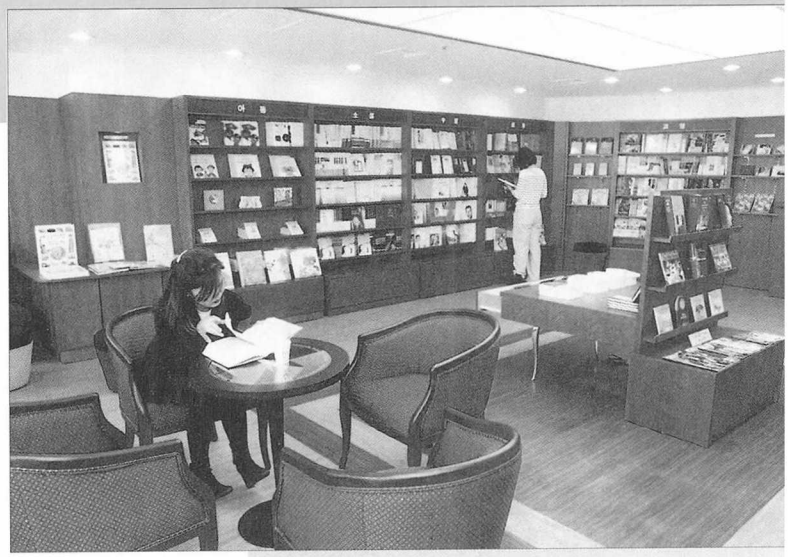
다양한 부가 서비스로 두터운 회원층 확보한 북클럽

대형서점이 주로 고객 확보 장치로 활용…
인터넷 서점 등장으로 전망 불투명해

베텔스만 북클럽의 국내 진출과 의욕적인 활동으로 북클럽에 대한 관심이 점증하고 있다. 국내에서는 종로서적의 '책사랑'을 필두로 대형서점들이 북클럽을 운영하고 있다. 하지만 대형서점의 북클럽은 원래 의미의 북클럽과는 거리가 있는 실정이다.



대형서점 북클럽의 회원수는 수십만명을 헤아린다. 서점들이 모든 고객의 회원화를 유도하기 때문이다. 사진은 베텔스만 북클럽의 클럽센터.

북클럽은 '회원제로 책을 정가보다 싼값으로 제공하는 통신판매 조직'을 말한다. 북클럽은 저작권 사용료와 지형사용료를 출판사에 지불하고 '북클럽판'을 발행한다. 그런데, 북클럽의 역사는 생각보다 일천하다.

스탠리 언윈의《출판의 진실》(보성사)에 따르면, 1924년 설립된 '독일 도서조합'(German Bush-Gemeinshaft)이 최초의 북클럽이다. 독일 도서조합의 성공에 자극받은 영국에서는 '북소사이어티'(Book Society)(1929), '레프트 북 클럽'(Left Book Club)(1936) 등이 잇달아 생겼다. 하지만, 북클럽의 본고장은 미국이다. 미국에서 어떤 책이 북클럽 회원용 도서로 선정되는 일은 큰 상금이 걸린 복권에 당첨된 것으로 여길 정도다.

종로서적 '책사랑'이 국내 북클럽의 효시

국내에서는 종로서적의 '책사랑'이 북클럽의 효시다. 1987년 회원제 통신판매로 출발한 책사랑은 지금도 이어지고 있다. 회원은 7천여명을 헤아리지만 책을 꾸준히 주문하는 사람은 4천5백명 가량 된다. 연회비는 1만원이다.

"서로 결제조건이 오고가야 회원이다. 허수를 남발해서 무슨 소용이 있겠는가. 책사랑 회원은 전문서나 화급을 요하는 책을 전화로 확인한 다음, 바로 구입한다. 회원에게는 사보《종로서적》을 보내고, 서점이 주관하는 행사에 우선 참가할 수 있는 권한을 준다." 정광화 홍보팀장의 말이다.

또, 정팀장은 "회원이 점점 줄고 있다"며 올해가 고비라고 보고 있다. 97년 5월, 업계 최초로 인터넷서점을 개설한 종로서적은 '멀티플러스카드' 제도를 시행중이다. 그런데, 멀티플러스카드 회원과 책사랑 회원이 받는 혜택이 거의 같다. 지난해 7월부터 온라인 서비스와 오프라인 서비스를 통합했기 때문이다.

멀티플러스카드 회원에게는 우선, 3천원 이상 구매시 50원당 1점씩 누적 적립해 보상한다. 종로서적 출판부에서 펴낸 서적과 직수입 도서는 10% 할인해 준다. 음반과 문구류 역시 10% 싸게 판다. 적립 금액을 교통카드로 옮겨 쓸 수도 있다. 멀티플러스카드는 가입비와 연회비를 내지 않는다.

온라인 매장과 오프라인 매장 어느 곳에서도 가입이 가능한 멀티플러스카드 회원은 현재 23만명을 헤아린다. 관계자의 예측대로 책사랑의 입지는 좁아질 것으로 보인다. 그러면 멀티플러스카드제도가 북클럽 역할을 할 것은 자명한 이치. 이제 서점을 이용하는 모든 고객이 북클럽 회원이라 해도 과언이 아니다. 이런 추세는 다른 대형서점들에서도 나타난다.

회원 1백만명을 바라보는 '교보북클럽'

93년 '책의 해'를 맞아 출범한 '교보북클럽'의 회원은 43만명에 이른다. 97년 9월 인터넷서점을 열며 북클럽회원이 폭발적으로 늘었다. 이 중 꾸준히 인터넷서점과 매장을 찾는 고객은 11만명 정도다. 회원은 교보문고 출판부 서적과 직수입도서 10% 할인 혜택을 받는다.

단골 손님 가운데 열성 고객에게는 더 나은 서비스를 제공한다. 연간 도서 구매액이 300만원이 넘으면 VIP고객으로 대접한다. 1만명에 이르는 이들에게는 사은품을 주고, 마일리지 제도를 통해 보상한다. 연간 구매액이 50만원을 초과하면 우수고객이다. 우수고객은 구입금액의 3~5%를 사이버 머니로 지급받는다.

교보문고는 인터넷사업부에서 인터넷서점과 북클럽 업무를 관장한다. 인터넷사업부의 이한우 차장은 "전자우편을 통해 하루 30건 정도 회원들의 의견이 들어온다. 할인판매를 안하는 것에 대한 불만이 가장 많다"고 말했다. 교보문고는 연말까지 북클럽회원을 1백만명 확보할 계획이다. 그 일환으로 신학기를 기해 학생회원 배가 캠페인을 펼치고 있다. 3월 4일부터 31일까지 북클럽에 가입하는 학생 회원에게 컴퓨터 추첨을 통해 사이버 머니를 지급한다. 당첨자 발표는 4월 5일.

다양한 서비스 제공하는 YPBOOKS

영풍문고의 북클럽은 아직 1년이 안됐다. 하지만 회원은 20만명을 헤아린다. "작년 하반기부터 회원이 급증했다. 6월 30일이면 꼭 1년이 된다. 회원들에게 어떤 형태로든 보상을 해야 하는데 고민이다." YPBOOKS 사업본부 연용호 과장의 말이다.

'영풍북클럽'은 연말까지 30만명의 회원을 확보할 계획이다. 전체 고객 가운데 북클럽회원은 70%를 차지한다. 앞으로는 100% 회원 구매를 유도할 계획인데, 이를 위해 다양한 회원 만족 서비스를 마련하고 있다.

자사 출판부 발간 도서와 직수입 서적을 10% 할인하고, 음반과 문구류를 10% 싸게 파는 것은 다른 북클럽 회원이 누리는 혜택과 비슷하다. '영풍북클럽'은 인터넷서점 YPBOOKS를 이용하는 회원에게 제공하는 서비스가 눈에 띈다.

'서평큰잔치'는 매달 서평을 올린 회원 60명을 뽑아 상품을 주는 사은행사다. 지난해까지 일정 액수 이상 구매고객을 대상으로 하던 단순한 '경품잔치'를 올해부터 서평잔치로 바꿨다. 상품이 푸짐한데, 제주도 2박3일 관광권, 외국어학원 수강권, 잡지 6개월 정기구독권 등을 준다.

이달말 또는 내달초부터는 YPBOOKS 사이트를 통해 '저자와의 대화'를 동영상으로 내보낸다. 열흘에 한번씩 1분30초에서 2분 정도 분량으로 화제의 저자와 만나는 시간을 마련한다. 《꼬리에 꼬리를 무는 영어》의 저자 '한호림 편'과 소설가 '신경숙편'은 제작을 완료했다. 반응이 좋으면 출판사 대표와 편집자의 동영상 편지도 띄울 예정이다.

대형서점들은 고객확보 차원에서 북클럽을 운영하는 것으로 보인다. 본래적 의미의 북클럽은 지난해 10월부터 활동을 시작한 '베텔스만 북클럽'이 유일하다.

"베텔스만의 한국 진출을 놓고 의혹의 눈초리가 없지 않았다. 하지만 베텔스만은 기존 북클럽과는 전혀 다른 독자층 발굴에 역점을 두고 있다. 독서층 확산에 기여하므로 관련업계는 오히려 반겨야 한다." 채영희 편집팀장의 말이다.

클럽센터 문 연 베텔스만 북클럽

그러나 출판·서점업계는 베텔스만 북클럽을 향해 의혹의 눈길을 거두지 않고 있다. 결국, 인터넷서점을 할 거라는 시각이 지배적이다. 이에 대해 베텔스만 북클럽은 "그럴 계획이 없다"며 부인했다.

엄밀히 말하면 북클럽에서 파는 책은 서점에서 파는 것과 다른 책이다. 북클럽판을 따로 제작한다. 하지만 베텔스만 북클럽도 아직은 그렇게 하고 있지 않다. 단지, 북클럽용이라는 사실을 판권에 밝히는 정도다.

회원규약은 북클럽의 정체성을 분명히 드러내고 있다. 3개월마다 나오는 카탈로그에서 최소 한권 이상의 책을 구입해야 한다. 회원이 책을 선택하지 않으면, 편집진에서 한권을 골라 준다. 이번에는 무라카미 하루키의 《스푸트니크의 연인》(자유문학사)이 추천도서로 선정됐다. 회원의무 가입기간은 2년이고, 탈퇴 의사를 밝히지 않으면 회원 자격은 계속 유지된다.

베텔스만 북클럽은 지난 1월 22일 첫번째 북클럽 센터를 열었다. 북클럽 센터는 카탈로그에 소개된 책을 회원이 와서 직접 살펴보고, 책도 볼 수 있는 회원 전용공간이다. 제1호 클럽센터의 김윤희 점장은 "하루 스무명 안팎의 회원이 들른다. 주말에는 멀리서 가족단위로 찾아오기도 한다. 다들 편안하고 아늑한 분위기에 만족해 한다"고 말했다. 베텔스만 북클럽은 6월말까지 회원 10만명 확보를 목표로 하고 있다.

대형서점이 인터넷서점과 패키지 형태로 운영하는 북클럽은 본연의 기능과는 거리가 있다. 베텔스만 북클럽 정도가 원래 역할에 걸맞는 활동을 펴고 있다. 그러나 이마저도 전망은 불투명해 보인다.

백원근씨(한국출판연구소 선임연구원)는 "국토가 넓거나 단위면적당 서점의 수가 적거나 하는 것이 북클럽이 꽃필 수 있는 조건이라면, 우리나라에서 북클럽의 성장 가능성은 그리 크지 않다"고 말한다. 더구나 인터넷서점의 등장으로 굳이 북클럽을 활용할 이유가 없다는 것이 백연구원의 견해다. —최성일 기자