

숨어 있는 1인칭 출판 마케팅



아스트리드 린드그렌
어린 시절 어린이책 이야기

사라진 나라

아스트리드 린드그렌

시간도서 코너에 소개된 책 중 어떤 책을 선택할 것인가 고민하는 독자들의 시선을 사로잡기 위해서는 다양한 마케팅 방법이 필요하다. 부수적인 사은품, 엽서, 저자 사회 등의 마케팅 전략이 등장하기 하지만 실질적으로 '눈에 띄는 것' 만큼 중요한 것은 없다. 그런 점에서 색다른 카피와 사진으로 책의 허리를 감싸는 퍼지는 직접적으로 책을 홍보하는 데 중요한 역할을 한다.

퍼지는 본래 일본에서 만들어졌다. '구매시점 POP Point of Purchase' 이라는 광고용어 개념에 포함되는 퍼지는 본래부터 광고효과를 극대화시키는 방법 중 하나에 속한다. 퍼지가 국내 도서시장에 활발하게 도입되기 시작한 것은 1990년대 중반. 일본에서는 자극적이고 선정적인 카피를 동원해서 적극적인 광고를 보여줬지만 우리나라에서는 '문학상 수상작', '단체 추천도서' 등 비교적 점잖은 카피를 동원해서 책을 홍보했다. 그렇지만 최근 들어 우리나라 퍼지도 패션화 경향을 띠면서 보다 적극적인 홍보수단으로 자리잡고 있다. 일반적인 퍼지는 책의 4분의 1 정도(신규판 기준, 세로 22.5센티미

터일 때 약 6.5센티미터)를 덮는 가로형 종이를 의미했지만 최근에는 크기, 모양, 내용에 있어 틀에 얽매이지 않는 다양한 퍼지들이 등장해 눈길을 끈다.

최근 쏟아져 나온 책들 중 유독 눈길을 끄는 책만 해도 10여 종에 이른다. 저자의 지명도를 이용한 카피를 넣거나 크기는 작지만 감쪽한 디자인으로 눈길을 끄는 퍼지, 기존의 가로형 퍼지 개념을 벗어버리고 세로로 제작된 퍼지와 자켓과 퍼지개념 구분이 무의미할 만큼 높게 제작된 퍼지 등.

이처럼 다양한 형태의 퍼지는 책을 홍보하는 필수적인 수단이 되어가고 있다. 현재 출간되는 일반단행본의 15내지 20퍼센트가 퍼지를 두르고 있다. 그렇지만 이같은 퍼지 마케팅이 장점을 갖고 있는 것은 아니다. 퍼지가 책을 사는 구매력으로 연결되지 않을 경우, 퍼지 마케팅 비용이 출판사측에 부담을 주기 때문이다. 퍼지비용이 엄청 나지는 않지만 가라비에 옷 젖는 격이 될 수도 있는 것이다. 출판사마다 책 출간에 앞서 퍼지를 제작할 것인가 말 것인가 고민하는 것도 이런 점에 연유한다.



숨어 있는 1인칭 독자 서비스

사실 피지비용은 눈에 보이지 않을 만큼 작게 느껴진다. 때문에 출판사 직원들도 피지 제작에 들어가는 비용을 막연하게 10원내지 20원 정도로 '추산'하는 데 그칠 정도다. 하지만 10원내지 20원에 불과할 것이라는 막연한 계산과 달리 피지에는 디자인, 필름 출력, 인쇄판 제작, 인쇄비, 코팅, 접지 등의 제작 공정이 고스란히 들어가고, 여기에 들어가는 비용은 3천 원을 발행할 경우 지질과 규격에 따라 권당 50원에서 100원까지 들어가는 것으로 조사됐다.

이는 정가의 1퍼센트에서 1.5퍼센트에 해당하는 것으로 출판사가 서점에 공급하는 가격이 책값의 60~70퍼센트 안팎인 점을 감안하고 현금 회전을까지 보낼 경우 책값의 2.3퍼센트에 해당하는 수치다. 또한 통상적으로 지급되는 인세의 15~25퍼센트에 해당하는 것이다. 결국, 많지 않은 비용을 들여서 홍보효과를 낼 수 있는 피지는 실적으로 출판사측에 눈에 보이지 않는 부담요소가 되고 있다. 이런 점을 감안해볼 때 출판사측에서는 피지 마케팅을 하기 전에 그것이 친구따라 강남가는 식의 무조건적인

광고전략이 아닌지를 생각해 보아야 할 것이다. 피지가 출판사의 경영악화를 부르는 '복병'이 될 수 있기 때문이다. 그리고 여러 상황을 고려했을 때 피지제작의 필요성을 느낀다면 보다 효용성 있는 피지를 제작하려는 노력을 해야 할 것이다. 독자들의 손에 들어간 대부분의 피지들이 쓸모 없는 존재가 되어버리고, 코팅된 피지의 경우에는 재 활용 가치도 급감하게 되어 결국에는 골칫덩이로 남게 되기 때문이다.

이미 일본의 <다빈치> 잡지는 독특한 피지를 선정해 소개하는 지면을 마련하면서 피지가 책의 일부에서 책의 중요한 내용이 되었음을 보여줬다. 그런 점을 감안할 때 피지를 단순 홍보용 장치가 아닌 소장 가치가 있는 책의 일부처럼 공들여 제작하는 일도 필요하다. 마케팅 수단이면서 독자들을 위한 서비스가 되는 피지를 제작하는 일, 그것이 출판사 마케팅 담당자들의 또 다른 숙제로 등장한 셈이다. **☞**

취재 김청연 기자 | 사진 박신우 기자