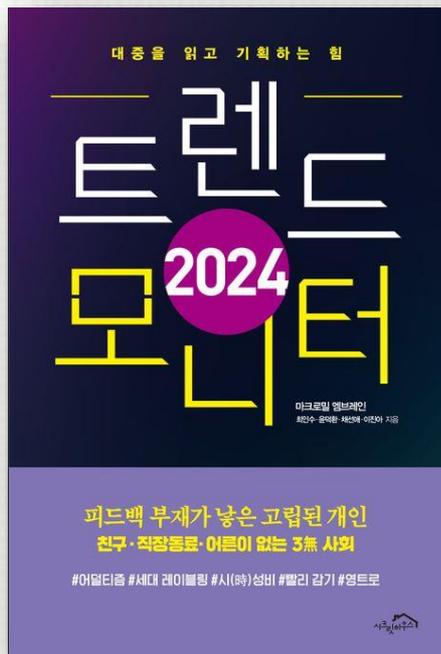


[2024 트렌드 모니터]를 읽고...

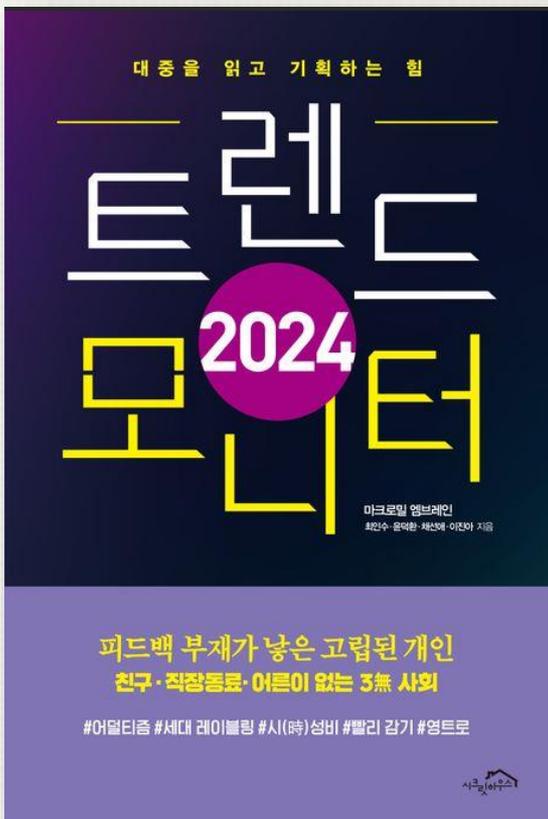
대중을 읽고 기획하는 힘, 2024 트렌드 모니터

최인수 외 3인 지음 / 시크릿하우스(2023.10)

2023. 12. 24 / 최 규 문



“피드백 부재가 낳은 고립된 개인”



최인수, 윤덕환,
채선애, 이진아 지음
(2023. 10 시크릿하우스)

대중 소비자를 바라보는 핵심키워드
2024 트렌드 전망- 3無의 시대

“친구, 직장동료, 어른이 없는 3無 사회”

Part 1. SOCIAL:

= 어덜티즘, 이기적 어른들의 사회

- 1장. 어른이 없는 시대, 어른을 찾다
- 2장. 평균 회귀, 어중간함의 확장

Part 2. Work:

= 피드백, 개인과 조직이 살아남는 법

- 3장. 세대 레이블링이 낳은 편견
- 4장. 능력주의, 자본 소득 필수 사회

Part 3. LIFE:

= 시(時)성비, 시간이 곧 돈이다

- 5장. '나' 중심으로의 선택적 경험들
- 6장. 폐쇄형 인간관계, 하이볼의 사회학

Part 4. CULTURE:

= 빨리 감기와 영트로 문화

- 7장. '빨리 감기'라는 중독
- 8장. 영트로, 이색 서사로 진화한 新복고 세계관

“대중을 읽고 기획하는 힘, 2024 트렌드 모니터”

대중을 읽고 기획하는 힘 「2024 트렌드 모니터」



국내 최고 리서치 기업
「마크로밀 엠브레인」이 분석한
2024년, 대중 소비자들 태도의 방향성은?

피드백 부재가 낳은 고립된 개인

친구, 직장동료, 어른이 없는
3無 사회

내 행동을 말려줄 '친구'가 없다.

일의 의미를 부여해줄
'직장동료'가 없다.

말이 아니라 행동으로 보여줄
'어른'이 없다.

with  유튜브 「트렌드잡잡」

[1장] 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

SOCIAL Chapter 1

어른이 없는 시대, 어른을 찾다

2023년 베스트셀러 흐름의
변화 키워드 2가지
40대 이상에게 불황은 '몸의 기억'이다
'구체적 길거리 지식' 결핍이 만든 베스트셀러
어른이 필요한, 어른의 부재 시대
So what? 시사점 및 전망



p.29~58

교보문고 상반기 베스트셀러 비교(2021~2023년, 1~6월) ³

| 2023년 상반기(1~6월) | | | | 2022년 상반기(1~6월) | | | 2021년 상반기(1~6월) | | |
|-----------------|------------------|---------------|------|---------------------|------------------|------|-------------------------|----------|-------|
| 순위 | 책 제목 | 저자 | 분야 | 책 제목 | 저자 | 분야 | 책 제목 | 저자 | 분야 |
| 1 | 세이노의 가르침 | 세이노 | 자기계발 | 불편한 편의점 | 김호연 | 소설 | 달려구트 꿈 백화점 2 | 이미예 | 소설 |
| 2 | 원쌍 | 게리 웰러, 제이 파파산 | 자기계발 | 그리움은 아무에게나 생기지 않습니다 | 박근혜 | 정치사회 | 달려구트 꿈 백화점 1 | 이미예 | 소설 |
| 3 | 김미경의 마흔 수업 | 김미경 | 자기계발 | 이어령의 마지막 수업 | 김지수, 이어령 | 인문 | 작별하지 않는다 | 한강 | 소설 |
| 4 | 불편한 편의점 | 김호연 | 소설 | 물고기는 존재하지 않는다 | 롤루 밀러 | 과학 | 소크라테스 익스프레스 | 에릭 와이너 | 인문 |
| 5 | 스즈메의 문단속 | 신카이 마코토 | 소설 | 웰빙킹 | 켈리 최 | 자기계발 | 오늘 밤 세계에서 이 사랑이 사라진다 해도 | 이치조 미사키 | 소설 |
| 6 | 만일 내가 인생을 다시 산다면 | 김해남 | 인문 | 달려구트 꿈 백화점(합본호) | 이미예 | 소설 | 인생은 실전이다 | 신영준, 주연규 | 시·에세이 |
| 7 | 역행자 | 자칭 | 자기계발 | 부자 아빠 가난한 아빠 1 | 로버트 기요사키, 사본 레호트 | 경제경영 | 햇빛은 찬란하고 인생은 귀하니깐요 | 강명숙 | 시·에세이 |
| 8 | 불편한 편의점 2 | 김호연 | 소설 | 파친코 1 | 이민진 | 소설 | 백조와 박쥐 | 허기스노 게이고 | 소설 |
| 9 | 구의 증명 | 최진영 | 소설 | 어서 오세요, 휴남동 서점입니다 | 황보름 | 소설 | 럭키 | 김도윤 | 자기계발 |
| 10 | 기분이 태도가 되지 말자 | 김수현 | 에세이 | 미드나잇 라이브러리 | 매트 헤이그 | 소설 | 미드나잇 라이브러리 | 매트 헤이그 | 소설 |

[1장] 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

SOCIAL Chapter 1

어른이 없는 시대, 어른을 찾다

2023년 베스트셀러 흐름의
변화 키워드 2가지

40대 이상에게 불황은 '몸의 기억'이다
'구체적 길거리 지식' 결핍이 만든 베스트셀러
어른이 필요한, 어른의 부재 시대
So what? 시사점 및 전망



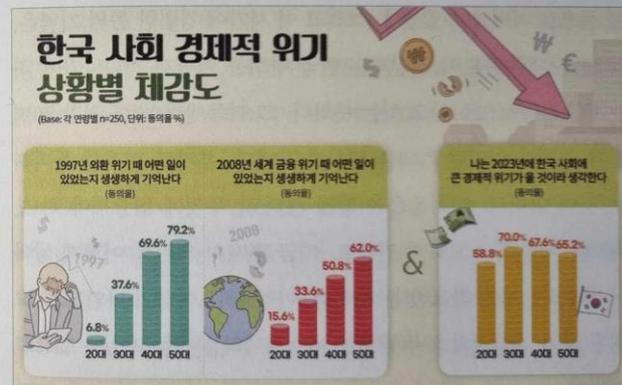
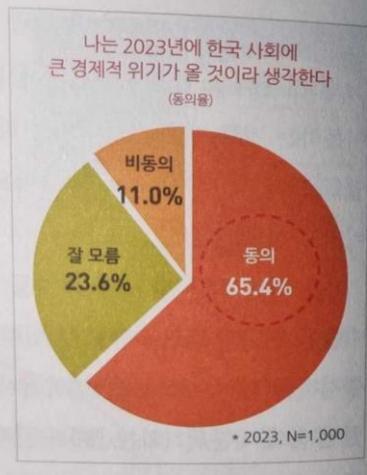
p.29~58

세이노의 가르침과 원쌍의 공통점

- 워라밸에 대한 격렬한 반감 (구체적 '길거리 지식'의 파격적 제언!)
→ "막연한 균형 잡기에 집착하기보다 우선순위를 정하는 게 중요하다"
- 2000년대 초반 연재, 2013년 출간되었던 책의 복간 (40대의 자기계발 소환)

40대 이상에게 불황은 몸의 기억

- 97년 IMF위기와 2008년 글로벌 금융위기를 겪은 층들의 본능적 대응



[1장] 어른이 없는 시대, 어른을 찾다

SOCIAL Chapter 1

어른이 없는 시대, 어른을 찾다

2023년 베스트셀러 흐름의
변화 키워드 2가지
40대 이상에게 불황은 '몸의 기억'이다
'구체적 길거리 지식' 결핍이 만든 베스트셀러
어른이 필요한, 어른의 부재 시대
So what? 시사점 및 전망



p.29~58

시사점

1. 세대별 불황 대응 전략은 전혀 다른 접근법을 선택할 것

- 40-50대는 불황 경험을 몸으로 체험한 세대
→ 반전의 신호가 오기 전까지 "버티기" 전략 돌입, 개인 실력으로 돌파할 수 있는 시장이 아니라 견뎌야 하는 시장
- 20-30세대는 자산 규모에 따라 전혀 다른 행보
→ 30대는 자산가치 하락을 새로운 투자 기회로 인식, 정중동 투자 관점 유지, 대다수는 '무지출 챌린지'에 '거지방' 처럼 극단적 지출 축소 전략 선택 가능성

2. 어른의 부재 시대 진정성 있는 '리더십 결핍' 대안을 대중적 물색

- [세이노의 가르침] 흥행의 배경
- 이해관계에서 자유로운, 결과로 보여주고, 행동하는 리더십 갈망

3. 지연된 성인기 청년세대에 대한 우려 목소리

= 결혼, 가족형성, 경력 안정화 지연 → 어른이 되지 못한 청년세대 조명

4. '어덜티즘' 논의 촉발 = 성인 중심 아동 통제 억압 현상 (예: 노 키즈 존)

→ 개인으로서 자신 권리를 과도하게 주장하는 이기적 성인의 증가

[2장] 평균 회귀, 어중간함의 확장

SOCIAL Chapter 2

평균 회귀, 어중간함의 확장

상반된 소비 공존, '거지방'과 '디브'
 'BORN TO BE가 아닌 이상...'
 비로소 현실 자각
 또 발목을 잡는 SNS
 알게 된 만큼 보인다, 지금 문제는 '기준'이다
 So what? 시사점 및 전망



p.59~92

상반된 소비공존, 거지방(짠테크)과 디브(명품)

→ 과소비에 대한 철퇴에도 불구하고 반려동물과 효도에 쓰는 비용은 제외 지출의 당위성과 소비-비소비의 경계가 명확한 소비(예: 명분있는 명품 소비)

발목을 잡는 SNS

능력과 돈에 대한 인식 : 여행 가기 > 건강 관리 > 취미 활동 > 투자



[2장] 평균 회귀, 어중간함의 확장

SOCIAL Chapter 2

평균 회귀, 어중간함의 확장

상반된 소비 공존, '거지방'과 '디브'
'BORN TO BE가 아닌 이상...'
비로소 현실 자각
또 발목을 잡는 SNS
알게 된 만큼 보인다, 지금 문제는 '기준'이다
So what? 시사점 및 전망



p.59~92

시사점

1. 라이프 스타일 전 영역에 'N극화 지양' 현상 두드러질 듯!

- 중간 지점으로 하향화 = 공정과 공평의 기준, '반반 문화' 요구 흐름 커질듯
- 소비의 양극화, 개인 취향의 사적-질적 특징보다 양적이고 가시적인 것 중요시

2. 기존 개방형 SNS 이탈 및 폐쇄적 SNS로 대거 이동 가능성

- 기존 SNS의 과시성 게시물에 극도의 피로감 호소
- 보여주기식 SNS에 지친 사람들을 겨냥한 서비스에 소비자 관심(예: 본디)
- 타인과 자신을 비교하는 비자발적 상황 최소화로 '자존감의 회복' 모색 중

3. 경험을 선택하는 기준 축의 전환 가능성

- 취향 및 다양한 경험 선택시 보여주기식보다 차별화, 버티컬 취향 강화
- 양극단화 지향 속도 주춤, 경험의 '진정성'을 더 중요하게 고려

4. 중간지점으로 회귀: '어중간함'과 '적당함'에 의미를 부여

- 극단의 경험 추구가 도리어 독이 될 수 있음을 조금씩 인지
- 중간 지점으로 회귀 지향성이 '부정적 터부시'하는 문화와 충돌 가능성
- '중간값'으로 '어중간함'에 대해 '괜찮은' 의미를 부여하려는 사회적 움직임.

[3장] 세대 레이블링이 낳은 편견

WORK Chapter 3

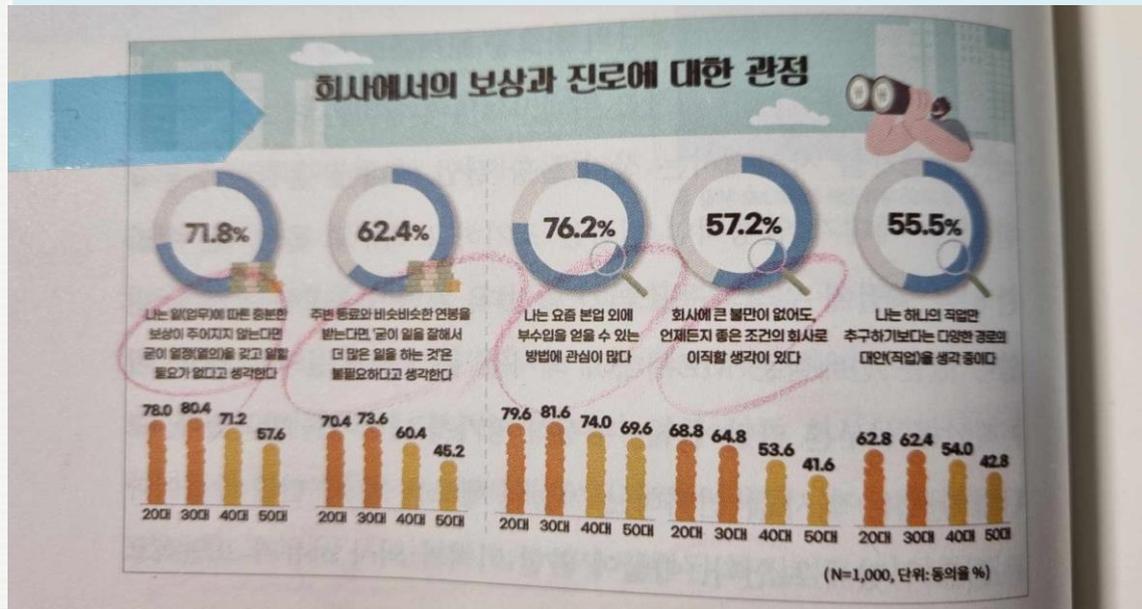
세대 레이블링이 낳은 편견

노동계 핫이슈마다 소환되는 '그들'
 'MZ세대는 문제가 있어'라는 프레임
 세대의 문제가 아니라 입장의 문제다'
 이직'과 '퇴사'에 대한 동상이몽
 조직에 충성하지 않는 게 아니라,
 각자 삶에 충실한 것일 뿐
 'MZ세대는 사회성이 없어'라는 프레임
 So what? 시사점 및 전망



p.93~126

- # 노동계 핫이슈마다 소환되는 'MZ세대 = 문제 있다'는 프레임이 문제!
- 세대의 문제가 아니라 입장의 문제일 뿐!
- MZ세대에 대한 평가가 대부분 나이, 경력, 지위가 있는 사람들에 의해 주도됨.
- 잘 따져보면 4050 기성세대도 크게 다르지 않다는 분석 결과에 직면!



[3장] 세대 레이블링이 낳은 편견

WORK Chapter 3

세대 레이블링이 낳은 편견

노동계 핫이슈마다 소환되는 '그들'
'MZ세대는 문제가 있어'라는 프레임
세대의 문제가 아니라 입장의 문제다'
이직'과 '퇴사'에 대한 동상이몽
조직에 충성하지 않는 게 아니라,
각자 삶에 충실한 것일 뿐
'MZ세대는 사회성이 없어'라는 프레임
So what? 시사점 및 전망



p.93~126

시사점

1. 조직 사회 전 세대간 피드백 부재 결핍 인식 보완 움직임 커질 듯

- 20~50대 직장인 근무 평가 구체적을 받는 경우는 24.1%에 불과
- '싫은 소리', '지적질'로 인식하는 경직된 조직 문화 - 자유로운 피드백 교환 곤란
- 구체적이고 생산적이며 명확한 피드백 교환이 조직구성원 유지 관리에 필수

2. 직장 내 조직 문화에 '포용성' 요구 목소리 커질 것

- '원활한 피드백'의 기본 토대 (감싸주고 받아들여주는 분위기 조성)
- 어떤 의견을 제시해도 부정적으로 평가하지 않을 거라는 심리적 안정감 담보
- 일의 이유와 명분, 책임감, 프로젝트 이해도를 끌어낼 기회 제공 필요

3. 직업의 다각화를 시도하는 '신슬래셔' 문화 본격 대두 가능성

- N잡러: 명함 직책 뒤 슬래시로 2개 이상의 직업을 기입하는 다중 직업자
- 젊은층 중심 N잡러 움직임 대세화, 일상화 예상. 호기심보다 경제적 요인
- 한 가지 직업, 직장 소속만으로 안정적 생활 유지 어렵단 현실적 판단
- '힘든 일'이어도 색다르고 워라밸 추구가 가능한 '이색 업종' 선택 가능성
- 화이트칼라 버리고 기능직으로 뛰어드는 청년층 증가 추세 고려
- 조직 내 겸업 금지 조치에 대한 근로 계약 변화 필요성 대두될 것!

[4장] 능력주의, 자본 소득 필수 사회

WORK Chapter 4

능력주의, 자본 소득 필수 사회

'목돈'을 얻게 된 희망퇴직자를 부러워하다
'거지방' 유행의 사회적 의미:
"우리는 거지다"라고 부르는 것을 받아들인다
사회적 배경, 자원, 인간관계를 총동원해서
만든 성과가 곧 '능력'
노동 소득만으로 채울 수 없는 계층 상승 욕구,
'불로소득'을 재정의하다
So what? 시사점 및 전망



p. 127~162

목돈을 얻게 된 희망퇴직자를 부러워하다
- 5억 짜리 은행권 희망퇴직 권고 사례에
→ "부럽다"는 반응!

'거지방' 유행의 사회적 의미 :
"우리는 거지다"를 받아들이는 사연
- 130쪽 카톡방 이미지
("우리는 거지입니다." = 퇴장 인사!)

'능력'에 대한 재정의와 용인 :
- 사회적 배경과 자원, 인간관계를
총동원해서 만든 성과 = "능력"



[4장] 능력주의, 자본 소득 필수 사회

WORK Chapter 4

능력주의, 자본 소득 필수 사회

'목돈'을 얻게 된 희망퇴직자를 부러워하다
'거지방' 유행의 사회적 의미:
"우리는 거지다"라고 부르는 것을 받아들인다
사회적 배경, 자원, 인간관계를 총동원해서
만든 성과가 곧 '능력'
노동 소득만으로 채울 수 없는 계층 상승 욕구,
'불로소득'을 재정의하다
So what? 시사점 및 전망



p. 127~162

시사점

- 1. 노동 소득 이외 다양한 자본소득 추구 경향 매우 견고, 지속화될 것**
 - 노동이 없는, 노동 최소화된 이른바 '불로소득'에 대한 정의를 바꾸고 있음
 - 자신의 수고(시간과 비용과 관심)를 들인 모든 투자 활동을 '노동소득'으로 인식
- 2. 일에 대한 소명의식은 크게 낮아질 듯**
 - 직장 및 사회 생활의 목적은 '돈의 추구'란 인식이 압도적인 경향과 반비례!
 - 하나의 일로는 생활 어려워, N개 일자리 수용해야 하는 경제적 환경의 결과
 - "일에 대한 소명의식보다 급여 수준이 더 중요한 기준이다" = 80.8%
- 3. 능력주의 상징인 '전문직'에 대한 다양한 쟁점 촉발 가능성**
 - 의사, 변호사 등 개인 능력(재능) 성취 결과(X) 집안 배경, 경제력 덕분 인식
 - "부모 배경을 이용해서 성공하는 것도 나쁘다 보지 않는다" = 77.6%
- 4. 선거와 정치 관련 이벤트에 노동자의 '투자자' 정체성 고려 필요**
 - 직장인들이 노동자 정체성과 자본소득 추구하는 '투자자' 정체성 겸비
 - '자신의 모든 자원을 적극 투자해서 만든 성과' = '능력'이라고 정의
 - '불로소득'에 대한 도덕적 비난이나 공격= 정치적 공감을 얻기 힘들 것!

[5장] '나' 중심으로의 선택적 경험들

LIFE Chapter 5

'나' 중심으로의 선택적 경험들

新멤버십 대전
지금은 옥석 가리기 전쟁 중
'편의 문제'가 낳은 감정의 소용돌이
'현재'에서 나아지기 위한 두 가지 전략
So what? 시사점 및 전망



p. 163~193

시사점

1. 과소 혹은 과대 평가된 활동들에 대한 재조명 커질 것

- 타인의 존재나 가치관에 휘둘리지 않고 스스로의 내적 니즈 캐치 노력 증대
- 행복을 주는 활동들에 대한 인식과 생각의 차이,
→ 우월하거나 뛰어난 사람으로 보여지고 싶은 니즈가 점차 하락하는 중

2. '시간 관리' 니즈의 발현 가능성

- 다양한 경험들의 누적 효과를 위해 '시간의 양' 확보가 필수
→ 남들보다 더 많은 시간을 갖는 것을 하나의 '경쟁력'으로 인식하기 시작
- '시간관리' = 라이프 스타일 전반의 질을 높이기 위한 핵심 지침으로 등장!
→ 필수 시간, 여가 시간, 의무 시간 중 생산성 방해 요소 대항 처리 증가!
- 시간 확보 니즈와 효율성 극대화 추구(시간 절약 서비스에 관심)

(#183쪽 그림 참고!)



[6장] 폐쇄형 인간관계, 하이볼의 사회학

LIFE Chapter 6

폐쇄형 인간관계, 하이볼의 사회학

다시 시작된 음주 문화, 술 종류가 달라졌다
하이볼의 간략한 역사, 하이볼이 '뜨는' 이유
함께보다 '혼자' 한잔하는 것이 마음 편한 이유
우리는 어떤 사람을 '친구'라고 부르고 있을까?

So what? 시사점 및 전망



p. 194~232

시사점

1. 인간관계 확장에 대한 니즈가 크게 줄고, 깊은 소수 관계 추구 경향화

- 폐쇄형 SNS가 크게 부각될 가능성 증대

- 개인 SNS 공개 및 운영이 잘 아는 관계 중심 폐쇄형 전환

→ 소통도 친한 관계를 중심으로 '독점적인 소통'을 원하는 방향 커짐

2. 찐한 친구 한 명의 중요성이 높아지면서 소수 인간관계에 집중할 듯

- 그 외 인간 관계는 필요할 때만 찾는 유형으로 '필참 친구' 많아지는 현상

→ 인간 관계를 하나의 자산이나 언젠가 활용할 보험이라는 성격으로 인식

→ "몇 번 보지 못한 타인이 더 편하게 느껴질 때가 많다" 44%(20)→56%(23)

3. 개인취향 존중 문화 극대화로 공동체 가치관과 도덕 충돌 가능성 커질 것

- 끼리끼리 문화의 확대, 개취 존중 극단화로 타 집단 배제 충돌 가능성 야기

→ 소방서 사이렌 소리 시끄럽다고 민원, 3.1절 기념일에 일장기 달기

→ 공동체 구성원들의 '공동의 감각'과 개인취향 지향자간 충돌 가능성

→ 중요한 타인의 부재로 인해 '브레이크 없는 질주' 위험

→ 얼마나 오래 만나느냐 기간이 아니라 어떤 의도로 만나느냐 목적의 문제:

이익보다 대화 교감할 수 있는 친구= 목적을 버리고 인간으로 접근하라

[7장] '빨리 감기'라는 중독

Culture Chapter 7

'빨리 감기'라는 중독

시청 습관을 바꾸게 될 '이 기능'을 추가하다 거의 모든 영상을 '건너뛰며', '빨리 감기'로 본다 '1분'도 답답하다, 숏 클립으로 짧고 빠르게 시청 습관의 변화, '빨리 보기' 뇌의 정보 과부하 '빨리 감기'의 미래, 뇌는 더 큰 자극을 원한다 So what? 시사점 및 전망

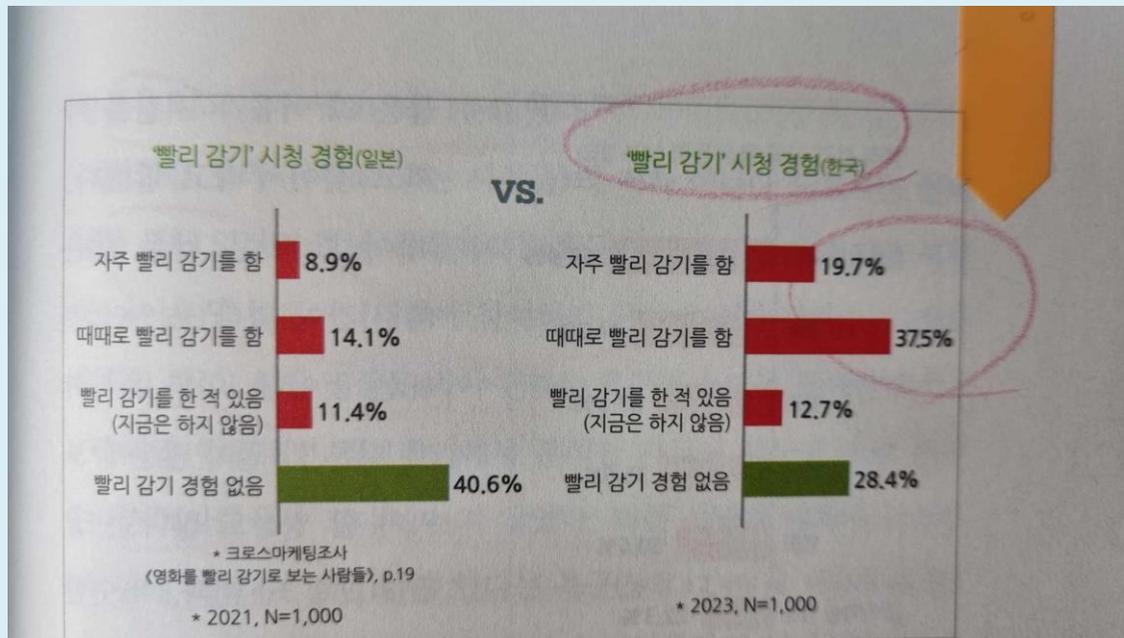


p.233~266

빨리감기 라는 중독 : 배속 시청, 중독되는 뇌

- 2019년 8월 부터 OTT 넷플릭스에 [빨리보기] 기능 탑재

→ 넷플릭스 위기론 부각 시대로부터 4년 뒤 '지구 최강 콘텐츠 기업'이라던 디즈니의 현실: 디즈니 플러스가 고전 중인 2023년 현실의 의미



[7장] '빨리 감기'라는 중독

Culture Chapter 7

'빨리 감기'라는 중독

시청 습관을 바꾸게 될 '이 기능'을 추가하다 거의 모든 영상을 '건너뛰며', '빨리 감기'로 본다 '1분'도 답답하다, 숏 클립으로 짧고 빠르게 시청 습관의 변화, '빨리 보기' 뇌의 정보 과부하 '빨리 감기'의 미래, 뇌는 더 큰 자극을 원한다 So what? 시사점 및 전망



p.233~266

시사점

1. 빨리감기 습관의 반복은 중단하기 어려운 현상 = 중독화 가능성 매우 커

- 다양하고 더 많은 영상을 보고자 하는 가성비 소비에 초점
- 아낀 시간을 다시 빠른 속도로 또다른 영상물 소비에 소비하는 악순환 반복
- 다양한 경험 추구 목표가 강박에 가깝게 목표화된 라이프 스타일

2. '매운맛' 콘텐츠 선호 현상의 가속화 예상

- 훌륭하지만 부드러운 조언을 담은 영상 콘텐츠는 퀄리티와 관계 없이 대중 소비자들로부터 직관적인 관심은 받지 못하게 될 듯!
- 화끈한 자극(폭력성, 선정성)을 더 세게 추구하는 경향 지속

3. 이에 반발하는 '의도적인 정속 주행' 시청 흐름이 나타날 수도!

- 주류의 흐름에 반발하는 반문화 현상끼리끼리

4. 더욱더 센 자극을 보여주려는 움직임이 가짜 뉴스 확산 초래할 수도

- '더 센 주장'을 근거 없는 상태로 노출하는 문화 확산 가능성
- 2024년 선거를 앞두고 정파성이 강한 이슈를 중심으로 사실과 주장을 혼동하는 사람들이 가짜뉴스를 걸러낼 틈도 없이 영향 받게 될 위험성 높아져

[8장] 영트로, 이색 서사로 진화한 新복고 세계관

Culture Chapter 8

영트로, 이색 서사로 진화한 新복고 세계관

장수 브랜드는 콜라보 중
장수 브랜드뿐만이 아니다?
돌고 도는 유행, 2011~2012년
그리고 2018~2019년
양상이 좀 다른, 또 다른 복고의 등장
So what? 시사점 및 전망



p.267~303

시사점

1. 복고 소비 콘텐츠의 다변화 가능성 커질 것

- 현재까지 복고 문화 소비 아이템은 '먹거리'와 '콘텐츠'가 대표적
- 2030세대의 새로운 감성 체험(할매니얼 식품 인기)
- 헬시니얼(헬스+밀레니얼) 신조어 = 건강 관리 주요 트렌드랑 결합, 건강한 맛에 대한 수요, 건강 자체에 대한 관심으로 이어질 듯.
- 콘텐츠 분야는 다방향성, 복고풍 노래 소환 방향과, 아날로그화 움직임 : 레트로 → 뉴트로 → 영트로 (자기들만의 옛것)
- J 컬처 문화 확대, 일본식 복고풍 인테리어, 펍(pub)이나 바(bar) 증가(시티팝)

2. 패션(패션 용품, 소품) 분야 커스텀 니즈 고도화 가능성

- '커스텀' = 기존 제품을 재가공해서 새로운 형태로 만드는 것! 일반적인 동시에 브랜드 역사가 긴 패션용품 커스텀 흐름 → 복고풍 패션과 관련 소품 소환 문화

3. 복고 문화 소비층 10~30대, 금기 문화 재조명, 이색 서사 뉴 콘텐츠 각광

- 다양성과 차별성 추구하는 세대 특징 → 성별 고정관념, 가부장문화를 희화화

4. 복고 콘텐츠 세계관의 지속적인 변화와 진화 필요

- 현실적이면서도 과몰입 가능한 콘텐츠가 되도록 각색 과정 필요
→ 돌리 : "철들지 말고 오래오래 모두의 기억에 살아가라" (고길동의 메시지)

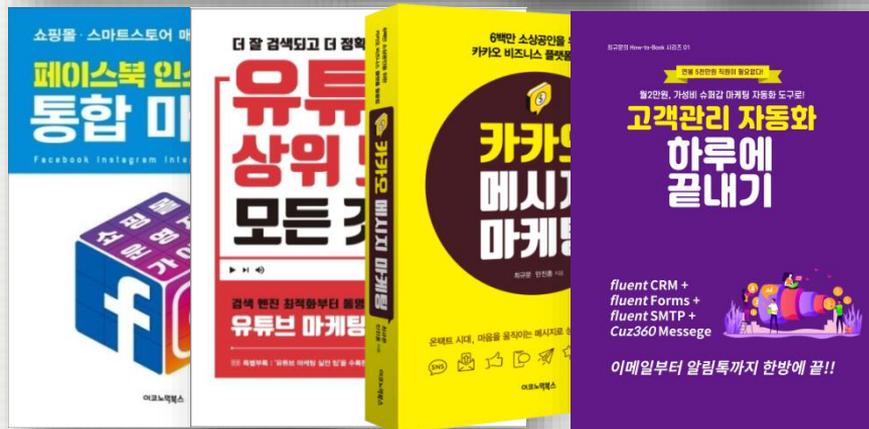
“친구 맺어요!”

최규문

소셜네트워크코리아 대표
포스트에이아이(주) CMO

010-2216-8775

letsgo999@gmail.com



- **고객관리 자동화 하루에 끝내기 (2021, PDF)**
- **카카오메시지 마케팅 (2020)**
- **유튜브 상위노출의 모든 것 (2019)**
- **페이스북 인스타그램 통합 마케팅 (2018)**
- **페이스북 페이지 하루에 끝내기 (2017, eBook)**
- **백만 방문자와 소통하는 페이스북 마케팅 (2016)**
- **100만 방문자와 소통하는 페이스북 페이지 만들기 (2012, 한빛미디어 / 개정판 2013)**
- **페이스북 비즈니스: 페이스북 페이지 완전정복 (2011)**
- **페이스북 무엇이든 어떻게 활용할 것인가 (2010)**



youtube.com/@dimabulsa