문의) 편집 070-5080-4038, 마케팅 070-8724-5877

한마디로 정리해야 하는 순간은 반드시 온다

나카무라 케이 지음 | 황선종 옮김

2020년 3월 12일 출간 | 판형 127*188 | 200쪽 | 13,000원 | 분야 자기계발>화술/협상/회의진행 | ISBN 979-11-90030-35-9 03190

책 소개

간결하게 설명했을 뿐인데 회사 사람들의 시선이 달라졌다!
상사에게 인정받고 동료에게 환영받는 새로운 설명의 규칙

“00 씨가 말하면 귀에 쏙쏙 들어와요.”
“시간이 없는데, 핵심만 이야기해줘서 고맙습니다.”
“중요 사항을 빠뜨리지 않고 보고해서 더 물어볼 게 없네요.”
“한마디로 설명해주니 요점을 기억하기 편합니다.”

바쁜 상사에게 프로젝트를 보고하거나, 끝없이 길어지는 회의에서 의견을 낼 때, 군더더기 없이 핵심만 말할 수 있다면 얼마나 좋을까? 설명을 잘 못해 스트레스 받는 사람들을 위해, 《한마디로 정리해야 하는 순간은 반드시 온다》는 한 번 보면 쉽게 잊히지 않는 광고 카피처럼 짧고 강력하게 메시지를 전달하는 방법을 알려준다.

저자 나카무라 케이는 세계적 규모의 광고회사 하쿠호도 소속의 카피라이터다. 칸 국제 광고제 금상을 비롯해 세계 각국의 30세 이하 프로 카피라이터가 경쟁하는 영 스파이크스 컴피티션에 일본 대표로 출전해 은상을 수상하는 등 국내외에서 80개 이상의 상을 휩쓸었다. 지금은 출중한 프레젠테이션 능력으로 인정받는 그이지만 학교에 다닐 때는 남들 앞에서 발표하는 것을 무엇보다 싫어했다. 직장인이 되고 나서도 설명을 잘하지 못하는 게 콤플렉스였던 그는, 카피라이팅 기술을 설명에 적용하면서 놀라운 변화를 경험했다. 예전의 자신처럼 설명 때문에 전전긍긍하는 사람들에게 요즘 시대가 원하는 간결한 설명의 노하우를 전달하고자 이 책을 집필했다.

세계 최대의 네트워크 기기 개발회사인 시스코 시스템즈가 발표한 자료에 따르면, 전 세계의 IP트래픽(데이터 양/월)은 2008년에 약 1만 페타바이트(1페타바이트=100만 기가바이트)였다. 그러던 것이 2013년에는 약 5만 페타바이트가 되었고, 2022년에는 약 39만 6000페타바이트가 될 것이라고 한다. 이렇게 정보가 넘쳐나는 현대인의 머릿속에는 장황한 설명이 비집고 들어갈 틈이 없다. 긴말하지 않고 간결하게 정리할 수 있는 사람이 경쟁력을 발휘하게 되는 이유다. 이 책은 말하는 시간은 줄이고 전달력은 높여주는 설명의 지름길을 알려주어 누구든 짧고 간결하게 메시지를 정리할 수 있게 도와준다.

프로젝트 보고에서 팀 미팅까지, 어디서나 통하는 설명의 기술
칸 국제광고제 금상에 빛나는 금손 카피라이터가 알려주는 설명의 노하우

짧고 알기 쉽게 설명하는 능력이 무엇보다 우선되는 세계에서 끈질기게 살아남은 사람들이 있다면 그들이 어떻게 버틸 수 있었는지 궁금하지 않은가? 바로 카피라이터가 그러하다. CF는 단 몇 초에 귀에 꽂히는 문장으로 보는 사람의 마음을 사로잡아야 한다. 더구나 단지 이목을 끄는 데서 나아가 상품이나 서비스의 구입으로까지 이어지려면 공감과 흥미를 불러

일으키는 게 중요하다.
이 책은 한번 알아두면 어디든 적용할 수 있는 카피라이터의 설명 노하우를 소개한다. 아무리 복잡한 내용이라도 간결하게 전달할 수 있는 가장 핵심적인 기술은 가시화-선택-조합 3단계로 설명의 최단 경로를 찾는 방법이다. 첫 번째, '가시화' 단계에서는 머릿속에 떠오르는 내용을 모조리 꺼내 펼쳐놓는다. 예를 들어, 상사에게 프로젝트를 보고해야 한다면 우선 프로젝트의 개요, 진행 상황, 예산, 일정 등등 구성 요소를 적어보는 것이다.
두 번째 '선택' 단계에서 저자는 타깃(target) 사고를 활용해 핵심적인 내용만 고르는 기술을 알려준다. 타깃 사고는 설명의 대상을 구체적으로 떠올리고 그들의 니즈에 맞춰 설명하는 방식이다. 상사가 중요하게 생각하는 게 프로젝트의 의의인지, 구체적인 성과인지에 따라 무엇을 먼저 말하고, 무엇을 생략할지 결정하는 것이다.
마지막으로 선택한 구성 요소를 조합해 설명할 문장으로 다듬을 때는 짧게 쓰는 데 집착하는 게 중요하다고 저자는 강조한다. 문장을 소리 내 읽거나 의식적으로 글자 수를 제한함으로써 효과적으로 다듬는 방법도 알려준다. 이렇게 가시화-선택-조합 3단계를 활용하면 최단 시간, 최소의 말로 상대의 고개를 끄덕이게 만들 수 있다. 책에는 업무 보고는 물론 메일이나 SNS에서 메시지를 전달할 때도 활용할 수 있는 다양한 예시가 등장한다.

잘 정리된 설명은 듣지 않으려 해도 들린다

간단하지만 설명력을 크게 높여주는 유용한 표현들

설명력을 극대화하기 위해서는 듣는 사람이 애쓰지 않아도 자연스레 이해할 수 있게 말하는 게 중요하다. 이 책에서는 더욱 효율적인 설명을 위해 설명의 속도를 높여주는 방법들을 소개한다. 특정한 단어를 사용해 내가 어떤 방향으로 설명할 것인지 안내하는 '투명 표지판' 기술을 활용하면 상대의 머릿속에 설명의 지도가 그려지기 때문에, 듣는 사람이 내용을 이해하는 속도가 빨라진다.
예를 들어 말하는 사람이 "간결한 설명이 필요한 '시대'입니다"라고 운을 떼었다고 하자. '시대'라는 단어에는 과거에서 현재까지 시간이 흘러가는 이미지가 포함되어 있기 때문에, 듣는 사람은 이 단어를 들으면 무의식적으로 '지나간 시대->다가온 시대'라는 설명의 경로를 떠올리게 된다. 비슷한 방식으로 '도전'은 새로운 일을 시작할 때의 거부감을 줄이고 싶을 때, '졸업'은 부드럽게 무언가를 그만두고자 할 때 쓸 수 있다.
상대방이 내 이야기에 끝까지 집중하게 만들고 싶은가? 그럴 때는 자동차 내비게이션처럼 설명을 따라오도록 안내해주는 '내비게이션 표현'이 효과적이다. 스포츠를 좋아하는 동료에게 야구에 빗대 내용을 설명하는 맞춤형 비유를 활용하거나 물건을 홍보할 때 "잘 팔리는 물건입니다"라고 말하기보다 "10초 1개씩 팔리는 상품입니다"라고 구체적인 숫자를 언급하면 상대방이 내 설명에 한층 귀 기울이게 만들 수 있다.
은근하게 중요한 부분을 강조하는 '무의식 알람' 역시 힘들이지 않고 설명력을 높일 수 있는 표현이다. 평범한 말이라도 반복해서 쓰면 메시지를 강조하는 역할을 한다. '아이디어는 쥐어짜낼수록 좋아진다'라는 문장을 '아이디어는 쥐어짜내면 짜낼수록 좋아진다'라고 고치면 그 의미가 더 와닿는 것처럼 말이다. 저자는 이외에도 하고 싶은 말 앞에 정반대의 표현을 배치해 전달하려는 표현을 강조하거나, 일정한 자리에 같은 운을 규칙적으로 다는 압운을

활용해 인상적인 문장을 만드는 방법을 알려준다.
보고 듣고 기억해야 할 정보가 넘쳐나는 시대다. 이제 사람들은 설명이 길다고 느끼는 순간 귀를 닫고 만다. 회사에서도 생산성을 높이는 방향으로 일하는 방식이 바뀌면서 점점 더 짧고 간결하게 설명해야 할 필요성이 커지고 있다. 설명만 시작하면 중언부언하거나 설명할 내용을 잘 파악하지 못해 막막한 사람들에게 이 책은 무엇이든 명쾌하게 한마디로 정리할 수 있는 설명력을 선물할 것이다.

저자 소개

나카무라 케이中村圭
세계적 규모의 광고회사 하쿠호도 소속의 카피라이터. 칸 라이언즈 크리에이티비티 페스티벌 금상을 비롯해 전일본CM광고연맹 페스티벌 금상을 수상했다. 세계 각국의 30세 이하 프로 카피라이터가 경쟁하는 영 스파이크스 컴피티션에 일본 대표로 출전해 은상을 수상하는 등 국내외에서 80개 이상의 상을 획득했다. 설명이라면 쩔쩔매는 이들에게 카피라이팅을 활용한 간결한 설명의 기술을 알리고 있다.

역자 소개

황선종
한국외국어대학교 사학과, 일본 다이토분카대학 일본어과를 졸업하고 동 대학원 일본어학 석사 과정을 수료했다. 현재 전문번역가로 활동하고 있으며, 옮긴 책으로 《부의 지도를 바꾼 회계의 세계사》 《흐름이 보이는 세계사 경제 공부》 《하버드 실천 수업》 《인생이 바뀌는 말습관》 《심리 조작의 비밀》 《독서력》 등이 있다.

책 속에서

저는 정말 오랫동안 설명이라면 학을 떼며 살았습니다. 팀 미팅에서 말할 때면 무슨 말을 하는지 저 자신도 알 수 없는 상황이 돼버릴 때가 많았습니다. 그야말로 설명에 한해서는 열등생이었지요. 그런데 지금은 주위 사람들에게 "간결하고 알기 쉽게 말한다"는 평가를 듣고 있습니다. 대체 무슨 일이 있었던 걸까요? 변화는 카피라이팅 기술을 설명에 사용할 수 있게 되면서부터 시작됐습니다. (프롤로그: 자신 있게 권하는 설명의 기술, 5~6쪽)

개개인이 처리하는 정보량이 증가하고, 이를 위해 소비하는 시간이 늘어나자 많은 사람들이 시간을 빼앗기는 일에 예민해지기 시작했습니다. 쓸데없이 시간을 낭비하고 싶지 않은 것이지요. 그렇기에 메일이든 뭐든 간결한 설명을 선호합니다. 일 잘하는 사람이라면 상대의 시간을 소중히 하는 감각이 몸에 배어 있어야 합니다. 이런 감각을 갖고 있는 사람인지 아닌지는 메일이나 메시지를 보면 한눈에 알 수 있습니다. 상대의 시간을 소중하게 생각한다면 설명하는 시간을 줄여야 합니다. (1장: 새로운 설명의 규칙,

22~24쪽)

“간결하게 설명하려면 무엇이 필요한가요?” 짧게 말하는 기술이 중요하다고 말하면 반드시 튀어나오는 질문인데요. 우선 자신의 설명에서 쓸데없는 부분이 얼마나 있는지 파악해야 합니다. 이를 파악하는 방법 중 하나는 글을 쓰면서 철저하게 불필요한 표현을 찾는 것입니다. 말은 돌이켜보기가 어렵지만 글은 눈에 보이기 때문에 쓰면서 어떤 점이 문제인지 알 수 있습니다. 문장은 쓰고 나서 다시 한번 읽어보면 쓸데없는 부분을 즉각적으로 알아차릴 수 있습니다. 눈으로만 읽는 것보다 소리 내서 읽으면 더욱 잘 파악할 수 있습니다. 문장으로 짧게 설명하는 습관이 붙으면 말을 할 때도 필요 없는 부분이 줄어듭니다.(2장: 설명을 잘하고 싶다면, 카피라이터처럼, 47~48쪽)

저도 어떻게 하면 설명을 잘할 수 있을까 오랜 기간 고민했던 사람이기에 여러 가지 방법을 시도해보았습니다. 설명에 관한 책도 숱하게 읽었지요. 책에 소개되어 있는 복잡한 설명법을 읽다 보면 책장을 넘길 때는 고개를 끄덕이게 됩니다. 하지만 나중에 알려준 틀을 따라 해보려고 하면 오래 지속하기가 어려웠습니다. 복잡한 방법은 습관이 되기 어렵습니다. 그래서 저는 설명에 사용하는 기술도 단순히 나열하는 방법을 활용한 ‘구성요소 가시화하기’로 결정했습니다. 설명의 구성요소 가시화하기는 설명의 지도를 그리는 작업과 같습니다. 우선 설명을 훤히 꿰기 위해 어떤 요소가 필요한지 생각나는 대로 적습니다. 그러면 설명으로 가는 길이 눈에 들어옵니다.(3장: 설명의 최단 경로를 파악하는 카피라이터의 노하우, 76~78쪽)

일단 설명에 필요할 것 같은 요소를 모조리 써서 가시화하면 설명의 지도가 준비됩니다. 거기에서 필요한 내용만 골라내면 한마디로 상대를 이해시킬 수 있는 설명의 최단 경로가 완성됩니다. 그러면 무작위로 써놓은 설명의 요소 중에서 무엇을 기준으로 내용을 골라내면 좋을까요? 이때 타깃 사고를 사용하면 좋습니다. 이를테면 상사에게 새로운 프로젝트를 제안한다고 생각해봅시다. 프로젝트의 의의를 우선하는 상사라면 사회적 의의부터 설명하는 편이 바람직합니다. 수치를 중요하게 생각하는 상사라면 프로젝트와 관련된 시장 규모부터 보고하는 편이 좋습니다. 상대에 따라 설명의 구성요소를 다르게 하는 겁니다.(3장: 설명의 최단 경로를 파악하는 카피라이터의 노하우, 76~78쪽)

저는 ‘요점은 세 가지입니다’라는 설명 기술은 지난 시대에는 훌륭한 방법이었다고 생각합니다. 길에 비유한다면 미리 길을 안내해주는 교통 표지판과 같지요. 서울에서 부산을 가는데 도로 위에 부산까지 거리를 알려주는 안내 표지판이 있으면, 안심하고 운전을 합니다. 다만 세 가지 포인트는 ‘간결한 설명이 요구되는 시대’라는 관점에서 생각하면, 치명적인 단점이 있습니다. 듣는 사람이 “요점이 세 가지나 있다고? 너무 많은데”라고 생각할 수 있기 때문입니다.(4장: 설명의 속도를 높이는 표현들, 102~103쪽)

후배에게 업무 효율이 떨어졌을 때를 대비해서 회복하는 방법을 평소에 생각해두는 게 좋다는 조언을 하고 싶다고 해봅시다. 이 표현을 그대로 전달하면 잔소리로 들릴지 모릅니다. 그런데 후배의 취미가 게임이라면? 그렇다면 게임 용어를 사용해서 이야기하면 어떨까요? 조언이라도 거부감이 줄어들 것입니다.
-> 좀처럼 의욕이 생기지 않을 때를 대비해 나름의 회복마법을 갖고 있는 편이 좋지.
‘회복마법’이라는 상대가 좋아하는 장르의 표현을 사용해 눈을 번쩍 뜨게 만들었습니다. 듣는 사람이 관심 있는 분야의 표현 혹은 쉽게 이해할 수 있는 단어를 사용하여 이야기하면 주의를 끌 확률이 높아집니다.(5장: 상대방의 귀를 사로잡는 내비게이션 표현, 127쪽)

카피라이터는 '중복'에 대한 두려움이 큽니다. 기업끼리 광고 헤드 카피가 겹치면 고객인 기업은 물론이고 소비자에게 실망감을 안겨줄 수 있습니다. 그래서 카피라이터는 의외성이 있는 표현을 조합하는 기술을 자주 사용합니다. "자유는 멋지다"라고 말하기보다 "자유는 어렵다"라고 말할 때, 뒷이야기를 듣고 싶어집니다. 이는 일반적인 문장에서 '자유'라는 말 뒤에 '어렵다'라는 표현이 이어지는 경우가 많이 없기 때문입니다. 이처럼 의외의 표현으로 단어를 바꿔서 문장을 구성하면 식상한 설명에서 벗어날 수 있습니다.(6장: 나의 설명에 집중하게 만드는 무의식 알람, 159~160쪽)

제가 아는 일 잘하는 선배 하나는 상사에게 보고할 일이 있을 때 항상 사전에 메일을 보내고, 그 다음에 설명을 하러 갑니다. 말하자면 필요한 정보를 자신의 머릿속에서 꺼내놓고, 그것을 정리해서 메일로 보낸 후 상대가 그 메일을 읽어보았을 시점에 이야기를 하러 가는 것입니다. 이렇게 하면 상사는 메일로 설명의 경로를 대략적으로 파악한 뒤에 이야기를 들을 수 있습니다. 설명을 하는 사람도 일단 글로 적으면서 내용을 확실하게 정리했고, 또한 최소한의 정보는 메일로 미리 전달했기에 자신 있게 설명할 수 있습니다.(7장: 일상에서 활용하는 설명의 기술, 169쪽)

여러분은 설명의 규칙이 변하고 있는 지금 이 시대에 최적화된 설명의 기술을 손에 넣었습니다. 언제 어디서든 상대의 고개를 끄덕이게 하는, 무엇이든 한마디로 정리하는 설명의 힘은 반드시 훌륭한 조력자가 되어줄 것입니다. 설명을 하다가 할 말이 생각나지 않아 얼버무리거나 이야기가 장황해서 좀처럼 결론에 도달하지 못하는 사람이 주변에 있다면 꼭 이 책에서 다루는 설명의 기술을 알려주기 바랍니다. 간결하게 설명할 수 있는 사람이 많아지면 회의 시간이 짧아집니다. 업무 시간도 짧아집니다. 일하는 방식도 바뀝니다. 한마디로 정리하는 간결한 설명에는 이와 같은 큰 힘이 있습니다.(에필로그: 간결한 설명으로 당신이 빛나기를 바랍니다, 197~198쪽)

차례

프롤로그: 자신 있게 권하는 설명의 기술

1장 새로운 설명의 규칙
긴 설명은 더 이상 환영받지 못한다
내 이야기를 쓸데없는 정보로 만드는 치명적 실수
설명의 대상은 설명을 듣지 않으려는 사람이다
간결한 한마디로 승부하는 SNS 세계

2장 설명을 잘하고 싶다면, 카피라이터처럼
카피라이터는 간결한 설명의 전문가
업무 메일을 보면 설명 습관을 알 수 있다
설명의 대상을 구체적으로 정리하는 타깃 사고
간결한 설명은 생각을 가시화하는 것부터 시작한다

3장 설명의 최단 경로를 파악하는 카피라이터의 노하우

설명이 서툰 사람들이 모르는 한 가지
설명할 내용을 잘게 쪼개면 설명의 경로가 보인다
타깃 사고로 설명에 필요한 요소만 고르는 법
가시화-선택-조합으로 설명의 최단 경로 찾기
가장 효과적인 프레젠테이션 작성법
복잡한 설명에는 계층적 구조를 활용하자

4장 설명의 속도를 높이는 표현들
"요점은 세 가지입니다"가 더 이상 통하지 않는 이유
설명의 방향을 안내하는 투명 표지판 세우기
~에서 ~로, '비포 앤 애프터'의 마법

5장 상대방의 귀를 사로잡는 내비게이션 표현
맞춤형 정보가 익숙한 사람에게는 맞춤형 비유를
관용구 비틀기로 아는 표현도 새롭게
모호한 이미지를 구체적으로 만들려면 숫자로 포인트 주기
호기심을 불러일으킬 땐 경험담을 사용하라

6장 나의 설명에 집중하게 만드는 무의식 알람
두 배로 강조하는 반복의 기술
당연해 보이는 표현을 차별화하는 방법
질문에 답하려는 본능을 활용하라
인상적인 문장을 만들 때 필요한 언어의 규칙
의외의 표현에 집착하라
상대를 배려하는 간결한 설명

7장 일상에서 활용하는 설명의 기술
상사에게 보고할 때, 팀원에게 설명할 때
어수선해지기 쉬운 팀 미팅을 빨리 끝내는 법
SNS, 첫 문장과 마지막 문장이 중요하다
좋은 인상을 남기는 자기소개의 기술
목표를 세울 때는 나 자신에게 설명한다는 생각으로

에필로그: 간결한 설명으로 당신이 빛나기를 바랍니다