

무료 배포판 · 출간 기획 실전 워크북

출판 계약을 부르는 80%

편집자의 마음을 훔치는 출간 기획, 직접 채워 완성하기

이 워크북은 전자책 본문과 짝을 이룹니다. 본문을 읽고, 여기에 채우십시오.

박근필 지음

박근필성장연구소 · 독저팅 | tothemoonpark-cpu.github.io/pilacademy

STEP 사용법 이 워크북을 200% 활용하는 법

이 워크북은 빈칸을 채우는 순간 결과물이 남도록 설계했습니다. STEP 0부터 순서대로 채우면, 마지막에는 그대로 제출할 수 있는 출간기획서와 투고 이메일이 완성됩니다.

- 완벽하게 쓰려 하지 마십시오. 먼저 채우고, 나중에 다듬으면 됩니다.
- 각 STEP은 전자책 본문의 해당 섹션과 연결됩니다. 막히면 본문으로 돌아가십시오.
- 손으로 쓰고 싶다면 인쇄해서 사용해도 좋습니다.

전체 흐름: 자가진단 → 소재 → 뽀족화 → 저자강점·유사도서 → 제목·부제 → 목차 → 출간기획서 → 투고 이메일 → 최종 점검

STEP 0 출간 준비 자가진단

지금 나의 출발점을 확인합니다. 솔직하게 적을수록 정확한 처방이 나옵니다.

이름 / 닉네임	
블로그·SNS 주소 현재 운영 중인 채널을 모두	
현재 직업·활동 분야	
연령대	

글을 써 본 경험 블로그·브런치·칼럼·SNS 등	
책 집필·투고 경험 없으면 '없음'	
출간 경험 있다면 책 제목	
책 쓰기 코칭·수업 경험 없으면 '없음'	

- 나는 왜 책을 쓰려 하는가? (기록 / 퍼스널 브랜딩 / 강연·사업 연계 등)

--

- 책 쓰기에서 지금 가장 막히는 부분은? (소재 발굴 / 제목·부제 / 목차·출간기획서 / 투고 등)

--

STEP 1 소재 발굴 — 나로부터 출발하기

전자책 PART 3·11 연결. 나의 페인포인트와 경험이 곧 소재입니다.

- ① 요즘 나의 고민·불편·불만 (페인포인트) — 떠오르는 대로

- ② 나의 경험 — 특히 실패했다가 극복한 경험

- ③ 내가 자신 있는·오래 해 온 분야 (전문성·강점과 연결되는 것)

소재 후보 3개로 좁히기

후보 A	
후보 B	
후보 C	

기획 80% 자가 점검표

전자책 PART 1·03 연결. 계약을 부르는 네 요소를 스스로 채점해 봅니다. (1~5점)

기획 요소	지금 준비 상태 메모	점수
1		
2		
3		
4		

→ 가장 낮은 점수를 받은 항목이 오늘 가장 먼저 손봐야 할 곳입니다. (제목·부제 / 목차 / 출간기획서 / 저자 브랜딩)

STEP 2 뽀족화 워크시트

전자책 PART 3·10 연결. 남보다 잘 알고, 남과 다르게. 소재를 한 문장으로 좁힙니다.

- 내가 고른 핵심 소재

- 이 소재를 ‘남과 다르게’ 만드는 각도는? (소재 자체가 다른가 / 관점·해석·철학이 다른가)

한 문장 콘셉트 — 빈칸을 채우세요

“이 책은 (누구) 를 위한 (무엇에 대한) 책이며, (기존 책과 이렇게 다르다).”

- ↳ 나의 한 문장 콘셉트를 완성해 적어 보세요

STEP 3 저자 강점 카드 & 유사도서 분석

전자책 PART 2·07, PART 3·12 연결. '왜 내가 써야 하는가'와 '시장의 자리'를 찾습니다.

저자 강점 카드

경험·이력 강점 <i>이 소재와 연결되는 경력·경험</i>	
전문성·자격	
나만의 서사·스토리 <i>비정형 경로·전환점 등</i>	
채널·영향력 <i>팔로워·커뮤니티·연재 등</i>	

유사도서 분석표

경쟁 도서 3권을 넣고 비교하세요. 핵심 1권은 정독, 나머지는 프롤로그·목차·후기 위주.

유사도서 제목	핵심 타겟	그 책의 강점	그 책의 빈틈
1			
2			
3			

세 가지 질문에 답하기

- ① 시중에 유사한 책이 있는가? 없다면 왜 없다고 생각하는가?

- ② 있다면, 내 책의 차별점·강점은 무엇인가?

- ③ 내 저자 강점이 이 책에서 어떻게 발휘되는가?

STEP 4 제목·부제 설계

전자책 PART 2·04 연결. 편집자의 머리에 물음표·느낌표를 찍는 것이 목표입니다.

- ① 제목 후보 10개 — 판단하지 말고 일단 쏟아내기

#	제목 후보	물음표? 느낌표?
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

● ② 상위 3개로 압축 + 부제 붙이기

부제는 제목이 못다 한 내용을 구체적으로. '누가·무엇을 얻는 책임지'가 보이게.

최종 후보 1 · 제목	
↳ 부제	
최종 후보 2 · 제목	
↳ 부제	
최종 후보 3 · 제목	
↳ 부제	

STEP 5 목차 설계

전자책 PART 2·05 연결. 목차는 골격이자 지도. 흐름(스토리텔링)이 보여야 합니다.

- ① 유사도서의 목차 구조 참고 (장 구성의 문법 파악)

- ② 내 책 목차 — 4~6개 장, 각 장 3~5꼭지

1장	
2장	
3장	
4장	
5장	
6장	

각 장 아래 꼭지 제목은 별도 종이/문서에 이어서 작성하세요. 꼭지 = 한 꼭지에 한 메시지.

STEP 6 출간기획서 템플릿

전자책 PART 2·06 연결. 이 칸을 채우면 제출용 출간기획서의 뼈대가 완성됩니다.

가제 (제목/부제)	
분야 / 예상 분량	
핵심 콘셉트 (한 문장)	
타겟 독자 가장 뽕족한 한 명을 떠올려	

계약을 부르는 네 가지 질문

- ① 왜 이 책이 지금 세상에 나와야 하는가? (시의성·필요)

- ② 왜 이 책을 내가 써야 하는가? (저자 강점·차별성)

- ③ 왜 독자가 이 책을 읽어야 하는가? (효용·페인포인트 해결)

- ④ 유사도서와 비교한 내 책의 강점·경쟁력은? (시장성)

저자 소개 (프로필) — 편집자가 가장 먼저 보는 항목

STEP 3의 저자 강점 카드를 문장으로 옮겨 적으세요. 강점이 드러나게.

목차 요약 & 홍보·마케팅 포인트

출간 후 강연·SNS 등 저자가 직접 할 수 있는 홍보 계획도 적으면 가산점.

STEP 7 투고 이메일 템플릿

전자책 PART 2·08 연결. 제목과 첫 문단이 생명입니다. 정중하되 묻히지 않게.

메일 제목 예: [출간 투고] ○○○ — (한 줄 콘셉트)	
받는 곳	

- 본문 — 아래 뼈대를 채워 하나의 메일로
· 인사 + 짧은 자기소개(핵심 강점 한 줄) · 이 책이 무엇이고 왜 지금·왜 이 출판사인지 · 제목·부제와 한 문장 콘셉트 · 첨부
안내(출간기획서·목차·원고 전체)

STEP 8 투고 전 최종 체크리스트

보내기 전, 아래를 모두 통과했는지 확인하세요.

기획 (80%)

- ☐ 제목이 편집자의 머리에 물음표나 느낌표를 찍는가?
- ☐ 부제가 '누가·무엇을 얻는 책임지'를 구체적으로 알려 주는가?
- ☐ 목차에 흐름(스토리텔링)이 보이는가?
- ☐ 출간기획서가 네 가지 질문에 명확히 답하는가?
- ☐ 유사도서 대비 차별점을 한 문장으로 말할 수 있는가?
- ☐ 저자 프로필에 나의 강점이 드러나는가?

원고 (20%)

- ☐ 한 꼭지에 하나의 메시지만 담았는가?
- ☐ '나의 이야기'가 아니라 '우리의 이야기'가 되었는가?
- ☐ 단순 경험 전달을 넘어 깨달음·통찰이 담겼는가?
- ☐ 소리 내어 읽었을 때 어색한 문장을 손봤는가?

투고

- ☐ 메일 제목과 첫 문단이 클릭을 부르는가?
- ☐ 첨부 파일(기획서·목차·원고 전체)을 빠짐없이 넣었는가?
- ☐ '출간은 출발역' — 홍보에 적극적인 출판사를 우선순위에 두었는가?

이제, 문장이 아니라 기획을 바꿨습니다. 다음은 당신 차례입니다.

▶ [종이책 『당신의 원고는 왜 계약되지 않는가』 예약 구매하기 \(교보문고\)](#)

1:1 책쓰기 코칭 '독저팅' · 박근필성장연구소 · tothemoonpark-cpu.github.io/pilacademy