DUU311320

돕는다는 것은 참으로 **쉬운 일**입니다

unicef 의 새로운 기부 문화 만들기 프로젝트

unicef

unicef를 위한 **세가지 관점**에서
전략의 방향을 잡아봤습니다

첫번째 관점, **기부문화에 대한 시선**

최근의 기부트랜드를 살펴보면, 사람들은
자신의 후원내용과 결과를 직접 확인하고 싶어한다

자체 설문조사 결과, 68%의 응답자가 기부를 했을 경우
자신이 낸 기부금의 사용 경로와 과정을 알고 싶어하는 것으로 드러났다.

출처 : News Jelly 2014. 01. 13

기부의 결과를 직접 확인 할 수 있는
타 기부 단체의 1:1 후원에 가치를 느끼고 있는 기부자들

1:1후원을 주 기부 채널로 사용하고 있는 타 기부단체들

Save the Children

World Vision

Good Neighbors

Q. 당신이 하고 있는 기부에 대해 어떻게 생각하세요?

아이들이 사진을 올리면
뿌듯하기도 하고, 지원을 끊으면
당장 그 아이들이 다른 기부자를
구해야니까... 책임감을 느끼죠

(26세 회사원, 세이브 더 칠드런)

1:1후원으로 가장 알맞고
또 내가 확인 할 수 있으니까요

(23세 대학생, 월드비전)

반면에 유니세프의 기부 채널에는
그들이 직접 확인 할 수 있는 1:1 후원이 없다

유니세프의 경우 기부자의 Needs를 충족시키는 시스템은 없다

출처 : 홈페이지

전화를 통해서도, 1:1 후원 시스템의 부재를 확인

저희 유니세프는 구호에 차별을 두지 않기 때문에
1:1 후원보다는 전체적 후원을 지향하고 있습니다

7월 23일 유니세프 상담원 인터뷰 中

어떻게 해야할까?

두 번째, **유니세프 철학에 대한 인사이트**

기부 시스템에서의 가치가 적은 유니세프
그렇다면 1:1 같은 시스템으로 바뀌어야 하는가?

눈으로 확인 할 수 없는 기부채널을 가진 유니세프

1:1후원을 주 기부 채널로 사용하고 있는 타 기부단체들

Save the Children

World Vision

Good Neighbors

유니세프의 철학은
'차별없는 구호'
이것은 타 기부단체와 차별화 될 수 있는
가장 핵심적인 본질!

1:1 후원을 도입하여 기부 금액을 늘리려 하면
기존 우리의 철학과 충돌하게 된다!

고로, 바꿔야 할 것은 시스템이 아니다.

CASE STUDY : Golden Coin Donation in Austrailia

호주의 Golden Coin Donation
기부의 일상화를 말해주는 중요한 사례

기부 선진국에서는 **기부가 특별한 것이 아니라 일상이 되어 있다고 한다.**
기부지수 1위인 호주에는 **'골드 코인 도네이션(Gold coin donation)'** 이라는 말이 있는데,
황금색 동전인 1달러와 2달러 짜리 동전을 기부하는 것을 말한다.
심지어는 어린 아이들이 '파자마 파티'를 하면서도 '골드 코인 도네이션'을 한다고 한다.
거창한 기부가 아니라 생활에 뿌리내린 기부 문화의 단면이다.

unicef 의 나아갈 방향

기부의 일상화

이렇게 했을 때 좋은 점, 타 기부 단체들의 주력 기부채널인 1:1기부와
충동하지 않으면서, 동시에 유니세프 만의 기부문화를 확립할 수 있을 것!

세 번째

사람(기부인 + 수혜인)**대한 시선**

사실, 쉬운방식는 항상 존재
우리가 흔히 목격할 수 있는 기부함들...

일반적인 기부 유도를 할 수 있는 접점

하지만, 쉽게 외면당하는 현실

기존의 쉬운 기부가 가진 한계와 극복

진정으로 쉬운 기부가 일상이 되려면
물리적 접점 뿐만 아니라 감성적 접점도 마련되어야 함

우리의 일상과 아이들의 일상을 비교해보면
공감의 접점을 확인 할 수 있다

오늘 뭐 먹지? = 오늘 뭐 먹지?

과잉에서 나오는 고민 ≠ 결핍에서 나오는 고민

오늘은 어떤 메뉴를 먹지

오늘 무슨 음료를 마시지

오늘 뭘 입고 나갈까

오늘 무슨 공부를 해볼까

오늘 어디에 놀러가지

.
.
.

오늘 나 뭘 하면서 살아볼까!

공감의 접점

나와 아이들의 삶을 비교했을 때

오늘 뭐 먹지?

오늘 뭘 마시지?

오늘 뭐 입지?

오늘 뭘 공부하지?

오늘 어디에 가지?

.
.
.

오늘 나 뭘 하지?

오늘은 어떻게 버티지...

오늘은 뭘 마실 수 있을까...

오늘 입을 옷이 있을까...

오늘 공부 할 수 있을까...

오늘 갈 곳이 있을까...

.
.
.

오늘 나 뭘 어떻게 살아가지

Concept 도출

같은 고민을 하고 있지만
다른 일상을 살고 있는 우리, 그리고 아이들

**우리들의 일상을 그들에게 나누어 줄 수 있다면
그것도 아주 쉬운 방법으로!**

Campaign Concept
일상을
선물하다

Starategy Planning

구체적 쉬운기부의
접점들을 타겟들에게 노출
자연스러운 기부 유발

STEP 2

기부자와 수혜자의 일상과
그 괴리에서 나오는 요소를
화두로 제시
이를 통해 2차 전략인 기부 접점에 대한
참여도를 높임

STEP 1

STEP 3

쉬운 기부를 겪은 기부자들에게
쉬운 기부의 의미를 일깨워 주고
이를 통해 유니세프 브랜드에 대한
제고

MISSION

일상생활 속에서 기부의 접점을 늘려 기부자들이 유니세프의
기부를 좀 더 가깝게 만나고 이러한 일상생활 속 기부를 통해 유니세프의 철학인
'차별 없는 구호'를 알려 유니세프의 위상을 높이자!

Step 1: TVC 1 오늘 뭐 먹지

화사한 아침의 풍경

조용하고 평화로운 BGM

여자는 풍요로운
아침을 맞는다

여유로운 시간을
보내는 그녀

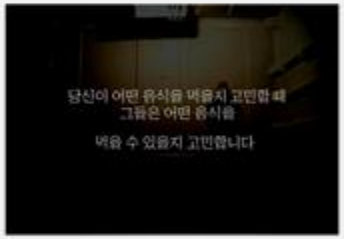
식사 준비를 위해
주방으로 간다

대사 : 오늘 뭐 먹지?

음식을 꺼내기 위해
냉장고문을 여는 여자

BGM이 끊기고

텅빈 냉장고만
화면에 나온다



COPY & Na
당신이 어떤 음식을 먹을지
고민할 때
그들은 어떤 음식을
먹을 수 있을지 고민합니다.

유니세프 한국위원회
로고 이미지

분주한 아침
엄마는 아이를 깨우러 간다

활기찬 BGM

엄마 : 빨리 와서 밥먹어~
딸 : 빨리 머리 묶어줘

딸 : 아침 안먹어도
된다니까 엄마는 참!

티격태격하지만 다정한 모녀

엄마 : 둘 다 잘 갔다와~
아들,딸 : 다녀오겠습니다!

학교에 가기 위해 현관문을
나서는 아이들

BGM이 끊기고

현관문 밖엔 아프리카의 흙
길이 보인다

COPY & Na
당신의 아이가 학교에 가기 위
해 집을 나설때
그들은 살기 위해 집을
나섭니다

유니세프 한국위원회
로고 이미지

Step 2 : 약을 가지고 뛰어라! 스마트 폰 게임을 활용한 기부접점 아이디어

시작화면

MISSION SUCCESS시
치료식을 전달받은 아이들의 미소와 함께
(카피)그들의 삶의 시간은 계속됩니다

GAME OVER시
(카피)당신에게는 게임이 끝났지만
그들에게는 삶이 끝날 수도 있습니다

아이디어 설명

남자가 정해진 시간내에 치료식을 전달해야하는 게임.
자신의 기록을 랭크할 수 있어 지속적인 흥미를 일으킬 수 있을 것
기부자들은 게임을 했을 뿐이지만 게임속 광고를 봐야만 시작되는
시스템으로 광고수익을 기부할 수 있는 아이디어

기대효과

게임의 재미로 인해 기부자들이 스스로 찾게 되는
기부 아이디어로 지속적이며 자연스러운 기부가 될 것

Step 2 : 아이들의 갈 곳은? 스지하철 스크린 도어를 이용한 옥외 기부 접점

아이디어 설명

지하철 스크린 도어에 집을 잃어 갈 곳 없는피난민 아이의 모습을 래핑.
사람들의 목적지가 분명한 지하철이라는 공간에서 상반되는 피난민아이의
모습을 보여줌, 하단에 교통카드단말기를 부착해 소액기부를 이끌어 낼 수 있을 것

기대효과

지하철 이용자인 기부자들이 자신의 일상이
그들에게는 일상이 되지 못함을 알고 기부를 하게 유도
이때 교통카드단말기는 즉각적인 기부를 하게 할 수

Step 2 : Donation Coffe Machine 회사 내 자판기를 이용한 기부 접점

*오른 쪽의 반환 레버를 누루면
잔돈을 받는 대신, 기부를 선택할 수있게 된다.

아이디어 설명

사내 자판기의 동전반환레버를 두개설치하여
한쪽은 일반 레버지만 하나는 잔돈을 기부할 수 있는 기부레버로
커피를 마신후 남는 소액잔돈을 기부 하게 할 수 있는 아이디어

기대효과

소액잔돈을 처리하고 싶어하는 직장인 남성들의 기부를
이끌어내며 그들이 가장이라는 점은 공감을 이끌어
내어 더욱 기부를 이끌어 낼 수 있을 것.

*자판기 카피 : 아이들이 쥐어야 하는 것은 연필입니다. 커피 향 짙은 아이들의 손을 잡아주세요

아이디어 설명

마트 쇼핑카트에 부착하는 래핑광고로
'오늘 뭐 먹지?' 라는 같은 메시지가 각자에게 다른 의미임을 나타내어
영양이 부족한 그들을 위해 쇼핑카트 대여 동전을 기부하는 아이디어

기대효과

마트에 장을 보러온 주부들이 주 타겟층으로
먹을 것이 없어 고민하는 아이들을 보며
카트대여금으로 쓰인 동전을 쉽게 기부하게 할 수 있다

Step 2 : 당신이 책을 고르는 사이! 서점 Pop-Up 광고를 통한 기부 접점

아이디어 설명

서점 이용자들은 책을 고르러 서점에 온다. 하지만 아이들은
책을 읽고 싶어도 읽지 못하는 상황에 놓여져 있다.
이러한 심리적인 접점을 만들어낸 후 옆에 배치되어 있는
기부함에 기부를 할 수 있게 한다.

기대효과

책을 고르는 행위가 아이들에게는 희망이라는 느낌을
주어 자연스럽게 접점을 만들어 기부를 이끌어 냄

광고를 통해 자극을 받은 사람들은
책을 계산 할 때 계산대에 있는 기부함에
기부를 하게 될 것이다

카피 : 당신은 무엇을 읽을까 고민을 합니다.
동시에 이 아이는 공부를할 수 있을까 고민합니다

아이디어 설명

기부활동의 뿌듯함을 느낄 수 있도록 유니세프 전시회를 마련하였다. 전시회는 크게 2개의 전시회로 나뉘어서전시회 1에서는 유니세프의 도움을 받기 전인 아이들의 모습을 보여주고 전시회 2에서는 그 아이들이 유니세프의 도움을 받음으로써 그들의 삶이 어떻게 바뀌었는지를 보여준다. 또한 전시회에 유니세프 정기후원을 신청할 수 있는 부스를 따로 마련하여서 새로운 기부자와의 접점을 만들 수 있다.

기대효과

유니세프 전시회를 통하여 기부자들은 자신들의 기부금이 아이들의 삶에 어떤 영향을 미쳤는지를 실질적으로 보여줌으로써 뿌듯함을 느끼게 해줄 수 있고 지속적인 후원을 이끌어낼 수 있다.
또한 정기후원 신청 부스를 통하여 새로운 정기후원자들을 유치할 수 있다

아이디어 설명

기부를 받은 수혜 아동이 고마움의 마음을
글로 쓴 팔찌를 제작해 기부자들에게 전달한다

기대효과

기부에 의해 도움을 받게 된 아동들의 직접 반응을
보여줌으로써 기부자들에게 뿌듯함을 준다.
또한, 이를통해 일상적 기부를 장기화시킬 수있다

본 캠페인을 통해!

- 일상생활속에서 이뤄지는 기부로 자연스럽게 **기부를 쉽게 느끼게 함**
- 쉬운기부라는 **유니세프만의 정체성**을 확립
- 유니세프에 브랜드철학을 유지하면서 **뿌듯함을 느끼게** 함

생각해보면, 누군가를 돕는 다는 것은 참 쉬운 일이었습니다.
감사합니다