



SITUATION

오랫동안 차별성 없이 쏟아진 빈곤 포르노 광고들로, 대중은 그러한 콘텐츠를 넘어 후원 행위 자체에 반감을 가지게 되었다.

전통적 후원 시장의 위기는 브랜드 가치 중 하나로 '혁신성'을 추구하는 유니세프에 브랜드 이미지 제고의 기회이다.

포스트 코로나 시대 주목받는 '메타버스'를 통해 새로운 후원 패러다임을 제시함으로써, 신(新) 후원 시장 내 유니세프만의 차별성 및 선도지위를 확보한다.

금융계 및 다양한 주요 기업들의 가상 오피스 도입 확대 등으로 MZ세대의 유입이 증가하고 있는 국내 메타버스 플랫폼 '제페토'를 활용했다.



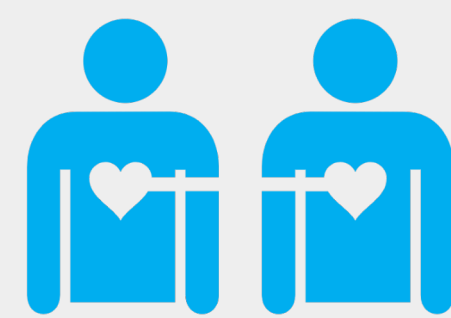
IDEA

1. 제페토 내 '유니세프 아이템'을 장착한 부캐, 유니세퍼(유니세프 후원 캐릭터 별칭) 생성 * 선택 가능한 다수 아이템 제공 후, 아이템별 후원금 비율 차등 적용도 가능
2. 사용자가 자유롭게 유니세퍼를 꾸미거나, 유니세퍼로 플랫폼 내 여러 체험 수행
3. 유니세퍼로 활동 중 유료 결제 시 일부 금액이 유니세프로 자동 후원



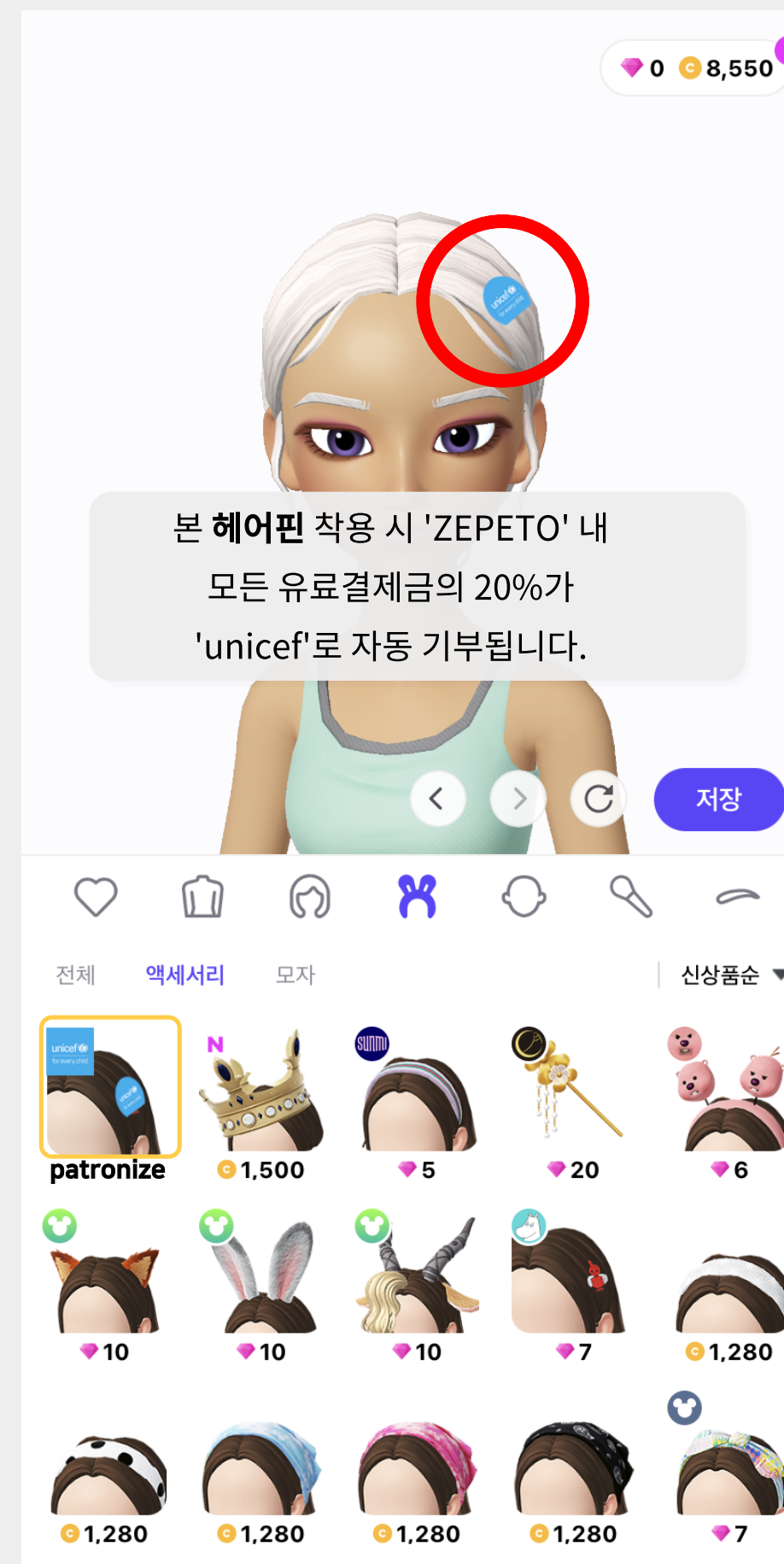
EFFECT

1. 부캐에 대한 부담없는 투자 형태로 자발적 후원 생활화 및 장기화 촉진
2. 나의 만족을 위한 투자를 후원 방식으로 채택함에 따른 '미코노미' 소비 성향의 MZ세대 효과적 공략 가능
3. 트렌디하고 능동적인 브랜드 이미지 확보
4. 후원을 촉진하는 프로그램 추가 등을 통해 플랫폼 내 다양한 응용 가능

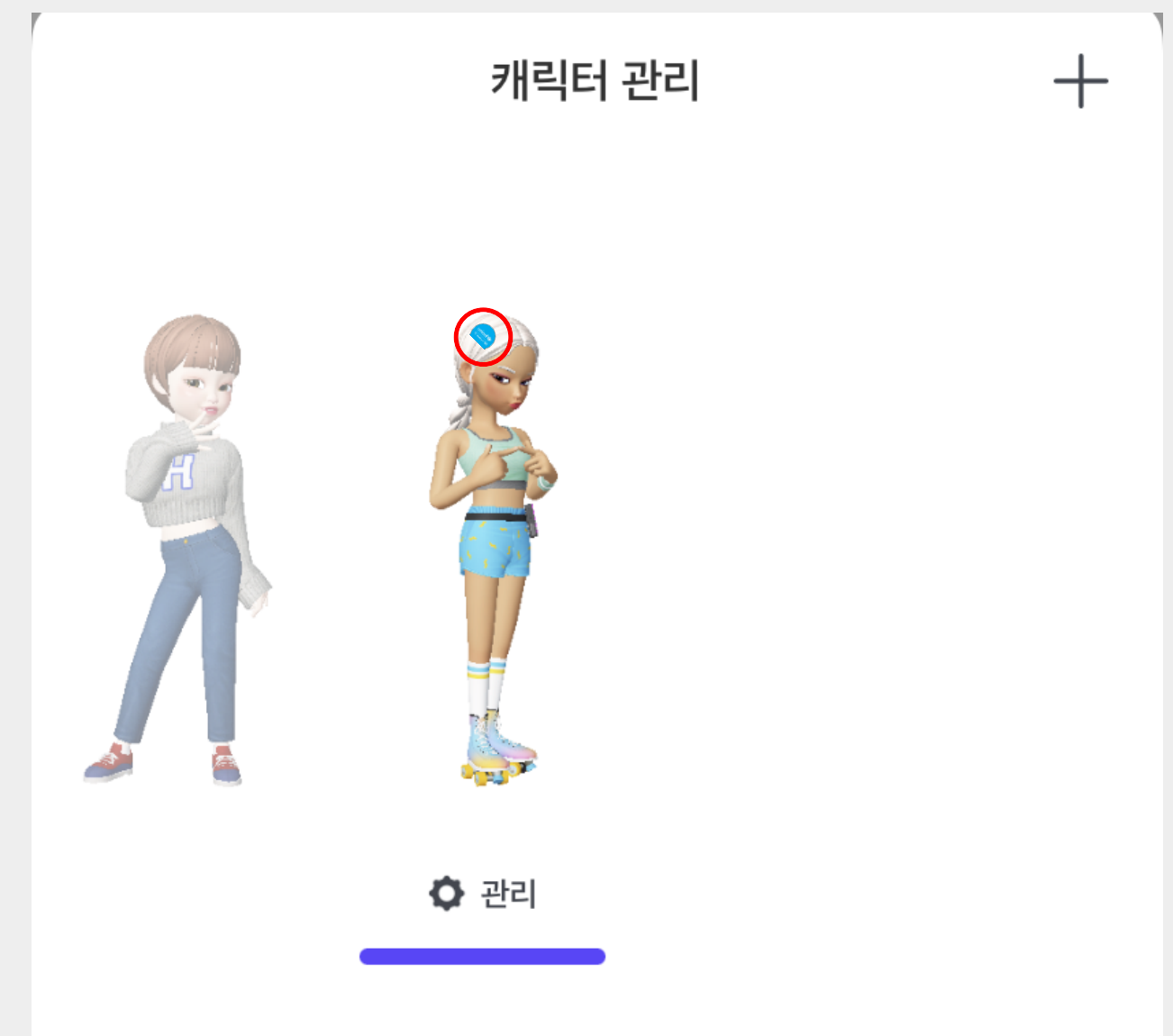


부캐는 유니세퍼(Unicefer)

메타버스 기반 투자형 후원 패러다임



캐릭터 생성 혹은 관리 화면에서
유니세프 로고가 그려진 무료 아이템 장착 시
후원 관련 안내 메시지 노출



유니세퍼가 된 부캐로 활동하다
유료 결제 시 일부 금액 자동 후원