역 작가를 발굴하려는 노력을 하게 된 거죠. 지금까지 진주문고에서는 4명의 지역 작가를 발굴했고, 이들을 출판사와 연결시켰습니다. 초판 중 50% 정도를 진주문고에서 매절해서 판매하고 있어요. 지역 작가를 발굴하여 출판과의 연결고리를 만들고, 지역 서점에서 판매하는 것도 서점의 또 다른 역할이라는 것을 알게 됐어요. 이를 저희가 스스로 증명했고요.

Q 진주문고는 서점에서 사용하는 전산 시스템에도 관심이 많으시죠. 서점 판매 관리 프로그램(포스)뿐만 아니라 지역서점포털 서점온과 출판유통통합전산망도 매장 판매 시스템과 연계하여 잘 활용하고 계신데요. 포스와 서점온을 어떻게 활용하고 계신지 궁금합니다.

이병진 팀장: 말씀하신 것처럼 진주문고에서는 서점 판매 관리 프로그램인 포스를 이용하고 있어요. 포스에는 진주문고에서 판매하는 도서 정보가 업데이트되어있는데, 저희는 포스와 서점온을 연동해서 사용하고 있습니다. 두 시스템을 연동하면 진주문고를 방문한 고객이 매장 내 비치되어있는 도서 정보를 검색할 수 있고 해당 도서의 재고 유무도 확인할 수 있거든요. '예약드림' 기능을 이용하면 진주문고 4개 지점의 도서를 확인하고 매장에서 픽업할 수 있어요. 그리고 알림톡을 이용해서 손님과 주문 준비사항에 대해 소통할 수 있는 기능들이 너무 편리하더라고요. 홍보물도 만들었는데, 카피를 "서점온에서 진주문고 재고를 조회하고 예약해 보세요"라고 잡았어요.

Q 통전망을 어떻게 이용해야 할지 잘 모르는 지역서점들이 많은 것 같더라고요. 많은 지역서점들이 통전망을 적극적으로 이용할 수 있도록 진주문고의 통전망 활용 방법을 공유해주실 수 있을까요?

이병진 팀장: 저희 진주문고는 통전망에서 '내 서점 판매 통계'와 '도서 알림 설정' 서비스를 주로 이용합니다. 도서 알림 설정을 해두면 원하는 주제, 출판사, 저자 등 신간 정보를 알려줘요. 출판사에선 보통 대형 온라인 서점에 신간 정보를 제공하잖아요. 통전망을 활용하면 작은 지역서점에서도 출판사가 등록한 양질의 신간 정보를 실시간으로 받아볼 수 있어요. 데이터가 힘인 시대이니만큼, 통전망을 통해 어떤 도서가 출간되었고, 출간 예정인지 파악을 하고 있으면 서점의 매출과 지속적인 운영에 매우 큰 도움이 됩니다. 새로운 서가를 구성하기 위한 큐레이션, 우리 서점의 결과 맞는 책의 작가들을 섭외해 문화 프로그램을 기획하는 등 누구보다 빠르게 도서 판매를 준비할 수 있거든요. 출판사에서 도서 정보만 많이 등록한다면, 많은 서점에 도서를 노출하고 홍보하는 기회가 되지 않을까 싶어요.

진주문고는 통전망과 포스를 연동시켰어요. 그래서 통전망의 판매 통계 리포트 기능을 이용해서 "내 서점 판매 통계"를 직관적으로 볼 수 있습니다. 대형 온라인 서점의 판매 통계는 물론이고 경상도, 진주시, 그리고 다른 지역과 비교한 진주문고만의 판매 데이터를 확인할 수 있어서 얼마나 편리한지 몰라요. 통전망을 사용하기 전에는 전국 서점 베스트셀러와 진주문고 베스트셀러 판매량을 일일이 집계해서 비교했거든요. 더 많은 출판사의 도서가 등록되고, 데이터 분석 기능이 강화되면 새로운 마케팅이나 문화 활동 기획으로도 연결할 수 있을 것 같아요.

통전망은 모든 데이터를 한 곳에 모아 공동으로 관리하는 큰 엔진 같아요. 통전망이라는 하나의 엔진에 출판사와 서점이 양질의 데이터를 주유하면 출판 업계가 발전할 수 있는 동력이 될 것이라고 생각합니다.

Q 'OO이런 기능이 있으면 지역서점들이 통전망을 더 많이 사용할텐데...' 하고 아쉬웠던 부분이 있으신가요? '통전망에 이런 기능도 있으면 좋겠다!'하고 제안해주셔도 좋고요.

이병진 팀장: 통전망에서 '홍보 카탈로그'를 제작할 수 있는 기능이 매력적이더라고요. 예전에는 학교나 공공도서관에 납품을 할 때 저희가 도서 표지 이미지와 정보를 한땀 한땀 직접 입력해서 제안서를 만들어야 했어요. 통전망에서는 해당 시스템에 등록된 도서 정보를 바로 불러와서 쉽고 간단하게 '홍보 카탈로그'를 만들 수 있어서 편리해요. 서점 업무시스템에서 도서 큐레이션 목록을 엑셀 파일로 만들어 업로드하면 자동으로 카탈로그가 만들어지는 기능이 생기면 효율적으로 업무를 진행할 수 있을 것 같아요.

그리고, 도서 판매 데이터 등을 분석해서 다양한 테마의 큐레이션 목록을 제공해주면 좋겠어요. 여름 휴가에서 읽기 좋은 책, 20대라면 꼭 한 번 읽어봐야 하는 책 등과 같이 다양한 큐레이션 테마를 제공하면 지역서점들이 많이 유입될 것 같아요. 독자들이 지역서점을 이용하는 목적 중에 '해당 서점의 취향과 특색이 듬뿍 담긴 책을 추천받고 싶어서'가 있다고 생각하거든요. 통전망이 도서 큐레이션을 손쉽게 할 수 있는 기반이 되어줌으로써, 지역서점 고유의 색이 강하게 드러날 수 있는 계기를 만들어 줄 수 있다고 생각합니다.

Q 지역서점이 살아남기 위해서는 "오프라인에서도, 온라인에서도 두각을 나타내는 지역서점"이 되어야 한다고 생각합니다. 이런 지역서점이 많아질 수 있도록 통전망은 어떤 역할을 해야 할까요?

이병진 팀장: 최근 웅진북센의 '바로보네'나 한국출판협동합의 '책광장모두'와 같이 도매상이 서점에서 책 구매를 할 수 있도록 하는 플랫폼이 생겼습니다. 어떤 플랫폼을 사용하든지 서점에는 완벽한 도서 정보가 필요해요. 그리고 플랫폼이 성장하기 위해서는 많은 서점과 출판사가 모여야 하죠.

통전망에 더 많은 출판사와 서점이 모여 그들의 데이터를 공유할 수 있는 장이 만들어지면 좋겠습니다. 그리고 출판사에서 등록한 도서 정보와 해당 도서의 판매 정보를 서점과 연계하는 기본적인 기능을 안정적으로 제공할 수 있어야 해요. 그러면 자신만의 색깔을 가지고 있는 지역서점이 많아지지 않을까요?

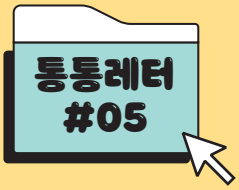
여태훈 대표: 진주문고가 상대적으로 큰 지역서점이지만 도서 정보 관리, SNS 채널 운영, 홍보 등 서점을 유지하고 운영하기 위한 비용이 많이 들어요. 실질적으로 이 업무들을 모두 수행하는데 어려움도 큽니다. 요즘 독자들은 온라인 환경에 더 익숙하잖아요. 통전망에서 오프라인 서점을 온라인 환경과 연결할 수 있는 기반을 잘 만들어주면 좋겠습니다. 통전망을 통해 얻는 다양한 데이터를 지역서점에 적용할 수 있다면, 오프라인 매장의 매력과 특색을 잘 살릴 수 있는 기회가 만들어질 거예요.

결국 통전망은 데이터를 활용한 출판 유통의 투명성을 위해 만들어졌잖아요. 출판 유통의 투명성, 이 부분을 간과하고는 출판 선진국이 되기도, 선진적인 서점이 되기도 어렵습니다. 통전망을 통해 정

보를 연계하면 편리하고 얻을 수 있는 이점이 많습니다. 하지만 서점들은 각자가 품고 있는 문제로 인해 데이터를 공개하고 싶지 않아하는 경우가 많아요. 폐쇄적이죠. 근본적으로 유통의 불투명성이라는 문제가 지속되면 도매상이나 서점은 점점 더 어려워질 거예요. 저는 이 문제가 해결되어야만 선진 서점으로 성장할 수 있기에 우리 모두가 통전망을 의무적으로 이용해야 한다고 생각합니다.

지금 우리는 너무 빠르게 변화하고 있는 환경에서 지역서점이 살아남기 위한 방법을 간구해야 합니다. 그동안 유통의 선진화를 위해 많은 고민이 이루어졌고, 여러 프로젝트가 시행됐어요. 쉽지는 않았죠. 그렇다고 포기하면 미래는 없습니다. 통전망은 어쨌든 민관이 합동으로 가면서 지속성을 담보해야 합니다. 통전망은 국가에서 지원해야 하는 IT 인프라이자 출판유통계의 사회간접자본이에요. 통전망이 지속적으로 운영된다면 출판유통계의 소중한 자산이 될 겁니다.

〈통통레터〉 네 번째 에피소드, 진주문고와 함께했는데요! 지역서점이 살아남기 힘든 요즘, 진주문고가 왜 많은 지역민의 사랑을 받고 있는지 그 이유를 알 것 같지 않나요? '진주'라는 지역 특색과 매력을 살리고자 노력하고 고민하는 진주문고의 모습을 엿볼 수 있었던 것 같아요. 오늘 에피소드는 어땠는지 피드백을 남겨주세요! 독자 여러분의 솔직한 후기를 기다립니다:)



작은 출판사 마케터의 분주한 일상 속 없어서는 안 될 통전망

안그라픽스 김세영 마케터

독자 여러분, 안녕하세요! 마케터 슬입니다:) 저번 레터는 저를 대신해서 '구씨'를 내보냈는데요! 모두들 제가 조금은 보고 싶으셨을까요? 비가 주룩주룩 내리는 날이 이어지고 있는데, 모두 건강히 잘 지내고 계신가 모르겠어요. 저는 비바람을 뚫고! 통통레터에 실을 인터뷰를 진행하기 위해 부지런히 돌아다녔답니다.

통통레터 다섯 번째 에피소드의 주인공은 창조적인 사람과 생각이 함께하는 디자인 전문 출판사, 안그라픽스의 김세영 마케터입니다. 김세영 마케터와 이야기를 나눠보니 안그라픽스는 통전망이 탄생한 초창기부터 사용한 얼리어답터더라고요. 통전망 이용 경험이 풍부한 그가 통전망을 바라보는 시선! 함께 살펴볼까요?

핵심 통통

저에게 통전망은 그때그때 필요한 정보를 찾아보는 안정적이고 정교한 공간이에요.

– 안그라픽스 김세영 마케터–

Q 세영 님, 안녕하세요. 통통레터 독자분들께 자기소개 부탁드려요.

통통레터 독자 여러분, 안녕하세요. 안그라픽스 출판사업부 마케터 김세영입니다. 저는 저희 출판사업부의 유일무이한 마케터인데요. 신간 도서가 출간되면 마케팅을 진행하거나 안그라픽스의 새로운 모습을 보여줄 수 있는 방법을 고민하고 기획하고 있습니다.

전 IT 기업에서 일하다가 출판계에 들어온 지 2년 정도 됐어요. 제가 책을 정말 좋아하거든요. 그래서 출판계에서 꼭 일해보고 싶었는데, 우연히 안그라픽스에 들어오게 됐어요. 지금은 안그라픽스에서 평소 해보고 싶었던 활동들을 마음껏 하며 지내고 있습니다.

Q 얼마 전에 지하철 안에서 안그라픽스의 〈디자이너의 일상과 실천〉이라는 책을 읽고 계신 한 여성분을 봤어요! 세영님과 인터뷰 하기 전 안그라픽스의 책을 집중해서 읽고 계신 독자분을 만나니 괜히 반갑더라고요. 안그라픽스는 어떤 출판사인가요?

디자인 에이전시 AG와 함께 설립된 안그라픽스는 AG의 출판 브랜드입니다. 올해로 38주년이 된 안그라픽스는 디자인 전문 서적을 기본으로 브랜드, 문화, 예술, 건축 등과 같이 크레이티브하거나, 독

자들에게 영감을 줄 수 있는 책들을 기획 · 출간하고 있습니다. 그리고 한국 디자인의 정체성을 구축하기 위해서 출판뿐만 아니라 다양한 분야에서 힘쓰고 있죠.

Q 조금 전 자기소개하실 때, IT 업계에서 출판계로 이직했다고 말씀하셨잖아요. 출판업계에 갓 들어왔을 때 어떤 인상을 받으셨어요?

처음 출판계에 들어왔을 때, 출판 유통 시스템이 정형화되어 있지 않아서 조금 놀랐습니다. 우리나라에 3만 개가 넘는 출판사가 등록되어 있고, 교보문고 등의 대형서점을 통해 매출이 발생하는 출판사는 9천 개가 넘는 것으로 알고 있는데요. 이렇게 많은 출판사가 서점과 같은 유통업체와 거래를 하는 효율적인 시스템이 있을 거라고 생각했어요. 그런데 도서가 출간되면 도서 정보를 SCM으로 업로드할 때도 있고, 이메일로 전달하거나 팩스로 보내기도 하더라고요. 정형화되어있지 않은 출판 업계의 유통 시스템이 불편하다고 느껴졌어요.

그러던 차에 출판유통통합전산망을 소개하는 메일을 우연히 읽게 되었고, 그날 바로 통전망에 가입해 사용하기 시작했어요. 여담이지만, 저는 통전망이 만들어진 초창기부터 통전망을 사용한 얼리어답터랍니다. 통전망이 어떻게 발전했는지 그 과정을 다 지켜본 사람이라서 그런지 통전망을 볼 때마다 느낌이 남다릅니다.

사실 새로운 시스템을 사용하는 게 낯설고 어색할 수 있잖아요. 저는 오히려 통전망이 굉장히 편리하고 좋을 것 같다는 인상을 받았어요. 혼자 모든 도서의 마케팅을 신경 써야 하는 편이라 파편화되지 않은 하나의 편리한 시스템이 있으면 좋겠다는 생각을 계속 했거든요. 도서 정보를 디지털화해서 대형 온라인 서점에 바로 전송할 수 있다는 점이 매력적이었어요.

Q 통전망에서 도서 정보를 디지털화하고 이를 온라인 서점에 보내는 기능을 잘 사용하고 계신 것 같아요. 이 기능 외 통전망에서 잘 이용하고 있는 또 다른 기능이 있으신가요?

맞아요. 사실 온라인 서점에 도서 정보를 발송할 수 있는 기능을 가장 만족스럽게 이용하고 있어요. 보통 도서가 출간되면 교보문고, 예스이십사, 알라딘과 같은 대형 온라인 서점에 출간 소식을 알리는 메일을 발송하잖아요. 온라인 서점들이 요구하는 상세 페이지나 배너의 규격 등이 모두 다르다보니 메일마다 첨부해야 하는 파일이 다르고요. 그래서인지 신간 홍보 메일을 발송할 때마다 헷갈리더라고요. 자료를 잘못 첨부한 건 아닌지 불안하기도 하고요. 그런데 통전망에 도서 정보를 등록하면 하나의 메일로 모든 정보가 발송되니까 편리해요. 통전망에 도서 정보를 최대한 자세히 기입해서 발송하는데, 그럼 서점에서 각자 필요한 자료를 다운받아서 사용하시겠죠? 통전망 덕분에 신간 등록 과정에 소요되는 시간을 많이 절감했어요. 수고로움을 많이 덜었습니다.

그리고 저는 마케터다 보니 SCM을 통해 도서의 판매량을 수시로 체크하는데요. SCM 상에서는 도서의 판매량을 표 형태로만 볼 수 있잖아요. 숫자가 굉장히 빽빽하게 나열되어 있어서 가독성이 조금 떨어지고요. 무엇보다 각 서점의 판매량을 따로 확인해야 하는 점이 불편해요. 그런데 통전망에선 대형 온라인 서점의 판매량은 물론이고, 지역별 판매 현황까지 한 페이지 안에서 볼 수 있잖아요. 전체 도서 판매량과 개별 도서 판매량을 구분해서 볼 수도 있고요. 또 서점별/지역별 판매량, 독자 통계와 같이 정교한 데이터를 인포그래픽이나 다양한 도표로 단순하게 볼 수 있어서 필요한 정보를 한눈에 캐치할 수 있어요. 이걸 통전망의 가장 큰 장점으로 꼽고 싶네요.

Q 통전망을 한 마디로 어떻게 표현할 수 있을까요? 통전망을 바라보는 세영 님의 시선이 궁금해요.

저는 통전망에 자주 접속해요. UI가 편리해서 저자 정보나 ISBN 등 마케터의 분주한 일상 속에서 필요한 정보를 찾기 편리하거든요. 저에게 통전망은 그때그때 필요한 정보를 찾아보는 안정적이고 정교한 공간이에요. 어느 순간부터인지 도서를 찾아볼 때 서점 홈페이지보다는 통전망을 이용하고 있더라고요. 안그라픽스의 도서는 물론이고 다른 출판사의 도서를 찾아볼 때도요.
그리고, 통전망은 출판사의 도서 목록을 아카이빙할 수 있는 저장소예요. 도서와 관련된 모든 정보를 통전망에 등록하고 필요할 때마다 수시로 꺼내볼 수 있어서 편리합니다. 얼마 전에 세종도서 사업 신청을 했는데, 통전망에 기입해 둔 몇몇 정보들이 자동으로 불러오기가 돼서 정말 편하더라고요. 통전망에 우리 회사의 도서 목록을 차곡차곡 잘 쌓아두면 출판문화산업진흥원에서 진행하는 사업과 연계가 잘 되어서 일을 효율적으로 처리할 수 있어요.

Q 통전망을 사용하면서 아쉬운 점도 있으셨을 것 같아요. '이런 기능이 있으면 더 많은 출판사들에게 사용 가치가 있을 텐데!'하고 생각하신 적 없으세요?

많은 출판사에서 전자책을 만들어 발행합니다. 통전망에서 종이책 정보를 등록하고, 등록한 서지 정보를 온라인 서점을 비롯한 많은 업체에 전송할 수 있는 것처럼 전자책의 서지 정보도 통전망 내

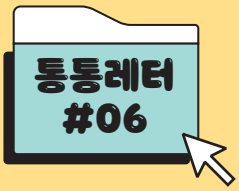
에서 관리할 수 있으면 좋겠어요. 전자책이 일반 도서 등록 절차보다 더 번거로워요. 전자책 정보를 전달해야 하는 유통사도 훨씬 많고, 유통사 별로 요구하는 조건도 더 까다롭습니다. 그래서 전자책 파일도 통전망 내에서 서지정보를 등록하고 발송할 수 있는 기능이 개발되면 좋겠어요. 종이책과 전자책의 정보를 모두 등록하고 유통사에 전송할 수 있다면, 유통 환경을 개선할 수 있는 환경이 만들어지지 않을까요?

또, 저희는 디자인 전문 서적을 주로 만들다 보니, 독립서점과 소통하고, 도서를 홍보하는 경우가 많아요. 통전망 내에 가입하는 독립서점이 늘어나면 좋겠습니다. 출판사에게 도서를 유통하는 거래처 정보는 큰 자산이잖아요. 책을 널리 알릴 수 있는 창구가 되어주니까요. 통전망이 다양한 거래처를 뚫을 여력이 없는 작은 출판사에게 이들과 소통할 수 있는 기회를 마련해줄 수 있다면 좋을 것 같습니다.

Q 마지막으로, 아직 통전망을 낯설어하는 출판사에게 한 마디 부탁드려요!

저처럼 작은 출판사에서 혼자 일하는 마케터에게 통전망은 한 줄기의 빛이에요. 혼자 일하다 보면 신경 쓰지 못하고 넘어가는 부분이 많습니다. 아무리 발품을 팔아도 모자란 부분이 있더라고요. 통전망을 사용하면 미처 챙기지 못했던 디테일한 부분이 채워져요. 홀로 일해도 외롭지 않게 든든하게 뒷받침해주는 통전망! 꼭 한 번 써보셨으면 좋겠어요.

김세영 마케터와 함께한 〈통통레터〉 다섯 번째 에피소드. 모두 재미있게 읽으셨나요? 저도 예전에 작은 출판사에서 혼자 많은 업무를 담당했던 적이 있는데, '그때 통전망이 있었다면 어땠을까?'라는 생각이 들더라고요. 좋은 책을 널리 알리기 위해 홀로 고군분투하고 있는 많은 마케터분들께 오늘 에피소드가 도움이 되었길 바라요!



공공도서관이 사회적 책임을 다하기 위해 출판계의 흐름을 파악하는 법

정약용도서관 황미리내 주무관
오남도서관 박진주 주무관
진접푸른숲도서관 이현정 주무관

독자 여러분, 안녕하세요! 마케터 슬입니다. 오늘은 저번 레터에서 예고했던 대로, 통전망을 이용하고 있는 도서관 사서분들을 만나 뵙고 왔어요. 남양주시 도서관에서 일하는 사서 세 분과 화기애애한 분위기 속에서 즐겁게 대화를 나누고 왔는데요.

어릴 적 제 꿈이 사서였거든요! 비록 그 꿈은 이루어지지 않았지만 사서로 일하고 계신 분들을 직접 만나 뵈니 너무 좋은 거 있죠? 사서의 하루 일과, 지역 주민과 만나기 위해 노력하는 모습 등 여러 이야기를 들으며 이루지 못한 꿈을 이룬 기분이 들었답니다.

통통레터 여섯 번째 에피소드는 남양주시에 있는 정약용도서관의 황미리내 주무관, 오남도서관의 박진주 주무관, 진접푸른숲도서관의 이현정 주무관과 함께합니다!

핵심 통통

공공도서관은 지역민에게 다양한 서비스를 제공하는 등 사회적 책임을 다하기 위해 출판계와 서점, 도서 유통이 어떻게 돌아가고 있는지 그 흐름과 현황을 살펴볼 의무가 있다고 생각해요. 이 점에서 통전망이 분명히 도움이 될 거고요.

by 정약용도서관 황미리내 주무관

Q **안녕하세요! 오늘 무려 세 분의 사서님들과 통통레터 인터뷰를 하게 되어 기쁘고, 또 떨리네요. 통통레터 독자분들께 간단하게 자기소개 부탁드립니다.**

황미리내 주무관: 안녕하세요. 남양주시 정약용도서관 사서 황미리내입니다. 도서 구입, 어린이 자료실 운영, 보존 서고 관리 등의 업무를 하고 있습니다.

박진주 주무관: 통통레터 독자 여러분, 반갑습니다. 남양주시 오남도서관에서 근무하고 있는 사서 박진주입니다.

이현정 주무관: 안녕하세요. 남양주시 진접푸른숲도서관에서 근무하고 있는 사서 이현정입니다. 자료 구입 및 정리, 동아리/인력관리 등을 담당하고 있습니다.

Q **어릴 적 제 꿈이 사서였는데요. 이번 인터뷰를 통해 사서분들을 이렇게 가까이서 뵈니 너무 좋네요! 사서의 하루는 어떤가요? 어떻게 하루를 시작하고 마무리하는지 궁금합니다.**

황미리내 주무관: 매우 정적일 때도 있고, 또 매우 동적일 때도 있어요. 행정업무가 잔뜩 있는 날에는 하루 종일 컴퓨터 앞에 앉아 있어요. 정적이죠? 반면에 자료실이나 보존서고를 정리하는 업무를

할 때는 굉장히 동적이에요. "도서관 직원은 쌀 포대를 메고 운동장 100m 달리기 체력 검정을 봐야 한다"라고 말할 정도로 육체적으로 힘든 일도 자주 한답니다.

박진주 주무관: 저는 민원을 확인하면서 하루를 시작해요. 도서관 홈페이지를 통해 들어온 민원을 확인하고 답변을 합니다. 그리고 자료실 오픈 준비가 잘 되고 있는지 한 바퀴 휙 돌아요. 베스트셀러와 신간 도서 정보를 찾아보면서 어떤 도서를 구입해 도서관에 비치할 것인지 고민도 하고요. 새로운 도서가 들어오면 시민분들이 읽을 수 있게 서가에 정리도 해요.

이현정 주무관: 사서의 업무는 책과 함께 시작하고 책과 함께 끝날 것 같지만, 사실 행정적인 업무가 굉장히 많습니다. 자료실 관리, 도서 목록 작성 외에도 도서 구입 계획 및 결과 보고, 통계 작성, 회계 업무, 시설물 관리 등을 하다 보면 책 한 번 만져보지 못하고 하루를 보내는 날도 있어요.

Q 저는 개인적으로 평일 낮, 한적한 어린이 도서관에서 그림책 읽는 걸 좋아해요. 다 큰 어른이 어린이 도서관에서 한 자리 차지하고 있으면 신기하게 쳐다보는 사람들이 많더라고요. 도서관에서 근무하면 눈에 띄는 독자가 있을 것 같아요. 유난히 기억에 남는 독자가 있으세요?

황미리내 주무관: 도서관에 자주 방문하시던 80대 할머님이 기억에 남아요. 새로운 기계나 서비스를 이용하실 때마다 질문을 엄청나게 많이 하는 분이셨어요. 특유의 까랑까랑한 목소리로 질문을 하실 때마다 저희 등줄기에 땀이 날 정도였답니다. 그러다가 새로운 기계나 서비스에 익숙해지면 성취감에 가득 찬 소녀로 변하는 모습이 너무 귀엽더라고요. 책을 많이 읽고, 새로운 것을 탐구하는 걸 즐겨하는 모습이 존경스러웠어요. 그런데 어느 날부터 도서관 이용이 뜸해지셨어요. 한참 후에야 할머님이 돌아가셨다는 소식을 접했고, 많이 슬펐어요. 가끔 할머님 생각이 나요. 지금 계신 곳에도 도서관이 있다면 읽고 싶은 책 마음껏 읽고 계시면 좋겠습니다.

박진주 주무관: 도서관 이용 시간 전부터 열람실 앞에서 기다리고 계시다가 들어오시는 중년 남성분이 계셨어요. 소위 말해 도서관 오픈런이죠. 그리고 마감 시간인 10시까지 열람실에서 공부를 하시더라고요. 그러던 어느 날 그 남성분이 절 보며 빙긋이 웃으면서 준비하던 시험에 합격해서 이제 도서관에 안 올 거라고, 그동안 고마웠다고 말씀하셨었는데 그게 기억이 나네요! 제가 뭐 해드린 것도 없는데 인사를 건네셔서 조금 민망했지만, 그래도 기쁜 소식을 나눠주셔서 좋았어요. 지금도 잘 지내고 계시겠죠?

이현정 주무관: 사전에 이 질문을 받고 생각했어요. 아름다운 장면, 아름다운 기억으로 남을만한 이야기를 기대하시는구나! 사실 도서관 사서로 근무하다 보면, 정신없이 바쁜 일과를 보내느라 지역 주민들을 면밀히 살펴볼 시간이 없어요. 굳이 기억에 남는 독자를 꼽자면, 제가 아이를 키우는 엄마라서 그런지 어린 자녀를 데리고 도서관에 방문하는 분들을 보면 눈길이 가더라고요.

Q 보통 '도서관 사서'를 생각하면 조용한 도서관에 앉아서 책을 읽고, 독자의 도서 대출 업무를 돕는 이미지가 떠올라요! 그런데 사서님들의 말씀을 들어보니, 그 누구보다 활동적으로 일하고 계신 것 같은데요. 인상 깊은 에피소드도 많을 것 같아요.

황미리내 주무관: 예슬 님 말씀처럼 '사서'하면 백조처럼 고고하게 앉아서 책을 보거나 바코드를 찍는 모습을 많이 떠올리실 것 같아요. 하하하. 하지만 사서는 정말 액티브한 직업이랍니다. 제가 전에 근무하던 도서관은 곤충이 자주 출몰하는 곳이라 온갖 벌레들을 잡는 게 주요 업무였어요. 날씨가 더워지면 말벌이 자주 나타나 소방관이 와서 말벌집을 퇴치하기도 했고요. 그런데 말벌이 한두 마리 날아다니면, 소방관을 부르기도 좀 그러니까 저희가 잡았거든요. 다른 직원들은 말벌을 무서워해서 말벌이 나타나면 제가 자연인에 나오는 말벌 아저씨처럼 잠자리채를 들고 자료실을 뛰어다닌 기억이 나네요.

박진주 주무관: 최근에 있었던 일인데, 나이가 지긋해 보이는 한 이용자분께서 부록자료인 CD를 이용하고 싶다고 하셨어요. 그런데 당신의 CD 플레이어가 고장 났다고 하시더라고요. 저는 디지털 자료실에 있는 컴퓨터를 이용하라고 말씀드렸는데, 이용자분이 작동법을 익히기 힘들어하셨어요. 그때 저희 도서관 자료실 담당 주무관님께서 도서관 비품인 CD 플레이어를 찾아오셔서 관내에서 사용할 수 있게 대여를 해주셨어요. 이용한 지 오래된 비품이라 그 존재를 잊고 있었는데, 이를 계기로 관내에 어떤 비품이 있는지 한 번 더 살펴봐야겠다는 생각을 했어요. 다음에 또 이런 상황이 오면, 저도 적절한 조치를 취하는 멋진 사서가 되겠습니다!

이현정 주무관: 진접푸른숲도서관은 친환경을 테마로 하는 특화 도서관입니다. '친환경'이라는 테마에 걸맞게 도서관의 주변 환경도 굉장히 자연친화적이에요. 마음이 평온해지고 싶을 때 숲 ASMR 자주 들으시지 않나요? 우리 도서관에서는 ASMR을 따로 재생할 필요 없이 꾀꼬리, 부엉이 등 다양한 새들이 지저귀는 소리를 들을 수 있어요. 아! 너구리가 나온 적도 있어요.

Q 남양주시 도서관은 지역 주민들과 만나기 위해 어떤 노력을 하고 있나요? 또 도서관에서 요즘 힘을 쏟고 있는 사업이 있다면 소개해주세요.

황미리내 주무관: 많은 공공도서관이 시민들과 발맞춰 가기 위해 노력을 할 거예요. 저희 정약용도서관도 이러한 노력의 일환으로 다섯 개의 콘퍼런스룸과 공연장, 세미나실 등 시민들이 자유롭게 이용할 수 있는 커뮤니티 공간을 운영해요. 책과 더불어 시민과 소통하고 공감하는 복합문화공간이 되기 위해 노력하고 있습니다.

또 저희 정약용도서관은 인문학 특화 도서관입니다. 양질의 인문학 도서를 구비하려고 노력하고 있을 뿐만 아니라 인문학 강연을 꾸준히 하고 있어요. 생각보다 많은 지역 주민들이 인문학 강연에 관심을 보이고 참여해 주시더라고요. '인문학'이라는 주제로 지역 커뮤니티가 만들어지고 있는 것 같아서 뿌듯해요.

마지막으로 "열두 달 도서관 여행"이라는 문화 프로그램을 운영하고 있어요. 관내의 12개 도서관에서 매달 시민들이 즐길 수 있는 특색 있는 도서관 공연 및 행사를 진행하는데요. 지금까지 6개의 도서관에서 진행이 되었고, 시민들에게 많은 관심과 사랑을 받고 있습니다.

박진주 주무관: 황미리내 주무관님이 말씀하신 "열두 달 도서관 여행"이 요즘 남양주시 도서관에서 힘을 많이 쏟고 있는 문화 프로그램이 아닌가 싶어요. 관내에 있는 열두 개의 도서관이 한 달씩 돌아가며 특별한 문화 프로그램을 진행하고 있습니다. 관내 도서관을 여행하면서 그 매력을 즐길 수 있게 프로그램에 꾸려져 있으니 꼭 한 번 참여해 보세요!

또 저희는 레포츠 특화 도서관이에요. 그래서 운동과 관련된 서적을 많이 구비해 두는 편입니다. 이번에 도서관에서 요가 수업도 기획해서 시민분들과 함께 했는데, 즐겁더라고요!

이현정 주무관: 도서관은 책을 읽는 곳이기도 하지만 문화를 체험하고 이웃끼리 소통하는 공간이기도 합니다. 저희는 장애인에 대한 차별, 편견을 줄이기 위한 장애인식개선 프로그램, 어르신을 위한 프로그램 등 지역 소외계층과 소통하기 위한 프로그램을 꾸준히 기획 · 운영하고 있어요.

예를 들면 더불어 사는 사회를 위한 장애 인식 교육, 어르신들을 대상으로 키오스크 이용 교육을 진행하기도 해요. 생각보다 참여율이 높아서 뿌듯한 마음으로 일하고 있습니다.

Q 세 분이 일하는 도서관이 모두 특화 도서관이라는 게 신기하네요! 도서관의 특성에 맞는 좋은 책과 지역 주민이 원하는 책을 구비하기 위해 노력하실 텐데요. 수서 과정을 간략히 설명해 주실 수 있을까요? 그 과정에서 발생하는 문제나 개선을 위해서 어떤 노력을 하고 계신지도 궁금해요.

황미리내 주무관: 연말에 그다음 해의 도서 구입 계획을 세워요. 어떻게 수서를 할 것인가에 대한 방향성을 잡죠. 도서관 이용자들이 신청한 희망 도서 구입에 가장 큰 비중을 두고, 기관 추천/권장 도서, 신간 도서, 베스트셀러, 도서관 별 특화도서 등을 구입해요.

도서관 별로 수서와 관련한 업무를 처리하는 업체와 계약을 합니다. 그 후 인터넷서점에서 대부분의 수서를 하게 되는데요. 공공도서관의 서가에 꽂히기 적합한 도서인지 인터넷서점 담당자가 확인한 후 위에서 말씀드렸던 기준에 부합되는 도서들로 선정하여 수서를 진행합니다.

아무래도 도서의 실물을 직접 보고 수서를 하는 게 아니다 보니 신중하게 도서를 고른다고 해도 막상 입고된 도서가 다이어리 형태의 도서이거나 스티커북, 또는 판형이 서가에 꽂기 부적합한 경우가 종종 있어서 그럴 땐 몹시 당황스럽기도 해요. 이런 실수를 줄이기 위해서 대형 인터넷 서점(교보문고, 알라딘, 예스24)의 홈페이지를 띄워 놓고 도서 정보를 찬찬히 살펴봅니다. 그래도 실수는 늘 발생하죠. 하하하.

박진주 주무관: 베스트셀러와 신간 도서 목록을 수시로 확인하고 어떤 책을 구매할 것인지 정합니다. 그리고 도서관 이용자들의 희망도서 신청 목록을 검토하여 도서 구매 목록을 완성해요. 업체에 주문을 하면 도서가 납품돼요. 그럼 주문한 도서가 제대로 들어왔는지, 도서에 문제는 없는지 등의 검수를 거쳐 자료실에 비치합니다.

도서 수서 과정이 짧게는 한 달, 길게는 두 달 정도 걸려요. 아무래도 도서관 이용자분들은 '신청한 도서가 왜 이렇게 안 오지?'라고 생각하실 수 있을 것 같아요. 도서관 이용자분들이 너무 오래 기다리지 않게끔 구매해야 할 도서 목록이 적절하게 쌓이면 빠르게 주문을 해서 납품이 빨리 될 수 있게 조절하고 있습니다.

이현정 주무관: 도서관 이용자가 신청한 희망 도서와 베스트셀러, 기관 추천도서, 교과연계도서 등을 위주로 수서하고 있어요. 또 챗GPT와 같이 최근 이슈가 되고 있는 키워드 관련 도서들도 수서해요. 도서 구입 예산이 많지 않아서, 수서하는데 많은 시간을 투자합니다. 매일매일 많은 도서들이 출간되고 있지만, 그중 다수의 이용

자들이 원하는 도서를 선택해 비치하는 것이 점점 더 어려운 것 같아요. 통전망에서 보다 객관적인 통계자료를 확인할 수 있다면 도서를 수서하는데 많은 도움을 받을 수 있을 것 같아요.

Q 남양주시 도서관의 전산시스템은 어떻게 운영되고 있나요?

이현정 주무관: 현재 남양주시 도서관은 KOLAS Ⅲ라는 프로그램을 사용하고 있어요. 정약용도서관에서 서버 관리를 전담하고 있습니다.

황미리내 주무관: 남양주시 관내 13개소의 공공도서관과 작은도서관 및 스마트도서관이 코라스Ⅲ 프로그램을 사용하고 있어요. 하나의 데이터베이스 서버에 도서관리정보를 일원화하여 모아놓았고, DB서버 관리는 정약용도서관에서 하고 있습니다. 또, 도서관 홈페이지와 스마트폰 애플리케이션 등의 전산시스템도 운영하고 있어요.

Q 통전망을 이용해야겠다고 생각한 계기가 있으신가요? 도서관에서는 통전망을 업무에 어떻게 활용하고 있는지 공유해 주세요.

황미리내 주무관: 공문을 통해 통전망을 알게 됐어요. 처음에는 '출판'과 '유통'이라는 단어만 보고 도서관과 크게 상관없는 사업이겠거니 하고 넘겼는데 다시 보니 '사서를 위한 기능'이라는 진한 글씨가 있더라고요? 사서를 위한 기능이라니! 유심히 살펴봤죠. 그래서 찾아가는 교육을 신청해서 12개 공공도서관 직원들과 함께 교육을 듣고 이용해야겠다고 생각했어요. 사실 아직 통전망을 업무에 크게 활용하고 있지는 않아요. 하반기부터는 통전망을 통해 도서 구입을 시도해보려고 해요.

박진주 주무관: 통전망 이용교육을 들었는데 출판사에서 제공하는 신간 도서 및 출간 예정 도서 정보들이 잘 정리되어 있더라고요. 출판사에서 제공한 정보니까 서지 정보에 대한 신뢰도도 높고, 주제 분류별로 도서 출간 알림 설정도 할 수 있어서 신간 구입할 때 많은 도움을 받고 있습니다.

Q 맞아요. 통전망 교육 담당 팀장님께서 남양주시 도서관 사서분들이 굉장히 열정적으로 교육을 들어주셔서 좋았다고 말씀하시더라고요. 교육을 듣고, 통전망을 활용하시면서 좋았거나 개선했으면 좋겠다고 생각한 부분이 있으신가요?

황미리내 주무관: 출판 통계나 대출 통계를 더 자주 들여다보는 게 좀 달라진 점이라고 할까요? 그리고 수서 관리 섹션에서 KDC 분류로 검색할 수 있는 것과 종이책, 전자책을 별도로 검색할 수 있는 부분이 좋았어요. 우리 도서관에서 구입하려고 하는 분야의 도서를 찾아볼 때 도움이 될 것 같았고, 출판사 정보 검색이나 출판산업 통계, 정보나루를 연계한 대출 통계 등은 수서의 방향을 잡을 때 참고하기 좋더라고요. 그렇지만 사실 아직 통전망을 적극적으로 활용하고 있지는 못하고 있어요. 통전망을 수서용으로 활용하기에는 보완해야 할 부분이 조금 있는 것 같아요. 수서를 손쉽게 할 수 있어야 사서들이 더 자주 들여다볼 수 있거든요. 예를 들어 표지 외에 미리보기 페이지가 제공되지 않아서 도서에 대한 자세한 정보를 알기 힘들어요. 그래서 온라인 서점 사이트에 들어가서 도서를 찾아봐야 하는 상황이 생기더라고요. 또 도서를 바로바로 장바구니에 담을 수 있어야 수서로 이어지는데, 장바구니 아이콘도 찾기 힘들고요. 아직 업무에 깊이 활용하기에는 어려운 부분이 있습니다. 하지만, 통전망이 도서관 회원에게 특색 있는 서비스를 제공한다면 굳이 수서 때문이 아니더라도 자주 들어가지 않을까 싶어요.

박진주 주무관: 원하는 주제나 키워드와 관련된 신간 도서들을 정리해서 볼 수 있고, 장바구니 기능을 통해 다른 도서관에서는 어떤 도서를 구입하고 있는지 파악할 수 있어서 좋았어요. 보다 더 객관적인 시각으로 체계적인 수서가 가능하더라고요. 내 장바구니에 원하는 도서를 넣어두면 서지 정보를 엑셀 파일로 다운로드할 수 있다는 것도 참 편하고요. 그런데 UI가 좀 불편하고, 사용하는 메뉴 명이 잘 사용하지 않는 단어들이라 버튼을 하나하나 눌러보지 않으면 어떤 기능을 제공하고자 하는 건지 직관적으로 와 닿지가 않아요. 교육을 받지 않았다면 잘 쓰지 못했을 것 같아요. 그 점이 조금 아쉬워요.

Q 사서님들 말씀처럼 출판사, 서점뿐만 아니라 도서관을 위한 기능도 점차 개발해 나가야 할 것 같아요. 그래서인지 아직 통전망을 사용하지 않는 도서관이 많은데요. 아직 개선해야 할 점이 많음에도 불구하고 통전망을 우리나라의 많은 공공/사립 도서관에 추천할 의향이 있으신가요?

황미리내 주무관: 그럼요. 추천하고 싶어요. 송인서적이 부도가 났을 때 저도 꽤 큰 충격을 받았어요. 제가 처음 도서관에서 일을 시작했을 때, 송인서적과도 거래를 했었거든요. 그렇게 큰 유통사가 한 번에 무너지는데 아무것도 할 수 없다는 사실이 답답했었죠. 공공도서관은 지역민에게 다양한 서비스를 제공하는 등 사회적 책임을 다하기 위해 출판계와 서점, 도서 유통이 어떻게 돌아가고 있는지 그 흐름과 현황을 살펴볼 의무가 있다고 생각해요. 이 점에서 통전망이 분명히 도움이 될 거고요.

다만, 앞서 말씀드린 것처럼 도서관 회원이 사용하는 기능이 더 개선되면 좋겠어요. 지금은 도서관 사서들이 도서 정보를 파악하기 위해 UI가 익숙하고 편리한 온라인 서점 페이지를 많이 이용할 거예요. 하지만 통전망 내에서 도서관 사서들이 이용하고 싶어 하는 매력적인 기능이 생긴다면 통전망의 유익함과 편리성은 널리 널리 알려질 것이라고 생각합니다.

한편으로 통전망의 주인은 출판계와 서점 · 유통계라고 생각해요. 도서관은 어떻게 보면 손님 정도이지 않을까요? 하지만 전국의 공공도서관들이 그저 한 번 스쳐 지나가는 손님이 아닌 통전망을 이용하는 단골손님이 된다면, 출판사와 서점들은 지금보다 훨씬 적극적으로 통전망을 이용하게 되지 않을까 싶어요. 그래서 더욱 많은 공공도서관들이 참여했으면 하는 바람이 있습니다. 도서관, 출판사, 서점이 통전망이라는 하나의 시스템을 통해 유기적으로 도움을 주고받을 수 있게 되기를 바랍니다.

박진주 주무관: 지금보다 더 많은 도서관이 통전망을 이용하면 좋겠어요. 많은 도서관에서 통전망을 이용해 수서를 하면 여러 도서관들에서 어떤 도서를 구입하는지, 수서 담당자들은 어떤 도서에 관심을 가지고 있는지 파악할 수 있을 것 같아요. 미처 몰랐던 도서 정보를 접할 수 있고, 도서 수서의 경향성을 파악하기에도 좋을 것 같아요. 또 도서관마다 부족한 부분을 보완하는데도 큰 도움이 될 거고요.

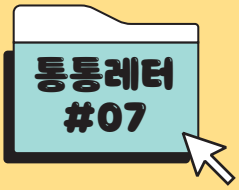
또 통전망에 양질의 도서 정보가 많아지길 바라요. 도서 정보를 검색하면 나오는 결괏값의 정확도가 높았으면 좋겠고요. 많은 출판사에서 통전망에 정확한 도서 정보를 빠르게, 많이 올려주면 도서관이나 서점에서 유용하게 사용할 수 있을 것 같아요. 검색 정확도가 높고, 많은 정보를 가지고 있는 그런 시스템으로 성장하길 바랍니다.

이현정 주무관: 통전망을 이용하는 출판사와 도서관이 많아야겠지만, 다양한 통계를 기반으로 자료 수서 등에 통전망은 굉장히 많은 도움이 되고 있어요.

지금은 통전망이 도서 정보를 입력하고, 그 정보를 전송함으로써 유통의 흐름을 파악하는 것이 주된 역할이잖아요. 차츰 도서관 사서들이 이용하면 편리한 기능도 많이 생기고, 통전망을 이용하는 회원이 많아지면서 통전망이 책과 관련된 컨트롤타워의 역할을 해내길 바랍니다.

〈통통레터〉 여섯 번째 에피소드는 남양주시도서관에서 근무하고 있는 사서분들과 함께 했습니다. 통전망에 가입한 도서관 회원과의 첫 인터뷰였는데요. 도서관에서는 통전망을 어떻게 바라보고 있는지, 또 통전망을 어떻게 이용하려고 하는지 들으니 색다르더라고요. 사서로서의 삶도 흥미로웠고요. 독서 소외 계층과의 간극을 줄이기 위해 다양한 노력을 하고 있는 남양주시도서관! 여러분도 재미있게 읽으셨나요? 오늘 에피소드는 어땠는지 피드백을 남겨주세요! 독자 여러분의 솔직한 후기를 기다립니다:)

통전망을 바라보는 출판인의 시선을 솔직하게 담는 통통레터! 다음 레터는 8/22(화)에 들고 올게요. 모두들 더위 조심하시고요. 다음 레터에서 만나요. 안녕!



시간 낭비를 확! 줄여주는 효율적인 영업 꿀팁

풀빛 이민재 주임

통통레터 독자 여러분, 안녕하세요! 마케터 슬입니다. 요즘 숨이 턱턱 막히는 더위가 계속되고 있죠? 저는 바깥공기를 마실 때마다 너무 더워서 정신을 못 차리겠더라고요. 그래서 오늘은 특별히 여러분께 무더운 여름을 슬기롭게 나는 방법을 알려드리려고 해요! 그건 바로... 시원한 에어컨 바람이 나오는 사무실 안에서 통통레터 읽기! 하하하.

통통레터를 발행한 지도 어느덧 3개월이 지났어요. 오늘은 럭키 세븐! 일곱 번째 에피소드를 여러분께 전하는 날입니다. 이번 에피소드의 주인공은 도서출판 풀빛의 이민재 주임이에요. 이민재 주임과 풀빛은 통전망을 어떻게 이용하고 있는지 알아보러 슝~! 떠나볼까요?

핵심 통통

**영업을 하다 보면 서점을 방문해야 할 일이 생기는데,
모든 지역의 서점을 방문하기는 사실상 어렵잖아요. 이럴 때 통전망에서
지역 별 판매데이터를 확인하면 도움이 돼요. 통전망에서는
지역 별, 지역 내에 있는 서점 별 판매데이터를 비교해서 볼 수 있거든요.
통전망을 통해서 어떤 성별의 어떤 연령대가 어떤 책을 많이 구매하는지와 같은
정보를 미리 훑고 가면 시간 낭비를 줄일 수 있어요.
전 개인적으로 이 기능이 가장 좋아요.**

– by 이민재 주임 –

Q 이민재 주임님, 안녕하세요! 럭키 세븐! 통통레터가 벌써 7회차 콘텐츠를 발행하게 되었는데요. 행운의 일곱 번째 에피소드 주인공이세요. 통통레터 독자분들께 자기소개 부탁드려요!

안녕하세요. 도서출판 풀빛 마케터 이민재입니다. 블로그, 포스트, 카카오뷰와 같은 SNS 채널을 관리하고, 유통사나 MD와 배본을 협의하고 매대를 관리하는 등의 업무도 합니다. 온/오프라인을 가리지 않고 풀빛의 도서를 알리기 위해 힘쓰고 있어요.

Q 통통레터의 고정 질문이죠? 통전망을 어떻게 알게 되셨나요? 저는 통전망을 홍보하는 업무를 하고 있다 보니, 어떤 경로를 통해서 통전망을 가입했는지 궁금하더라고요.

한국어린이출판협의회 정기 모임에서 통전망에 대한 이야기를 처음 들었어요. 이상수 부장님이 통전망을 소개하기 위해 오셨더라고요. 통전망에 대한 첫인상은 10점 만점에 10점! 도서 정보 등록, 판매통계 확인, 그리고 홍보 카탈로그 제작까지 유용한 기능이 많아서 업무에 도움이 많이 되겠다 싶었죠. 이상수 부장님의 통전망 과외(?)를 받은 지 얼마 지나지 않아 회사에서 업무를 할 때 통전망을 적극적으로 이용하자는 이야기가 나왔어요. 그때부터 지금까지 잘

사용하고 있습니다.

Q 민재 주임님이 말씀하신 것처럼 통전망에는 유용한 기능이 참 많죠? 풀빛에선 통전망의 어떤 서비스를 주로 이용하고 계신가요? 통통레터 구독자분들께 만족스럽게 사용하고 있는 통전망의 서비스를 소개해주세요.

저희는 통전망의 모든 서비스를 골고루 잘 이용하는 편이에요. 풀빛에서는 한 달에 출간되는 도서의 종수가 많아요. 도서 목록을 데이터화해 두면 나중에 유사 도서 정보를 찾거나 목록집을 만들어야 할 때 편하거든요. 그래서 통전망에 거의 모든 도서 정보를 등록합니다. 그리고 통전망을 통해 등록한 도서 정보를 온라인 서점에 발송해요. 그럼 다음날부터 바로 해당 도서의 판매 추이를 확인할 수 있어요.

저는 마케터다 보니 판매데이터 확인을 많이 하는데요. 기존에는 도서 판매량을 확인하려면 교보문고, 예스24, 알라딘의 SCM에 들어가서 도서 판매량을 체크해야 했어요. 그런데 통전망에선 세 곳의 판매데이터를 한 번에 확인할 수 있더라고요. 통전망을 활용해 판매데이터를 확인하기 시작하면서 번거로움이 줄었습니다. 기간별 판매량은 물론이고 구매 연령도 확인할 수 있어서 주로 구매하는 타깃에 맞추어 추가 마케팅을 기획하기도 편리해요.

또, 얼마 전에 교보문고 SCM 페이지에 통전망을 통한 정가 변경 신청 외에는 받지 않겠다는 공지가 올라왔잖아요. 저희는 그 공지가 올라오기 전부터 통전망을 통해서 정가 변경을 신청하고 있었어요. 변경될 정가를 입력하고 시행일 전에 내부적으로 준비만 하면 돼서 번거로운 정가 변경을 수월하게 처리할 수 있어요. 통전망 이용 전에는 각 온라인 서점 담당자들에게 정가 변경 관련 사항을 정리해서 메일로 보내야 했는데, 지금은 통전망을 통해 처리합니다.

마지막으로, 아직 잘 사용하고 있지는 않지만, 카탈로그 관리 기능을 적극적으로 이용해보려고 해요. 거래처에 도서 목록을 보내야 할 상황이 가끔 있어요. 유통사 미팅을 가면 도서 보도자료가 아닌 도서 목록집을 받고 싶어 하기도 하고요. 그럴 때 통전망 내에 있는 카탈로그 템플릿을 활용해서 목록을 만들면 편리할 것 같아요. 요즘은 도서 카탈로그를 출력해서 실물로 전달드리는 것보다 파일 형태로 전달드리는 걸 선호하시더라고요. 통전망에서 카탈로그를 만들면 pdf 파일로 저장할 수 있고, 메일로 바로 발송하는 기능도 지원하고 있잖아요. 카탈로그를 예쁘게 잘 만들어서 공구 업체에 도서 공구를 제안할 때, 풀빛에는 어떤 시리즈가 있는지 유통사에 소개할 때 유용하게 사용해 보겠습니다! 나중에 풀빛이 카탈로그 관리 기능을 어떻게 활용하고 있는지 후속 기사가 나가면 좋겠네요!

Q 홍보 카탈로그는 도서전에 나갈 때 독자에게 배포할 용도로도 많이 만드시더라고요! 출판사들에게 이 기능이 더 널리 알려졌으면 좋겠다고 생각했는데, 민재 주임님이 이렇게 언급해 주셔서 너무 좋네요. 민재 주임님은 통전망의 거의 모든 기능을 섭렵하고 계신데 통전망을 이용하는 민재 주임님만의 꿀팁이 있으신가요?

저희는 마케팅팀에서 주로 통전망을 사용하고 있어요. 이건 굉장히 간단한 건데 신간 도서가 나오면 미루지 않고, 바로 도서 정보를 입력하고 관심 도서로 설정해 둬요. 그럼 다음날부터 바로 판매 통계 정보를 얻을 수 있는데, 이 데이터를 꾸준히 확인합니다. 신간이 출간되면 우선적으로 이 작업을 하는 게 루틴이에요. 이번에 풀빛에서 오랜만에 인문 도서가 출간됐는데요. 출간되자마자 통전망에 도서 정보를 등록하고 판매데이터를 2주간 매일매일 확인하면서 마케팅 계획을 짰답니다.
또 영업을 하다 보면 서점을 방문해야 할 일이 생기는데, 모든 지역의 서점을 방문하기는 사실상 어렵잖아요. 이럴 때 통전망에서 지역 별 판매데이터를 확인하면 도움이 돼요. 통전망에서는 지역별, 지역 내에 있는 서점 별 판매데이터를 비교해서 볼 수 있거든요. 특정 지역의 서점에서 도서 판매가 잘 되면 그 매장에 방문해요. 그리고 책이 잘 나가는 이유를 알아보죠. 서점 담당자에게 우리 회사의 책이 잘 나가는 이유를 물어보기도 해요. 그럼 납품으로 많이 나갔다든지, 인근에 논술 학원이 있다든지 등의 정보를 알 수 있어요. 도서 추가 주문을 해주시기도 하죠! 통전망을 통해서 어떤 성별의 어떤 연령대가 어떤 책을 많이 구매하는지와 같은 정보를 미리 훑고 가면 시간 낭비를 줄일 수 있어요. 전 개인적으로 이 기능이 가장 좋아요.

Q 말씀해 주신 꿀팁은 출판 마케터에게 크게 도움이 될 것 같아요! 풀빛은 통전망을 정말 알차게 잘 활용하고 계신데, 풀빛이 생각하는 통전망의 개선사항도 궁금합니다.

저희가 카탈로그 제작 기능을 적극적으로 활용하려고 해요. 그래서 요즘 카탈로그 기능을 유심히 들여다봤는데요. 카탈로그를 제작할 때 도서에 대한 설명을 일일이 적어야 하더라고요. 애초에 메타데이터를 입력할 때 250–300자 정도의 간략한 설명을 적을 수 있는 칸이 따로 있으면 좋겠어요. 그때 한 번에 고민하는 게 효율적이니까요. 그리고 이걸 카탈로그 기능과 연계해서 메타데이터에 입력한 도서 설명을 바로 불러올 수 있다면 훨씬 간편하게 카탈로그를 만들 수 있을 것 같아요. 물론, 지금도 머리를 조금 더 쓰고, 손을 더 움직이면 충분히 멋진 카탈로그를 만들 수 있습니다!

아! 그리고 아이디어가 하나 떠올랐는데요. 풀빛에서는 다양한 협

회와 업체의 목록집 작업에 참여하고 있어요. 출판단체들이 굉장히 많고, 도서 목록집 양식이 모두 달라서 한 번 참여할 때마다 품이 많이 들거든요. 제가 얼핏 출판단체들이 모여서 도서집 목록 양식을 통일한다는 이야기를 들은 적이 있어요. 그래서 조심스럽게 도서 목록집의 양식이 통전망의 카탈로그 형식으로 통일되면 좋지 않을까 의견을 제시해 봅니다. 협회마다 양식이 다르고, 그 정보를 다 입력하려고 하면 힘들잖아요. 통전망처럼 사전에 등록한 도서 정보를 바로 불러올 수도 없고요. 통전망 카탈로그로 도서 목록집 양식이 통일되면, 같은 도서를 각 출판단체의 양식에 맞추어 정보를 입력할 필요 없으니 번거로움이 줄 거예요. 각 단체마다 고유하게 들어가야 하는 항목만 통전망 상에 추가된다면 출판단체와 출판사 모두 편리하게 이 서비스를 이용할 수 있을 것 같습니다!

Q 통전망에 가입한 출판사, 서점, 도서관 회원분들의 피드백을 통해 통전망은 점차 편리하고 유용한 시스템으로의 모습을 갖추어가고 있어요. 하지만 아직 통전망을 사용하지 않는 출판사들이 많은데요. 출판사들이 통전망을 사용해야 하는 이유! 한 마디 해주세요.

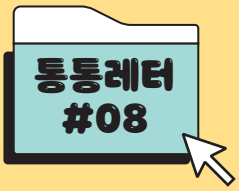
사실 통전망에 대한 첫인상이 좋긴 했지만, 실제로 이용해 보자는 이야기를 들었을 때 '번거롭지 않을까?'라는 생각도 든 건 사실이에요. 아마 도서 출간 종수가 많거나 한 사람이 해내야 하는 몫이 큰 작은 출판사는 통전망을 이용하는 게 부담스러울 수 있을 것 같아요. 저희 마케팅팀도 팀장님과 저 둘 뿐이고, 한 달에 네다섯 종의 도서 마케팅과 영업을 진행해요. 이런 상황에서 업무가 늘어나는 건 아닌지 걱정스러웠거든요. 하지만 새로운 시스템을 이용하고 적응하는데 잠깐의 불편함 혹은 번거로움은 필수불가결한 요소라고 생각해요. 익숙해지면 이 모든 것을 상쇄하는 편리함과 유용함을 얻을 수 있습니다.

통전망에서는 어떤 도서가 언제, 얼마나 판매가 되었는지, 누가 구매했는지에 대한 정보를 직관적으로 볼 수 있어요. 또 우리 회사의 책을 많은 서점, 도서관 통전망 회원에게 손쉽게 소개할 수도 있고요. 통전망을 사용한다면 궁극적으로 큰 혜택을 받을 수 있을 거예요.

통전망의 혜택을 누리는 출판사들이 더 많아지길 바라요. 많은 출판사들이 이용해서 통전망을 어떻게 사용하고 있는지 공유하는 자리가 생기면 좋겠어요. 통전망 이용 후기와 꿀팁을 나누면, 우리 업무에 적용하거나 혹은 우리 활용 사례를 다른 출판사들이 사용할 수 있게 되잖아요. 그렇게 서로 상부상조하면 출판업계가 성장할 수 있지 않을까요?

도서출판 풀빛의 이민재 주임과 함께한 통통레터 일곱 번째 에피소드 어땠나요? 저는 더 많은 출판사가 통전망을 이용하고 활용 후기를 공유하는 장이 만들어지면 좋겠다는 이야기가 마음에 와닿았어요. 언젠가 그런 날이 오겠죠? 이번 통통레터는 어땠는지 피드백을 남겨주세요! 독자 여러분의 후기는 저의 피와 살이 되어 더 좋은 통통레터 콘텐츠를 만드는데 큰 도움이 됩니다:)

통전망을 바라보는 출판인의 솔직한 시선과 담백한 이야기를 담은 통통레터! 다음 소식은 9/12(화)에 들고 올게요! 우린 9월에 만나요! 안녕!



출판 마케팅에 바로 적용 할 수 있는 유용한 정보를 빠르게 얻을 수 있는 방법

천재교육 정준 부문장, 홍인혜

통통레터 독자 여러분, 안녕하세요! 마케터 슬입니다! 9월이 되니 여름 냄새가 차츰 사그라들고 있어요. 길을 걷다 보면 가을 느낌이 물씬 나더라고요. 여러분 혹시 '처서 매직'이라는 말 알고 계신가요? 처서가 지나면 무더웠던 날이 물러나고 시원해진다는 의미로 종종 사용되는 단어인데요. 정말 거짓말처럼 요즘 날이 많이 선선해진 거 있죠?

여러분은 '9월'하면 어떤 게 떠오르시나요? 가을, 독서, 추석 등 많은 것이 연상될 것 같은데요. 전 새 학기가 생각나요. 여름방학이 끝나고, 오랜만에 학교에 가서 친구들을 만나는 게 꽤나 즐거웠거든요. 그리고 9월에 새 학기를 맞이하면 책상 위에 새 교과서와 문제집을 꺼내놓곤 했죠. 새 책을 쫘–악 펼칠 때의 그 느낌이 지금도 새록새록 하네요.

이번 에피소드는 그 때의 추억을 떠올리게 하는 초/중/고 교과서와 참고서 등의 학습 출판물을 만드는 천재교육의 정준 부문장님, 그리고 홍인혜 님과 함께합니다! 어릴 적 옆에 끼고 풀던 문제집을 만드는 곳에 인터뷰를 하러 가니 기분이 굉장히 묘하더라고요. 그럼 여덟 번째 에피소드, 함께 하시죠!

핵심 통통

정보가 가치 있다는 걸 아는 사람들은
비용을 투자해서라도 정보를 얻습니다.
그런데 통전망은 다양한 데이터를 무료로 제공하고 있어요.
약간의 시간을 들여 통전망에 도서 정보를 입력하면,
홍보, 마케팅, 영업에 적용할 수 있는
기본 데이터를 바로 확보할 수 있죠.

by. 정준 부문장

Q 초등학생 때 해법수학 문제집을 집에 쌓아두고 풀던 꼬마가 어엿한 성인이 되어 그 문제집을 만든 출판사에 인터뷰를 하러 왔네요! 여러분 앞에 앉아 있는 지금도 약간 얼떨떨해요. 아마 저처럼 느끼는 통통레터 독자분들도 꽤 많을 것 같은데요! 간단하게 자기소개 부탁드려요!

정준: 안녕하세요. 천재교육 마케팅부문 부문장 정준입니다. 저는 천재교육에서 출간하는 도서 및 서비스의 온/오프라인 마케팅을 진행하고 유통 채널을 관리해요. 초/중/고 참고서 등과 같은 학습 출판물을 주로 마케팅하고 있고요. 가끔 영유아 대상 시리즈, 전집류 마케팅을 진행하기도 합니다.

홍인혜: 통통레터 독자 여러분, 안녕하세요. 천재교육 기획홍보팀 홍인혜입니다. 저는 사내 도서 자료실을 운영하고 있어요. 양질의 교과서와 참고서를 만들기 위해 필요한 각종 도서를 구입하고, 천재교육에서 나오는 도서의 ISBN을 도맡아서 관리하고 있습니다. 기획홍보팀의 일원으로서 자사 학습 출판물의 마케팅과 모니터링 업무도 수행하고 있어요.

Q ISBN을 관리하는 사람이 따로 있다니! 천재교육 정말 엄청난 회사인데요? 저는 인혜 님처럼 한 회사에서 출간하는 모든 도서 정보를 관리하는 분은 처음 만나 뵙거든요. 아무래도 우리나라 교육과정에 맞게 교과서와 참고서 등의 학습 출판물을 기

획하고 출간하면 취급하는 책도 많고, 개편도 잦아서 관리자가 따로 필요한 거겠죠?

정준: 예슬 님이 말씀하신 것처럼, 천재교육에서 취급하는 책은 4천여 종 정도로 굉장히 많습니다. 일 년에 출간하거나 개편하는 책만 4~500종이고요. 초등 교과서나 참고서의 경우 1학년 1학기부터 6학년 2학기까지 한 브랜드의 책만 열두 권이 나와요. 출간 종수가 어마어마하게 많을 수밖에 없겠죠?

보통 단행본은 한 번 출간되면 개정판이 나오기까지 한참 걸리잖아요. 그런데 참고서의 경우 매년 업데이트되는 정보로 갱신을 해야 해요. 그렇지 않으면 콘텐츠로써의 가치가 소멸하거든요. 예를 들면, 우리나라 대통령의 집무실은 청와대가 아니라 대통령실로 바뀌었죠. 이런 정보들이 바로 반영되지 않으면 학습서로써의 가치가 없어요.

이렇듯 천재교육은 출간되는 신간의 양이 많고, 정보 업데이트도 잦은데요. 다뤄야 하는 데이터의 양이 방대하다 보니 도서를 기획하고 편집할 때, 필요한 정보를 빠르게 찾을 수 있게끔 돕는 사람이 필요해요. 사내 모든 도서 정보를 관리하고 있는 인혜 님이 바로 그런 역할을 하고 계시죠.

Q 일 년에 4~500종의 책이 나오다니. 저도 한 달에 10~15종 정도 출간하는 큰 단행본 출판사에서 출판 마케터로 일을 했었는데, 학습 출판물의 세계는 남다르고, 또 거대한 것 같아요. 새삼 인혜 님이 너무 대단한데요?

홍인혜: 하하. 부끄럽네요. 제가 천재교육에서 나오는 모든 도서의 ISBN을 등록하고 있다 보니, 작년 9월 통전망이 구축됐을 때 자연스럽게 메타데이터 등록 업무를 맡게 되었어요. 통전망에 자사 도서의 메타데이터를 빠짐없이 입력하려고 노력하고 있습니다. 출간 종수가 많아서 도서를 목록화하는 데 시간이 많이 소요되긴 하지만, 이빨이 하나 빠지면 데이터로써의 의미가 없다고 생각하거든요.

초창기에는 '엑셀 일괄 등록' 기능이 없어서 하나하나 다 입력해야 했어요. 지금은 일괄 등록 기능이 생겨서 한결 편안하게 도서 정보를 등록하고 있답니다. 부담이 많이 줄었어요.

Q 자연스럽게 '통전망' 이야기로 이어져서 귀를 쫑긋 세우고 있었어요! 천재교육은 통전망이 생긴 초창기부터 통전망을 이용하고 있는데요. 통전망을 활용해야겠다고 생각한 계기가 있으신가요?

정준: 송인서적 부도 이후 왜 출판사가 투명한 판매 데이터를 공유받을 수 있는 채널이 없는지에 대한 이야기를 나누는 자리가 있었어요. 2020년 6월 즈음이었던 걸로 기억하는데, 벌써 3년 전이네요. 그때 책의 유통 흐름을 투명하게 트래킹 할 수 있는 '통전망'이 생길 거라는 소식을 접했습니다.

통전망 출범 소식을 접하고 통전망에 관심이 생겼어요. 도서의 판매 흐름을 투명하게 확인할 수 있다니! 너무 매력적이잖아요. 그래서 통전망 설명회란 설명회는 모두 찾아다녔어요. 그리고 출판사가 보유하고 있는 데이터를 한 곳에 모으고, 유통의 흐름을 투명하게 하는 게 얼마나 중요한 일인지 다시 한번 깨달았습니다. 그래서 통전망이 생긴 초창기부터 이 시스템을 적극적으로 활용해 보자고 제안했어요.

계속 강조하고 있지만, 저희는 출간 종수가 많기 때문에 방대한 양의 데이터를 쌓아서 관리할 수 있는 창고 같은 공간이 필요했어요. 그 역할을 통전망이 할 수 있겠더라고요. 그래서 통전망에 모든 도서의 정보를 입력하고 있습니다. 그런데 도서 정보를 입력하면 통전망에서 다양한 종류의 판매데이터를 제공해 주더라고요. 일석이조죠.

Q 맞아요. 통전망에선 온/오프라인 채널별 판매데이터뿐만 아니라 지역별, 주제분류별 등 다양한 분류의 판매데이터를 확인할 수 있죠. 통전망을 이용하는 출판사의 마케팅팀들도 모두 판매통계 기능에 만족하시더라고요.

정준: 그중에서도 전 지역별 판매데이터를 대략적으로나마 파악할 수 있다는 점이 매력적이었어요. 출판사들은 어떤 도서가 얼마나 판매되고 있는지와 같은 기본적인 정보를 알고 싶어 하잖아요.

대부분의 출판사가 도서를 다양한 온/오프라인 채널을 통해 공급할 텐데요. 온라인 서점의 경우 공급사 SCM 사이트를 통해 도서 판매데이터를 확인할 수 있지만, 지역총판이나 북센과 같은 도매 업체를 통해 지역 서점에 도서를 공급할 경우 도서 판매데이터를 얻기 힘들어요. 도매상이나 지역총판의 경우 판매데이터를 공유하는 걸 조심스러워하거든요. 그래서 추가 주문이 들어오기 전까지는 특정 도서의 판매량을 알기 어렵습니다. 어디서 얼마나 판매가 되고 있는지 알아야 재고가 부족한 도서는 미리 제작을 할 수 있는데, 이런 프로세스가 구축되지 않아서 아쉽던 차에 통전망이 지역별 판매데이터를 제공해 줘서 만족스러워요.

천재교육의 경우 전체 매출의 50% 이상이 지역서점에서 나와요. 그래서 지역 판매데이터를 확인할 수 있다는 건 엄청난 메리트예

요. 교보문고와 영풍문고 같은 대형서점 판매데이터는 어떤 지점에서 어떤 책이 얼마나 판매됐는지 직관적인 도표로 보여줘서 편리해요. 지역별 판매데이터를 활용하면 어떤 시리즈가 어느 지역에서 잘 나가는지 그 특징을 파악하기 용이합니다. 그래서 실제로 저희 마케팅부문에서 많이 사용하고 있는 기능도 판매통계 기능이에요.

Q 판매통계 기능이 여러모로 유용한 점이 많죠. 교보문고나 영풍문고의 경우는 어떤 책이 어느 지점에서 잘 나가는지 한눈에 보이니까, 해당 지역을 겨냥한 추가 마케팅을 계획하는 것도 수월하더라고요. 통전망에 유용한 기능이 여럿 있지만, 또 자주 이용하다 보면 아쉬운 점도 눈에 띌 것 같은데요.

정준: 저희는 학습 출판물을 출간하는 회사잖아요. 일반 단행본 출판사보다 훨씬 더 세분화된 데이터 분석이 필요해요. 예를 들면, 시리즈별, 학년별, 학기별, 과목별 등 다양한 분류의 판매 통계를 확인해야 합니다. 통전망 내에선 이런 디테일한 자료 확인은 불가능하더라고요.
통전망에서 제공하는 데이터를 2차, 3차, 4차 가공을 해야 유의미한 데이터를 추출할 수 있어요.

통전망은 현재 국제 표준 테마 체계로 책을 분류하고 있습니다. 보통 다른 온라인 서점의 경우 초/중/고등 학습 출판물의 카테고리가 세분화되어 있어요. 그런데 통전망은 '어린이/청소년/학습' 카테고리 안에 학습 출판물이 뭉뚱그려져 있어서 데이터 분석이 약간 번거롭고, 얻을 수 있는 정보도 한정적이에요.

또, 천재교육이 학습 출판물의 전체 판매 볼륨 안에서 차지하고 있는 파이가 어느 정도인지 알고 싶은데, 학습 출판물이 어린이/청소년 도서와 함께 묶여 있으니까 이를 파악하기 힘들어요. 우리나라의 경우 참고서 시장이 굉장히 큰 비중을 차지하고 있는데요. 학습 출판물을 출간하는 출판사들도 실효성 있게 사용할 수 있는 시스템으로 통전망이 발전하면 좋겠다는 바람이 있습니다.

홍인혜: 저도 정준 부문장님의 생각에 동의해요. 천재교육은 지금까지 14,616건의 메타데이터를 등록했는데요. 도서를 등록하면 '어린이/청소년/학습'이라는 하나의 주제로 묶이니까 얻을 수 있는 데이터가 한정적이에요. 많은 양의 메타데이터를 입력하고 관리하는 것에 비해 얻을 수 있는 데이터가 적으니까, 조금 아쉽습니다.

통전망 홈페이지 메인 화면에서 주제분류별 도서판매현황을 확인해 보면, 어린이/청소년/학습 분야의 도서 판매량이 월등하게 높은데요. 과목별, 학기별, 학년별 등과 같이 더 세분화된 데이터를 제공받을 수 있게 개선된다면 학습 출판물을 출간하는 출판사가 보다 유용하게 통전망을 사용할 수 있지 않을까요?

정준: 그리고 통전망을 통해 지금보다 더 많은 지역서점의 판매데이터를 제공받고 싶어요. 출판사가 지역서점 판매데이터를 확인하고 활용할 수 있게끔 하는 게 통전망 서비스의 핵심이라고 생각합니다. 지역서점 데이터를 필요로 하는 출판사가 많지만, 이를 쉽게 얻을 수 없는 게 현실이잖아요. 모든 데이터가 투명하게 공개되고 공유하는 사회에서 도서 데이터만 투명하게 공개되지 않는 것은 시대의 흐름에 역행하는 거라고 생각해요. 지역서점이 통전망을 활용하게끔 더 많은 관심을 쏟고, 투자를 하면 좋겠어요. 통전망을 통해서 우리나라 모든 지역의 판매량을 대략적으로 파악할 수 있다는 것도 의미 있지만, 욕심 같아서는 우리나라에 있는 모든 서점들이 통전망을 통해서 판매데이터를 공개하면 좋겠습니다.

지금은 지역서점의 데이터가 모두 더해져 지역별 판매량이라는 이름으로 데이터가 제공되고 있지만 조금 더 나아가 지역서점 각각의 판매데이터를 받아볼 수 있는 기능으로까지 확장되면 훨씬 매력적이고 유용할 것 같아요.

마지막으로, 통전망에서 판매통계를 확인하는 게 익숙하지 않은 출판사를 위해 데이터를 활용한 영업, 마케팅 사례나 팁을 소개하는 코너가 있으면 좋을 것 같아요. 통전망에선 '통통레터'를 통해 통전망을 바라보는 출판인의 솔직한 시선을 전하고 있고, '통통툰'을 통해서 통전망의 기능을 오목조목 설명해주잖아요. 출판사 실무자들이 데이터를 어떻게 활용하면 좋을지에 대한 이야기도 하나의 좋은 콘텐츠가 될 수 있지 않을까요? 그럼 통전망의 활용도가 더 높아질 것 같아요.

Q 오호! 안 그래도 추가 홍보 콘텐츠를 기획하던 중이었는데, 부문장님 의견 너무 좋은데요? 통전망에서 제공하는 데이터를 활용하는 꿀팁! 어떤 형태의 콘텐츠로 제공하면 좋을지 고민 한 번 해보겠습니다. 혹시, 부문장님이 통전망을 이용하는 꿀팁 하나만 통통레터 독자분들께 공유해 주실 수 있을까요?

정준: 우리 출판사의 흐름이나 동향을 파악하는 것도 중요하지만, 출판계 전체의 흐름과 동향을 아는 것도 굉장히 중요해요. 그래서 전 다른 분야 도서를 살펴볼 때 통전망에 로그인을 하지 않습니다. 천재교육 계정으로 로그인을 하면, 저희 출판사의 도서 목록과 판매데이터 등 맞춤형 데이터를 확인할 수 있는 반면 로그인을 하지 않고 통전망을 이용하면 일반적인 출판계 동향을 살펴볼 수 있어요. 꼭 학습물이 아니더라도 교양서나 인문학, 성인 자격증 도서 등 어떤 도서가 많이 출간되고 있는지 전체적인 맥락을 확인하죠. 마케터나 기획자라면 기간별, 지역별, 주제별 판매 흐름을 거시적으로

파악할 줄 알아야 합니다. 통전망 홈페이지에선 다양한 정보를 확인할 수 있으니, 꼭 한번 이용해 보시길 권해요.

Q 아직 통전망을 사용하고 있지 않은 출판사나 서점이 많은데요. 이들에게 한 마디 해주실 수 있을까요?

정준: 저희는 통전망이 출범했을 때부터 통전망을 이용하고 있습니다. 그때와 비교하면 지금은 기능이 다채로워졌고, 활용도도 높아졌어요. 통전망에 도서 정보를 입력하고, 다양한 통계 데이터를 활용하고자 하는 출판사의 의견이나 요구가 지속적으로 반영되고 있어서가 아닐까 생각합니다.

사실 저도 통전망 헤비 유저라고 말할 수 있는 사람은 아니라서 이렇게 한 마디를 해도 괜찮을지 모르겠어요. 하지만 분명히 말씀드릴 수 있는 건 통전망이 회사의 규모나 개인의 경력과 관계없이 마케터나 기획자들의 시행착오를 줄여줄 수 있는 유익한 서비스라는 거예요.

정보가 가치 있다는 걸 아는 사람들은 비용을 투자해서라도 정보를 얻습니다. 그런데 통전망은 다양한 데이터를 무료로 제공하고 있어요. 약간의 시간을 들여 통전망에 도서 정보를 입력하면, 홍보, 마케팅, 영업에 적용할 수 있는 기본 데이터를 바로 확보할 수 있죠. 또 서점별 도서 판매 트렌드와 패턴을 파악하여 적기에 홍보, 마케팅을 진행할 수도 있어요.

1인 출판사나 소형 출판사의 기획자와 마케터는 양질의 정보에 대한 접근성이 조금 떨어질 텐데요. 이들에게 통전망을 꼭 사용해보라고 말하고 싶습니다. 통전망을 통해 객관적인 데이터를 얻고, 그 데이터를 이용할 수 있는 좋은 기회를 잡으라고 하고 싶어요.

마지막으로 통전망을 운영하기 위해 애쓰고 있는 모든 분들께 한 마디 전하고 싶네요. 통전망은 긴 호흡으로 이어져야 하는 사업이에요. 모든 출판사를 만족시키려다 보면 통전망의 정체성이 흐려질 수 있어요. 정보 접근성이 떨어지는 작은 출판사에 초점을 맞춰서 양질의 정보를 제공하는 통전망이 되었으면 좋겠습니다.

홍인혜: 데이터가 쌓이면 쌓일수록 출판사는 통전망의 모든 서비스를 유용하게 사용할 수 있을 거예요. 많은 출판사와 서점이 함께함으로써 보다 더 유의미한 통계와 데이터를 얻을 수 있으면 좋겠어요. 이게 바로 윈-윈 아니겠어요?

출판 시장의 큰 부분을 차지하고 있는 학습 출판물 분야의 대가, 천재교육과 함께한 이번 에피소드! 어땠나요? 저는 인터뷰 내내 데이터가 가진 힘, 그리고 투명한 데이터가 공개되는 것이 얼마나 중요하고 유의미한 일인지 알 수 있었어요. 일반 단행본과는 다른 학습 출판물의 특성을 알아가는 과정도 재밌었고요! 이번 인터뷰가 여러분의 마음에도 닿았으면 하는 바람입니다.

이번 통통레터는 어땠는지 피드백을 남겨주세요. 애정이 듬뿍 담긴 여러분의 피드백은 힘이 됩니다! 통전망을 바라보는 출판인의 솔직한 시선과 담백한 이야기를 담은 통통레터, 다음 소식은 9/26(화)에 들고 올게요! 안녕!

통통레터
#09

1인 출판사에 일당백 마케터가 있다고?

클로브 김지수 대표
노트앤노트 신미경 대표

안녕하세요, 마케터 슬이예요. 여러분은 보통 출근길에 뭘 하시나요? 음악 감상? 드라마 시청? 밤사이 일어난 일을 뉴스로 접하는 분도 계실 거 같아요. 저는 독서의 계절 가을을 맞이해서 덜컹이는 지하철 안에서 열심히 책을 읽고 있습니다. 요즘은 명작 동화 〈이상한 나라의 앨리스〉를 읽고 있는데요.

아무래도 책이 절 이상한 나라로 인도한 것 같아요! 제가 얼마 전에 진짜로 이상한 나라에 다녀왔거든요. 거짓말하지 말라고요? 정말이에요. 제가 방문한 이상한 나라는, 시청역 근처의 한 건물 안에 있는데요. 건물로 들어가서 엘리베이터를 타고 7층으로 올라가야 해요. 그리고 계단을 통해서만 갈 수 있는 8층으로 걸어서 이동합니다. 그곳에서 907호를 찾아야 해요. 이상한 나라 맞죠?

이곳에서 좋은 책을 만들기 위해 골똘히 고민하는 1인 출판사 클로브와 노트앤노트를 만나고 왔어요! 통통레터 아홉 번째 에피소드는 작지만 강한 1인 출판사, 클로브의 김지수 대표님, 노트앤노트 신미경 대표님과 함께 합니다!

핵심 통통

이제 막 시작한 1인 출판사의 경우 확보할 수 있는 데이터에 한계가 있잖아요. 서점 md와 미팅을 할 때, 혹은 타 업체와 제휴를 맺을 때 그 사람들을 설득하기 위한 보편적인 데이터가 필요한데, 이때 출판전산망을 이용합니다. 출판전산망의 데이터를 활용하니 md를 비롯한 많은 사람들과 밀도 있는 대화가 이루어지고, 그들의 이해와 납득을 이끌어내기 수월하더라고요. 이는 우리 책을 한 부라도 더 판매할 수 있는 가능성을 만들죠.

by. 노트앤노트 신미경 대표

Q 안녕하세요! 제가 몇 달 전부터 1인 출판사를 운영하는 아주 멋진 분들을 만나 뵙고 싶다고 저희 팀원분들을 붙잡고 얼마나 졸랐는지 몰라요. 몇 달 만에 소원이 이루어져서 굉장히 들뜬 상태입니다! 통통레터 독자분들께 자기소개 부탁드릴게요.

김지수 대표: 안녕하세요. 출판사 클로브를 운영하고 있는 김지수입니다. 17년 차 편집자이기도 하고요. 작년 여름부터 지금까지 『클래식 감상자의 낱말 노트』, 『내 여름날의 록스타』, 『파리의 미술관』을 만들어 독자와 만나고 있습니다. 예술 교양 분야의 책을 주로 만들고 있고, 취미 실용서도 조금씩 준비하고 있어요.

신미경 대표: 안녕하세요. 출판사 노트앤노트 새내기 대표 신미경입니다. 저는 여행, 실용 분야 책을 만드는 13년 차 편집자예요. 올해 〈유럽 와이너리 여행〉이라는 책을 노트앤노트 이름으로 출간하면서 홀로서기를 시작했어요.

Q 1인 출판사를 운영하는 게 쉬운 일이 아니잖아요. 편집, 홍보, 영업 등 여러 사람이 나눠서 하던 일을 혼자 해내야 하는 부담도 있고요. 그럼에도 불구하고 1인 출판사를 운영해야겠다고 결심한 계기가 있으신가요?

김지수 대표: 여러 출판사에서 오랫동안 편집자로 일을 했어요. 회

사에는 정해진 틀이 있고, 그 틀 안에서 일을 해야 하잖아요. 언제부턴가 정해진 틀에서 벗어나서 책을 만들어보고 싶더라고요. 나이가 더 들기 전에 시작해야겠다 결심했어요. 평소에 나이를 생각하면서 지내는 편은 아니지만, 도서 기획을 할 때는 항상 대상 독자를 생각해야 하잖아요. 대상 독자와 내가 너무 멀어지기 전에 브랜드를 만들고 싶었어요.

신미경 대표: 특별한 계기가 있었다기보다는 자연스러운 선택이었던 것 같아요. 대학원 재학 시절 학술지 간사로 일했었는데, 그때 출판을 더 깊게 배워서 지역의 이야기를 모으는 출판사를 창업해야겠다는 생각을 했거든요. 그래서 출판사에 입사해 편집자로 일했고, 지금은 그때와는 전혀 다른 분야의 책을 만들고 있네요. 첫 출판사를 그만둔 후 독립출판물 제작자로 활동했었는데, 그때의 경험이 1인 출판사에 대한 자연스러운 구상으로 이어졌어요.

Q 제가 독서 모임을 하고 있는데, 마케팅이나 브랜드 서적을 굉장히 많이 읽었거든요. 그런데 수많은 책에 있는 그 어떤 말보다 김지수 대표님의 '대상 독자와 내가 너무 멀어지기 전에 브랜드를 만들고 싶었다'는 말씀이 와닿네요. 나만의 브랜드를 만들며 홀로서기를 하면 어떤 기분인가요?

김지수 대표: 제가 클로브라는 브랜드를 만들면서 인스타그램에 '독립했다'라는 말을 쓴 적이 있어요. 어느 집단에 소속되어 있다가 나만의 회사를 차리면서 홀로서기를 시작하면 독립했다는 말을 많이 하잖아요. 그런데 사실은, 혼자서 할 수 있는 일이 하나도 없어요.

신미경 대표: 맞아요. 보통 1인 출판하면 한 명이 모든 일을 다 감당해야 하는 구조를 생각하잖아요. 책을 만들고 판매하는 등의 업무 외에도 제작이나, 재무 같은 일 모두요.

보통 출판사에서 편집자로 일을 하면 여러 가지 형태의 협업이 이루어져요. 영업자, 마케터, 저자, 교정자, 디자이너, 제작팀 등 한 권의 책을 만들기 위해서 많은 사람들과 관계를 맺고 소통해야 합니다.

지금도 그때와 다르지 않은 것 같아요. 저자, 디자이너, 제작 등의 전문가와 함께 책을 만들고 있어요. 물론 제가 대표이다 보니, 제가 모든 작업을 핸들링하고 책임져야 하긴 하죠. 책이 출간되기 전의 모든 프로세스를 다양한 시각으로 바라보고 개입해야 하고요. 좀 더 큰 세계에 던져진 기분이에요.

Q 제가 생각하는 1인 출판사 대표의 하루는 출근하자마자 한 사람의 몸이 열 개로 나뉘어 편집자, 마케터, 디자이너 등의 자아를 가지고 출판사의 모든 업무를 처리하는 거였는데... 아무래도 잘못 생각했던 것 같네요.

신미경 대표: 예슬 님 말도 맞긴 해요. 저희는 사무실을 공유하고 있는데, "오늘 나는 마케팅 부장이야.", "오늘 나는 디자이너야."라고 말하면서 업무를 시작해요. 내친김에 저희 하루 일과를 공유해 볼까요?

김지수 대표: 저부터 이야기해 볼게요. 저는 아침에 출근하자마자 커피를 마시면서 전날 우리 클로브 도서 판매량과 주문량을 확인하고, 인터넷 서점을 가볍게 둘러봅니다. 그리고 캘린더를 보고 그날 어떤 일을 해야 하는지 확인해요. 여기까진 나름 평화로워요. 그다음은 뭐... 쭉 컴퓨터 앞에 앉아서 허둥지둥 그날 해야 할 일을 합니다. 인스타그램 같은 SNS 채널 운영이나 재무 관련 일 등 할 일이 굉장히 많은데, 원고에 빠져 있다가 시간이 훅 가버려서 당황한 적도 있어요.

신미경 대표: 1인 출판사 대표여서 좋은 점은 출근 시간이 자유롭다는 거예요. 저는 보통 아침 열 시에 하루 일과를 시작하는데요. 가장 먼저 하는 일은 서점에서 들어온 주문을 확인하고, 물류 시스템에 접속해서 출고를 요청하는 거예요. 노트앤노트는 네이버 스마트스토어도 운영하고 있어서 이때 주문 건을 함께 확인합니다. 이후에는 주로 편집자의 자아를 꺼내 업무를 해요. 요즘은 출판사 홍보를 위해서 불러주는 모든 곳에 나가고 있는데요. 가끔 강의를 하기도 하고, 팟캐스트에 출연하기도 합니다.

1인 출판사를 운영하면서 하루의 루틴보다는 한 달의 루틴이 많이 바뀌었어요. 월초에는 서점에 계산서를 발행하고, 월말에는 거래처에 입금을 합니다. 주말에는 그 주의 판매량을 분석하고, 앞으로 어떤 마케팅을 진행할 것인지 계획하고요. 1인 출판사 대표여서 나쁜 점은 퇴근 시간과 업무일이 정해져 있지 않다는 점이네요.

Q 1인 출판사 대표여서 좋은 점과 나쁜 점이 너무 극명한데요? 사무실이 속삭이고 있는 것 같아요. "들어올 때는 자유지만, 나갈 때는 아니란다..." 하하. 이렇게 바쁘게 일하다 보면, 인상 깊은 순간들도 많을 것 같아요.

김지수 대표: 얼마 전에 이른 아침부터 한 할아버님이 전화를 주셨어요. 『파리의 미술관』 페이지 순서가 잘못되어 있다고 말씀하시더라고요. 제본이 잘못된 책이었던 거죠. 그러면서 "저희 아내가 미술을 전공했어요. 파리에 꼭 가보고 싶다고 하는데 여태 못 보내줬어요. 내가 그래서 책으로 땜질한 거예요. 책이 좋아서 잘 읽고 있어요. 파리에 보내줘야 하는데…"라고 덧붙이셨어요. 새 책을 보내드

리기 위해서 주소를 받아 적는데, 할아버님이 이가 안 좋아서 발음이 부정확하다고 자꾸 미안하다고 말씀하시는 거예요. 그러지 않으셔도 되는데, 괜히 울컥하는 거 있죠? 이날 책을 만들기 잘했다는 생각이 들었어요.

신미경 대표: 저는 첫 책을 출간한 지 이제 두 달 정도밖에 지나지 않았어요. 1인 출판사 운영을 시작하고 나서 제가 보다 적극적으로 인간으로 진화했다는 것이 가장 인상 깊은 점인 것 같습니다. 상상도 못 했던 일이거든요. 몇 주 전에 신간을 출간한 지인의 북토크에 응원 차 방문했어요. 일면식이 없던 출판사의 편집장님을 만나 넉살 좋게 서로의 상황에 대한 이야기를 나누고 돌아왔어요. 1인 출판사 대표가 된 후 제가 사람과 일을 대하는 태도가 분명히 달라졌어요. 그래서 요즘은 매일매일 또 다른 출판의 세계를 여행하고 있는 기분이에요.

Q 제가 애정하는 송 팀장에게 클로브와 노트앤노트가 출판유통통합전산망을 잘 사용하고 있다는 소문을 들었어요. 1인 출판사를 운영하는 분들은 해야 할 일이 너무 많아서 출판전산망을 이용하는 걸 부담스러워하시더라고요. 두 분이 출판전산망을 어떻게 활용하고 계신지 말씀해 주시면 그분들께 도움이 많이 될 것 같아요.

김지수 대표: 저도 1인 출판사 대표로서, 1인 출판사를 운영하는 분들이 얼마나 바쁜지 잘 알고 있어요. 다른 회사에 있을 때는 마감일이라는 게 있었는데, 독립하고부턴 원고를 마감하면 끝이 아니라 그때부터 시작이거든요.

그런데 출판전산망에 도서 정보를 입력하면 일이 한결 수월해져요. 처음에는 번거롭다고 느낄 수 있지만, 그 번거로움을 상쇄할 수 있는 힘이 있습니다. 도서 정보만 출판전산망에 입력해도, 다음 날부터 우리 출판사 책의 판매 통계를 볼 수 있잖아요. 교보문고, 예스24, 알라딘은 물론이고 영풍문고나 지역서점 판매량도요. 책의 판매 흐름을 그래프로 한눈에 볼 수 있어서 편리해요. 교보문고나 영풍문고는 많은 지역에 지점이 분포되어 있는데요. 모든 지점을 관리하기에는 비용적으로나 시간적으로나 한계가 있으니까 어느 지점에서 우리 클로브 책의 반응이 좋은지 출판전산망에서 꼭 확인을 합니다.

책을 기획하기 전에 출판산업 통계를 보면 도움이 돼요. 40대 여성을 타깃으로 책을 기획한다고 가정했을 때, 40대 여성이 어떤 책을 많이 구매했는지 월별 통계를 확인할 수 있거든요. 예상 독자의 관심사와 니즈를 파악할 수 있죠. 이때 주제 분류별 판매량 통계도 함께 보는데요. 월별로 어떤 분야의 책이 판매량이 좋은지 참고합니다.

출판 전산망을 쓰는 저만의 꿀팁을 하나 공유드릴게요. 서점에 온라인 광고를 하거나 LMS를 발송하기 위해선 타깃을 설정해야 하잖아요. 우리의 타깃 독자가 어떤 책을 주로 구매하는지에 대한 것도 알아야 하고요. 그때 출판산업 통계 섹션의 독자 통계를 확인하는 게 큰 도움이 됩니다. 성별, 연령별로 상세 검색을 할 수 있는데, 그럼 우리 책의 타깃 독자가 어떤 책으로 주로 읽는지 쉽게 확인할 수 있어요. 20대 여성, 30대 남성, 40대 여성 등 구체적인 통계를 확인할 수 있어서 광고를 집행할 때 도움을 많이 받고 있어요.

신미경 대표: 저는 주로 여행 서적을 만들어요. 그래서 전체 출판물 중 여행 분야 도서가 어느 정도의 비중을 차지하고 있는지 확인한 후 노트앤노트의 목표 매출을 설정해야 합니다. 또 여행 도서 시장 안에서 노트앤노트의 책이 얼마나 팔리고 있는지에 대한 판단도 필요하고요. 출판전산망을 활용하면 출판 시장분석과 도서의 판매 분석을 쉽고 간단하게 할 수 있어서 주기적으로 활용하고 있어요.

저는 '출판산업 통계' 카테고리에서 '판매 통계' 부분을 즐겨 봅니다. 도서 분야별로 일별, 주별, 월별 판매량(부수, 판매 총액)을 확인할 수 있는데요. 저는 주로 월별 판매량 추이를 보면서 도서 시장이 어떻게 움직이는지 봐요. 그리고 넓은 시야를 가지고 통합적인 판단을 하기 위해서 서점별 베스트셀러가 아닌 교보문고, 예스24, 알라딘, 영풍문고, 지역 서점 전체의 판매량이 합산되어 도출된 베스트 도서 50위를 출판전산망에서 확인합니다.

1인 출판사 입장에서는 지역 서점에서 단 한 권의 책이라도 당겨가는 게 의미 있는 일이거든요. 우리 책이 판매되고 있는 모든 서점의 SCM을 매일같이 들여다볼 수 있으면 좋겠지만, 사실 영풍문고나 지역서점의 경우 판매량을 자주 확인하지는 못해요. 많은 지역서점의 판매량을 확인할 수 있는 루트가 아직 없기도 하고요. 그런데 출판전산망에서는 1인 출판사에서 접하기 어려운 데이터도 제공을 해줘서 얼마나 좋은지 몰라요.

Q 출판유통통합전산망은 보다 많은 출판사와 서점, 도서관 회원들의 편의를 위해 계속해서 기능을 개선하고 추가하고 있어요. 대표님들은 출판전산망에 어떤 기능이 있으면 좋을 것 같으세요? 개선되어야 할 부분을 말씀해주셔도 좋고요.

김지수 대표: 출판전산망 내 표지가 등록되지 않은 책들이 많더라고요. 홈페이지 완성도가 떨어지는 느낌이 들어서 아쉬웠어요. 아직 출판전산망을 이용하고 있지 않은 출판계 종사자가 처음 들어왔을 때 좋지 않은 인상을 줄 수 있을 것 같더라고요. 출판전산망에서 업데이트되는 모든 책들의 표지를 끌어올 수 있으면 좋겠어요.

또, 지금도 물론 모든 시민들이 출판전산망에 접속할 수 있고, 출판전산망이 제공하는 콘텐츠를 볼 수 있긴 하지만, 일반 독자들이 매력을 느낄만한 콘텐츠가 있으면 좋겠다는 생각을 했어요. 지금은 출판계 종사자들, 특히 출판사들이 필요로 하는 정보를 얻을 수 있는 플랫폼 정도인 것 같거든요. 출판사에서 일하는 사람들이야 교보문고, 예스24, 알라딘 등 서점별 베스트셀러 순위를 체크하지만, 일반 독자들은 그렇지 않잖아요. 모든 서점의 판매량을 더한 베스트레셀러 순위 제공하고 몇 부가 팔렸는지 등의 정보를 제공하면 좋겠어요. 영화전산망에서 제공하는 박스오피스 순위처럼요! 그리고 신간 도서 정보나 저자 정보, 출간 동향 등을 파악할 수 있는 시스템이 되면 좋겠습니다. 그래서 출판전산망이 모든 시민들이 이용하는 공신력 있는 채널로 성장하길 바라요.

신미경 대표: 서점 웹사이트보다는 포털 사이트에서 책 제목을 검색하는 독자가 훨씬 많아요. 이런 독자들을 위해 포털 사이트가 특정 서점이 아닌 출판전산망과 연계하여 그 데이터를 보여준다면 보다 공정하고 통합적인 데이터를 보여준다는 생각이 들 것 같아요. 포털 사이트와 출판전산망의 데이터를 연동시키는 작업이 이루어지면 좋겠네요.

출판전산망은 교보문고, 예스24, 알라딘, 영풍문고, 지역 서점 등 서점의 판매 데이터를 제공하고 있어요. 그런데 독자들이 책을 구매하는 플랫폼은 그게 다가 아니잖아요. 대표적으로 쿠팡 같은 플랫폼에서 책을 구매하는 독자가 존재하고, 쿠팡의 유 · 아동 도서 판매 비율이 높다는 건 아마 출판계에 종사하는 분이라면 모두 알고 계실 거예요.

그래서 저는 출판전산망에서 보여주는 숫자가 전체 출판 시장이라는 착각에 빠지진 않기 위해서 다양한 채널의 판매 통계를 들여다봅니다. 출판전산망에서 제공하는 숫자는 믿을만하다는 신뢰를 주려면 더 다양한 도서 판매 플랫폼의 데이터도 업데이트되어야 할 것 같아요.

마지막으로 홍보와 교육이 지금보다 다양한 타깃을 대상으로 이루어지면 좋겠어요. 지금은 정기 교육, 찾아가는 교육, Zoom 교육 이렇게 진행하고 계신 걸로 알고 있는데요. 편집자, 마케터, 영업자 등과 같이 직군별로 나눠서 홍보와 교육을 하면 어떨까요? 1인 출판사, 소규모 출판사, 대규모 출판사와 같이 규모별로 홍보를 진행해도 좋을 것 같고요. 맞춤형 교육을 하면 출판전산망에 관심을 보이는 이들이 많아지지 않을까 생각합니다.

Q 오늘 두 분으로부터 좋은 의견을 많이 듣네요! 말씀하신 부분이 모두 반영되고 실행될 수 있도록 최선을 다해보겠습니다! 그런데, 그럼에도 불구하고 출판유통통합전산망은 1인 출판사가 사용하기에 유용한가요? 아직 출판유통통합전산망을 사용하고 있지 않은 1인 출판사들에게 한 말씀 부탁드려요.

김지수 대표: 저는 마케팅팀이 따로 없는 1인 출판사에서 출판전산망을 꼭 이용해야 한다고 생각해요. 마케터가 없어도 판매 통계나 독자 분석 등 필요한 정보를 실시간으로 빠르게 확인할 수 있고, 교보문고나 영풍문고처럼 주요 서점의 판매 통계를 한 번에 볼 수 있는 것도 굉장한 메리트고요. 출판전산망은 우리 클로브의 일당백 마케팅팀입니다. 그리고 출판전산망이 모든 1인 출판사의 마케팅팀이 되어줄 수 있을 거라고 생각해요.

신미경 대표: 출판전산망은 1인 출판사에게 유용한 시스템이에요. 대형출판사의 경우 오랫동안 쌓아온 자체 판매 데이터가 있고, 이를 관리할 수 있는 시스템이 구축되어 있잖아요. 꼭 출판전산망이 아니더라도 출판 시장을 분석해서 출판물을 기획하거나 판매할 수 있는 틀을 갖추고 있고, 이를 실행할 인력도 충분하죠. 또 오래도록 좋은 관계를 유지해 온 서점이나 도매상을 통해 판매량과 같은 주요한 정보를 얻을 수 있을 거라고 생각해요.

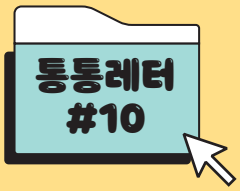
하지만, 이제 막 시작한 1인 출판사의 경우 확보할 수 있는 데이터에 한계가 있잖아요. 서점 md와 미팅을 할 때, 혹은 타 업체와 제휴를 맺을 때 그 사람들을 설득하기 위한 보편적인 데이터가 필요한데, 이때 출판전산망을 이용합니다. 출판전산망의 데이터를 활용하니 md를 비롯한 많은 사람들과 밀도 있는 대화가 이루어지고, 그들의 이해와 납득을 이끌어내기 수월하더라고요. 이는 우리 책을 한 부라도 더 판매할 수 있는 가능성을 만들죠.

그래서 저는 출판전산망에서 여러 통계를 확인하는 것으로 한 주의 마무리를 해요. 1인 출판사라면 꼭 한 번 출판전산망을 사용해 보시길 권합니다.

1인 출판사 클로브, 그리고 노트앤노트와 함께한 이번 콘텐츠 어땠나요? 저는 좋은 책을 만들기 위해 그 누구보다 치열하게 일하는 김지수 대표님과 신미경 대표님을 보면서, 독자로서 열렬한 응원을 보내고 싶어 졌어요. 이번 통통레터는 어땠는지 피드백을 남겨주세요. 여러분의 사랑으로 가득한 피드백도 좋지만, 피와 살이 되는 따끔한 피드백도 기다리고 있답니다!

올해 여름은 그 어느 때보다 뜨거웠던 것 같아요. 그래도 어김없이 새로운 계절이 찾아왔고, 이제 곧 추석이네요. 명절 음식과 제철 과일을 먹을 생각에 조금... 이 아니라 많이 설레요. 여러분도 그런가요?

출판전산망을 바라보는 출판인의 솔직한 시선과 담백한 이야기를 담은 통통레터, 다음 소식은 10/10(화)에 들고 올게요! 안녕!



신입사원을 무럭무럭 키우는 출판계의 일타강사, 출판유통통합전산망

한빛비즈 박태규 책임마케터

통통레터 독자 여러분, 안녕하세요! 마케터 슬입니다. 모두들 풍성한 한가위 보내셨나요? 저는 오랜만에 본가에서 부모님과 함께 즐거운 시간을 보냈어요. 연휴 동안 엄마가 해주는 맛있는 밥을 먹었더니 힘이 불끈불끈 솟아오르네요! (물론, 저희 엄마처럼 자녀에게 맛있는 음식을 해주느라 고생하신 분들도 많겠죠? 모두 수고 많으셨습니다!) 예부터 전해 내려오는 우리 속담에 '더도 말고, 덜도 말고 늘 한가위 같아라.'라는 말이 있잖아요. 매일매일이 한가윗날 같으면 좋겠다는 뜻이죠? 한가위에는 온 가족이 모여 맛있는 음식도 먹고, 재미난 놀이도 많이 하니까 매일매일 한가위 같았으면 좋겠다는 소망이 이 속담에 담긴 것 같아요. 앞으로 남은 2023년, 여러분의 하루하루가 넉넉하고 풍성하길 소망합니다. (그다음 해에도, 다다음해에도요!)

올해가 얼마 남지 않았다고 생각하니, 2023년 남은 기간을 더 열심히 살고 싶어졌어요. 그래서 서점으로 달려가 실용서를 잔뜩 구매했는데요. 실용서에는 유용한 정보와 지식이 많고, 이를 우리의 일상생활에 녹이면 내가 성장했다는 즐거움을 주더라고요. 제가 산 책 중에 올해 15주년을 맞이한 경제경영, 자기 계발서의 대가 한빛비즈의 책도 여러 권 섞여 있어요. 제가 이렇게 밑밥을 까는 이유가 있겠죠? 네 맞아요. 이번 통통레터의 주인공은 한빛비즈의 박태규 책임마케터입니다!

박태규 책임마케터가 한빛비즈에서 요즘 나오는 책을 통통레터 구독자 분들께 알리고 싶다며 신간을 굉장히 많이 가지고 나오셨더라고요. 테이블 위에 책을 한 권 한 권 올려두는데, 한빛비즈에 대한 애정이 느껴졌어요. 인터뷰 내내 말씀을 너무 재미있게 해 주셔서 시간 가는 줄 모르고 이야기를 나눴는데, 어떤 이야기를 나눴는지 궁금하시죠? 한빛비즈 박태규 책임마케터와 함께 하는 통통레터 열 번째 에피소드, 시작합니다!

핵심 통통

신입사원이 들어온다면 출판전산망 활용법을
OJT(On the Job Training) 프로그램에 포함시키려고 해요.
출판계에서 처음 일을 시작하면, 모르는 용어 투성이잖아요.
유통, 매절, 위탁판매 등 어려운 단어를 쉽게 이해할 수 있게 도와주는
유용한 툴이 될 거라고 생각해요.

by. 한빛비즈 박태규 책임마케터

Q 박태규 책임님, 안녕하세요. 제가 애정하는 송 팀장에게 책임님과 관련된 재미있는 에피소드를 많이 들었어요! 그래서 그런지 오늘 처음 뵙는 데도 오랫동안 알고 있던 친구를 만나는 것 같네요. 통통레터 구독자 분들께 간단하게 자기소개 부탁드립니다!

안녕하세요. 한빛비즈 영업마케팅팀 책임마케터 박태규입니다. 전 2017년 9월에 한빛비즈에 입사했어요. 이곳에서 일한 지도 만 6년이 지났네요. 제가 다녔던 회사에서의 평균 근속 기간이 얼마인지 곰곰이 생각해 보니 2년 반 정도더라고요. 한빛비즈에서 이 기록을 나날이 경신하는 중입니다. 이 정도면 저... 끈기의 아이콘이라고 불려도 되지 않을까요?

Q 박태규 책임이 한빛비즈에 스며들었다...! 이렇게 생각하면 될까요? 하하. 책임마케터라는 직급이 조금 생소하게 들리는데요! 책임질 일이 많아서 책임마케터인가요?

'한빛비즈가 박태규에게 스며들었다!'라고 생각해 주세요! 슬 님 말씀처럼 책임마케터는 책임질 일이 많은 사람이에요. 다른 직원분들이 '책임님'이라고 부를 때마다 '아, 난 한빛비즈에서 내가 맡고 있는 일, 그리고 우리 동료들이 하는 일을 책임져야 하는 사람이구나.'라

는 생각이 들어서 어깨가 조금 무거워요. 마케팅 실무를 함과 동시에 중요한 결정이나 방향 제시도 함께 해야 하는 사람이 '책임'이거든요. 그래서 약간의 부담을 안고 일에 매진하고 있습니다. 제가 중간에서 역할을 제대로 하지 못하면 우리 팀이, 조금 더 나아가선 우리 회사가 흐트러질 수 있으니까요.

Q 책임님 앞에 놓인 책들이 눈에 띄어요. 통통레터 구독자분들께 책을 소개하기 위해서 가지고 오신 것 맞죠? 적절한 비유인지는 모르겠지만, 어린이가 애착인형을 바라보는 것처럼 도서에 애정 어린 눈빛을 마구마구 쏘고 계신데, 이 질문을 안 할 수가 없겠네요. 한빛비즈에서는 주로 어떤 책이 출간되나요?

가장 기다렸던 질문이에요! 한빛비즈는 경제 · 경영, 자기 계발, 인문, 교양, 과학 등 다양한 분야의 단행본을 출간하고 있어요. 한빛비즈는 오늘을 살아가는 독자에게 필요한 지식과 정보를 제공하고, 의미 있고 행복한 하루를 보내는데 도움이 되겠다는 목표를 가지고 책을 만듭니다. 편차가 조금 있긴 하지만 한빛비즈 이름으로 한 달에 평균 3~4종의 책이 출간돼요. 그중 경제 · 경영, 자기 계발 도서의 비중이 높고요.

요즘 '미라클 모닝'이라는 말이 흔하게 들리잖아요. 미라클 모닝 인증이나 후기도 SNS에 많이 올라오고요. 저희가 2015년에 「미라클 모닝」 책을 처음으로 냈어요. 그 후로 미라클 모닝 도서도 많이 나오고, 미디어에 해당 키워드가 많이 노출되더라고요. 저희 한빛비즈가 미라클 모닝 붐의 토대를 닦은 셈이죠. 뭐... 이 정도면 저희 한빛비즈에 대한 설명은 충분한 것 같은데요?

Q 저보다 네 살 어리지만 친구처럼 지내고 있는 동생이 한 명 있는데요. 그 친구가 미라클 모닝을 하겠다고 마음먹었는데, 실천하기 쉽지 않다고 하더라고요. 친구에게 한빛비즈에서 나온 「미라클 모닝」을 선물해야겠네요! 한 달에 평균 3~4종의 단행본이 출간되면 마케팅팀이 쉴 틈 없이 돌아갈 것 같아요. 한빛비즈 책임마케터 박태규의 하루 일과는 어떤가요?

오전과 오후로 나눠서 말씀드릴게요.

오전엔 전날 판매 데이터를 확인하고, 독자 반응을 살펴요. 신간 같은 경우 초기 반응이 굉장히 중요하잖아요. 그래서 2주 동안 독자들이 우리 책을 어떻게 생각하는지 꼼꼼하게 확인해요. 이때 출판전산망의 판매통계 기능을 잘 활용하고 있습니다. SNS 콘텐츠의 경우, 광고 효율과 유저 반응을 확인하고 광고를 연장할 지 중단할지 결정하고요. 우리 한빛비즈 책이 언급된 신문기사나 블로그 글을 읽기도 합니다. 단순해 보이는 이 모든 것들이 눈으로 바로 확인할 수 있는 독자의 소중한 피드백이잖아요. 이 피드백이 그날 하루의 업무와 방향을 결정하기 때문에 신경 써서 살펴봅니다.

그리고, 오전에 확인한 도서 판매 동향과 독자 반응을 바탕으로 회의를 해요. 저희 영업마케팅팀은 되도록이면 오전에 주요 회의를 합니다. 오전에 판매데이터, 독자데이터를 확보했으니, 회의에서 이와 관련된 이야기를 나눔으로써 업무의 연속성을 확보하는 게 효율적이니까요.

즐거운 점심시간이 끝나고 난 오후에는 오전에 진행한 회의에서 진행하기로 결정한 업무를 해요. 보통 독자에게 전달할 홍보 콘텐츠와 광고 메시지를 만들고, 광고 세팅하는 일을 합니다. 출간 준비 중인 책의 원고를 읽기도 하고, 기획안을 검토하기도 하면서 오후 시간을 보내요.

Q 저도 어린이 도서 마케팅을 하던 시절, 어린이 독자의 피드백은 물론이고 구매력이 있는 학부모 독자의 피드백까지 모두 확인한 다음 홍보 콘텐츠를 기획했어요. 독자 반응을 체크하고, 추후 마케팅 계획을 수립하는 일은 사실상 마케터가 해야 하는 가장 중요한 업무잖아요! 혹시 기억에 유난히 남는 독자의 피드백이 있으신가요?

큰 기대를 걸고 있지 않은 도서였는데, 핵심 타깃으로 삼았던 독자로부터 예상치 못한 좋은 피드백이 왔을 때의 그 짜릿한 기분! 아마 마케터라면 모두 아실 거예요. 한빛비즈에는 본격 맥주 교양 원샷툰 「용beer천가」라는 책이 있습니다. 솔직하게 말하면 기대치가 높지 않았던 책이에요. 타깃이 너무 좁았거든요. 술을 마실 수 있는 만 19세 이상의 성인이어야 하고, 그중에서도 맥주를 좋아하는 사람들을 타깃으로 책을 홍보해야 해서, 기대 없이 홍보 활동을 했죠. 그런데 한 독자 분이 감동적인 피드백을 남겨주신 거예요. 본인은 맥주를 좋아하는 것을 넘어 사랑하는 사람이고, 맥주에 관해 나름 전문적인 지식을 갖춘 사람이라고 생각했는데, 「용beer천가」를 읽어보니 더 넓은 세상으로 온 기분이었대요. 책을 만들어주셔서 감사하다는 말을 덧붙여서 감상평을 남겨주셨더라고요. 이럴 때면 책을 매개체로 독자와 만나는 이 일이 보람차요.

Q 한빛비즈는 출판유통통합전산망을 잘 활용하고 있는 출판사 중 한 곳인데요. 출판전산망을 어떻게 활용하고 계신지 말씀해주실 수 있을까요? 이 시스템을 효율적으로 활용할 수 있는 꿀팁도 같이 공유해 주시면 좋고요!

출판전산망에선 책의 판매량은 물론이고, 성별/지역별 판매량, 그리고 모수가 많지는 않지만 지역서점의 판매량을 체크할 수 있잖아요. 저희가 지역서점까지 챙기고 관리할 수 있는 상황이 아니거

든요. 그래도 어느 지역서점에 우리 책이 있고, 얼마나 판매되고 있는지는 늘 궁금하죠. 이 호기심을 해결해줄 수 있는 유일한 창구가 출판전산망이에요. 출판전산망에서 지역서점 데이터를 확인하면서 늘 품고 있던 아쉬움이 조금 채워졌습니다. 더 많은 지역서점이 출판전산망을 이용해서 출판사가 더 풍성한 데이터를 활용할 수 있게 되면 좋겠어요.

책임마케터의 중요한 업무 중 하나! 바로 주간/월간 영업마케팅 계획과 예산 계획을 세우고 보고하는 일입니다. 열심히 계획을 수립했으면 이를 설득력 있게 전달해야 하잖아요. 그러려면 도표나 그래프가 필요해요. 데이터가 한 눈에 쏙 들어와야 제가 무슨 말을 하는지 이해하기 쉽잖아요. 예전에는 각 서점 SCM에서 확인한 데이터를 바탕으로 일일이 도표를 만들었어요. 그 작업이 꽤 번거롭거든요. 그런데 출판전산망을 이용하고 나서부터 얼마나 수월해졌는지 몰라요. 출판전산망에는 이미 우리 한빛비즈의 판매데이터, 독자데이터가 도표, 그래프 형태로 정리되어 있잖아요. 보고자료를 만들 때 따로 가공할 필요가 없더라고요. 제가 만들어내거나, 조작한 게 아니라 실제 데이터니까 회의에 참여하는 모든 사람의 납득을 끌어내거나, 설득하기 쉬워요. 전 통계를 다양한 도표와 그래프로 볼 수 있다는 점이 가장 만족스러워요.

마지막으로 편집팀과 도서 기획 회의를 할 때도, 출판전산망을 이용합니다. 제가 나름 '책임'이라는 직책을 가지고 있는 사람인데, 회의에 들어갔으면 도움이 되는 정보를 줘야 하잖아요. 출판전산망의 '주제분류별 판매량 통계'를 활용하면 지금 우리가 기획하려고 하는 책과 유사한 도서에 관한 디테일한 정보와 순위를 대략적으로 파악할 수 있어요. 그 데이터를 보면, 우리가 만들려고 하는 책이 시장에서 먹힐지, 먹히지 않을지 판단이 서요. '내 감이 그렇다!'라고 근거 없이 지르는 것보다 출판전산망에서 추출한 데이터를 기반으로 의견을 제시하는 게 훨씬 합리적이죠. 제가 똑똑해진 것 같은 기분이 들어 뿌듯한 건 덤이고요.

한빛비즈가 출판전산망을 활용하는 방법, 어떤가요? 아직 출판전산망을 이용하지 않는 출판사가 있다면, 출판 기획, 출판 마케팅 등의 업무를 수행할 때 꼭 이용해 보시라고 권하고 싶어요. 도서/판매/독자데이터가 가장 좋은 결과를 만들어내기 위한 판단 근거가 되어줄 거예요.

Q 가장 좋은 결과를 만들어내기 위한 판단 근거가 출판전산망의 데이터라니! 너무 좋은 피드백을 받아서 눈물 날 것 같아요...

영업마케팅팀은 내부적으로는 기획편집팀, 제작팀과 치열한 협의를 거쳐 책을 만들고, 외부적으로는 유통사 담당자, 마케팅 채널 담당자와 업무 협의를 해요. 이때 가장 중요한 것은 제 의견에 힘을 실어줄 수 있는 근거와 데이터입니다. 하나의 목표를 바라보며 가장 좋은 결과를 도출해 내기 위해선 성과를 낼 수 있게끔 올바른 판단을 내려야 해요. 협업하는 이들을 설득하는 과정도 필요하고요. 그래서 전 출판전산망에서 제공하는 데이터를 매일 꾸준히 보면서 생각을 키워나가고 있어요.

제가 매일 아침에 출판전산망에서 데이터를 확인한다고 말씀드렸죠? 그 일을 매일 반복하면 일주일, 한 달, 일 년 데이터가 차곡차곡 축적돼요. 그리고 데이터가 필요한 순간, 제 머릿속에 축적된 데이터를 꺼내 나만의 해석을 입힙니다. 나만의 색깔이 더해진 데이터는 내가 제시하는 방향이 옳다고 자신 있게 말할 수 있는 힘을 줘요. 해석하는 사람에 따라서 데이터의 색깔이 달라지니, 나와 다른 의견을 가진 사람과 대화를 하며 더 넓은 시야를 가질 수 있게 되기도 하고요. 출판전산망의 데이터는 모두에게 강력한 무기가 되어줄 수 있어요.

Q 출판유통통합전산망은 출판계 종사자에게 강력한 무기가 되어주기 위해서 나날이 발전하고 있어요! 지금도 이용자의 편의를 위해서 많은 기능이 개선되고 있는데요. 책임님은 어떤 기능이 생기면 더 편하겠다, 이렇게 발전하면 좋겠다 생각하신 적 있으세요?

ISBN으로 도서를 검색하는 기능이 생기면 좋겠어요. 생각보다 ISBN으로 검색할 일이 많거든요. 자사 도서뿐만 아니라 타사 도서도 ISBN을 입력하면 서지 정보를 바로 띄워주는 기능이 생기면 유용할 것 같아요. 또, 민음사나 문학동네의 경우 임프린트나 계열사가 많잖아요. ISBN으로 도서를 입력하면, 책을 출간한 회사와 함께 모기업도 보여주면 편리할 것 같습니다.

그리고, 실현될 수 있을지 모르겠지만, 출판전산망도 '영화관입장권통합전산망'과 같이 발전하면 좋겠어요. 영화전산망에서는 영화업계에서 일을 하는 사람이 아니어도, 회원가입을 하지 않아도 현재 상영 중인 영화의 관객 수와 매출, 예매량(예매점유율) 등을 확인할 수 있잖아요. 어떤 산업이 건전하게, 그리고 투명하게 운영되고 있다는 걸 보여주기 위해선 모든 데이터가 공개돼야 한다고 생각해요. 통계나 데이터는 특정 사람만 볼 수 있는 비밀스러운 자료가 아니니까요. 지금 출판전산망에서 한빛비즈의 데이터는 한빛비즈 계정으로 로그인을 해야 볼 수 있습니다. 한빛비즈에서 일하고 있는 사람이어야만 데이터를 볼 수 있는 거죠. 저는 이 기능이 확장되어 모든 사람이 출판사, 서점, 도서관 등이 보유하고 있는 데이터를 투명하게 확인할 수 있는 단계로 나아가기를 바라요. 분야별 도서의

순위 공개에 그치는 것이 아니라 도서의 실제 판매부수와 매출, 세부 유통사별 판매/매출, 점유율까지도 투명하게 공개된다면 출판산업이 신뢰를 얻을 수 있을 거라고 생각합니다.

Q 궁금한 게 하나 생겼어요! 한빛비즈에선 지금도 충분히 출판유통통합전산망을 잘 사용하고 있지만, 앞으로 어떻게 사용할 건지도 중요하잖아요. '출판유통통합전산망을 이렇게도 활용하겠다!'는 한빛비즈만의 계획이 있으실까요?

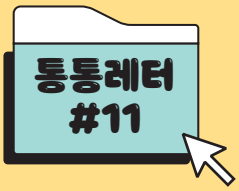
아직 확정된 내용은 아니지만, 신입사원이 들어온다면 출판전산망 활용법을 OJT(On the Job Training) 프로그램에 포함시키려고 해요. 출판계에서 처음 일을 시작하면, 모르는 용어 투성이잖아요. 유통, 매절, 위탁판매 등 어려운 단어를 쉽게 이해할 수 있게 도와주는 유용한 툴이 될 거라고 생각해요. 또 출판전산망에서 판매통계, 독자통계 등의 데이터를 확인할 수 있고, 판매/유통 채널 정보도 볼 수 있잖아요. 출판전산망 하나만 있으면 번거롭게 이 사이트, 저 사이트 들어가 볼 필요가 없죠. 출판전산망을 이용하면 신입사원도 출판 산업의 큰 그림을 훑어보고, 어떻게 발전시켜 나가면 좋을 지에 대해 스스로 생각할 수 있는 기회를 만들어줄 수 있을 것 같아요. 말하고 보니, 출판전산망이 출판 산업의 모든 것을 알려주는 일타 강사라는 생각이 드네요.

얼마 전 SBI 출판예비학교로 찾아가는 교육을 다녀왔어요. 한빛비즈라는 회사에서는 신입사원을 뽑으면 출판유통통합전산망을 활용해서 OJT 프로그램을 진행할 예정이라는 소식을 전했더니, 우리 예비 출판계 새싹들의 눈이 초롱초롱해지는 거 있죠? 출판유통통합전산망의 미래가 밝은 것 같다는 생각이 들어 기뻤답니다.

한빛비즈 박태규 책임과 함께한 통통레터 열 번째 에피소드! 이번 에피소드는 어땠는지 피드백을 남겨주세요! 여러분의 피드백을 보면 힘이 나서 더 좋은 통통레터 콘텐츠를 만들고 싶다는 욕망이 마구마구 생기거든요!

가을이 되니 하늘이 더 높아지고, 더 푸르러졌어요. 저는 가을 하늘을 보며 자전거도 타고, 산책도 하고, 집 근처 공원에서 책도 읽으면서 가을을 보내는 중입니다. 가을은 너무 짧아서, 한 순간이라도 놓치면 뭔가 아쉬운 기분이 들더라고요. 여러분은 각자 어떤 방법으로 가을을 보내고 있나요?

출판전산망을 바라보는 출판인의 솔직한 시선과 담백한 이야기를 담은 통통레터, 다음 소식은 10/26(화)에 들고 올게요! 안녕!



대한민국 국민이라면 모두 아는 플랫폼이 출판전산망에 관심을 보였다?

이지스퍼블리싱 이지연 대표, 임승빈 팀장, 김요한 과장, 박정현 팀장

통통레터 구독자 여러분, 안녕하세요. 마케터 슬입니다. 벌써 10월 말이에요. 올해가 딱 70일 남았다는 사실 알고 계신가요? 흘러가는 시간을 꼭 붙잡고 제 옆에 앉혀놓고 싶은데, 그럴 수가 없잖아요. 저는 소중한 시간을 그냥 흘려보내는 게 아까워서 스물셋부터 지금까지 매일매일을 기록하기 시작했습니다. 그렇게 차곡차곡 일기를 쓰다 보니 어느덧 2,100여 편의 일기가 쌓였어요. 이제는 일기 쓰기로 하루를 마무리하는 게 너무 당연하고 익숙한 습관으로 자리 잡았습니다.

물론, 매일매일 일기를 쓰는 게 항상 신나고 즐겁지만은 않아요. 일기를 쓰는 게 귀찮을 때도 있고, '바쁜 하루를 보내고 지친 와중에 굳이 일기를 써야 하나?'싶은 생각이 들 때도 있습니다. 하지만 나중에라도 그날의 기억을 떠올려 일기를 채워 넣으면 나중에라도 쓰일 때가 있더라고요.

저는 출판유통통합전산망을 이용하는 것도 매일 일기 쓰는 행위와 비슷한 맥락인 것 같다는 생각이 들어요. 출판전산망이 원활하게 운영되기 위해서는 출판사들의 도서 정보가 차곡차곡 쌓여야 하는데요. 바쁜 와중에 ISBN, 저자, 보도 자료 등의 정보를 출판전산망에 입력하기 번거롭잖아요. 출판전산망을 어떻게 사용해야 하는지 익숙하지 않아 혼란스러운 분들도 많을 거고요. 그래서 출판전산망에서는 매주 월요일 정기 교육을 실시하고 있어요. 시간이 되지 않거나 거리가 먼 출판사로는 직접 찾아가거나 Zoom을 통해 출판전산망을 어떻게 사용하면 좋은지 친절하고! 상세하게 설명해드리고 있으니 언제든 편하게 문의해주세요:)

대한민국의 모든 출판사에서 출판전산망에 도서 정보를 입력하고, 데이터가 차곡차곡 쌓이면 언젠가 우리에게 소중한 자산이 될 거예요. 서점, 총판, 도매상, 도서관, 언론사 등에서 출판전산망을 통해 출판사의 도서 정보를 확인하게 되면 출판 유통의 흐름도 투명해지지 않을까요?

통통레터 열한 번째 에피소드는 출판전산망을 공익적이고 효율적으로 운영하기 위해 힘쓰고 있는 운영위원회의 위원장, 이지연 위원장과 함께합니다. 이지연 위원장은 '이지스퍼블리싱'이라는 출판사의 대표이기도 한데요. 인터뷰 말미에는 이지스퍼블리싱의 편집자, 마케터, 영업자가 출판전산망을 어떻게 이용하고 있는지도 소개할 예정이니 꼭! 끝까지 읽어 주세요!

핵심 통통

요즘 대한민국 국민이라면 모두 아는 대기업이나 큰 유통 플랫폼에서 출판전산망의 오픈 API 서비스에 대해 문의를 많이 주시더라고요. 이런 큰 회사에서 출판전산망에 관심을 가지고 있다는 게 놀랍지 않나요? 큰 플랫폼이나 오픈마켓이 출판전산망과 오픈 API 서비스를 통해 연계되면, 우리 출판전산망의 사용자가 급증할 것 같아요. 출판전산망에 올라오는 신간 정보를 대형 플랫폼에서 가져가면 도서 노출이 더 확대될 테니까요.

by. 출판유통통합전산망 운영위원회 위원장 & 이지스퍼블리싱 대표 이지연

Q 이지연 대표님, 안녕하세요! 아니, 오늘 이 자리는 출판유통통합전산망 운영위원회 위원장으로서의 '이지연'을 인터뷰하는 자리이니 이지연 위원장님이라고 불러야 할 것 같아요. 운영위원장이라는 무거운 직책을 맡으신 지도 벌써 2년 정도가 되어 가고 있는데요. 출판유통통합전산망 운영위원회에서는 어떤 일을 하는지, 그리고 어떻게 운영되고 있는지 말씀해 주세요.

출판유통통합전산망 운영위원회는 출판전산망의 효율적인 운영을 위한 의사결정기구입니다. 출판전산망은 세금으로 만들어지고, 운영되고 있어요. 공공재적 성격을 띠는 서비스이기 때문에 객관적인 운영이 중요합니다. 효율적이고 공익적인 출판전산망 운영을 위해 출판단체(한국출판인회의, 학술출판협회, 과학기술출판협회 등)와 유통단체(교보문고, 예스24, 알라딘, 한국서점연합조합회, 한국출판협동조합, 웅진북센) 그리고 출판진흥원과 문화체육관광부가 운영위원회에 참여해 함께 꾸려나가고 있어요. 운영위원회는 2021년 12월에 출범했고, 그때부터 한 달에 한 번씩 회의를 진행하고 있습니다. 그때 중요한 안건을 논의하고 결정해요.

출판전산망 운영위원회에 참여하는 조직은 모두 출판 산업 내에서 상생해야 해요. 하지만 한 안건에 대한 이해관계가 서로 다를 때도 있습니다. 그럴 때면 충분한 논의를 거치며 서로를 설득하는 시간을 가져요. 한 안건에 대한 서로의 입장을 조율하고, 설득하는 과

정을 통해 하나의 합의점을 만들어내죠. 의견을 조율하는데 시간이 많이 걸릴지라도, 빠르게 가는 것보다 함께 나아가는 것이 중요하다고 생각합니다. 그래야 출판전산망이 성장할 수 있고, 나아가 출판 업계가 신뢰를 얻고, 발전할 수 있어요.

Q 출판전산망 운영위원회는 각자의 이익을 극대화하기 위해서가 아니라 '출판 업계의 성장'이라는 하나의 목표를 가지고 여러 사안들을 논의하고 결정하는 기구군요! 공공의 목적을 위해 애쓰고 힘쓴다는 게 굉장히 뿌듯하고 보람찰 것 같습니다. 운영위원회에서는 한 달에 한 번 모여 회의를 하신다고 하셨잖아요. 여러 사안들을 다루고 있을 것 같은데 최근 가장 주목할 만한 이슈를 공유해 주실 수 있을까요?

출판전산망엔 이미 방대한 데이터가 있어요. 앞으로도 출판사의 신간 정보가 차곡차곡 쌓일 거고요. 출판사에서 도서 정보(메타데이터라고도 하죠.)를 등록하고 전송 버튼을 누르면 이 정보가 교보문고, 예스24, 알라딘 등의 서점에 전달돼요. 신간이 출간되면 대부분의 출판사에서 메일로 도서 정보를 보내잖아요. 출판전산망을 통해 도서 정보를 입력해 두면, 번거롭게 메일을 쓰지 않고도 도서 정보를 전달할 수 있어요. 처음에는 30분마다 한 번씩 도서 정보가 전송돼서, 각 서점 사이트에 정보가 올라가는 데 시간이 2시간 정도 걸렸거든요. 그런데 교보문고에서 5분에 한 번씩 정보를 전송해 주면 좋겠다고 제안을 주신 거예요. 그 요청을 바로 반영해서 요즘은 5분마다 한 번씩 도서 정보가 전송되고 있어요. 제가 확인해 보니까 1시간 안에 모든 서점 웹사이트에 도서 정보가 등록되더라고요. 출판전산망을 통해 도서 정보를 전달하는 것이 서점 웹사이트에 정보가 반영되는 가장 빠른 길이 되었다는 게 주목할 만한 점인 것 같아요.

출판전산망에는 수많은 도서 정보가 등록되어 있는데요. 이 정보를 자유롭게 사용할 수 있는 오픈 API 서비스를 제공하고 있어요. 이 서비스를 이용하면 저작권 걱정 없이 출판사의 도서 정보를 받아볼 수 있죠. 물론 도서 정보를 여러 유통사에 제공하겠다고 동의를 한 출판사의 정보만 유통사에 전달됩니다. 아쉽게도 지금은 누구에게나 오픈 API 서비스를 개방하고 있지는 않은데요. 출판사나 서점, 혹은 유통사가 오픈 API 서비스를 신청하면 혹시 문제의 소지가 될 수 있는 경우를 미연에 방지하기 위해 운영위원회에서 논의 후 승낙을 해야지 이용할 수 있어요. 오늘 이 자리에서 이름을 밝히기는 곤란하지만, 요즘 대한민국 국민이라면 모두 아는 대기업이나 큰 유통 플랫폼에서 출판전산망의 오픈 API 서비스에 대해 문의를 많이 주시더라고요. 이런 큰 회사에서 출판전산망에 관심을 가지고 있다는 게 놀랍지 않나요? 큰 플랫폼이나 오픈마켓이 출판전산망과 오픈 API 서비스를 통해 연계되면, 우리 출판전산망의 사용자가 급증할 것 같아요. 출판전산망에 올라오는 신간 정보를 대형 플랫폼에서 가져가면 도서 노출이 더 확대될 테니까요. 최근 논의되고 있는 이슈 중에는 이 부분이 가장 주목할 만한 사안입니다.

Q 출판전산망 운영위원장을 2년째 맡고 계시잖아요. 작년과 올해를 비교했을 때 출판전산망은 많이 성장했나요? 운영위원장으로서 출판전산망에 애정이 많으신 건 알지만 절대! 사심 섞이지 않는 객관적인 판단 부탁드려요!

출판전산망이 작년에 비해 올해 정말 많이 성장했다는 게 실감이 나요. 저도 출판계 지인을 만날 때마다 열심히 홍보했거든요. 요즘은 '출판전산망'을 아는 사람들도 많아진 것 있죠? 잘 사용하고 있다는 이야기도 종종 들리고요. 아무래도 올해 출판전산망 홍보와 영업을 본격적으로 시작하면서 출판사와의 접점을 넓히는 노력이 결실을 맺는 거 같아요.

출판사 대면 영업, 홍보, 교육 활동을 하는 운영지원팀을 올해 처음 구성해서 운영하기 시작했어요. 출판사 대면 영업을 시작하면서 여러 출판사들이 출판전산망을 직접 사용해 보고 제시하는 개선점을 들을 기회가 늘어났어요. 덕분에 출판전산망의 완성도를 높이기 위한 논의가 계속해서 이루어지고 있고요. 그 과정을 통해 도출한 결과가 출판전산망에 계속해서 반영되고 있습니다.

지금 제가 이야기하고 있는 이 내용이 통통레터에 실리는 거죠? 출판전산망을 잘 활용하고 있는 출판사의 담당자를 인터뷰해서 내보내는 게 재미있더라고요. 출판전산망 사용 팁을 얻기도 하고요. 그리고 통통툰이라는 인스타툰도 잘 보고 있어요. 출판전산망을 사용하는 방법을 쉽고 이해하기 쉽게 소개하더라고요. 출판전산망의 회원이든, 회원이 아니든 관심이 있는 사람들에게 거부감 없이, 친근하게 다가가는 좋은 홍보 수단인 것 같아요.

이런 눈에 보이는 활동이 계속되면서 출판전산망이 어떻게 발전하고 있는지도 눈에 잘 보이게 되었잖아요. 그래서 얼마 전부터는 서점에서도 반응이 왔죠. 대표적으로 교보문고와 예스24에서 이제 출판전산망을 통한 정식적인 절차로만 도서정가변경 신청을 받겠다고 공지했습니다. 그러다 보니, 출판전산망에 대한 관심을 보이는 출판사가 늘었고, 그들에게 출판전산망의 주요 기능을 설명할 수 있는 기회도 생겼어요. 이게 바로 선순환 아닐까요?

저는 이 모든 활동이 출판사와 서점의 관심을 끌고, 출판전산망 이용률을 높이는 중요한 활동이었다고 생각합니다. 출판전산망이 점차 자리를 잡아가는 모습이 보기 좋아요. 제가 다 뿌듯하다니까요. 내년에도 계속해서 영업, 홍보, 교육 활동에 더 주력해서 출판전산망을 적극적으로 사용하는 회원이 늘어나면 좋겠어요.

Q 와... 위원장님... 객관적인 의견 맞죠? 저 지금 감동받아서 눈물이 찔끔 나왔는데, 보이시나요? 저희 운영지원팀은 출판전산망 사용을 독려하기 위해서 다방면으로 고민하고, 논의한 후에 콘텐츠를 기획하고 운영해요. 저희의 애씀이 출판전산망 성장에 도움이 되었다고 말씀해 주셔서 정말 기쁩니다. 제가 이 프로젝트에 합류한 후 들은 최고의 칭찬이에요. 오늘 일기에는 위원장님께서 해주신 칭찬을 적어야겠는데요? 지금까지는 출판전산망이 어떻게 운영되고 있고, 얼마나 성장했는지 이야기를 나눴어요. 말씀해 주신 답변과 위원장님의 경험을 바탕으로 앞으로 출판전산망은 어떤 방향으로 나아가면 좋을지 말씀해 주세요.

사실 그동안 많은 세금을 투자해서 출판계를 위한 시스템을 만들었는데, 출판계에서 사용하지 않아 사라지는 경우가 종종 있었어요. 개발사만 돈을 벌고, 출판계에는 득이 되지 않는 악순환. 이제는 끊어내야 하지 않을까요? 그동안 출판계에서 일하면서 이런 안타까운 일을 많이 보아왔고, 출판전산망만큼은 사라지게 하지 않겠다는 생각으로 운영위원장을 맡았어요. 올해 홍보, 영업, 교육 등 새로운 시도를 많이 해서 좋은 성과를 냈잖아요. 내년에는 보다 효율적인 예산 운용을 통해 더 많은 도전을 하면 좋겠어요.

저는 올해 주목할 만한 성과 중에 하나가 출판전산망과 세종도서 사업이 연계된 거라고 생각해요. 세종도서 사업에 지원할 때, 출판전산망의 도서 정보를 불러와서 바로 신청을 할 수 있었어요. 출판전산망에 도서 정보를 제대로 입력했다면 같은 일을 번거롭게 두 번, 세 번 반복할 필요가 없는 거죠. 굉장히 다양한 기관에서 도서 선정 사업 혹은 보급 사업을 벌이고 있는데요. 이 모든 사업이 출판전산망과 연계되어 하나의 플랫폼에서 진행되면 좋겠어요. 안 그래도 바쁜 출판사의 품이 많이 줄어들잖아요. 출판전산망이 모든 사업을 효율적으로 진행하는 시스템이 되기를 기대합니다.

출판전산망에서는 우리 책의 재고현황도 일부 확인할 수 있어요. 현재 한국출판협동조합의 창고 재고는 연계되었고, 개별 지역서점의 재고까지는 아니더라도 각 지역의 재고는 확인할 수 있죠. 하지만 더 많은 출판사의 유입을 위해서는 더 많은 유통사의 재고 연계가 시급합니다. 현재 웅진북센의 창고 재고 연계를 위해 힘쓰고 있는 중이고요. 더 많은 지역서점 회원을 확보하기 위해 애쓰고 있습니다. 도서의 재고를 투명하게 확인할 수 있게 된다면, 출판전산망의 신뢰도가 높아지지 않을까 싶네요.

지금은 데이터가 힘인 디지털 시대잖아요. 오픈 API 서비스를 통해 도서가 널리 소개되면 좋겠어요. 예를 들면 교육용 앱을 개발하는 스타트업 회사가 출판전산망 내 어린이 도서 정보를 활용해 어린이들에게 추천 도서를 소개하는 앱을 만들 수 있겠죠? 여행 회사는 여행 도서를 큐레이션 해서 고객에게 소개할 수 있고요. 도서 정보를 여러 산업에서 융합해 사용할 수 있는 환경이 만들어진다면 출판 산업은 미래 산업으로 자리 잡을 수 있을 거예요. 출판전산망의 오픈 API 서비스를 통해 새로운 출판 유통 사업 모델이 무궁무진하게 탄생할 수 있는 가능성을 만들면, 출판 시장은 점점 커지리라 생각됩니다.

이지스퍼블리싱에서 출판전산망을 사용하는 법 / 편집자 ver.
IT실용 1팀 임승빈 팀장

이번에 출간된 「된다! 7일 실무 한글」이라는 책을 준비하면서 기획회의를 수차례 진행했어요. 책을 어떻게 구성할 건지, 타깃 독자는 누구인지, 어떤 마케팅 활동을 하면 좋을지 등 마케팅팀, 영업팀 등과 함께 논의를 해야 하잖아요. 기획회의를 보다 매끄럽게 진행하기 위해 출판전산망의 독자 통계 기능을 주로 활용했습니다.

책을 구성하기 전 가장 먼저 저자의 전작 판매 데이터를 분석했어요. 지피지기면 백전백승이라고 누구에게, 얼마나, 어떤 채널을 통해 판매되었는지 먼저 파악을 하고 책을 만들면, 더 많은 독자가 우리 책과 만날 수 있다고 생각하거든요. 이때 출판전산망에서 제공하는 독자 통계를 살펴봐요. 책을 구매한 독자를 성별, 연령, 지역별로 분류해 나온 수치를 도표와 그래프로 한눈에 확인할 수 있거든요.

이번에 출간한 「된다! 7일 실무 한글」의 전작 독자 통계를 확인해 보니 구매층의 65%가 여성이더라고요. 그중에서도 4050 독자가 60%를 차지했고요. 보통 책이 한 권 출간되면 서울에서 가장 많은 판매가 일어나는데 이 책은 특이하게 부산 · 경남 지역의 판매율이 22% 정도로 꽤 높게 나오더라고요. 저자가 활동하는 지역이 경남 지역 관공서라서 판매가 활발하게 이루어졌다는 합리적인 유추가 가능했어요. 이런 데이터를 바탕으로 4050 여성 독자의 시선을 끌 수 있게 디자인하고, 그들이 보기에 편안한 글씨체와 크기로 편집을 하는 등 노력을 기울여 「된다! 7일 실무 한글」을 구성했습니다. 또 부산 · 경남 지역에 있는 서점에서 매대 광고를 하거나, 행사를 기획하는 등 마케팅 방향을 잡기도 했고요.

애써 기획하고 편집한 책이 많은 독자에게 닿지 못하면 슬프잖아요. 출판전산망의 독자 통계를 통해 대상 독자를 정확하게 파악한 후 책을 기획, 편집하면 이런 고민이 덜어져서 좋아요. 부정확한 감이 아닌 정확한 데이터를 기반으로 책을 기획하다 보니, 저자와 내부 인원을 설득하기도 수월하고요. 편집자에게 출판전산망은 풀리지 않는 매듭을 풀 수 있는 실마리 같은 존재입니다.

이지스퍼블리싱에서 출판전산망을 사용하는 법 / 영업자 ver.
영업팀 김요한 과장

신간이 출간되면 출판전산망을 통해 도서 정보를 발송해요. 편집팀에서 도서명, 저자명, ISBN, 표지, 상세페이지, 보도자료 등 기본 정보를 상세하게 입력하고, 영업팀에선 편집팀이 정리한 도서 정보를 한 번 더 꼼꼼하게 검수합니다. 그다음에 교보문고, 예스24, 알라딘 등의 서점에 도서 정보를 발송하죠. 편집팀과 영업팀 모두 도서 정보를 확인하다 보니 오탈자도 수정하고, 누락된 자료가 있는지 확인하면서 정보의 정확성을 높일 수 있어요. 영업자들이 도서 정보를 크로스 체크를 하게 되면 신간 도서 정보를 숙지할 수 있는 기회도 생기고요.

대부분의 출판사가 신간이 나왔다는 소식을 교보문고, 예스24, 알라딘, 영풍문고와 같은 대형서점에 알릴 텐데요. 영업을 다니면서 총판이나 도매상과 미팅을 하다 보니까, 도서 출간 전에 신간 정보를 받아보고 싶어 하는 곳이 꽤 많더라고요. 그래서 저희는 출판전산망의 '홍보자료 전송' 기능을 활용해 신간 도서 정보를 발송합니다. 이 탭에는 저희가 거래하는 총판이나 도매상의 이메일 주소를 관리할 수 있는 '주소록 관리'라는 기능이 있거든요. 신간 도서 정보를 발송할 거래처 주소록을 한 번 생성해 두면, 출판전산망에 등록한 도서 정보를 한 번에 보낼 수 있습니다. '이지스퍼블리싱에서 신간이 나왔어요!'라고 알리는 메일링 서비스를 출판전산망을 통해서 하는 거죠. 정기적으로 주소록을 업데이트할 수 있다는 것도 큰 장점이에요.

이지스퍼블리싱에서 출판전산망을 사용하는 법 / 마케터 ver.
마케팅팀 박정현 팀장

이지스퍼블리싱 마케팅팀은 출판전산망에서 제공하는 카탈로그 기능을 가장 잘 활용하고 있어요. 저희는 외부 제휴 업무를 주로 하는데, 제휴 업체에 출간 도서 목록을 전달해야 하는 경우가 많습니다. 보통 제휴 업체들은 원하는 조건이나 분류에 맞는 도서 목록만 보고 싶어 해요. 그럼 업체마다 원하는 도서 목록이 다를 텐데, 도서들을 일일이 골라서 디자인 작업하는 건 많은 시간과 비용이 소요되는 일이잖아요. 특히 소규모 출판사에 큰 부담으로 다가오죠. 그리고, 새로운 책은 계속해서 출간되는데 도서 목록이 업데이트되지 않으면 제휴 업체에 제대로 된 정보를 전달하지 못하게 되어 의미가 없어요.

출판전산망의 카탈로그 기능은 이런 고민을 깔끔하게 해결해 주는 마케팅 툴입니다. 편집팀에서 출판전산망에 입력하고, 영업팀에서 검수한 도서 정보를 활용해서 손쉽게 카탈로그를 제작할 수 있거든요. 출판전산망에선 카탈로그를 제작할 수 있는 템플릿을 9종(본문 5종, 간지 4종) 제공하고 있는데요. 원하는 템플릿을 선택한 후 우리가 등록한 도서 정보를 불러오면 카탈로그가 완성돼요. 신간이 출간되었을 경우 카탈로그에 도서를 추가하는 시간도 1-2분 남짓 소요되고요. 정말 간편하지 않나요? 실물 책자를 원하는 업체에는 pdf로 저장 후 출력해서 전달하고, 파일로 받길 원하는 업체에는 이메일로 파일을 전달해요.

저는 한 사람이 처리해야 하는 업무량이 많은 소규모 출판사의 마케터에게 카탈로그 기능을 활용해 보라고 추천해요. 출판전산망에 정확하게 등록한 도서 정보를 바탕으로 시간과 품이 많이 드는 카탈로그를 손쉽게 만들 아낀 에너지로 다른 업무에 집중할 수 있거든요. 신간 도서에 대한 독자 반응을 살피거나, 추가 제휴 업체를 찾는 등 좀 더 힘을 쏟아야 할 부분에 시간을 투자할 수 있죠. 출판전산망을 활용하면 업무 스트레스는 줄이고 효율은 높일 수 있어요.

출판전산망은 출판사, 서점, 총판, 도매상 등 여러 이해관계가 얽혀있는 플랫폼이에요. 각자의 이익을 위해 추구하는 가치가 다를 수 있음에도 불구하고, '출판물의 투명한 유통의 흐름과 출판 산업의 성장'이라는 목표를 위해 업계를 대표하는 다양한 사람이 모여 출판전산망 운영위원회를 꾸려 나갑니다. 매달 한 번씩 모여 정기적으로 회의를 하는데 출판전산망을 어떻게 더 좋은 플랫폼으로 만들어나갈 것인지에 대해 논의를 해요. 의견 차이는 있지만, 충분한 논의를 통해 모든 결정은 만장일치로 내리고요. 그리고 그 내용을 출판전산망에 반영하면서, 출판전산망은 점점 발전하는 중입니다.

경험을 현명하게 사용한다면 그 어떤 일도 시간 낭비가 아니라는 말이 있잖아요. 많은 출판 업계 종사자들의 경험이 더해져 만들어진 출판전산망. 앞으로 어떻게 발전해서 출판 업계 곳곳에서 사용되고 있을지 기대되지 않나요?

이지스퍼블리싱이라는 출판사를 이끌어가는 대표이자 출판전산망 운영위원회 위원장 이지연과 함께한 통통레터 열한 번째 에피소드! 이번 에피소드가 흥미로웠다면, 주변 사람에게 널리 널리 퍼뜨려주세요. 다음 에피소드는 11/7(화)에 들고 올게요. 그때까지 모두들 안녕!

통통레터 #12

너네 무슨 사이야? 출판전산망과 한국서지 표준센터의 상관관계

국립중앙도서관 곽수영 사무관

통통레터 구독자 여러분, 안녕하세요. 마케터 슬입니다. 얼마 전에 입추(立秋) 소식을 전한 것 같은데, 벌써 입동(立冬)이 지났어요. 그리고 다음 주면 첫눈이 내린다는 소설(小雪)입니다. 11월이 되었는데도 따뜻한 날씨가 이어져서 당황스러웠는데, 얼마 전 내린 가을비에 겨울이 묻어 있었는지 이제 날이 꽤 쌀쌀합니다. 찬 공기가 코 끝에 스치니 겨울이 왔다는 게 실감이 나네요. 정신없이 살다 보면 계절이 바뀌는 걸 눈치채지 못할 때가 있잖아요. 이렇게 절기 하나하나를 챙기고, 의미 부여하다 보면 계절의 변화가, 그리고 시간의 흐름이 눈에 보여서 좋은 것 같아요.

슬슬 연말이 다가오고 있어요. 한해를 잘 마무리하기 위해 그동안 소식을 주고받지 못했던 이와 만나서 담소를 나누기도 하고, 고마운 사람을 만나 감사의 마음을 전하기도 하잖아요. 출판전산망에도 고마운 마음을 전하고 싶은 소중한 친구가 있습니다. 바로 우리나라를 대표하는 국가대표 도서관, 국립중앙도서관인데요. 국립중앙도서관에서 관리하는 ISBN · ISSN · 납본시스템, ISNI KOREA 등이 출판전산망과 연계되어 있다는 사실, 우리 통통레터 구독자분들이라면 모두 알고 계실 거예요. 덕분에 출판전산망에서 발행자번호와 도서 정보를 불러오거나, 저자 정보를 효율적으로 관리하는 등의 서비스를 편리하게 이용할 수 있죠.

통통레터 열두 번째 에피소드는 출판전산망과 떼려야 뗄 수 없는 친구이자 국민의 삶을 풍요롭게 하는 국가대표 도서관, 국립중앙도서관의 곽수영 사무관과 함께합니다!

핵심 통통

교육받을 때 보니 저희가 관리하는 ISBN과 ISNI 관련 내용도 나오더라고요. 아는 내용이 나와서 어찌나 반갑던지요. 얼마 전에 남양주시 도서관에서 찾아가는 교육을 받았다는 소식을 접했는데요. 많은 지역 도서관에서 출판전산망에 관심을 갖고, 이용할 수 있도록 적극적인 홍보가 이루어지면 좋겠다는 생각을 했습니다. 출판전산망을 이용하는 도서관 회원 수가 늘어나면, 출판전산망에 관심을 보이는 출판사도 늘어나지 않을까요? 출판사에서 도서 정보를 많이 올리면 올릴수록 도서관에서 유용하게 사용할 수 있겠다는 생각도 들고요. 이게 바로 선순환 아니겠어요.

by. 국립중앙도서관 국가서지과 곽수영 사무관

Q 곽수영 사무관님, 안녕하세요. 꼭 한 번 와보고 싶었던 우리나라 대표 도서관! 국립중앙도서관에 방문해서 출판전산망 교육도 하고, 통통레터 인터뷰도 하니까 감회가 새로워요! 품고 있던 버킷리스트 중 하나를 이룬 느낌인데요! 통통레터 구독자 분들께 자기소개 부탁드려요.

안녕하세요. 국립중앙도서관 국가서지과 곽수영 사무관입니다. 통통레터 인터뷰에 국립중앙도서관이 응하게 되어 기쁩니다. '국가서지과'라는 부서 이름을 낯설게 느끼는 분들이 많을 것 같은데요. 국가서지과에선 도서와 비도서, 연속간행물 등의 자료를 분류하고 목록화하는 일을 합니다. 도서의 표지나 목차 데이터 구축도 하고 있고요. 저는 한국서지표준센터를 운영하고 있어요. 이곳에선 대한민국의 모든 출판물에 ISBN, ISSN을 부여하고 관리해요. 이 외에도 국가서지과에서는 ISNI, 국가자료종합목록 관리 등 많은 일을 하고 있답니다. 어떤가요? 국가서지과가 조금은 친근해졌을까요?

Q 저는 동네 도서관을 자주 방문해요. 읽고 싶던 책을 빌리고, 저자와의 만남 행사에 참여하기도 합니다. 그림책 원화 전시를 감상할 때도 있고요. 그런데 국립중앙도서관을 둘러보니 시민들이 주로 방문하는 지역공공도서관과는 성격이 조금 다른 것 같더라고요.

보통 지역공공도서관은 각 지자체나 교육청에서 관리해요. 지역도서관은 자체적으로 도서를 큐레이션 하거나, 희망도서신청 서비스를 통해 도서를 비치하죠. 또 지역주민들의 문화적 욕구를 충족시킬 수 있는 다양한 문화 프로그램을 기획하고 운영해요. 다시 말해, 지역 간 교육 및 문화적 격차를 해소하기 위한 역할을 하죠.

국립중앙도서관은 국가가 직접 관리하는 국가도서관입니다. 국가를 대표하는 도서관이죠. 국립중앙도서관에서는 국내에서 발행된 모든 출판물과 각종 지식 정보를 수집 · 보존합니다. 점차 희귀해지고 있는 고문헌을 수집하고 관리하는 일도 하고 있는데요. 우리나라의 의미 있는 고문헌 중 해외에 유출된 것들이 많거든요. 해외기관이 소장하고 있는 귀중한 자료를 조사해서 인쇄물, 마이크로필름, 디지털화 등의 방법을 통해 수집해요. 그리고 이 정보를 모든 국민에게 제공하죠. 이 과정에서 외국 도서관과 교류하고 협력을 꾀하기도 해요. 이 외에도 서지 작성 및 표준화, 정보화를 통한 국가문헌정보체계 구축, 사서 교육, 국내 도서관 지원, 도서관 발전을 위한 조사 및 연구 등 다양한 업무를 하고 있어요.

Q 지역도서관이 지역주민과 소통하고 발맞춰가기 위해서 노력한다면, 국립중앙도서관은 국내의 모든 문헌과 지식 정보를 아우르는 역할을 하는군요! 우리나라 대표 도서관답습니다! 많은 출판사에서 국립중앙도서관의 ISBN · ISSN · 납본시스템을 이용하고 있는데요. 출판전산망과 연계되어 있는 서비스이기도 하죠? 현재 이 시스템은 어떻게 운영되고 있나요?

제가 소속되어 있는 국립중앙도서관 한국서지표준센터가 ISBN과 ISSN 데이터를 관리하는 국가관리기구예요. 1990년에 국제 ISBN 관리기구에 가입해서 시스템을 구축했죠. 지난 2022년 5월 ISBN · ISSN · 납본시스템을 개편하여 운영하고 있습니다. 매일 3천여 건 이상의 ISBN 신청 및 정정 신청이 들어와요. 발행자번호 신청 및 정정 신청도 50건 이상 들어오고요. 가끔 ISBN을 발급하기 애매한 경우도 있어요. 그럴 때는 실물이나 시안 이미지를 요청합니다. 이미지를 확인한 후에 ISBN 부여 대상 여부를 판단하죠. 기본적으로 ISBN을 신청한 다음날 ISBN이 발급돼요. 한국서지표준센터에서는 올바른 ISBN 사용 안내, 그리고 ISBN 관련 문의 응대를 위해 상담전화 서비스를 운영하고 있어요. 또, 시스템을 안정적으로 운영하기 위해 지속적으로 점검하고 관리하고요. 오류 사항이 있다면 업데이트를 진행합니다.

Q 지난 9월에 출판전산망에 대해 알려드리기 위해 저희 교육 담당 일타강사님과 국립중앙도서관에 방문했었는데요. 꽤 많은 인원이 교육에 참여하셨어요. 오늘 이렇게 통통레터 인터뷰하는 김에 찾아가는 교육 만족도 조사 좀 해볼까요? 찾아가는 교육이 저희가 팍팍-! 밀고 있는 콘텐츠인데, 어떠셨어요?

찾아가는 교육을 들은 게 엊그제 같은데, 벌써 시간이 그렇게 흘렀나요? 시간 참 빠르네요. 그때 지식정보관리부 소속인 국가서지과, 온라인자료과, 장서개발과 직원들이 교육에 참여했는데요. 사실 그렇게까지 많은 인원이 교육에 참여하게 될 줄 예상하지 못했어요. 교육을 듣다 보니 저희 부서 직원들이 꼭 알아야 하는 정보인 거예요. 그래서 하나 둘 불러 모으다 보니 규모가 꽤 커졌어요. 교육을 받기 전에는 출판전산망에 대해 자세히 알지 못했는데, 찾아가는 교육을 통해 출판전산망이 어떤 시스템인지, 어떤 기능을 가지고 있는지에 관해 세세하게 짚어볼 수 있어서 유익했어요. 교육 담당하시는 분이 자기소개하실 때, 출판전산망 일타강사라고 소개하셔서 엄청 웃었었는데, 왜 출판전산망 일타강사라고 불리는지 알겠던데요? 국립중앙도서관에서 운영하는 여러 시스템과 출판전산망을 연계해서 굉장히 쉽게 설명해 주셔서 궁금했던 부분이 많이 해소되었습니다.

교육받을 때 보니 저희가 관리하는 ISBN과 ISNI 관련 내용도 나오더라고요. 아는 내용이 나와서 어찌나 반갑던지요. 얼마 전에 남양주시 도서관에서 찾아가는 교육을 받았다는 소식을 접했는데요. 많은 지역 도서관에서 출판전산망에 관심을 갖고, 이용할 수 있도록 적극적인 홍보가 이루어지면 좋겠다는 생각을 했습니다. 출판전산망을 이용하는 도서관 회원 수가 늘어나면, 출판전산망에 관심을 보이는 출판사도 늘어나지 않을까요? 출판사에서 도서 정보를 많이 올리면 올릴수록 도서관에서 유용하게 사용할 수 있겠다는 생각도 들고요. 이게 바로 선순환 아니겠어요.

Q 국가서지과에서도 출판전산망 개발에 참여하신 걸로 알고 있어요. 그 결과 ISBN · ISSN · 납본시스템에서 제공하는 출판사 발행자번호, ISBN 신청 정보 등을 출판전산망에서 확인하고 불러올 수 있게 된 거고요. 출판전산망과 밀접한 관계에 있는 만큼 개선해야 할 점이 분명히 보일 것 같아요.

출판전산망은 ISBN, 오닉스(ONIX), 테마(Thema)와 같은 국제표준을 바탕으로 만들어진 시스템이잖아요. 저자 정보를 입력하고 관리할 수 있는 ISNI도 2012년에 국제표준으로 지정됐고, 국내에 도입된 지는 5년 정도 됐어요. ISNI도 출판전산망과 연계되어 있는데, 아직 출판사와 서점에서 ISNI를 적극적으로 활용하진 않더라고요. 그 점이 조금 아쉬워요. 국립중앙도서관을 비롯해 14개 기관에서 ISNI 데이터가 연계되고 있고, 요즘 ISNI를 활성화하기 위한 연구와 조사도 활발하게 이루어지고 있어요. 출판전산망에 제공할 수 있는 정보의 양과 질이 높아질 가능성이 있다는 뜻입니다. ISBN처럼 ISNI도 당연하게 사용되면 좋겠어요.

그리고 국가서지과에서 관리하는 국가자료종합목록과 출판전산망의 도서 정보가 연계되면 편리할 것 같아요. 국립중앙도서관은 국내의 모든 도서를 비롯한 지식 정보를 수집하고 보존하는 곳이잖아요. 출판사에서 신간 도서가 출간되면 '납본'이라는 이름으로 국립중앙도서관에 도서를 제공하는데요. 출판전산망에 있는 신간 도서 데이터와 국가자료종합목록이 연계되면, 납본 여부를 확인하는 게 수월해져요. 또 지역에 있는 수많은 도서관이 수서 업무를 할 때 연계된 도서 정보를 이용할 수 있고요.

Q 국립중앙도서관에서 관리하는 여러 시스템과 출판전산망이 연계되어 있다 보니 저희가 협업할 일이 많이 생기는 것 같아요. 출판업계 종사자들이 활용하기 좋고, 편리한 기능을 구현하기 위한 기술적인 협력도 필요하지만, 교육이나 홍보 쪽 협력도 이루어지면 좋을 것 같은데요. 이 부분에 대해선 어떻게 생각하세요?

아직 출판전산망을 통해 정가 변경을 해야 하는 걸 모르는 소규모 출판사와 1인 출판사가 많더라고요. 정가변경제도 관련 문의 전화가 생각보다 많이 와요. 출판전산망 운영팀에도 정가변경제도에 대한 문의가 많이 들어오지 않나요? 저희 시스템이 긴밀하게 연결되어 있어서 그런지 비슷한 문의를 받고, 응대하고 있는 것 같은데요. 출판사에서 혼동하기 쉬운 부분을 보다 명확하고 효율적으로 안내하기 위해 유관한 업무를 하고 있는 양 기관에서 함께 매뉴얼을 만들어 공유 · 배포하면 좋을 것 같아요.

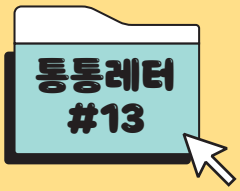
홍보 콘텐츠나 교육 콘텐츠를 공유하는 것도 좋은 방법이죠. 출판전산망 자료실에 국립중앙도서관에서 만든 ISBN, ISNI 홍보 자료를 업로드한다거나, 저희가 운영하는 ISBN 홈페이지에 출판전산망 홍보 배너를 띄우는 방식으로 실현될 수 있어요. 그러면 더 많은 출판사에 우리가 알리고자 하는 콘텐츠가 닿을 수 있지 않을까요.

마지막으로 오프라인 교육 협력이 이루어지면 어떨까 싶어요. 현재 국립중앙도서관에서는 출판사를 대상으로 ISBN 사용법에 관한 온라인 교육을 하고 있는데요. 그럼에도 불구하고, ISBN 신청 관련해서 문의나 민원이 많이 접수되고 있어요. 보다 효과적으로 정보를 전달하기 위해서 오프라인 교육을 진행하려고 논의 중인데, 출판전산망에서도 매주 월요일 오후 3시부터 2시간 정도 교육을 하고 계시잖아요. ISBN과 출판전산망 이용법을 함께 알려주는 교육 콘텐츠를 기획해서 운영하면 시너지를 낼 수 있을 것 같아요.

어쩌다 보니 국립중앙도서관에 두 번이나 방문하게 됐어요. 찾아가는 교육, 그리고 통통레터 인터뷰를 진행하면서 국립중앙도서관에서 일하는 많은 분과 이야기를 나눴는데요. 덕분에 미처 몰랐던 국립중앙도서관의 여러 사업과 정책에 대한 이해도가 높아졌답니다. 출판전산망과 연관이 있는 서비스가 많다 보니, 앞으로 출판전산망을 어떻게 홍보하면 좋을지, 출판전산망 교육 콘텐츠를 어떤 식으로 구성하면 좋을지에 대한 영감이 마구마구 떠오르더라고요. 앞으로도 여러분에게 도움이 되는 콘텐츠를 만들고 전달해 볼게요!

여러분은 어디에서 영감을 얻나요? 저는 새로운 것을 보고, 경험하고, 즐기면서 영감을 얻어요. 이런 저에게 국립중앙도서관은 천국이었는데요. 재미있는 볼거리가 엄청나게 많더라고요! 기록매체가 변화해 온 과정을 보여주는 전시도 있고, 도서관에서 보유하고 있는 고문헌에 수록된 내용을 AR 콘텐츠로 구현해서 쉽고 재미있게 즐길 수 있는 전시도 있었어요. 더 멋지고 흥미로운 전시 콘텐츠가 많으니 꼭 한 번! 국립중앙도서관에 방문해 보세요!

국립중앙도서관 곽수영 사무관과 함께한 통통레터 열두 번째 에피소드! 이번에도 알차고 유익한 내용을 꾹꾹 눌러 담아보았는데요. 아직 통통레터를 구독하지 않은 분들께 널리 널리 알려주실 거죠? 여러분의 관심과 응원이 콘텐츠를 만드는 데 큰 힘이 됩니다! 다음 에피소드는 11/28(화)에 가지고 찾아올게요. 그때까지 모두들 안녕!



익숙한 것과 헤어질 결심

도서출판 길벗 허두영 팀장

안녕하세요, 통통레터 구독자 여러분! 마케터 슬입니다. 저는 요즘 요가에 푹 빠져 있어요. 매일매일 잠들기 전에 요가를 10분씩 하고 있답니다. 몸이 유연한 편이 아니라서 동작 하나하나를 하는 게 쉽지 않더라고요. 어려운 자세에 도전했다가 몸이 이상하게 꼬여버릴 때가 많아요. 그럴 때면 나뭇가지처럼 뻣뻣한 제 몸이 참 미워집니다. 그러던 중 신경숙 작가님의 에세이 「요가 다녀왔습니다」를 읽게 되었어요. 이번 통통레터는 이 책 속 인상 깊었던 문장을 여러분과 공유하면서 시작할까 합니다.

"매일매일 무언가를 꾸준히 하는 것만큼 실력을 늘게 하는 일은 없다. 그건 어린이나 젊은이나 노인이나 마찬가지다. 무슨 일이든 오늘 이만큼 하고, 내일 이만큼 또 하고, 모레 이만큼 또 해놓고 나중에 살피면 이만큼이 산이 되어 마주 서있다."

이 문장을 읽고, 요가를 대하는 마음가짐이 달라졌어요. 요가 초보자가 처음부터 어려운 자세를 완벽하게 해내겠다고 생각하는 건 욕심이더라고요. 그래서 쉬운 동작부터 차근차근 따라 해보고 있습니다. 꾸준히 하다 보면 저도 언젠가는 요가 강사 뺨치는 실력의 소유자가 될 수 있겠죠? 꾸준하게 반복하는 습관은... 기적을 가져다주니까요!

이번 에피소드에서는 "꾸준함의 대명사"라는 별명을 붙이고 싶은 분과 나눈 이야기를 전하려고 합니다. 얼마 전 도서출판 길벗 IT자원팀 허두영 팀장님과 만나 이야기를 나누고 왔는데요. 길벗의 업무 환경을 개선하고 일의 효율성을 높이기 위해 끊임없이 고민하는 분이라는 생각이 물씬 들더라고요. 고민에 그치지 않고 새로운 업무 시스템을 기획하고 개발하는데 열심이신 모습이 인상적이었어요. 꾸준함의 대명사, 허두영 팀장님과 함께하는 통통레터 열세 번째 에피소드 시작합니다!

핵심 통통

제가 IT업계에서 10년 이상 일하다가 출판업계로 왔을 때 가장 적응하기 어려웠던 게 '업무 방식의 변화'에 대한 거부감 또는 두려움이었어요. 변화하면 보다 효율적이고, 좋은 환경에서 일할 수 있다는 것을 알지만, "지금도 충분히 잘하고 있는데, 왜 굳이 힘들게 변화해야 하는가?"라는 질문이 돌아오더라고요. 그럼에도 조금씩 양보하고 노력해서 시스템을 바꾸면, "와, 이게 되네?", "옛날에는 어떻게 일했는지 모르겠다."라고 반응이 바뀌어요. "익숙한" 것과 헤어질 결심을 해야 "잘" 할 수 있는 길이 보인다고 말씀드리고 싶네요.

by. 길벗 허두영 팀장

Q 허두영 팀장님, 안녕하세요! 올해 통통레터 발행을 시작하면서 꽤 많은 출판사에 방문했고, 수많은 사람과 만나 이야기를 나누었는데 출판사에서 근무하는 시스템 기획자와 만나는 건 처음이에요! 오늘 색다르고 재미있는 이야기를 많이 들을 수 있을 것 같아서 설렙니다. 우선 통통레터 구독자분들께 자기소개 부탁드려요!

안녕하세요. 도서출판 길벗의 IT자원팀 팀장 허두영입니다. 저희 부서에서는 회사 홈페이지와 사내 업무 시스템을 기획, 개발, 운영해요.

Q 개발이라고 하면 IT 기업에서 소프트웨어를 설계하고, 코딩하는 모습 같은 떠올라요. 그런데 출판사에서 개발 업무를 하는 부서라니! 조금 낯설게 느껴지는데요. 길벗 IT자원팀은 어떤 일을 하는지 조금 더 자세히 말씀해 주실 수 있을까요?

사실 출판사가 사내에 개발 조직을 따로 두는 경우는 흔하지 않죠. 저도 거의 못 본 것 같아요. 길벗은 온라인 시스템 기술 경쟁력이 중요하다고 생각해요. 그래서 IT자원팀을 운영하고 있습니다.

저희는 출간하는 책의 특성상 홈페이지 관리가 굉장히 중요해요. 부록, MP3 자료, 동영상 강좌 등 책을 보다 잘 활용하기 위해 필요

한 자료가 모두 홈페이지에 업로드되거든요. 때문에 많은 독자가 길벗 홈페이지에 방문합니다. IT자원팀은 홈페이지가 보다 원활하게 운영될 수 있도록, 그리고 독자에게 길벗에 대한 좋은 인상을 남길 수 있도록 UI와 UX를 기획하고 개선하는 등의 업무를 해요.

업무에 필요한 시스템을 도입하거나 기획/개발하는 일도 하고 있습니다. 구글 워크스페이스를 도입하고, 주문 SCM을 자체 개발하는 걸 예로 들 수 있겠네요.

Q 오호! 이야기를 들어보니 IT자원팀의 어깨가 많이 무겁겠는데요? 독자는 물론이고 길벗에서 일하는 모든 직원의 편의까지 고려해 시스템을 기획, 개발, 운영하는 게 쉽지 않을 것 같아요. 길벗은 출판전산망과 API 연계로 맺어진 끈끈한 사이잖아요. 이 작업도 IT자원팀에서 하시는 거죠?

맞습니다. 출판전산망에 등록한 도서 정보를 API를 통해 길벗 홈페이지로 불러올 수 있는 시스템을 만들었어요. 출판전산망에 등록한 정보 외 다른 정보도 추가할 수 있게 구현했습니다. 저희는 출판전산망이 출판계 발전을 위해 꼭 필요한 시스템이라고 생각해요. 그래서 온라인 서점에 도서 정보를 발송할 때, 출판전산망을 활용하기로 했죠. 이 경우, 모든 도서 정보를 출판전산망과 홈페이지에 두 번 입력해야 하는 번거로움이 생기더라고요. 그래서 출판전산망의 API 서비스와 길벗 홈페이지를 연계해 불편함을 덜어냈습니다.

보통 이런 이야기를 하면 자본과 기술력이 있는 큰 회사에서만 할 수 있는 작업 아니냐고 물어보시는데요. 회사 내에서 홈페이지 관리를 할 여유가 없어 외부에 맡기는 작은 출판사에서도 충분히 구현할 수 있는 작업이에요. 상황에 따라 다르겠지만, 개발자 한 명이 2~4주 정도 작업하면 만들 수 있는 수준이거든요. 개발비는 조금 들겠지만, 같은 정보를 여러 번 입력하고 수정하느라 허비하는 시간을 비용으로 환산해 보면 의미 있는 투자죠.

Q 'Open API'라는 말을 들으면 지레 겁먹는 분이 많을 것 같아요. 사실 저도 처음에 'Open API'는 제가 이해할 수 있는 영역이 아니라고 생각했거든요. 그런데 오늘 이렇게 팀장님의 말씀을 듣고 나니 효율적인 업무 시스템을 구축하는데 큰 도움을 주는 친구라는 생각이 듭니다. 인력이 부족한 작은 출판사에서 Open API를 활용해 출판전산망과 홈페이지를 연계하면 효율적으로 일할 수 있을 것 같아요. Open API 서비스 외에 길벗이 잘 사용하는 출판전산망의 서비스가 또 있을까요?

저희는 출판전산망에 도서 정보(메타데이터)를 등록하고, 온라인 서점에 전송하는 기능을 가장 많이 사용해요. 최근에는 '홍보자료 발송' 기능도 사용하기 시작했어요. 이 기능은 사내에 따로 공지하거나 교육한 적이 없는데, 직원들이 알아서 '홍보자료 발송' 기능을 찾아 사용하고 있더라고요. 초기에는 도서 정보 전송 오류가 발생하기도 했고, 전송 이후 부족한 자료나 정보는 별도 메일을 통해 서점에 알려야 했어요. 지금은 이런 불편한 점이 많이 해소되어 서점에 따로 연락을 취할 일이 줄었어요. 그리고 서점 웹사이트에 도서 정보가 올라가는 속도도 많이 빨라져서 만족스럽습니다.

통통레터를 읽어보니, 다른 출판사에선 '판매통계' 기능을 애용하시더라고요. 저희는 다른 출판사와는 다르게 판매통계는 좀 덜 이용하는 편이에요. 대형 온라인서점 SCM 데이터를 자동으로 수집해서 DB화하는 데이터 시각화 솔루션 '태블로'를 활용하고 있거든요. 출판전산망의 판매통계 기능도 훌륭하지만 B2B데이터가 빠져 있기도 하고, 임프린트별, 부서별로 분류된 판매통계를 보기 어려워서 태블로를 주로 사용해요. 출판전산망의 판매통계가 태블로와 비슷한 결의 시스템이니, 꼭 한 번 활용해 보시면 좋겠어요. 시간을 많이 아낄 수 있을뿐더러, 우리 책의 판매 흐름을 읽을 수 있거든요.

Q 얼마 전까지 저도 출판사에서 근무를 했어요. 그때 오전 업무 중 하나가 각 서점 SCM에서 도서 판매량을 확인하고, 수치를 하나하나 엑셀에 입력하는 거였거든요. 그런데 이렇게 선진화된 시스템이 있다니... 놀랍습니다. 비효율적으로 업무를 하고 있다는 생각이 들어도 태블로나 출판전산망과 같은 효율적인 시스템을 도입해서 사용하기보다는, 지금까지 해왔던 익숙한 방식으로 업무를 처리하는 경우가 많은 것 같아요. 새로운 시스템을 길벗에 도입할 때 어려운 점은 없으셨나요?

업무 방식의 변화에 대한 두려움을 깨뜨리는 과정이 가장 힘들었어요. 태블로, 출판전산망과 같은 시스템이 없어도 지금까지 일을 잘 해왔는데, 많은 시간과 돈과 노력을 들여서 새로운 시스템을 구축할 필요가 있느냐는 이야기를 많이 들었습니다. 틀린 말은 아니죠. 이런 시스템이 없어도 일은 할 수 있어요. 하지만 효율적인 시스템이 한 번 구축되면 1시간 동안 해야 할 일을 10분이면 할 수 있어요. 남는 50분에는 더 효율적이고 생산적인 일을 할 수 있죠. 업무의 능률과 생산성을 높일 수 있는데, 안 할 이유가 없잖아요. 그래서 회사에서 의지를 가지고 직원들을 설득했어요. 결국 길벗의 업무 환경을 개선하는 여러 시스템을 도입할 수 있었죠.

Q 아직 출판전산망을 이용하지 않는 출판사가 많아요. 이런 출판사의 마음을 돌리기 위해서는 출판전산망이 꾸준하게 발전하는 모습을 보여줘야 할 텐데요. 다양한 시스템을 기획하고, 도입한 팀장님이 출판전산망의 개선점을 말씀해주시면 좋겠어요!

출판전산망이 출범해 운영된 지 2년 정도 되어가네요. 그동안 사용자 의견을 반영하면서 많이 발전했다는 게 눈에 보이지만 시스템 기획/운영자 입장에서 아쉬운 부분을 몇 가지 말씀드릴게요.

출판전산망에선 도서 목록, 도서관 목록 등 목록 형태의 정보를 많이 제공하잖아요. 이런 목록 형태의 정보에 '필터 기능'이 적용되면 좋겠어요. 다양한 조합으로 필터링을 하게 되면 필요한 정보를 보다 수월하게 찾을 수 있고, 원하는 정보를 걸러내기 편하거든요. 저희도 출판전산망에서 사용하고 있는 '그리드 솔루션'을 이용하고 있는데요. 그리드 솔루션에서 필터 기능을 지원하고 있기 때문에 아마 빠르게 적용할 수 있을 거예요.

그리고 판매통계 데이터가 좀 더 상세하게 나오면 좋겠습니다. 우리가 판매통계를 이용할 때 하루, 일주일, 한 달, 일 년 등 조회기간을 설정하잖아요. 이때 설정한 기간의 합계 데이터만 나오는 게 아쉬워요. 예를 들어 기간을 11/6(월)~11/12(일)까지 설정하면, 일주일 동안 판매된 도서의 합계가 나오죠. 일별 데이터를 확인하고 싶으면 일일이 기간을 다르게 설정해야 하고요. 이게 조금 불편합니다. 보다 더 상세한 판매통계 데이터를 제공하려면 행과 열이 복합적으로 구성해야 해요. 아마 화면으로 구현하는 게 쉽지는 않을 거예요. 그래도 출판전산망 개발팀이 고민하면 충분히 실현할 수 있다고 생각합니다.그리고, 온라인 주문/출고 기능이 개발되면 좋겠어요. 여러 가지 상황 때문에 쉽지 않다는 걸 알지만, 그래도 방법을 찾으면 좋겠어요. 이 기능이 생기면 더 많은 출판사와 서점이 출판전산망에 관심을 보이고 사용하는 계기가 될 것 같습니다.

마지막으로 출판전산망이 표준화된 출판 데이터를 제공하는 '허브'로 성장하길 바랍니다. 저번 통통레터에서 대한민국 사람이라면 누구나 알만한 큰 IT 플랫폼에서 출판전산망 API에 관심을 보이고 있다는 소식을 접했는데요. 많은 업체에 API를 공유하고, 또 출판전산망도 타 업체의 API를 공유받아 상부상조한다면 출판 산업도 경쟁력이 생길 거라고 믿습니다.

Q 역시 전문가의 시선은 남다르네요. 개선점 하나하나에 공감이 가서 흥미롭게 들었어요! 말씀해 주신 부분 반영해서 더 많은 출판 업계 종사자가 유용하게 사용할 수 있는 출판전산망을 만들어 보겠습니다! 마지막으로 아직 출판전산망을 사용하고 있지 않은 분들께 한 마디 부탁드려요!

출판전산망의 가장 큰 강점은 시간을 절약하게 해 준다는 거예요. 출판전산망이라는 하나의 플랫폼에서 표준화된 도서 정보를 체계적으로 관리할 수 있어요. 그 도서 정보를 여러 서점에 한 번에 보낼 수도 있고요. 또 대형서점이나 지역서점에서 판매된 도서를 한눈에 확인할 수도 있죠. 출판전산망을 이용한다고 해서 당장 눈에 보이는 이익이 생기진 않겠지만, 도서관, IT 기업 등에서 출판전산망에 관심을 보이기 시작했으니, 얼마 지나지 않아 출판전산망은 중요한 출판 마케팅 채널이 될 겁니다.

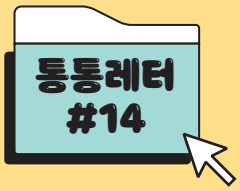
주변의 크고 작은 출판사에 왜 출판전산망을 사용하지 않느냐고 물어보면 이런 답변이 돌아와요. 불편하고 번거로울 것 같다, 출판전산망을 사용한다고 해서 업무 환경이 나아질지 모르겠다, 정부에서 운영하는 시스템에 출판계의 모든 데이터가 저장되는 건 바람직하지 않은 것 같다는 답이 대부분이죠. 제가 IT업계에서 10년 이상 일하다가 출판업계로 왔을 때 가장 적응하기 어려웠던 게 '업무 방식의 변화'에 대한 거부감 또는 두려움이었어요. 변화하면 보다 효율적이고, 좋은 환경에서 일할 수 있다는 것을 알지만, "지금도 충분히 잘하고 있는데, 왜 굳이 힘들게 변화해야 하는가?"라는 질문이 돌아오더라고요. 그럼에도 조금씩 양보하고 노력해서 시스템을 바꾸면, "와, 이게 되네?", "옛날에는 어떻게 일했는지 모르겠다."라고 반응이 바뀌어요. "익숙한" 것과 헤어질 결심을 해야 "잘" 할 수 있는 길이 보인다고 말씀드리고 싶네요.

길벗의 업무 시스템을 효율적으로 만드는 데 기여하고 있는 허두영 팀장님과 함께한 통통레터 열세 번째 에피소드! 전 직원에게 익숙한 업무 환경과 시스템을 바꾸는 게 쉬운 일이 아니잖아요. 지금보다 훨씬 수월하고 효율적인 방식으로 변화한다고 해도 말이에요. 하지만 지치지 않고, 끈기 있게 자신의 몫을 해낸 허두영 팀장님 덕분에 길벗만의 멋진 업무 시스템이 만들어진 것 같다는 생각이 듭니다.

이제 올해 달력도 딱 한 장 밖에 남지 않았어요. 얼마 남지 않은 2023년을 정리하면서 올해 출간한 도서 목록을 살펴보는 건 어떨까요? 어떤 책을 통해 독자와 만났는지, 책을 편집하고 마케팅할 때 어떤 일이 있었는지 되새기다 보면 올해를 차분히 마무리할 수 있을 거예요. 이때 출판전산망을 이용하면 도서 정보도 쌓고, 올 한 해도 돌아보고! 일석이조겠죠?

출판전산망을 활용하는 것이 낯설고 두렵다면 아주 작은 것부터 시작해 보세요! 일종의 베타테스트라고 생각하면서 가볍게 도서 정보만 입력해 보는 거죠. 작은 기능부터 하나하나 익히다 보면 각자의 환경에 맞게 출판전산망을 활용할 수 있는 감각이 생길 거예요. 한 방에 되는 일이 어딨겠어요! 아주 천천히라도 괜찮으니 차근차근 출판전산망에 데이터를 쌓아 보세요.

이번 에피소드도 재미있었다면 주변 사람들에게 널리 퍼뜨려 주세요! 다음 에피소드는 12/12(화)에 들고 올게요! 다들 몸 건강히 지내다가 12월에 만나요, 안녕!



출판전산망이라 쓰고, 시간 절약 전산망이라 읽는다

학지사 한승희 부장, 김민경 사원

통통레터 구독자 여러분, 안녕하세요! 마케터 슬입니다. 차가운 겨울바람이 코 끝을 스치는 요즘, 여러분의 마음을 따뜻하게 해 줄 소식 하나 들고 왔어요. 우리나라에 서점이 없는 지역이 있다는 사실 알고 계신가요? 서점이 없는 지역이 전국에 30곳이나 된대요. 이중 전라남도 신안군이 포함되어 있었는데요. 이런 신안군에 드디어 특별한 책방이 생겼다고 합니다. 신안군의 첫 책방, '1004 책방'은 서점이자, 작은 도서관이자, 복합문화공간의 역할을 하며 신안군민들과 함께하고 있다고 하네요. 이제 신안군민들도 책을 한 권 한 권 직접 들여다보며 고르는 재미를 느낄 수 있겠죠?

그런데! 책방만 생긴다고 끝나는 게 아니잖아요. 책방이 만들어졌으면, 책방 안에 책을 가득 채워야겠죠? 여러 출판사들이 마음을 모아 1004 책방에 만 권이 넘는 책을 기부했다고 해요. 전라남도 신안군에 오래도록 기억될 선물을 남긴 출판사의 마음이 참 아름답죠?

이번 에피소드는 전라남도 신안군에 많은 책을 기부한 출판사 중 한 곳인 학지사의 영업부 한승희 부장, 최민경 사원과 나는 이야기를 전합니다. 그럼, 통통레터 열네 번째 에피소드 시작합니다!

핵심 통통

판매통계를 바탕으로 도표, 그래프를 드는 일이나 도서 재고를 파악하는 일 등은 시간과 노력이 많이 들어가는 일이잖아요. 출판전산망을 이용하면 이 업무들을 빠르게 처리하고, 남는 시간에는 다른 일을 할 수 있어서 효율적이에요. 1~2시간 걸려서 할 일을 10분 만에 처리하고, 시간을 절약해 보세요!

by. 학지사 최민경 사원

Q 전라남도 신안군에 생긴 첫 책방에 수천 권의 책을 선물한 학지사에 방문하다니! 제가 기부한 것도 아닌데, 왜 제가 뿌듯한 걸까요? 아마 우리 통통레터 구독자분들도 학지사가 좋은 영향력을 발휘했다는 소식을 접하면, 멋지다고 생각하며 박수를 칠 것 같은데요. 우선 통통레터 구독자분들께 간단하게 인사 한 마디 해주세요.

한승희 부장: 하하. 쑥스럽네요. 안녕하세요. 학지사 영업부 부장 한승희입니다.

최민경 사원: 안녕하세요. 학지사 영업부 사원 최민경입니다. 저는 학지사에서 나온 책을 어떤 사람에게 소개하면 좋을지 고민하는 사람이에요. 모든 책에는 저자, 편집자, 마케터 등 많은 사람의 열정이 담겨 있잖아요. 그 책이 어떤 독자에게 닿으면 가장 좋을지 고민하는 일이 제 주된 업무인 것 같아요. 구체적으로는 학지사라고 검색했을 때 나오는 모든 SNS 채널에 올라가는 온라인 콘텐츠 제작, 보도자료 작성, 상세페이지 제작 등의 업무를 하고 있습니다.

Q 학지사는 굉장히 다양한 분야의 학술교재가 많이 출간되고 있잖아요. 그중 어떤 분야의 책이 학지사를 대표한다고 생각하세요?

최민경 사원: 저는 심리학 분야의 학술교재가 학지사를 대표한다고 생각합니다. 심리학을 조금이라도 공부한 사람들의 책장을 보면 무조건 학지사 책이 꽂혀 있을 거라고 자신해요. 최근에 X(구 트위터)에서 「의존성 성격장애와 회피성 성격장애」라는 책이 화제가 된 적이 있었거든요. 그때 많은 사람들이 '우리 집에도 학지사 책 있다.'라는 반응을 보여줘서 놀랐었어요. 저희가 조사를 해보니, '심리학' 키워드 검색량이 느는 것과 비례해서 '학지사' 키워드 검색량이 늘고 있더라고요. 재미있지 않나요? 저희는 심리학 출판사라고 불러도 될 만큼 깊이 있는 심리학 도서를 많이 출간합니다.

한승희 부장: 그 외에도 많은 학술교재들이 출간되고 있는데요. 최근에는 학지사비즈에서 광고 · 홍보 관련된 책들이 많이 나와요. 요즘 챗GPT 같은 인공지능과 관련한 이슈가 출판계는 물론이고, 모든 업계에서 굉장히 뜨겁잖아요. 그래서 광고 · 홍보 · 마케팅 분야에서 저명한 교수님들과 함께 「인공지능 시대의 광고윤리」라는 책을 기획했습니다. 인공지능 시대를 어떻게 준비하고, 어떻게 변화할 것인지, 그리고 광고인들은 어떤 광고 윤리를 가져야 하는지를 담은 책이에요. 경제경영서도 학지사의 대표 분야죠.

Q 학술서적은 대학생이나 각 분야 전문가들이 주로 찾잖아요. 왠지 일반 독자를 타깃으로 하는 문학 · 비문학 단행본을 홍보하거나 유통할 때와는 차이가 있을 것 같아요.

최민경 사원: 학지사에선 학술서적과 일반 단행본 그 사이에 있는 책들도 꽤 많이 나와요. 단행본도 많이 출간되고 있고요. 제가 생각하기에 학술서적 홍보라고 해서 일반 단행본과 큰 차이가 있지는 않은 것 같아요. 요즘 어떤 문제에 호기심이 생기거나, 전문적인 지식을 바탕으로 자료조사를 해야 할 때, 학지사 책에 관심을 보이는 독자가 늘었는데요. 이런 독자의 니즈를 충족하기 위해 흥미와 전문성을 골고루 넣은 홍보 콘텐츠를 기획해요. 저희 인스타그램에 주기적으로 업로드하고 있는 '심리학 용어 사전'같은 콘텐츠를 예로 들 수 있겠네요. 우리가 일상에서 많이 사용하는 심리학 용어의 사전적 의미와 이 용어를 언제 어떤 상황에서 사용하는지 알려드리는 콘텐츠인데, 반응이 꽤 좋답니다. 도서 타깃 독자의 니즈에 맞춰 콘텐츠를 기획하는 홍보 활동은 일반 단행본이나 학술서적이나 똑같은 것 같아요.

한승희 부장: 유통도 비슷합니다. 저희도 일반 단행본 출판사처럼 온라인서점, 총판, 도매상을 통해서 책을 유통하고 있어요. 차이가 있다면, 저희는 학술서적을 주로 이용하게 될 강사나 교수, 그리고 대학교 안에 있는 서점을 상대로 홍보 · 영업을 진행합니다.

학술서적은 주로 대학교에서 교재로 사용돼요. 그리고 그 교재를 선택하는 사람은 수업을 진행하는 강사와 교수들이고요. 그래서 저희는 학지사의 책이 수업 교재로 선정될 수 있게끔 홍보 메일을 보내거나 미팅을 해요. 또, 강의에 도움이 되는 ppt 자료를 만들어 전달하기도 합니다.

그리고 학생들은 수업 교재를 대학교 구내 서점에서 구매하는 경우가 많아요. 그래서 학지사는 약 300곳 정도의 거의 모든 대학 내에 있는 서점과 직거래를 하고 있습니다. 이게 일반 단행본 유통과 다른 점이 아닐까 싶네요.

Q 오호. 저도 대학생 때, 교수님이 어떤 책을 교재로 쓰겠다고 말씀하시면 바로 구내서점으로 달려가서 책을 구매했었어요. 서점에 간 김에 다른 학과 학생들은 어떤 책을 가지고 공부하나 싶어 책을 구경했었는데요. 학지사 책이 굉장히 많았던 기억이 납니다. 도서 정보 관리는 출판전산망을 통해 하고 계신가요?

한승희 부장: 네. 출판전산망에선 도서 정보를 표준화해 관리할 수 있어 편리해요. 현재 학지사에서 출판전산망에 등록한 도서 정보가 약 5,650종 정도인데요. 저희가 연간 200종 정도의 책을 내고 있거든요. 출판전산망에 모든 도서 정보를 등록합니다. 어마어마하게 많은 양의 도서 정보를 통일된 형태의 데이터로 관리할 수 있다는 게 출판전산망의 가장 큰 장점이 아닌가 싶어요. 또, 필요할 때마다 빠르게 정보 검색하기도 수월해요. 예를 들어, 한 저자와 계약을 맺고 특정 분야의 책을 만들려고 할 때, 출판전산망에서 정보를 찾습니다. 저자 이름이나 기획 중인 책과 유사한 도서를 검색하면 학지사에서 출간된 책들을 볼 수 있어 참고하기 좋아요. 또, 추후 정가를 변경해야 할 때도 출판전산망을 통해야 하니 도서가 출간되면 바로 바로 정보를 입력하는 게 좋은 것 같아요. 개인적으로 출판전산망의 도서 데이터가 국내 표준이 되어, 출판사, 서점, 유통사 등 도서 정보를 필요로 하는 모든 곳에 닿았으면 하는 바람이 있어요.

Q 5,600개가 넘는 도서 정보가 출판전산망에 등록되어 있다니! 어마어마한 양의 데이터네요. 차곡차곡 쌓인 도서 정보만 봐도 배부를 것 같은데요? 출판전산망에는 도서 정보 관리 외에도 다양한 서비스가 있는데요. 학지사의 영업부 혹은 편집부에서는 출판전산망을 어떻게 이용하고 있는지 궁금합니다.

한승희 부장: 저희는 출판전산망의 출판산업 통계를 참고해서 도서를 기획합니다. 학지사에선 주로 학술서적을 출간하기 때문에 여러 명의 저자를 섭외해서 책을 공동집필하는 경우가 많아요. 저자들이 모두 특정 분야의 전문가다 보니, 어떤 키워드를 중심으로 글을 써야 한다던가, 어떤 내용이 가장 중요하게 다뤄져야 한다던가 등 의견이 갈릴 때가 많아요. 이때 출판전산망의 지역별, 연령별 독자 통

계와 유사 도서 판매통계를 출판전산망에서 확인해요. 그리고 이 데이터를 바탕으로 기획하고자 하는 책과 도서의 예상 독자 타깃에 대해 구체적으로 말씀드리죠. 그럼 모두 데이터를 존중하고, 데이터가 말하는 바를 납득하세요. 출판전산망이 제공하는 객관적인 데이터를 활용하면, 여러 저자와 작업을 해야 하는 상황에서도 수월하게 상호 간의 협의를 이끌어내 빠르게 집필에 들어갈 수 있어요.

학지사 도서는 대학교 구내 서점에서 꽤 많이 나가요. 그런데 출판전산망에서 이런 특수한 데이터까지 확인할 수는 없잖아요. 그래서 판매통계는 학지사 내부에서 사용하는 SCM을 통해 주로 확인합니다. 그럼에도 출판전산망의 판매통계가 유용하다고 생각해서 종종 들여다봐요. 지역별 판매량이라던가 모바일, PC 환경에서 얼마나 판매되었는지에 대한 데이터를 제공해 줘서 홍보 · 광고 타깃 잡을 때 잘 사용하고 있습니다.

연말이 되면 한 해 동안 우리 회사에서 나온 책, 그 책으로 만들어낸 성과 등을 수치화해서 보고 자료를 만들어야 하잖아요. 이 자료를 바탕으로 2024년에는 어떤 책을 기획할 것인지, 어떤 홍보 · 마케팅 · 영업을 할 것인지 고민하기도 하고요. 이때 출판전산망의 데이터를 활용하면 유용할 것 같아요. 학지사의 판매통계와 독자통계를 도표, 그래픽, 인포그래픽 등의 형태로 제공하고 있어서 대략적인 수치를 한눈에 알아볼 수 있어서 편리해요. 또, 출판전산망에서 제공하는 데이터는 검증된 객관적인 데이터라 신뢰도도 높고요. 내부 인원을 설득하고, 합의를 이끌어낼 때 사용하기 좋을 것 같다는 생각이 듭니다.

최민경 사원: 앞서 말씀드렸듯이, 저는 학지사에서 운영하는 SNS 채널에 올라가는 콘텐츠를 기획해요. 한 달에 한 번씩 홍보 콘텐츠의 효율이 얼마나 좋았는지 보고를 하는데요. 그때 출판전산망의 판매통계 데이터를 사용하고 있습니다. 제가 만든 콘텐츠가 유익하고 흥미로웠다면, 책에 대한 호기심이 생긴 사람들이 책을 구매할 가능성이 생기잖아요. 출판전산망의 판매통계를 활용하면 특정 도서의 판매량 증감 수치를 시각적으로 확인할 수 있어요. 여러 말을 늘어놓는 것보다 판매통계에서 따 온 그래프를 보여드리는 게 효과적입니다.

Q 출판전산망의 '출판산업 통계'를 주로 이용하시는군요! 독자통계를 활용해서 도서를 기획하고, 판매통계를 활용해 홍보 콘텐츠의 효율을 확인하신다면... 학지사는 이미 출판전산망 만렙이라고 할 수 있겠는데요? 그럼에도, 출판전산망을 사용하면서 아쉬웠던 점들이 있었을 것 같아요. 여러분의 거침없는 의견이 궁금합니다.

한승희 부장: 지역별 · 연령별 독자통계는 예스24와 알라딘으로부터 제공받는 데이터를 가공한 자료잖아요. 교보문고도 우리나라를 대표하는 큰 서점인데, 교보문고의 독자 데이터는 쏙 빠져 있어서 조금 아쉽더라고요. 대형서점에서 책을 구매하는 독자도 많지만, 지역 동네 서점에서 책을 구매하는 독자도 많아요. 이런 독자 데이터가 포함되어 있지 않다는 것도 아쉽고요. 교보문고는 물론이고, 지역 서점에서 도서를 구매하는 독자 데이터까지 출판전산망의 '독자통계'에서 볼 수 있으면 좋겠어요.

독자통계 외에도 서점에서 제공할 수 있는 정보는 많을 거예요. 지금보다 더 많은 정보가 출판전산망을 통해 제공되면 좋겠어요. 서점에서 제공한 정보는 출판사가 홍보 · 마케팅 · 영업하는데 도움이 될 거고, 그럼 출판전산망에 유입되는 회원사들도 많아질 거예요. 예를 들어, 독자가 서점 웹사이트에 많이 방문하는 요일, 시간 등의 데이터를 출판전산망에서 제공하는 거죠. 홍보 콘텐츠의 경우 SNS에서 광고 집행을 하는 경우가 많잖아요. 어느 지역에 사는 어떤 연령대의 독자에게 몇 시부터 몇 시까지 집중적으로 광고 비용을 태울지 등을 고민해야 하는데, 서점에서 이런 데이터를 제공한다면 출판사는 고민하는 시간을 줄일 수 있어요. 출판사에서 광고를 집행할 때, 특정 서점 페이지로 이동할 수 있게끔 설정하면 서점한테도 이득일 테고요.

출판전산망 사용법을 숏폼 콘텐츠로 제작해서 인스타그램이나 유튜브에 올리면 어떨까요? 출판전산망 가입하는 법, 발행자 번호 가져오는 법 등 가장 기본적인 것부터 판매통계 확인하는 법, 카탈로그 만드는 법 등 콘텐츠는 무궁무진하게 뽑아낼 수 있을 것 같습니다. 출판전산망 찾아가는 교육이나 정기 교육을 신청해서 듣는다고 해도, 여러 번 사용해서 손에 익기 전에는 사용법을 잊어버리거든요. 출판전산망에 있는 이용 매뉴얼도 사용법을 자세하게 설명해주고 있긴 하지만, 글밥이 너무 많아서 눈에 잘 안 들어오더라고요. 출판전산망 사용법을 1분 내외로 알려주는 시리즈 영상이 있으면, 필요할 때마다 찾아볼 수 있어 편리할 것 같아요.
최민경 사원: 어제 부장님께서 출판전산망 사용할 때 불편한 점이 없는지 물어보시더라고요. 그때 딱 생각나는 게 없었어요. 출판전산망이 만듦새가 좋은 사이트여서 그렇다기보다는, 출판전산망을 사용하다가 문제점이 발견되면 바로 이탈하기 때문에 불편한 점을 발견할 여지가 없어지는 것 같아요. 문제를 해결할 수 있는 다른 경로를 찾으면 출판전산망을 이용하는 빈도가 낮아지죠. 그러면 불편한 점을 캐치하기 어려워지고요. 제가 주로 사용하던 기능만 사용하고, 다른 새로운 기능이 생겼다고 해도 굳이 들여다보지 않게 돼요.

그래도 요즘은 출판전산망에 들어오면, 나도 몰랐던 불편함이 개선되어 있다는 게 느껴져요. 제가 2~3주에 한 번씩 저자 정보를 업

데이트하거나 도서 정보를 수정하는데요. 데이터를 불러오는 시간이 빨라졌고, 버튼 위치 변경 등과 같은 사소한 기능이 개선되어 사용하기 편해졌더라고요. 출판전산망에 여러 가지 새로운 기능이 생기는 것도 좋지만, 그보다는 기존에 있는 서비스를 어떻게 더 편리하게 제공할 수 있을 것인가에 대한 고민이 우선되면 좋겠다는 생각을 합니다.

개인적으로 판매통계 기능이 빠르게 개선되면 좋겠어요. 지금은 책 한 권에 대한 판매 그래프만 확인할 수 있는데요. 책 두 권을 선택한 경우에는 각각의 판매 그래프가 아니라 합계 그래프만 나와요. 책 두 권을 선택하는 이유는 두 도서의 판매 그래프를 비교하기 위함인데, 합계 그래프만 덩그러니 떠서 조금 당황스럽더라고요. 이런 아쉬운 부분들이 점차적으로 개선되면 좋겠습니다.

Q 출판전산망의 기능이 어떻게 개선되면 좋을지 좋은 아이디어를 주셔서 감사합니다. 덕분에 영감을 잔뜩 얻었네요. 여러분이 주신 소중한 의견을 차근차근 출판전산망에 반영해서 출판사 · 서점 · 도서관 등 모두가 활용할 수밖에 없는 시스템으로 거듭나보겠습니다! 아직 출판전산망을 사용하지 않는 출판계 종사자들이 많은데요. 이들에게 전하고 싶은 한 마디가 있다면요?

최민경 사원: 유튜브나 인스타그램에 가끔 엑셀 강의 콘텐츠 광고가 뜨더라고요. 카피가 "엑셀 단축키를 익히면 퇴근 시간이 1시간 빨라진다."였던 것 같아요. 업무 할 때 출판전산망을 사용해 보세요. 퇴근 시간이 빨라지지는 않겠지만, 업무 하나를 처리하는 데 걸리는 시간은 단축할 수 있습니다. 판매통계를 바탕으로 도표, 그래프를 만드는 일이나 도서 재고를 파악하는 일 등은 시간과 노력이 많이 들어가는 일이잖아요. 출판전산망을 이용하면 이 업무들을 빠르게 처리하고, 남는 시간에는 다른 일을 할 수 있어서 효율적이에요. 1~2시간 걸려서 할 일을 10분 만에 처리하고, 시간을 절약해 보세요!

이번 인터뷰는 학지사에서 운영하는 카페, 마인드 비에서 진행했는데요. 카페 안에 헌 책으로 만든 커다란 크리스마스트리가 있더라고요. 저만 보기에는 아까워서 여러분께도 공유해요. 헌 책이 모여 크리스마스트리가 되다니! 멋지지 않나요?

다가오는 크리스마스에 설레는 요즘이에요. 12월이 되기 전부터 크리스마스 장식이 하나 둘 보이기 시작하더니, 요사이 크리스마스 장식이 길 위를 점령한 거 있죠? 예쁜 크리스마스 장식을 보니 눈이 즐거워서 일 년에 딱 한 번뿐인 성탄절 시즌을 마음껏 즐기고 있어요. 제가 연말을 행복하게 보내는 방법이랄까요. 여러분은 연말을 행복하게 마무리하기 위해 무얼 하나요?

여러분의 메일함으로 쏙-! 들어갈 통통레터도 딱 한 통 남았어요. 늦봄에 첫 소식을 전하고, 여름, 가을을 지나 벌써 겨울이 되었다는 게 믿기지 않네요. 그래도 우리, 세 번의 계절이 바뀌는 동안 조금 가까워진 것 같죠?

올해 마지막 통통레터는 크리스마스 다음 날인 12/26(화)에 들고 올게요! 조금 이르지만, 미리 성탄절 인사 전합니다! 여러분 모두 메리크리스마스

통통레터 #15

출판전산망의 발전은 2024년에도 계속됩니다

한국출판문화산업진흥원 이창민 팀장

통통레터 구독자 여러분, 안녕하세요! 마케터 슬입니다. 하루 늦었지만, 메리크리스마스! 모두 즐거운 성탄절 연휴 보내셨나요? 이제 정말 2023년도 며칠 남지 않았네요. 2023년이 시작된 게 엊그제 같은데, 벌써 끝나간다니... 싱숭생숭하기도 하고, 내년에는 어떤 일들이 펼쳐질까하는 기대감에 다가올 2024년이 기다려지기도 합니다.

시작과 끝. 삶의 가장 기본적인 구조잖아요. 시작이 있으면 끝이 있기 마련이고, 끝은 또 다른 시작을 예고하죠. 이렇듯 시작과 끝은 시간의 흐름 속에 얽혀 있어요. 여러분은 올 한해를 어떻게 마무리하고, 내년을 어떻게 시작할 계획인가요?

이번 에피소드는 한국출판문화산업진흥원 통합전산망운영팀 이창민 팀장님과 함께 합니다! 올해 출판전산망이 진행한 사업을 차근히 되짚어 보고, 내년 출판전산망이 어떻게 발전할지 살펴보는 시간을 가져보아요.

핵심 통통

저는 도서 정보 관리가 출판전산망의 기본 토대를 이룬다고 생각합니다. 요즘 많은 프로그램이 머신러닝을 통해 진화하고 있어요. 경험 데이터를 기반으로학습하고, 예측하고, 스스로의 성능을 향상시키는 알고리즘을 구축하는 게 머신러닝이잖아요. 저는 출판전산망도 이와 다를 게 없다고 생각해요. 더 많은 출판사에서 도서 정보를 입력할수록 출판전산망이 똑똑해집니다. 그러면 출판전산망에 있는 고품질의 도서 데이터를 도매 · 서점 · 도서관 등에서 필요할 때마다 가져갈 수 있어요. 이런 선순환을 통해 출판전산망의 도서 데이터가 도서 정보의 표준으로 자리잡을 수 있게 될 겁니다.

by. 출판진흥원 이창민 팀장

Q 이창민 팀장님, 안녕하세요. 지금까지 통통레터에는 출판전산망을 직접 사용하는 이들의 이야기를 담았었는데요. 오늘 이렇게 출판전산망을 기획하고 운영하는 이의 이야기를 담게 되었네요. 통통레터 구독자 분들께 인사 한 말씀 부탁드려요.

안녕하세요, 한국출판문화산업진흥원 통합전산망운영팀에서 근무하는 이창민입니다. 올해 2월에 발령 받아 11개월째 근무 중이에요. 이곳에 온 지도 1년이 되어가네요! 그 전에는 3년 동안 독서문화팀에 있었어요. 생애주기별 독서 프로그램 운영, 도서관, 군부대, 교정시설 독서문화활동 지원 등의 업무를 하다 보니 출판전산망을 자세히 들여다 볼 일이 없었는데요. 통합전산망운영팀에 와서 이 시스템을 접하니 생소하더라고요. 그래서 참고 문서와 메뉴얼을 하나하나 찾아보며 출판전산망을 알아가기 시작했어요.

Q 저희가 출판사 관계자와 만나 이야기를 나누다보면 공통적으로 나오는 질문이 하나 있어요. 통합전산망운영팀은 어떤 일을 하는지 많이들 물어보시는데요. 오늘 이 자리를 통해 통합전산망운영팀의 업무를 소개해주시면 좋을 것 같아요.

우선 출근하자마자 전날 고객센터에 어떤 문의가 들어왔는지, 오류가 발생하진 않았는지 등을 확인하며 하루를 시작합니다. 신규 가입사, 등록 도서 종수도 매일 확인하고요. 출판전산망의 원활한 운

영을 위해 힘쓰고 있는 교육 · 홍보 · 영업 담당자, 기술 개발자과 함께 출판전산망의 개선해야 할 부분을 이야기 나누기도 합니다. 출판사에서 들어오는 요청사항 중 모두가 개선이 필요하다고 생각되는 부분은 단기/중기/장기 과제로 나누어 우선 순위를 정해 개선해나가고 있어요.

출판전산망에서 제공하고 있는 여러 기능을 개선하고 신규 기능을 추가할 때, 저희 출판전산망과 연계된 모든 기관이 관련 기능을 함께 개발해야 업무를 원활하게 할 수 있거든요. 예를 들어, 출판전산망에 도서 정보를 입력하면 교보문고, 예스24, 알라딘의 도서DB팀에 바로 전송할 수 있는 기능이 있죠? 서점들도 출판전산망에서 도서 정보를 받을 수 있는 기능을 함께 개발해야 하는 거죠. 저희 출판전산망은 온라인서점과 국립중앙도서관과 긴밀한 관계이기 때문에 관계자 분들과 주기적으로 만나 이슈를 공유하고, 이들과 함께 개발 일정을 조율하는 일도 하고 있습니다.

Q 출판전산망의 인지도를 높이고, 이용 회원을 늘리기 위한 활동도 열심히 하고 계신 걸로 알아요. 구체적으로 어떤 홍보 활동을 하고 계신지 말씀해 주세요.

올해는 출판전산망 이용자 교육 · 홍보 · 영업을 본격적으로 시작했어요. 아마 이 뉴스레터를 받아보시는 분들은 한 번쯤 보셨을 거예요. 출판전산망을 이용하는 분들의 이야기를 담은 통통레터, 출판전산망의 여러 기능을 쉽게 설명해주는 통통툰을 각각 월 2회씩 발행하고 있고요. 분기별로 판매데이터 리포트를 만들고 있습니다. 또, 매월 출판전산망에 업데이트 되는 신간 도서와 출판전산망의 기능 업데이트 소식을 담은 월간 전산망도 9월부터 발행하기 시작했답니다. 출판전산망을 처음 이용하는 분들을 위한 튜토리얼 영상, 인포그래픽 포스터 등을 제작하기도 했습니다.

더불어 매주 1회 진행하는 정기교육, 수시로 진행하는 찾아가는 교육 및 온라인 교육을 통해 많은 출판 관계자 분들에게 출판전산망을 알리고 의견을 듣는 귀한 시간을 가졌고요. 또, 올해 7월과 12월에 콘퍼런스를 개최해 출판전산망 이용 사례를 소개하고, 데이터를 활용해 2024년 출판 시장 전망을 전문가와 함께 이야기하는 자리를 만들기도 했습니다.

출판사, 지역서점, 도서관 분들과의 간담회를 개최하거나 설명회도 진행해요. 5월에 〈2023 K-북 저작권 마켓〉 참가사를 상대로 진행한 출판전산망 설명회가 첫 설명회였어요. 10월에는 전국도서관대회에서, 이번 달에는 〈출판시장 '23년 결산 및 '24년 전망, 전산망 데이터 활용 안내〉 콘퍼런스에서도 출판전산망의 기능을 소개했습니다. 일대일로 대화하면 편안하게 이야기할 수 있는데, 다수의 청중 앞에서 설명하는 건 긴장도 많이 되고, 항상 떨려요.

Q 얼마 전에 출판전산망 운영위원회 위원장을 맡고 있는 이지연 위원장과 한 인터뷰가 통통레터에 실렸어요. 출판전산망이 계속해서 발전하고, 개선되기 위해서는 출판사, 서점, 도매, 총판, 도서관 등 많은 사람들의 도움이 필요하겠다는 생각을 했거든요. 팀장님도 운영위원회에 매달 참여하고 계시죠?

네 맞아요. 저희 업무 중 교육 · 홍보 · 영업 담당자, 기술 개발자과 함께 출판전산망의 현황과 개선해야 할 부분을 이야기 나누는 것도 포함된다고 말씀드렸잖아요. 매주 이슈 사항을 확인하고 취합해서 매달 개최되는 운영위원회에 안건을 공유하고 자문을 받아요. 출판단체, 온라인 서점, 지역 서점, 도매상, 문화체육관광부 관계자로 구성되어있는 운영위원회에서 매달 출판전산망의 발전을 위한 열띤 토론을 합니다. 출판전산망의 기능을 출판사 분들에게 더 잘 알리기 위한 홍보 계획, 기술 개선 방향, 출판 산업 이슈(정가 변경 등) 중 전산망과 연관된 모든 내용을 다뤄요. 시스템 운영 · 개발 · 예산 · 정책 등 많은 이야기가 오고 갑니다.

Q 출판전산망을 운영하다 보면 굉장히 많은 사람들과 만남을 가지게 될 것 같아요. 앞서 온라인서점, 국립중앙도서관과는 긴밀한 협업 관계기 때문에 자주 만나 이슈를 공유한다고하셨고, 다수의 출판계 종사자 분들이 참여하고 있는 운영위원회에도 참석하고 계시고요. 이 외에 또 기억이 남는 만남이 있나요?

모든 만남이 하나 같이 의미가 있지만, 출판전산망이 작은 출판사에 꼭 필요한 시스템이라고 말씀하시며 기능 개선 제안을 해주시는 분들이 기억에 많이 남아요. 사실, 대형 출판사는 체계가 잘 갖추어져 있잖아요. 일할 인력도 충분하고요. 그런데 우리나라에는 5인 미만 출판사가 전체 출판시장의 70%를 차지하고 있거든요. (2022 출판산업 실태조사 기준, 한국출판문화산업진흥원) 잘 갖춰진 시스템과 인력이 부족한 작은 출판사를 위한 출판전산망이 되어야겠다는 생각을 합니다. 작은 출판사의 업무에 도움을 주는 출판전산망이면 좋겠어요.

Q 올 한해 우리 출판전산망에 눈에 띄는 변화가 몇몇 있었는데요. 내년에는 어떤 변화가 생길지 궁금해요. 출판전산망이 2023년에 어떻게 변화했고, 2024년엔 어떻게 변화할 건지 말씀해 주세요.

올해는 기존 출판전산망에 있던 기능을 더 편리하게 개선하는 작업을 진행했어요. 여러 출판사와 온라인 서점 의견을 반영해서 도서정보 입력하는 창을 개선했고요. 판매데이터, 독자데이터, 재고데이

터도 추가되거나 데이터의 품질이 좋아졌어요.

출판전산망을 초기에 이용하셨던 분들은 아시겠지만, 이전에는 도서 정보가 30분 단위로 전송되었거든요. 그런데 온라인서점에서 더 자주, 더 빠르게 도서 정보를 보내주면 좋겠다는 요청이 있어서 5분 단위로 전송할 수 있게 되었어요. 또, 국립중앙도서관의 정보나루 데이터를 출판전산망과 연계해 각 출판사 도서의 도서관 대출 건수와 순위, 그리고 어느 도서관에 소장되어 있는지를 확인할 수 있게 되었습니다. 이것도 올해 이루어낸 작은 성과죠.

아직까지는 출판전산망에서 종이책 정보만 여러 판매처에 전송할 수 있어요. 내년에는 전자책 정보 전송 및 판매데이터 수집도 출판전산망에서 할 수 있게끔 기획 중이에요. 이를 위해 밀리의 서재, 윌라, 리디북스 등 전자책 플랫폼, 그리고 온라인 서점의 전자책 담당자 분들과 만남을 가졌고, 어떤 기술적 · 정책적 애로사항이 있는지, 어떻게 해결하면 좋을지 이야기를 나누었습니다. 요즘 출판사에서 전자책도 많이 제작하시고, 전자책 플랫폼과의 거래도 많잖아요. 장기적으로 전자책 정보도 출판전산망으로 전송할 수 있게끔 노력하고 있으니, 기대해 주세요.

올해 2분기부터는 온라인서점과 지역서점의 판매데이터를 분기 별로 집계해 리포트를 발간하기 시작했어요. 리포트에는 주제 분류별 도서의 판매 증감을 분기 별로 분석한 내용이 담겨있어요. 실시간으로 시장의 흐름을 파악할 수 있다는 장점이 있죠. 개인적으로는 이 데이터를 출판사 별로 마케팅에 활용할 수 있게 인사이트를 제공하고 싶은 욕심이 있어요. 판매데이터가 보다 의미 있는 데이터로 사용될 수 있게끔 분석 · 가공해서 도서 판매 향상에 도움을 드리고 싶어요. 데이터는 분석만큼 해석도 중요해서 출판전산망이 어떻게 기여할 수 있을지 고민 중이고, 저희 팀의 중장기적인 목표이기도 해요. 그래서 공공기관이나 다른 기업에서는 어떻게 데이터 마케팅을 하는지 알아보고 있습니다.

올해 초부터 국립중앙도서관 ISBN · ISSN · 납본시스템 담당자들과 정보 연계 협의를 진행하고 있는데요. 지금은 국립중앙도서관에서 PUSH 방식으로 도서 정보를 출판전산망에 보내주세요. 반대로 도서 정보를 출판전산망이 CALL 방식으로 당겨오는 기술 협의 중이에요. 이 기술이 출판전산망에 적용된다면, 출판사에서는 지금보다 정확한 ISBN 발급(수정) 완료 정보를 빠르게 확인하실 수 있을 거예요.

도매상과 지역서점의 판매 · 재고 데이터를 출판전산망에 연계하기 위한 노력도 계속하고 있습니다. 올해 상반기에 한국출판협동조합 재고데이터가 출판전산망과 연계되었어요. 출판사에서 대형 도매상인 웅진북센과의 거래도 많이 하시잖아요. 여러 번의 미팅을 통해 웅진북센의 재고데이터를 출판전산망과 연계할 수 있는지의 여부도 논의하고 있습니다. 또, 보다 많은 지역서점의 판매데이터를 집계해 제공하려고 기획 중이에요. 아마 2024년 상반기에는 오프라인 지역서점 베스트셀러 순위를 제공할 수 있지 않을까 싶습니다.

Q 출판전산망은 문화체육관광부 예산으로 운영되는 시스템이잖아요. 문화체육관광부에서 운영하는 또 다른 전산망들이 있는 걸로 알고 있는데요. 출판전산망과 다른 전산망과는 어떤 차이가 있나요?

문화체육관광부에는 세 개의 대표적인 유통전산망이 있어요. 영화관입장권통합전산망(이하 영화전산망), 공연예술통합전산망(이하 공연전산망), 출판유통통합전산망이 그것들인데요. 저는 출판유통통합전산망 외 다른 두 전산망도 틈틈이 살펴보고 있어요. 어떤 기술을 활용하는지, 시스템을 어떻게 운영하는지, 데이터를 어떤 방식으로 수집 · 제공 · 활용하는지 살피다 보면 우리 출판전산망에 적용하면 좋을 것 같은 부분도 눈에 띄더라고요. 출판전산망과 달리 영화전산망과 공연전산망은 데이터 수집이 법적으로 의무화되어 있어요. 출판전산망에선 출판사 담당자가 직접 도서 정보를 정확하게 입력하고 서점과 공유하지만, 영화전산망과 공연전산망에는 창작자나 영화 배급사에서 정보를 입력하기도 해요.

혹시 한 해에 영화, 공연, 도서가 얼마나 생산되는지 궁금했던 적 없으세요? TMI지만 공연전산망의 데이터에 따르면 2022년 공연 건수는 335건이에요. 영화전산망에 따르면 2022년에 개봉한 영화는 1,869건이고요. 국립중앙도서관에 따르면 2022년 출간된 신간 도서는 69,562종입니다. 출판산업이 타 업계에 비해 콘텐츠가 다양한 편이죠? 관리해야 하는 정보가 많을수록 전산망을 활용하면 데이터를 효율적으로 관리하실 수 있어요. 내년에는 출판전산망에 더 많은 도서 정보가 등록되면 좋겠습니다.

Q 출판전산망에선 도서 정보 관리, 판매통계, 도서관 대출 통계 등 다양한 기능을 제공하고 있습니다. 팀장님이 생각하시기에 출판전산망에서 가장 중요한 기능은 무엇인가요?

저는 도서 정보 관리가 출판전산망의 기본 토대를 이룬다고 생각합니다. 요즘 많은 프로그램이 머신러닝을 통해 진화하고 있어요. 경험 데이터를 기반으로 학습하고, 예측하고, 스스로의 성능을 향상시키는 알고리즘을 구축하는 게 머신러닝이잖아요. 저는 출판전산망도 이와 다를 게 없다고 생각해요. 더 많은 출판사에서 도서 정보를 입력할수록 출판전산망이 똑똑해집니다. 그러면 출판전산망에 있는 고품질의 도서 데이터를 도매 · 서점 · 도서관 등에서 필요할 때마

다 가져갈 수 있어요. 이런 선순환을 통해 출판전산망의 도서 데이터가 도서 정보의 표준으로 자리잡을 수 있게 될 겁니다.

출판전산망에 등록된 도서 정보는 오랜 시간이 지나도 변함 없이 그대로예요. 한 출판사에서 업무 간 이동이 있거나, 직원이 퇴사를 하더라도 정보는 그대로 남아있으니 업무의 연속성을 노릴 수 있죠. 보통 회사에서 업무 정보를 공유하기 위해 네이버웍스, 카카오워크, 구글 클라우드 등 다양한 플랫폼을 사용하고 있잖아요. 출판전산망이 이러한 역할을 할 수 있다고 생각합니다. 또 도서의 세부 정보를 출판전산망에 자세히 입력하면 온라인 서점 전송, 판매/재고/독자/대출 데이터 누적 · 확인 · 관리 · 인계할 수 있어 유용하죠.

Q 통통레터 구독자분들께 마지막으로 한 말씀 부탁드려요!

2021년 9월에 오픈한 출판전산망. 2년이 조금 넘는 시간이 지났습니다. 앞으로도 저희 통합전산망운영팀은 출판유통구조의 선진화, 투명화를 위해 많은 노력을 기울이겠습니다. 앞으로도 출판전산망에 많은 관심과 애정 부탁드려요. 이용자 분들의 소중한 의견도 기다리겠습니다.

2023년 5월 26일에 첫 통통레터로 여러분과 첫 만남을 가졌는데요. 2023년 12월 26일에 열다섯 번째 통통레터로 여러분과의 마지막 인사를 하게 되었어요. 출판전산망을 바라보는 출판인의 솔직한 시선을 담은 통통레터! 지금까지 많이 사랑해주셔서 감사했습니다. 우리는 내년에 또 좋은 모습으로 만나요!