

출판광고업계 휩쓰는 회원제 학습지 광고

일간지와 광고전단을 활용한 출판광고 지상전

벌출판계가 어려운 상황 속에 놓여 있는 가운데 회원제 학습지 출판업계가 대규모의 광고전을 벌이고 있는 형편이다. 신학기를 앞둔 학습지 출판업계는 거액의 제작비와 매체비가 드는 TV광고와 라디오 광고뿐 아니라 신문광고, 광고전단 등 다각적인 광고 공세를 펴고 있다. 이들 업체가 한해 예산으로 잡고 있는 광고비는 연 30억원에서 78억원에 이른다 하니, 근래 출판광고시장은 가히 회원제 학습지 천하다.

현재 가장 많은 회원을 확보하고 있는 회원제 학습지는 <봄봄>(디딤돌), <A 플러스>(중앙교육진흥연구소), <X-RAY>(지학사), <블랙박스>(교평) 등이다. 회원제 학습지는 수능제도에 힘입어 꾸준히 성장해, 현재 전국의 고등학생 3명당 1명이 학습지를 구독하고 있는 형편이라고 한다. 때문에 각 출판사들이 서둘러 회원제 학습지 시장 신규투자에 나서 천재교육의 <필>, 한국교육미디어의 <케이스> 등이 가세했다. 학습지의 전체적인 매출이 30% 가량 줄어든 불황 속에서도 회원제 학습지에 대한 광고전이 확산되는 것은 매출부진으로 인한 경영의 어려움을 타개하기 위한

교육지책으로 해석된다. 한편, 학습지 구매비용이 과외에 비해 상대적으로 비용이 적게 든다는 점, 정보력을 바탕으로 수능시험 경향에 맞는 시사적이고 통합교과적인 내용을 다루고 있다는 점, 팩스·전화·PC통신 등을 이용한 상담과 피드백 시스템이 있다는 장점을 이용하기 위한 발빠른 행보로 보여진다.

다른 업종의 광고비가 40~50% 삭감되는 요즘, 회원제 학습지업체들의 이런 광고경쟁은 지나친 과당경쟁이라는 지적이 있다. 신규 진출한 업체들의 런칭광고와 시장쟁탈전을 벌여야 하는 기존 업체들의 광고경쟁은 마케팅 측면에서 볼 때 불가피한 일이라는 하지만 무리한 출혈광고는 자제해야 한다는 여론이 높다.

그 외 일반 단행본들은 도매상부도와 출판사의 재정난으로 출간 자체를 미루고 있는 형편이어서 새로운 책 광고가 거의 없는 편이다. 비교적 처세술을 담은 책 광고가 눈에 많이 띄며, 아름다운 디자인과 레이아웃을 선호하기보다는 많은 정보를 알리는 광고를 추구하는 것이 최근의 출판광고 경향이다. <마정미>



· 석필에서 만든 도서목록 겸 홍보전단. 양면지를 4단으로 접지하고 단조로움을 피해 대각선 구도로 꾸민 깔끔한 레이아웃이 돋보인다. 부각시키고 꾸준히 팔리는 책들은 나머지면에 오묘조일 담았다.

· 한울의 <테두리의 깔끔한 배지리하지 않은 재미있는 <지리아기> :

(주)지학사
대표: 최석필 (02-563-0044)
총괄: 김성민 (02-563-0044)
기획: 김성민 (02-563-0044)

“저희가 교과서도 만들고 학습지 X-ray도 만듭니다”

교과서 중심의 '원문 수능' 시대 - 이제 교과서의 중요성이 더욱 커졌습니다
지난 12월, 학교 교육의 정상화와 과외 수입의 병폐를 해소하기 위해 '원문수능'은 물론
앞으로의 수능문제를 교과서 중심으로 함께 출제하겠다는 '교과서의 발효'가 있었습니다.
비밀로 교과서 중심의 '원문 수능' 시대가 온 것입니다. 이제 교과서를 누가
가장 완벽하게 이해하고 있는지가 대입 합격의 관건이 된 것입니다.

이제 수능의 열쇠는 교과서 만드는 지학사의 학습지 X-ray입니다
교과서 중심의 수능시대, 수능용의 교과서는 말 그대로 교과서에서 배우는 교과서.
바로 그 교과서를 발행하는 지학사가 만든 수능학습지 X-ray를 선택
해야 하는 이유가 더욱 분명해진 것입니다. 교과서를
만들어 교과서에 나오는 기본개념과 원리, 그리고 그것
들이 어떻게 응용되어 문제해결인지 가려 체계적이고
가장 완벽하게 지도해 주 수 있는 수능학습지 X-ray.
교과서로 중심해 배우고 X-ray로 단번에 이해! 그리고
교과서 만드는 지학사와 만나 수능이 쉽습니다.

이제 수능의 열쇠는 교과서 만드는 지학사의 학습지 X-ray입니다

X-ray는 가려줄 것입니다

수능을 준비하는 학생들에게 가장 중요한 것은 교과서입니다. 그러나 교과서는 단순히 지식을 전달하는 데 그치지 않고, 학생들의 학습 습관을 형성하고, 문제 해결 능력을 키워주는 역할을 합니다. X-ray는 교과서의 핵심 내용을 가려주고, 학생들의 학습 습관을 형성하고, 문제 해결 능력을 키워주는 역할을 합니다.

지학사의 수능별 맞춤 학습지

[X-ray]

수능별 맞춤 학습지

지학사 (주) 지학사
대표: 최석필 (02-563-0044)
총괄: 김성민 (02-563-0044)
기획: 김성민 (02-563-0044)

· 지학사의 회원제 학습지 <X-ray> 신문광고 교과서 제작 출판사라는 공신력을 살린 헤드 카피를 썼다. 출판광고로는 이례적으로 권병일 사장이 직접 등장하여 신뢰도를 높인 광고. (동아일보 2월 16일자)

· (주)교평의 회원제 학습지 <블랙박스> 신문광고. 수능에 맞춘 학습지라는 컨셉을 맞추었다. 모델을 좌우에 배치하고 가운데에 정보를 담아 주목률을 높였다. 학습지에 대한 자세한 정보와 함께, 큰 활자로 회원 접수처를 게재하여 회원가입을 유도했다. (동아일보 3월 7일자)

BLACK

수능에 꼭 읽어야 할 학습지

블랙박스

쉬워진 수능 시험, 효과 있는 학습지

내 마음에 꼭, 내 수준에 꼭, 블랙박스 꼭 소리내라!

수능에 꼭 읽어야 할 학습지

쉬워진 수능 시험, 효과 있는 학습지

수능에 꼭 읽어야 할 학습지

쉬워진 수능 시험, 효과 있는 학습지

쉬워진 수능 시험, 효과 있는 학습지

수능에 꼭 읽어야 할 학습지

쉬워진 수능 시험, 효과 있는 학습지

수능에 꼭 읽어야 할 학습지

쉬워진 수능 시험, 효과 있는 학습지

교 1·2·3 회원 접수 / (02)563-0044

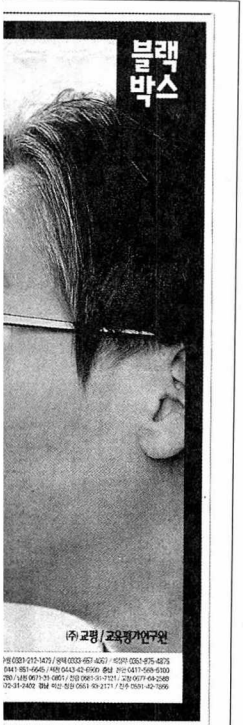


간은 2~3면에
 [이야기] 홍보 전단. 붉은색으로 꾸민
 이 돌보인다. 다소 글이 많은 편이지만
 낱 속의 지리이야기 라는 카피와 함께
 친과 목차를 실어 흥미를 끌고 있다.

지리이야기

지리이야기

지리이야기



· 가라기책 도서목록. <한 권으로 읽는...> 시리즈를
 내세운 출판사의 아이덴티티를 살려 재미있고 깊이있는
 역사읽기가 시작됩니다 라는 카피를 서두에 붙였다.
 본문은 욕심부리지 않고 한가지 색만을
 쓴 1도 편집으로 경제성을
 살렸다.

가라기책 도서목록

가라기책 도서목록

가라기책 도서목록

아이령 석화 교수 추천도서

생각에 날개를 달아 주는 웅진 어린이 고전

소년 봉신방 (전5권)

사기 (전3권)

어린이 십팔사략 (전2권)

인물 삼국유사

권력을 쫓는 한국언론의 실상과 허상!

주역

IMF사태를 겪는 한 지식인의 변명!

또 하나의 기적을 향한 짧은 시련

정려와 언론의 한 실험적 관찰

국기 파산의 위기 앞에서 나는 설익은
 정서나 교수로서의 동위를 따질 여유가
 없었다. 다만 함양이 부끄럼이
 반성하는 마음으로 이 책을 써야 했다.

놓치고 싶지 않은 나의 꿈 나의 인생

잃어버린 시간을 찾아서

내가 없으면 세상도 없다 — 내가 내가 되는 책

가라기책 도서목록

· 웅진출판의 <생각에 날개를 달아주는 웅진 어린이 고전>시리즈. 어린이 서적이지만
 구매층은 부모이므로 성인을 위한 광고 전략을 폈다. 아이령 교수와 이이화 역사문제연구소장의
 추천사를 실어 양서임을 알리고 있다(위). (경향신문 3월 11일자)

· 일관성 있게 사회과학 서적과 커뮤니케이션 서적을 출간하는 남산출판이
 오랜만에 내보낸 신문광고. 전문서적이기보다는 시사적이고 사회의 주목을 끄는 책들을 담았다.
 이성에 호소하는 활자 정보가 많은 광고다(중앙). (중앙일보 3월 11일자)

· 국립미디어의 <잃어버린 시간을 찾아서> 신문 광고. 고전 도서를 광고하는 것은
 드문 일이지만 최근에 새로 번역 출간한 시간이므로 광고에 나섰다.
 프루스트의 <잃어버린 시간을 찾아서>를 중심으로 두권의 책광고를 함께 실었다(아래).
 (조선일보 2월 28일자)