리드앤두 신간 소개

리드앤두는 읽고 실행하는 두어들을 위한 ㈜도서출판 길벗의 브랜드입니다.



작은 모임에서 다시 찾는 커뮤니티로

**모임의 기술**

**저자 ·** 서준원, 김소연

**분야 ·** 경제 경영 > 경영관리

 자기 계발 > 인간관계

**판형 ·** 125\*188mm

**페이지 ·** 280쪽

**정가 ·** 17,000원

**발행일 ·** 2025년 5월 26일

**ISBN ·** 979-11-407-1336-3 (03320)

**문의 ·** 연정모 (yeon333718@gilbut.co.kr｜02-330-3850)

**짧은 책 소개**

**왜 어떤 모임은 이어지고, 어떤 모임은 흐지부지될까?**

**100회 이상 꾸준히 운영된 모임에서 찾은**

**‘해봐야 아는’ 모임 디테일 대공개**

★ 누적 100회, 방문자 2,000명, 재방문율 60.4% 기록

★ 결이 맞는 사람을 모으는 비전과 브랜딩 전략

★ 모임 기획부터 당일 진행 디테일까지 실전 노하우 수록

누구나 모임을 시작할 수는 있다. 하지만 사람을 다시 오게 만들고, 모임이 쌓여 커뮤니티가 되고, 브랜드가 되는 경험은 아무나 할 수 없다. 《모임의 기술》은 단순한 친목 모임을 넘어 지속 가능한 커뮤니티를 만들어내기까지의 기획, 운영, 성장 전략을 실제 실행 경험을 바탕으로 구체화한 책이다.

‘나도 언젠가 모임 한 번 해볼까’라는 막연한 생각을 가진 독자부터 실제로 모임을 운영해본 경험이 있는 기획자, 커뮤니티를 브랜드화하고 싶은 창작자까지. 모임을 통해 좋은 사람들과 연결되고, 지속 가능한 구조를 설계하고자 하는 모든 사람에게 《모임의 기술》은 전략과 방향을 동시에 제시하는 실전 가이드가 될 것이다.

**모임의 시작, 운영, 확장까지 한 권에**

v 기획 단계에서 필요한 비전 설계와 타깃팅 전략

v 운영 단계에서 활용할 수 있는 대화 흐름 설계, 호스트 섭외 매뉴얼

v 확장 단계에서 고려해야 할 제휴 제안법과 커뮤니티 정체성 관리 전략

v 5종의 기획 운영 템플릿과 실제 참가자 인터뷰

**출판사 리뷰**

**잘되는 모임은 디테일이 다르다!**

**검증된 경험에서 출발한 실전 노하우**

흐지부지되지 않는 모임은 무엇이 다를까? 《모임의 기술》은 단발성 이벤트를 넘어, 사람들을 ‘다시 오게 만드는 모임’을 기획하고 운영하는 방법을 안내한다. 레이지버드커피클럽(LBCC)은 일과 삶의 균형을 고민하는 중니어들을 중심으로 2년 반 동안 매주 모임을 이어오며 누적 100회 이상, 약 2,000명의 사람들과 만났다. 단순한 만남을 넘어 커뮤니티로 성장할 수 있었던 배경에는 결이 맞는 사람을 모으는 타깃팅 전략, 참여자 스스로 ‘함께하고 싶다’고 느끼게 만드는 운영 설계, 그리고 환대의 감각을 디테일로 구현한 실행력이 있었다. 이 책은 그 모든 과정을 실제로 부딪히며 쌓은 노하우를 충실히 담아낸 결과물이다.

**기획부터 브랜딩, 운영까지 전 과정의 경험을 담았다**

이 책은 ‘좋은 모임’을 만들기 위해 반드시 짚어야 할 핵심 질문을 던진다. 누구를 중심에 둘 것인가, 어떤 경험을 제공할 것인가, 그리고 어떻게 운영할 것인가. 단순한 친목 모임에 그치지 않고, 지속 가능한 커뮤니티로 발전시키기 위해 기획부터 운영, 성장 관리에 이르는 전 과정을 구체적이고 생생하게 풀어냈다. 비전 설정, 슬로건 개발, 참가자 선정 기준, 브랜딩 설계, 모임 당일의 환대 방식과 대화 흐름 운영, 장기 운영을 위한 피로도 관리까지— 모임을 처음 구상할 때부터 실제로 운영하고 커뮤니티로 확장하는 단계에 이르기까지 필요한 전략과 실행법을 촘촘히 담고 있다.

**즉시 적용 가능한 기획 운영 템플릿 제공**

《모임의 기술》은 읽고 끝나는 책이 아니다. 모임을 새롭게 시작하거나 기존 운영 방식을 정비하려는 독자를 위해 현장에서 바로 활용할 수 있는 실전 자료를 풍부하게 담았다. 파일럿 모임 설계 템플릿, 참가자 초청 메일 작성 예시, 모임 당일 체크리스트 등 기획부터 운영까지 전 과정을 지원하는 도구를 수록해 모임을 처음 시작하는 입문자부터 커뮤니티 운영 경험이 있는 기획자까지 폭넓게 활용할 수 있도록 구성했다. 또한 실제 참여자들의 인터뷰와 후기, 운영 현장에서 발견한 인사이트를 함께 담아 독자가 모임의 흐름과 분위기를 구체적으로 그려볼 수 있도록 돕는다. 단순한 이론서가 아닌, ‘모임을 잘 만들고 싶다’는 바람을 실행으로 전환하는 실질적 가이드다.

**저자 소개**

**서준원**

‘중니어’들이 대화하러 모이는 모임 기반 커뮤니티 레이지버드커피클럽(LBCC)의 공동 대표이자 모더레이터. LG유플러스와 대학내일에서 브랜드 마케팅 에디터로 일하며 콘텐츠를 기획했다. 직장생활의 권태감을 해소하기 위해 사이드 프로젝트로 시작한 LBCC가 많은 이들의 관심과 사랑을 통해 성장하면서 대기업을 떠나 전업으로 뛰어들었다. ‘브랜드 콘텐츠’, ‘콘텐츠 마케팅’, ‘카피라이팅’을 주제로 서울특별시청, 국립중앙도서관, LG전자, 기아, CJ 인재원, 카카오 비즈니스 세미나 등에서 활발히 강의해왔다. 강의 경험을 살려 LBCC 콘텐츠를 만들고, 주말 오전마다 열리는 LBCC 정규 모임에서 모더레이팅을 맡고 있다. 다른 저서로는 《훅 끌어당기는 콘텐츠 마케팅》이 있다.

인스타그램: www.instagram.com/jumerny

**김소연**

레이지버드커피클럽(LBCC) 공동 대표. 대학내일ES OOB Company 소속 9년차 마케팅 AE이자 1n년 차 모임 콜렉터. 책과 사람을 좋아해 작게는 지인 독서 모임부터 크게는 회사 내 전사 기획TF 모임까지 조직하고 운영한 바 있다. 이러한 경험을 바탕으로 '내가 참여하고 싶은 모임을 직접 만들어보자'는 생각으로 가볍게 시작한 사이드 프로젝트가 어느덧 탄탄한 커뮤니티로 성장했다. 정체성이자 삶의 모토를 담아 만든 LBCC에서 철학 임원을 맡고 있으며, 그 방향성에 맞게 여유로운 삶을 꿈꾸며 하루하루를 성실하게 살아내고 있다.

인스타그램: www.instagram.com/sy2you

**목차**

추천사 / 프롤로그

**모임의 기술, 그 첫 번째 : Why 왜 만들까?**

퇴사하지 않으려고 모임을 기획합니다

하필, 대화 모임을 열기로 한 이유

모임 운영은 혼자 말고 둘이서!

해보고 고쳐나가자는 마음으로

Doing Kit 파일럿 체크 리스트

Interview LBCC 최다 참석자 박세희 님

**모임의 기술, 그 두 번째 : Who 누구를 모을 것인가?**

왜 레이지버드예요?

결이 비슷한 사람을 모으는 한 줄의 카피

중니어에게 가장 필요한 딴짓의 시간

경력보다 경험이 궁금한 사람

Interview 모임 기획을 즐기는 취향 부자 제연주 님

**모임의 기술, 그 세 번째 : What 어떤 콘텐츠를 제공하는가?**

사람들이 굳이 우리를 찾게 만드는 차별화

Doing Kit 모임 차별화 요소 찾기 템플릿

실전! 커뮤니티 브랜딩

Doing Kit 태그라인을 뽑아내기 위한 질문 템플릿

다양한 형태의 모임 시도하기

일요일 아침, 좋은 기분 전하기

LBCC 멤버들에게 소속감을 부여하는 방법

100번의 모임, 2,000명의 사람을 만나며 느낀 점

Interview 모닝 글쓰기 클럽 모임장 한희진 님

**모임의 기술, 그 네 번째 : How 어떻게 운영할 것인가?**

LBCC 운영 원칙

좋은 대화의 조건

대화를 조율하는 모더레이터

허들의 미학

LBCC의 강점: 호스트 섭외

Doing Kit 호스트 섭외 시 주제 기획 가이드

더 나은 커뮤니티를 위해 필요한 것

Interview 브랜드 커뮤니티 매니저 김현정 님

**모임의 기술, 그 다섯 번째 : And Next? 지속 가능한 모임을 위하여**

2년 넘게 계속하며 알게 된 커뮤니티의 ‘맛

지속하려면 모멘텀이 필요해

팔로워에 일희일비 금지

윈윈을 위한 제휴의 시간

Doing Kit 제휴 미팅 전 체크 리스트

커뮤니티를 확장하는 나름의 방식

지속 가능한 커뮤니티를 위한 노하우

에필로그 / 역대 모임 주제 아카이브

**추천사**

혼자 성장하는 사람은 없습니다. 혼자서는 멀리 갈 수도 없습니다. 하지만 함께라면, 서로에게 배움을 주고받으며 더 멀리 갈 수 있습니다. 커뮤니티는 바로 그 ‘함께’의 힘이 실현되는 공간입니다. 같은 관심사로 연결된 사람들이 모여 이야기를 나누고, 지식과 경험을 나누며, 함께 성장해 나가는 시간. 그것이 커뮤니티의 존재 이유입니다.

커뮤니티를 만든다는 건 단순히 모임을 운영하는 일이 아닙니다. 신뢰를 쌓고, 지속 가능한 흐름을 설계하며, 사람들이 자발적으로 참여하고 싶은 문화를 만들어가는 일입니다. 때로는 어렵고 더딜 수 있지만, 그 안에서 얻는 기쁨과 배움은 무엇과도 바꿀 수 없는 가치입니다.

《모임의 기술》은 커뮤니티를 만들고자 하는 이들에게 실행의 기술을 넘어 방향과 철학을 제시합니다. 나의 기획이 누군가의 일상이 되고, 나의 경험이 누군가에게 기여가 되는 놀라운 순간들. 그 여정을 믿고 첫걸음을 내딛는 분들께 이 책은 든든한 동반자가 되어줄 것입니다.

– 김재윤 (위어드벤처 대표, 실무 리더들의 자기성장 커뮤니티 HFK 파운더)

회사를 다니며 시작한 사이드 프로젝트가 2년 동안 100번이 넘는 모임으로 이어졌다. 누구나 한 번쯤, “우리끼리 이런 모임을 해보자”는 고민을 할 수 있지만, 그 모임이 실제로 열리고, 2년 넘게 지속되는 건 전혀 다른 이야기다.

이 책은 아주 사적인 고민에서 출발한 작은 모임이 어떻게 느슨하지만 단단한 연결로 자라나는지를 보여준다. 대단한 이론이나 복잡한 시스템 없이도, ‘말이 통하는 사람들끼리 고민을 나누며 함께 성장하는 일’이 커뮤니티가 될 수 있다는 것을 증명하는 기록이다.

한때 LBCC의 호스트로 참여한 적이 있다. ‘레이지버드’라는 이름이지만, 느슨한 시간을 지키기 위해 멤버들은 부지런히 일요일 아침을 내어왔다. 여백을 사수하기 위해 부지런해지고, 성실하기 위해 게으를 줄 아는 사람들이 모여 자연스럽게 대화가 피어났다. 이 책의 내용 역시 그런 흐름을 품고 있다.

이제 막 첫 모임을 시작해보려는 누군가에게, 이 책은 지금 가능한 작고 가벼운 시도를 응원하는 징검다리가 되어줄 것이다. 너무 많은 정보와 이론 앞에서 지레 겁먹었던 마음에 이렇게 말해줄 것이다. 거창하지 않아도 괜찮다고. 그걸 계속할 수 있다면, 그 자체로 충분히 대단한 일이라고.

– 정혜윤 (다능인 커뮤니티 ‘사이드 프로젝트’ 대표, 《독립은 여행》 저자)

**책 속에서**

모임이 지향하는 가치를 알리면 그 가치에 공감하는 이들이 방문합니다. 모임에 참여하는 횟수를 거듭하며 그들이 커뮤니티를 구성하게 되고요. 커뮤니티 구성원들은 자신의 지향과 부합하는 커뮤니티의 비전을 공유하며 소속감을 느낍니다. – p.64

모이는 사람들의 특성을 이해하는 일에서 커뮤니티 브랜딩이 시작됩니다. 단순하게 생각해보자면 커뮤니티를 만드는 건 ‘어떤 사람들을 모을 거야?’에 대한 답변이죠. 커뮤니티 활동을 설계하기 전 참여할 사람을 특정해야 그들의 특성을 바탕으로 브랜딩되고요. – p.69

사람들이 돈과 시간을 들여 채우려고 하는 것은 ‘돈과 시간으로 살 수 없는’ 무정형의 무엇이라고 생각해요. 쉽게 얻을 수 있다면 돈도 시간도 내려 하지 않겠죠. 지금 내게 없는 것을 얻기 위한 시도 또는 내가 해소하고 싶은 감정적 공허감 등에 대한 답을 타인과의 만남에서 구하는 것 같거든요. 결국 어떻게 ‘진정성 있는 교감’에 도달하느냐에 따라 커뮤니티 빌딩의 성공 여부가 결정된다는 생각이 들었어요. 한 사람과의 진정성 있는 관계 형성이 책 몇 권보다 더 가치 있을지도 모르니까요. – p.147

그러나 커뮤니티를 찾을 때 보통 자신이 얻을 것을 생각하지 ‘무엇에 기여하겠다’, ‘받은 만큼 제공하겠다’ 하는 마음을 갖지는 않더라고요. LBCC를 만들면서 가장 중요하게 생각한 제1 원칙은 참여자의 ‘기여’였어요. – p.162

커뮤니티가 비즈니스 방향으로 활성화되기 위해서는 커뮤니티의 아이덴티티와 지향을 공유하는 모더레이터 및 호스트가 많아야 합니다. 모더레이터는 단순히 규칙을 관리하는 역할을 넘어 커뮤니티의 분위기와 방향성을 잡아주는 중요한 존재예요. – p.222