

Fundraising  
Asking  
Proposals

세상을 바꾸는 동력을 모아라.

# 설득의 기술과 모금

Work Smart  
&  
Warm!



가치혼합 경영 연구소



# 김재춘 (밝은★별)

<http://www.facebook.com/tala0316>

- 심리학 전공
- 광고회사 세일즈 프로모션 기획자
- 기술제조벤처회사 마케팅 책임자
- 수행결사단체 정토회 생활
- (재)아름다운가게 정책실장
- 생태건축 흙집 '한국스트로베일건축' 빌더
- (전)한국사회적기업협의회 이사(실무)
- 한국모금가협회 운영위원
- (전)서울특별시장 대외협력보좌관
- **가치혼합 경영연구소 소장**
- **Social Muscle for change 대표(설립중)**



가치혼합 **겨여**  
연구소

영리의 효율성+비영리의 공익성  
세상을 바꾸는 방법을 바꾼다.  
공익활동가, 단체, 기업의 '변화역량' 강화

세상을 바꾸는 **방법을 바꾼다.**  
공익 단체 · 기업 · 활동가들의  
3가지 근력과 변화 역량 강화

**Social Muscle**  
for change

제안, 요청, 모금, 기부

**설득 커뮤니케이션**

# 설득과 협상

# 설득의 기본전제

# 얘기 나눠 봅시다.

자신이 경험한(알고 있는) 최고의 설득, 협상, 제안 사례

자신이 경험한(알고 있는) 최악의 설득, 협상, 제안 사례

1(아주 아니다), 2(아니다), 3(보통이다), 4(그렇다), 5(아주 그렇다)

| 구분 | 문항                                      | 선택 |   |   |   |   |
|----|---|----|---|---|---|---|
|    |   | 1  | 2 | 3 | 4 | 5 |
|    | 매우 실용적인 사람이다.                           |    |   |   |   |   |
|    | 받는 것보다 주는 것을 좋아하고, 잘하는 편이다.             |    |   |   |   |   |
|    | 인간관계가 좋다. (남들이 나를 만나는 것을 좋아한다.)         |    |   |   |   |   |
|    | 한 번에 여러 가지 일을 처리하거나 생각을 할 수 있다.(멀티 태스킹) |    |   |   |   |   |
|    | 남이 원하는 바를 매우 빨리 알아차린다.                  |    |   |   |   |   |
|    | 남들이 하는 말에서 속뜻(요지, 이면의 속셈 등)을 잘 파악한다.    |    |   |   |   |   |
|    | 주변 정세를 빠르게 파악하고 상황판단이 빠른 편이다.           |    |   |   |   |   |
|    | 복잡한 일을 조정, 정리하는 정치적 감각이 있다.             |    |   |   |   |   |
|    | 의사결정을 할 때 분명하고 빠른 결정을 할 줄 안다.           |    |   |   |   |   |
|    | 장황한 얘기나 상황을 짧고 명쾌하게 요약할 줄 안다.           |    |   |   |   |   |
|    | 나의 장점과 단점을 매우 구체적으로 객관화하여 말할 수 있다.      |    |   |   |   |   |
|    | 내 제안을 남들이 잘 채택하는 편이고, 그들이 제안에 고마워한다.    |    |   |   |   |   |
|    | 합계                                      |    |   |   |   |   |

“저 믿어 주세요..?”

# 라포 rapport

상담이나 교육을 위한 전제로 **신뢰와 친근감**으로 이루어진 인간관계. 상담, 치료, 교육 등은 특성상 상호협조가 중요한데 라포는 이를 충족시켜주는 동인(動因)이 된다. 라포를 형성하기 위해서는 타인의 감정, 사고, 경험을 이해할 수 있는 공감대 형성을 위하여 노력

# 기업에게 후원을 받아내는 관계 쌓기 10단계론



1. 조사, 연구
2. 강의 요청
3. 사전 방문
4. 현장 강연
5. 감사 문자
6. 감사 메일
7. 업체 방문
8. 서비스 제공
9. 자원봉사 요청
10. 기부 제안

# 2 Calls 1 Meeting 20Minutes





**DO YOU KNOW?**

For the last 2,000 years, the body of water between Korea and Japan has been called the "East Sea".

Dokdo (two islands) located in the East Sea is a part of Korean territory. The Japanese government must acknowledge this fact.

Please visit [www.ForTheNextGeneration.com](http://www.ForTheNextGeneration.com) for historical background and more information on the East Sea and Dokdo.

Moreover, Korea and Japan must pass down accurate facts of history to the next generation and cooperate with each other to realize peace and prosperity in Northeast Asia from now on.

## 투자 전략 5단계

1. 전 백수연대 회원의 김장훈 팬클럽 가입
2. 전 백수연대 회원의 년 1회 김장훈 콘서트 유료 관람
3. 독도쿠기 매주 수요일 김장훈에 1박스씩 무료 제공(1년간)
4. 독도쿠기 김장훈 팬미팅때 무료 제공(1년간)
5. 독도를 지키는 사람들 캠페인에서 김장훈 띄워주기



# 블루 버터플라이 소개

BLUE BUTTERFLY PROJECT

1,000 won for Everyday Scholarship for Every Student.



동영상 보기 >

졸업한 신세 한양이 하루에 한원씩 기부하면 한달에 30원이 모입니다. 그런 신세 30명이 모이면 후에 한양을 세운 내내 존경할 일이 학교 다니게 할 수 있습니다. 만일 신세를 모두가 이 찬란 캠퍼스에 할애하면 후에 학생 생활이 해비 걱정 없이 학교를 다니게 되는 기적 같은 일이 벌어집니다.

천문대의 한성이 내비(내비)효과를 일으켜 학비(학비)에 자살하는 학생 없고, 새 대신 장반을 물어야 하는 학생 없고, 자신 때문에 다행이 되는 부모도 없는

그렇게 기쁘고 정무도 허버드도 MIT도 스탠포드도 세계 어느 나라도 하지 못한 일을 사치(사치)라고 합니다.

저희는 이 캠퍼스가 연세대학교 상경·경영대를 넘어 다른 학교들로 전파 되는 또 다른 내비(내비)효과를 꿈꾸고 있습니다.

이제 당신이 내비가 될 차례입니다.

2009년 12월 4일  
첫번째 블루 버터플라이 **김정수**



## 작은 제안 기술의 차이, 큰 결과의 차이

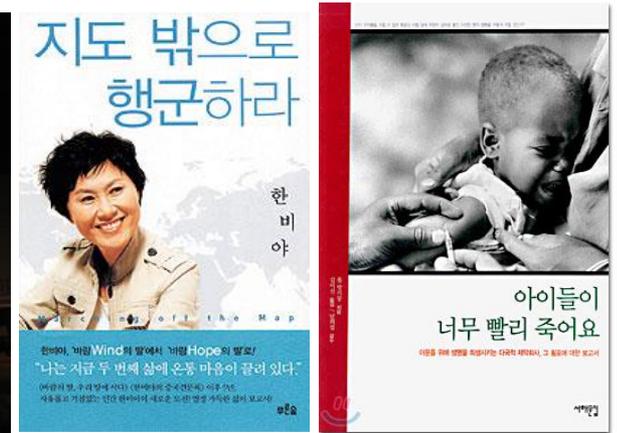
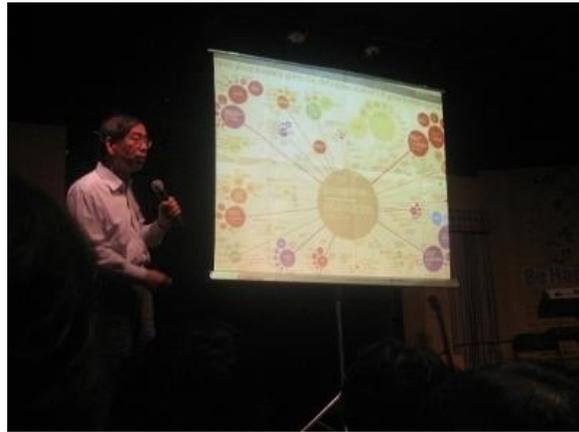
만약  
누군가 당신에게  
8주간의 연탄배달 자원봉사를  
부탁한다면?

“ 돈을 달라고 하지 말고  
기회를 달라고 하라. ”

# Foot in the door Effect

거절할 수 없는 쉬운 부탁부터 하라. 부담이 적은 것부터 시작해서 점점 그 수위를 높여가는 전략. 방문판매의 마케팅으로 아주 빈번하게 이용되는 심리효과로 보험설계사들이 보험자가입을 위해 화장실을 사용한 다던가 물을 마시게 해달라는 인간적인 부탁으로 수락을 받은 후 정중하게 감사의 인사의 말을 통해 자연스러운 대화로 자신이 본래 목적하던 보험에 관한 장점을 설명하면서 대화를 이끌어 가는 방법

# 참여하는 계기를 만들어라.



## 제안의 기술

[아]다르고 [어]다르며, 타이밍이 중요하고,  
사람에 따라 유연해야 한다.



설득을 위한 단 하나의 조건, **솔루션**



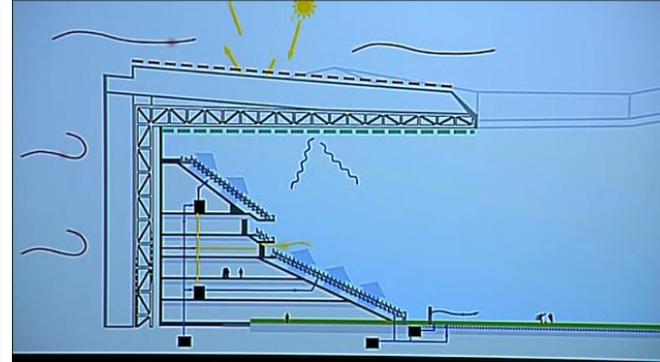
“ 가려운 곳을 긁어 줘라. ”

**FIFA**

# 2022 FIFA World Cup Qatar™



- 열정과 관심
- 27도의 스타디움, 크루즈선
- 적당한 거리
- 매력적 프리젠티



Korea Republic



- 정치적 홍보
- 한반도 평화를 위한 월드컵?  
→ 이번 정권이? 연평도 포격?
- 늑다리 프리젠테이션
- 연결성 없는 영상들



## 설득은 가치의 제안이다.

아빠 : 넌 내가 정해주는 여자랑 결혼하도록 해라.

아들 : 싫어요!!!

아빠 : 그 여자애는 빌게이츠의 딸이란다.

아들 : 그럼 좋아요.

아빠가 빌게이츠를 찾아간다.

아빠 : 당신 딸과 내 아들을 결혼 시킵시다.

빌게이츠 : 싫소!!!(내가 왜?)

아빠 : 내 아들은 월드뱅크의 CEO요.

빌게이츠 : 그럼 좋아요.

아빠가 월드뱅크 회장을 찾아간다.

아빠 : 내 아들을 월드뱅크의 CEO로 임명하시오.

월드뱅크 회장 : 싫소!!!(내가 왜?)

아빠 : 내 아들은 빌게이츠의 사위요.

월드뱅크 회장 : 그럼 좋아요.

이것이 비즈니스다.

아니다. 이것이 **가치 제안**이다.

# 대형 바자회 운영과 관련한 자금 확보 및 홍보 효과 달성

•방향 : 기업이 원하는 홍보 효과를 위한 가치 개발

•방법 : 매체(방송)를 캠페인 주최로 끌어들이고, 캠페인의 공신력과 파워, 영향력을 증대시키기 위해 유력 기관(장)과 유명인을 투입케 함.

•교환 가치의 개발

(방송국과 협상) 00회의 스포츠광고에 기업로고 삽입

00회의 라디오 스포츠광고 진행시 기업명 거론

특집 프로그램시 기업 CEO인터뷰(노력)

특집 프로그램시 크로징 자막 광고 게재

각종 관련 미팅시 공동 참여로 관계(네트워크) 조성

온라인 홈페이지 관련 내용에 기업 로고 게재

(정부와 협상) 기관장 참여, CEO간 관계(네트워크) 조성

정부 소유 홍보 매체 활용시 기업 로고 게재(노력)

정부 관련 잡지 등에 CEO인터뷰 게재(노력)

(유명인과 협상) 유명인의 CEO미팅(제안 당시)

유명인의 캠페인 참여시 관련 사진 초상 사용권 제공

➔기부금의 00배의 홍보 효과 달성 +  $\alpha$



|         | 사이즈       | AD Value  | PR Value   | 비고         |
|---------|-----------|-----------|------------|------------|
| 계 ...   | 온라인       | 20,000    | 60,000     | Daum, Nate |
| 계 ...   | 온라인       | 20,000    | 60,000     | Daum       |
| 각회로 ... | 온라인       | 30,000    | 90,000     | Naver      |
| 각회      | 온라인       | 30,000    | 90,000     | Naver      |
| 동약회 ... | 온라인       | 30,000    | 90,000     | Naver      |
| 동약회 ... | 온라인       | 50,000    | 150,000    | by, Naver  |
| 동약회 ... | 온라인       | 20,000    | 60,000     | Daum       |
| 각회      | 온라인       | 20,000    | 60,000     | Daum, Nate |
| 합       | 17.6*18.4 | 6,230,400 | 18,691,200 | P          |
|         |           | 6,450,400 | 19,351,200 |            |

28건 노출(중앙 일간지, 경제지, 무가지, 온라인 매체 등)

PR Value 193,512,000원

\*PR Value는 전통적인 \*Ogilvy AD Value 평가법을 기준으로  
기본적인 주목도와 인지를 계산방법 적용

부동산114 회원사와 함께 하는 아름다운 이사캠페인

# 이삿짐 정리, 마무리는 아름다운가게로

이삿짐을 정리하면서 쓰지않는 물건들을 아름다운가게에 기증하세요.  
물품 기증은 집안 정리와 더불어 어려운 이웃에겐 희망이 됩니다.



▶ 1577-1113, 전화 주시면 아름다운가게 수거차량이 달려 갑니다.  
(이사하기 일주일 전에 연락주세요)

## 아름다운가게는 이런 곳입니다

물건을 기증받아 저렴한 가격에 판매하는 알뜰가게입니다.  
물품 판매 수익금으로 어려운 이웃을 돕는 나눔가게입니다.  
물품의 재사용으로 자원을 순환시키는 친환경가게입니다.

## 아름다운 나눔 중개업소를 알려주세요.

우리 동네에는 아름다운 나눔의 방법을 소개해 주는 부동산 중개업소가 있습니다.  
시민홍보대사로서 '나눔과 순환'의 메시지를 널리 널리 알려주시는 분들입니다.  
나눔 중개업소를 통해 아름다운가게 기증을 알게 되셨다면,  
그 중개업소의 이름을 알려주세요.

여러분의 추천이 나눔을 실천하는 그분들에게 따뜻한 격려가 될 것입니다.

\* 나눔 중개업소란? 아름다운 이사 문화를 위한 시민홍보대사로 무보봉사하는 부동산 중개업소입니다.

[나눔중개업소 추천방법]

1. 아름다운가게 홈페이지(www.bstore.org)의 캠페인 페이지에 들어가서 글 남기기
2. 1577-1113으로 기증 신청할 때 소개해 준 나눔 중개업소 이야기하기

## 기증신청서

기입해 주신 연락처로 아름다운가게가 수거 확인 전화를 드리겠습니다.

|               |  |       |       |
|---------------|--|-------|-------|
| 소개받은 나눔중개업소 명 |  | 전화번호  |       |
| 나눔중개업소 전화번호   |  | 핸드폰   |       |
| 기증자명          |  | 주소    |       |
| 주 소           |  | 수거희망일 | 년 월 일 |

- 나눔중개업소에서 본 기증신청서를 아름다운가게로 팩스 전달 해 주세요.
- 아름다운가게 팩스번호 : 02-725-2003
- 적어주신 정보는 기증자 정보로만 소중히 보관됩니다.
- 대형가전 및 대형가구에는 매장이 협소하여 기증받을 수 없음을 양해바랍니다.

# 들어라(7:3의 법칙)

## 들으면 생기는 이점

- 공략 포인트 획득
- 주도권의 착각
- 약점 노출 제한
- 수많은 부가 정보 취득
- 말 많이 하면 지는 사람

## 단순한 듣기가 아니다.

- 추임새(리액션)
- 띄워주기
- 연결해주기
- 요령있는 질문

## 〈사례〉

어느 보험왕의 실패



## 상대방 맞춤형

“살 놈을 찾아서 맞춘다.”

총각네 야채가게 이영석 사장이  
말한 고수부지에서 오징어 팔던  
아저씨(사부) 전략



제 자신의 성장을 위해서도 초심을 유지하려고 애를 씁니다.  
지금도 처음 트럭행상 때를 잊지 않으려고 노력합니다.  
한번 안주하기 시작하면 다시 일어나기가 더 힘든 법이거든요.”

# 量 > 質

**3** 하루에 3명 이상 만남, 제안

**5** 하루에 5명 이상 통화

**7** 7개 이상의 커뮤니티 참가



사람들은 다 다르다. 각각의 공략법이 필요하다.



사람이 다르면 요청 방법도 다르다.



## 대상자 맞춤형 기술의 시전



**KOREA ROTARY**

A Global Network of Community Volunteers

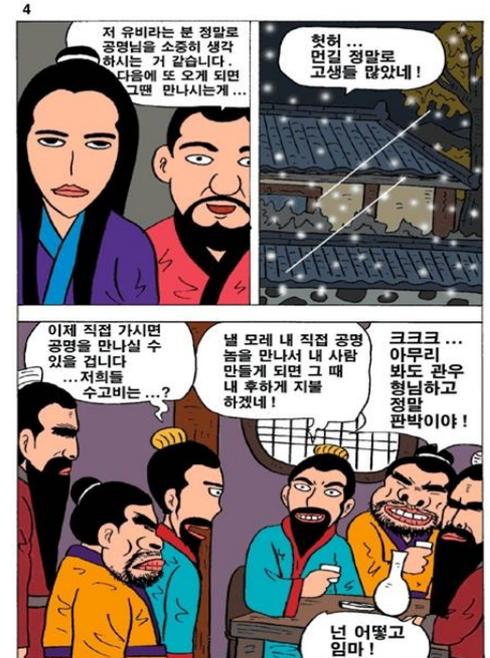
# 사람이라고 다 같은 사람이 아니다.

1. Select the **right person**(Solicitor)
2. To ask the **right person**(Target)
3. At the **right time**
4. For the **right amount**
5. In the **right way**
6. For the **right reason**

–The Six Rights for successful asking

# 三顧草廬

될 때까지 하는 게  
설득 제안의 기본이다.



FEAR CAN HOLD YOU PRISONER  
HOPE CAN SET YOU FREE.

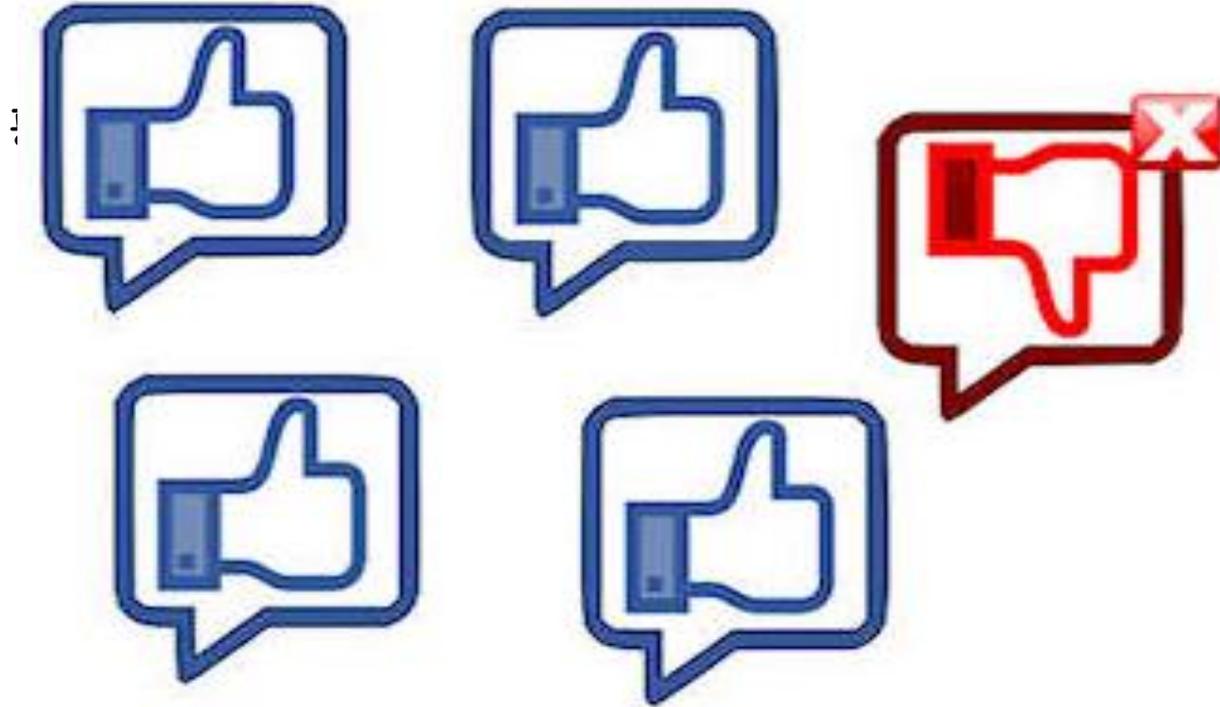


TIM ROBBINS

MORGAN FREEMAN

THE  
SHAWSHANK  
REDEMPTION

CASTLE ROCK ENTERTAINMENT PRESENTS  
A FRANK DARABONT FILM TIM ROBBINS MORGAN FREEMAN "THE SHAWSHANK REDEMPTION" BOB GUNTON WILLIAM SADLER CLANCY BROWN CH BELLUOS  
AND JAMES WHITMORE JR. "STONAS NEWMAN" RICHARD FRANCIS BRUCE "BERNARD MARSH" ROGER DEAKINS, S.C.E. AND LIZ GLOTZER AND DAVID JESTER  
MUSIC BY JOHN WILLIAMS EDITOR STEPHEN KING PRODUCED BY FRANK DARABONT AND NIKO MARVIN WRITTEN BY FRANK DARABONT  
CASTLE ROCK ENTERTAINMENT  
AT THEATRES THIS FALL  
CON UMBRAL PICTURES



# Reputation Management

○ 2013년 서울시 민간단체 공익활동 지원사업 종합평가 결과 우수단체 가점, 미흡단체 심사제외



## 요청할 때 외우는 주문(자기 최면)

“괜찮다. 내 돈 아니다.”

“괜찮다. 어차피 어려운 일이다.”

“괜찮다. 안 때린다.”

“말이나 해보자, 아님 말고.”





내가 하고 싶은 말

상대방이 듣고 싶은 말

## 삼단논법과 동상이몽

“우리의 일은 가치롭다.  
(그래서 당연히 받아야 한다.)”

“당신들은 돈이 있다.”

“그러니까 달라.(요구)”

“알아. 근데 다른 데도 다 그래.”

“그래 있어. 근데 다른 곳도 줘야 하는데,  
니들이 뭐가 특별한 지 말해봐. 없잖아.”

“맡겨봤냐. 빌어도 줄까 말까 한데...(요청)”



## 곰인형 기부 제안

아이 : 아빠 곰 인형 사주세요.

아빠 : 왜?(인형은 이미 많은데...)

아이 : 아빠, 저는 아빠를 사랑해요.

아빠 : ...??

아이 : 그래서 매일 아빠를 안아드리고 싶어요.  
그런데 아빠는 항상 늦게 들어오시잖아요?

아빠 : ...??

아이 : 큰 곰 인형은 아빠 대신이에요.

큰 곰 인형을 사주시면 매일 아빠 대신  
안아줄 수 있을 거예요.

아빠 : !!!



A. 요구



관계없음(≠)  
(네가 가지고 싶은 것  
나는 피하고 싶은 것)



B. 제안



동격(=)  
(미안한 마음을 가진  
나의 대용품)



## 우리 단체

|                   |             |
|-------------------|-------------|
| 가치 철학 지향          | Value 1-1 ● |
|                   | Value 1-2 ● |
|                   | Value 1-3 ● |
| 사업 프로그램 특성 장점 이미지 | Value 2-1 ● |
|                   | Value 2-2 ● |
|                   | Value 2-3 ● |
|                   | Value 2-4 ● |
| 이해관계자 참가자 구성원 수혜자 | Value 3-1 ● |
|                   | Value 3-2 ● |
| 자원 아이디어 홍보네트워크    | Value 4-1 ● |
|                   | Value 4-2 ● |
|                   | Value 4-3 ● |
|                   | Value 4-4 ● |
|                   | Value 4-5 ● |

## 피 제안자

|             |                   |
|-------------|-------------------|
| ◆ Value 1-1 | 가치 철학 지향          |
| ◆ Value 1-2 |                   |
| ◆ Value 1-3 |                   |
| ◆ Value 1-4 | 사업 제품 마케팅 브랜드     |
| ◆ Value 2-1 | 특성 장점 이미지         |
| ◆ Value 2-2 |                   |
| ◆ Value 2-3 |                   |
| ◆ Value 3-1 | 고객 이해관계자 참가자 조직문화 |
| ◆ Value 3-2 |                   |
| ◆ Value 3-3 |                   |
| ◆ Value 3-4 | 물적 자원 네트워크 사업관계   |
| ◆ Value 3-5 | 홍보망               |
| ◆ Value 4-1 | 규정                |
| ◆ Value 4-2 | 경쟁관계              |

제안컨셉1



제안컨셉2

제안컨셉3

**가치 제안**



지구를 살리는 8번째 불가사의  
아름다운가게-Charity Shop

The BeautifulStore will  
make a sustainable, remarkable difference  
with Sanofi-aventis,  
because *Health* matters.



### 아름다운가게 안양점 제안서



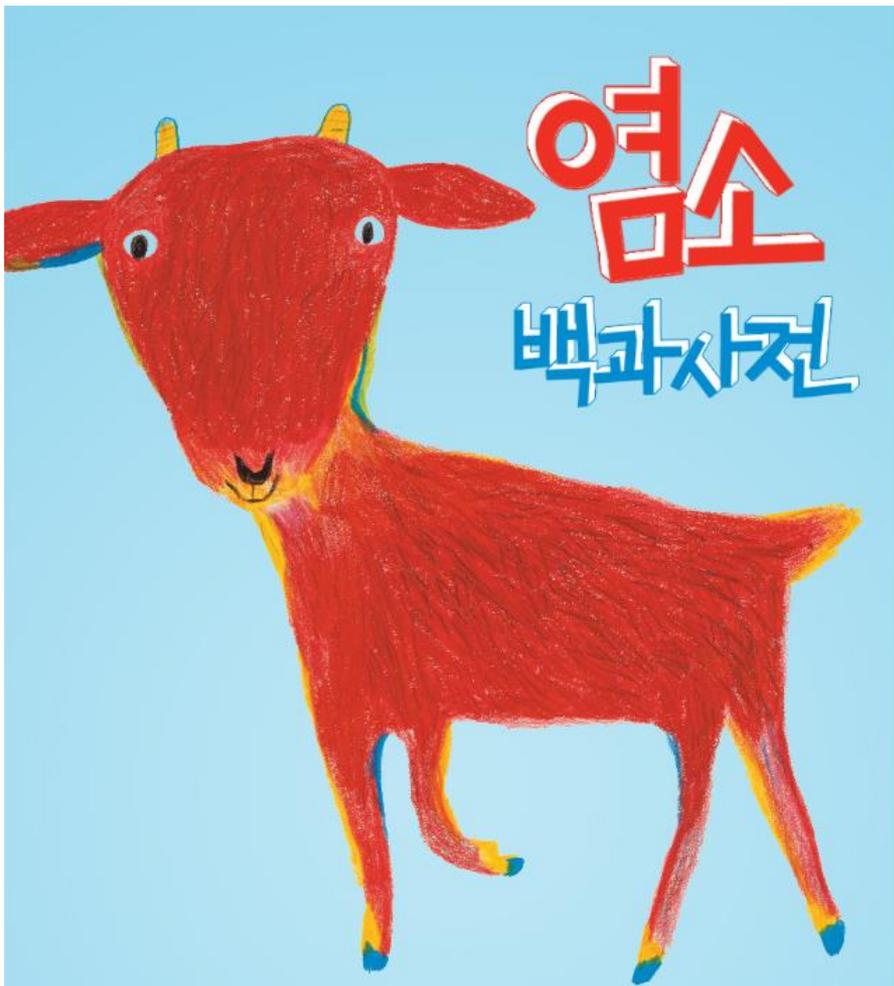
## 아름다운가게 평택점

매장 개설 제안서



제안서의 글쓰기에서 가장 기본적인 것은  
우리의 사업 프로그램이  
상당히 그럴싸해 보이게 표현하여  
**동참할 만한 가치가 있게 소개**하는 것이다.





염소 한 마리가 일으키는 놀라운 변화,  
그 시작은 여러분입니다.

여러분의 염소는 새끼를 낳아 다시 염소가 없는  
이웃에 나눠주는 릴레이 방식으로 전파됩니다.



블로거 유창주

## 1. 빈곤과 또 다른 이름 세계화

제임스 시브룩이 쓴 <세계의 빈곤>을 읽으면서,  
아프리카 니제르의 염소가 떠올랐다. 겁 많고 성질  
급한 염소 한 마리가 아프리카인들에게 어떤 영향을  
미칠까?

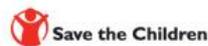


©Save the children

‘염소 한 마리의 기적’을 이야기하기 전에 먼저 ‘빈곤’에  
대한 생각을 정리해 볼 필요가 있다.

빈곤은 절대적이고 상대적인 개념이다. 개념을 넘은  
현실이다. 세계적인 환경 운동가인 반다나 시바는  
빈곤과 궁핍에 대해 말했다.

“생계가 가능한 정도로만 가난하게 살아가는 것의  
문화적 개념과, 박탈과 궁핍의 결과인 물질적 빈곤의





# 2013 아시아에 햇빛을 태양광 전등 지원 캠페인 두번째 이야기

## 아시아 태양광 전등 지원 캠페인



에너지는 기후변화방지, UN 밀레니엄개발 목표중의 하나인 빈곤 퇴치 목표 달성을 위한 모든 것의 중심이다  
- UN 발전총회 '2012년 지속가능에너지의 해' 발표 -

- 추진이유**
  - 아시아 저개발 국가의 **에너지빈곤문제 해결**
  - 기후변화에 대응하는 지속가능한 에너지 대안 확산 및 절대 빈곤 퇴치
- 추진방향**
  - 맞춤형 태양광전등 개발 및 제작
  - 아시아 극빈 지역이면서, 전기가 보급되지 않는 지역 선정
  - 다큐멘터리 제작, 방송3사 통해 방영 (홍보대상: 사야니 출연)
- 기대효과**
  - 친환경 에너지인 태양광전등 보급을 통한 **탄소감축**
  - 빛을 위해 사용하는 연료 구입비 절감
  - 1일 3시간이상 학업시간 확보로 **삶의 질 향상**
- 사업목적**
  - 아시아 저개발 국가 8개국 10,000개 태양광 전등 보급
  - 전기가 공급되지 않는 아시아 극빈지역 **40,000명 지원**
  - 1가구당 **탄소감축 30%** (동유렌턴 사용대비)
  - 1가구당 연료비 평균 30% 절감
  - 1년이상 90% 지속 사용



1만개의 태양 ☀

환경재단

밤이면 암흑에 시달리는 지구촌 인구의 약20%인 15억 명이 중, 50%가 넘는 **7억 5천만 명** 이상 아시아 저개발국가에 살고 있다

2011년 국제에너지기구(IEA)가 선택한 국가 발전을 가로막는 장애물 **'에너지 빈곤'**  
세계 최빈곤층들이 빛을 위해 사용하는 연료 구입비 약 400억 달러 이상

동유 전등을 사용하는 주민들과 어린이가 흡입하는 유해 가스 **하루 40개피의 담배를 피우는 량**  
매년 실내공기 오염으로 사망하는 인구 약 **1,800만 명**  
동유로 인한 화재로 인해 사망하는 인구 약 **100만 명 이상**  
동유에서 발생하는 이산화탄소 량 약 **1억 9천 만 톤**(= 자동차 3,000만 대 배출량)

IPCC 기후변화 **최대피해지역**으로 아시아 선정 생존을 위협하는 에너지 위기 **'17W의 에너지가 피 한 방울'이 되는 저개발 국가의 현실**

1만개의 태양 ☀

6. 기대효과

환경재단

**첫번째 후원사**  
2012년 아시아 태양광 전등 지원

환경재단

**Main Sponsor**  
5억원 : 태양광 전등 2,500개 보급 + 방송 노출

**Senior Sponsor**  
3억원 : 태양광 전등 1,500개 보급 + 방송 노출

**Junior Sponsor**  
1억원 : 태양광 전등 1,000개 보급

- 태양광 모듈, 랜턴 기업 로고 부착**  
- 태양광 모듈, 랜턴 1만개 제작 분에 기업 로고 부착 (후원금액에 따라 부착 개수 협의)  
- 마을 입구 혹은 마을 중심에 기업로고 포함된 현판 설치
- 다큐멘터리 방영시 기업 노출**  
- 방영중 기업 로고 노출
- 홍보대사와 함께 선포식 또는 기금전달식**  
- 귀사만을 위한 기금전달식 또는 홍보대사와 함께 선포식 진행 - 해외 현지 세례모니
- 1:1 임직원 매칭 프로그램 및 봉사활동**  
- 지원가정과 임직원 1:1 매칭 하여 태양광호기 지속 전달 - 현지 법인, 임직원 자원봉사 활동 (다큐멘터리 제작시 노출 가능)
- 지면**  
- 주요 일간지 기사 노출, 조선일보 더 나은 미래 기획기사 - 시사.경제 주간지 인물 인터뷰 기사, 주.월간지 지면 광고
- SNS**  
- 환경재단 웹진 그린리포트 : 2만여명 매주 목표량 발송 (정부기관, 후원사 임직원, 기후변화리더십클럽 수료생 등 코퍼넬리언 1천여명)  
- 환경재단 홈페이지, 네이버 블로그, 트위터, 페이스북  
- KBS, MBC, SBS등 해당 방송 프로그램 소개 웹사이트

\* 기타 - 태양광 캠페인 브로셔, 후원 엽서

## 가치를 높이는 PLSEA 메시지 작성법

- Problem(문제 제기)
- Leave(방치결과)
- Solution(해결방법)
- Evidence(증거제시)
- Action(행동유발)



“개미는 아토피를 일으키는 해충이죠” → 문제 지적

“잠깐! 보이는 것만 잡으면 더 늘어나요.

개미는 위험을 느끼면 여왕개미를 더 많이 만들어 내죠” → 방치 결과

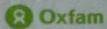
“해충방제 전문가인 세스코에 맡기시면 여왕개미까지 싹 없애 줍니다.” → 해결방법

“개미가 완전히 없어지지 않으면 환불해 준대요.” → 신뢰제공

“지금 바로 전화하세요. 1588-0000” → 행동요구

# 글의 구조

- Background
- Activity  
(Project, Solution)
- Impact

 Oxfam

**Oxfam Emergency Response**  
**Conflict in Democratic Republic of Congo**

Oxfam is working with displaced people, and with communities returning to their villages, to provide essential services such as clean water and sanitation facilities following five years of conflict.

**The World's Largest Forgotten Emergency**

Today, the Eastern Congo is the worst place in the world to be a civilian. The sheer scale of the conflict defies belief. In the country as a whole as many as five million people have died despite an official end to the country's latest war five years ago. In the eastern part of the country alone, one million people have been forced from their homes by a systematic campaign by either rebel groups or government national armed groups including attacks by various militia groups.

**The Current Situation**

Four camps lie on the outskirts of volcanic rock as far as the eye can see. In the four camps over the last few months more arrive all burdened with the looting and rape. Mugunga camp is the world's largest. It was originally set up for people who fled across the border during the arrival of the Mungu has sprung up around the park more than 17,000 men women.

**Oxfam's work**

**Providing clean safe Water**

We have been providing water in the eastern DRC including Camp 19,000 people and in Mugunga Oxfam water tank, punctuated by clean drinking water through. Alongside the provision of clean appropriate sanitation facilities combination of water and safe deaths from cholera and diarrhoea.

**Public Health Promotion**

We have trained a network of good health and hygiene. We to clear rubbish from around the importance of washing their hands.

**The Role of the Community**

Programmes are prioritized by run the projects by forming women and men) which operate and health campaigns.

**Aiding recovery**

We are also working across the improving basic education, enabling people to return to work.

We will work to ensure that people their lives. Throughout the conflict internationally, we have sought We will continue our work to be forgotten.

Oxfam is a registered charity in the UK. Oxfam GB is a member of Oxfam International.

**The Budget**

| Activities              |
|-------------------------|
| Constructing 11 panels  |
| Training in organic     |
| Providing grain         |
| Cross-country           |
| Building and repair     |
| Installing 385 latrines |
| Disaster risk reduction |
| primary schools         |
| Project managers        |
| <b>Total</b>            |

**Monitoring and**

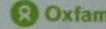
Work in each camp will continue, to teams in each

Oxfam is a registered charity in the UK. Oxfam GB is a member of Oxfam International.

- Train 100 people in vegetable cultivation and supply seeds
- Train 500 village volunteers in cattle vaccination
- Provide teacher-training, equipment, materials, and building rental to 20 schools for 600 students

**In Nepal**

- Build
- Supply
- Develop
- Contin
- Support
- Provide

 Oxfam

**Project Summary for The Beautiful Store**  
**Overcoming the effects of flooding in India, Nepal and Bangladesh**

**Beneficiaries** - Bangladesh: 4,557 people directly – more than 80 per cent women, Nepal: 24,000 people directly – more than 50 per cent women, India: approx 12,000 people directly – 50 per cent women.

Through its River Basin Programme, Oxfam works to help 180 million people living in the Ganges/Brahmaputra river basin to prepare for, and live with, seasonal monsoon rains and flooding. This integrated project not only ensures that people know how to protect themselves in a crisis, but enables them to improve their everyday lives and livelihoods; allowing them to live more securely and plan for the future.

**Background**

Each year, between June and September, monsoon rains deliver over 80 per cent of the region's annual rainfall to the Ganges/Brahmaputra River Basin – which spans Bangladesh, Nepal, and India.

Scarcely higher than sea-level, vast areas are flooded every year. Cyclones and tidal surges also contribute to high flood levels – and areas affected are expanding – due, many believe, to climate change. Every year, people who live here risk losing their homes, crops, animals, livelihoods, and even their lives in the floods.

Traditionally, people sheltered wherever they could, risking illness through poor hygiene and lack of clean water. The disruption to daily life was enormous. It was almost impossible for families to grow enough food to eat, to raise healthy livestock, to make a living to pay for essentials, let alone for medicines or for children to go to school. There was no way of planning for the future in such a precarious environment.

But now, with Oxfam's help, more and more communities are continuing to develop successful, long-term, and sustainable ways to help reduce the effects of the annual floods – giving hope to thousands of people who are at last able to look forward with confidence.

**The Project**

During the monsoon season in this region, homes and land are submerged. Oxfam helps communities to prepare for and protect themselves in emergency floods, and to improve important aspects of their lives so they can live with minimum disruption from flooding.

**Project aims**

- This project aims to save lives, reduce casualties and protect and improve the homes and livelihoods of many thousands of people
- To minimise the effects of flooding by constructing flood shelters, cluster villages and raised hamlets, and providing fully-equipped rescue boats

Oxfam is a registered charity in England and Wales (no 202918) and Scotland (SC0 039042). Oxfam GB is a member of Oxfam International.



## 제안 설득력을 높이는 논리 제시 방법

1. 도덕적, 윤리적, 사회적, 법적 규범을 들이댄다.
2. 문제로 인한 현재의 피해 상황을 구체적으로 제시하고 파생되는 피해 역시 예측, 제시한다.
3. 문제로 인해 고통받는 사람들의 현실을 제시한다. (특정한 사람을 내세우라.)
4. (미해결시) 지역(민)에게 돌아가는 피해의 심각성을 제시한다.
5. (미해결시) 여러 분야로 파생될 피해에 대한 예측을 제시한다.
6. 현재 해결책들의 부족함을 입증, 제시한다.
  
7. 해결책이 가지는 효과를 위의 내용에 대비하여 제시한다.
8. 해결책의 성공적인 사례를 제시한다.
  - 8-1. 성공사례가 실린 신문기사 등을 인용한다.
9. 해결책의 법적, 제도적, 학문적 근거(논문)를 제시한다.

**8** years:  
the difference in life expectancy between a poor New Yorker and an affluent one.

Robin Hood targets poverty in New York City by finding and funding the best and most effective programs and partnering with them to maximize results. Learn more about our [approach](#).

**TAKE ACTION**

**DOUBLE YOUR IMPACT.**  
\$1 for \$1 match on all donations.\* 100% goes directly to charity.

**SUCCESS STORIES**



**Cheyanne**

Robin Hood feeds. Watch the video here. [view](#)



**John and Denise**

Robin Hood heals. Watch the video here. [view](#)



**Frank**

Robin Hood shelters. Watch the video here. [view](#)

Visit [robinhoodresponds.org](http://robinhoodresponds.org)

**RACE FOR ROBIN HOOD**

26.2 sole-searching miles. One soulful reason to finish. Help New Yorkers in need. Join Team Robin Hood and run the ING New York City Marathon 2010 on November 7.

[Join Team Robin Hood](#)

**WE'RE HIRING!**



Are you a web developer? A top notch researcher? Or do you know someone who fits the bill and would like to apply their skills to fighting poverty? If so, we have open positions calling your name.

[See Our Career Opportunities](#)

**TWITTER**

Robin Hood is on Twitter. Poverty facts, event details, the lives you've helped change for the better—follow us and see what we're tweeting.

[Follow RobinHoodNYC](#)

**GIVE TRIBUTE**



Design a custom donation. Give in honor or in memory of someone or donate in lieu of giving or getting gifts. Send cards, get party favors, or create a personalized event webpage.

[Get Started](#)

**ROBIN HOOD FEEDS**

[RETURN TO MAIN MENU](#)

[SHARE](#)



**1.3 million New Yorkers rely on emergency food.**



**IN 2009, ONE NEW YORK BANK WILL DESPERATELY NEED A BAILOUT. THE FOOD BANK.**

Robin Hood is the largest single supporter of The Food Bank For New York City. The "Bank" supplies more than 1,000 pantries and soup kitchens in all 5 boroughs. They are all experiencing a surge in demand and decreases in supply. This year, we will have to work harder than ever to ensure that the hungry of New York don't break the bank.

**MEET CHEYANNE**

Cheyanne just turned five years old. She celebrated her birthday at Part of the Solution (POTS), a Robin Hood-supported soup kitchen in the Bronx that she affectionately calls "the diner." Cheyanne and her mother Linda moved to New York City from Nebraska when Linda, a survivor of domestic violence, found work as a nanny, but the job didn't last. Without POTS, there wouldn't have been enough money to pay the rent. Robin Hood recently helped the family obtain a Section 8 housing voucher, enabling them to escape a neighborhood where the echo of gunshots was frequently heard.

**WHAT YOUR GIFT MAKES POSSIBLE**

- \$75 feeds an individual for a month.
- \$150 provides a meal for 180 hungry New Yorkers.
- \$300 feeds an entire family for a month.

**EDUCATION**

Education is a powerful weapon against poverty. A high school diploma alone, even without college, raises a student's future earnings by more than \$6,000 a year. Each additional year of college boosts earnings by another 10 percent. Sadly, the four-year high school graduation rate is stagnant in New York City—about 50 percent overall. While standardized test scores are rising slowly and unevenly in the city, only 23 percent of eighth graders tested proficient in reading in 2007.

Robin Hood aims to boost high school graduation and college enrollment through a \$62 million investment in 10 programs and schools. Our approach is multidimensional. We support what works—whether it is a public school program, a charter school, a library, a "fast-track" high school or an after-school program. As one of the largest funders of charter schools in the city, we now support a total of 17 schools. Their reading scores exceed those of neighboring public schools by 25 percent. We work with after-school programs that are academically rigorous, operate over the summer and strive to retain participants year-to-year. Our "fast-track" high schools serve students who have dropped out or been kicked out of regular public schools. Despite the students' histories, these high schools boast nearly 100 percent graduation rates.

We now focus on programs that take on the hard job of helping children with physical or mental disabilities (special needs). Because mental health and academic performance are closely linked, we support numerous mental-health services based in schools and a program that trains classroom teachers to diagnose and address each child's specific learning problems.



"If we fail to educate our children then we have failed to create a future for them."  
— PAUL TUDOR JONES, chairman, Education Program Committee

**INDEX**

- 1.1 million: Number of students in NYC's public-school system, the largest school district in the country
- 95,658: The population of Albany
- 63: Percent of NYC public-school students who live in poverty
- 40: Percent of public high-school students who score on grade level in math
- 40: Percent of public high-school students who score on grade level in math
- 77: Percent of KIPP Star students who pass an 8th-grade math test
- 66: Percent of public-school eighth graders who read below average levels
- 74: Percent of NYC school students who qualify for free lunch
- 170,000: Number of NYC public-school students who need special-education services
- 12: Percent of NYC special-needs students who will complete high school
- 37: Percent of boys who graduate from NYC public high schools in four years
- 60: Percent of men with felony records who are functionally illiterate



**NASTASHA DAVIS**

- Age: 13
  - Family: Only child of single, working mom
  - 4th grade: At risk of being held back
- AFTER BEING ACCEPTED AT KIPP STAR THROUGH A LOTTERY:**
- 5th grade: 2nd-grade reading level upon entering KIPP Star
  - 6th grade: 3rd-grade reading level
  - 7th grade: 7th-grade math, struggling
  - High school choice: Top boarding school
  - Next dream: To enter politics

"KIPP Star teachers are the best. They give out their cell phone numbers and will mail you anywhere and anytime to help with school."

**KIPP STAR COLLEGE-RESEARCHER-CENTERED SCHOOLS**

Like all KIPP (Knowledge Is Power Program) schools, KIPP Star in Harlem begins the school year in July and operates for 18 months. The school day runs from 7 a.m. to 5 p.m. with extra help until 7 p.m. and four hours on Saturday. Students spend almost twice the number of hours in schools as do students in a traditional public school. When KIPP Star opened in 2004, 50 percent of the entering fifth graders read on grade level. Now, 72 percent of those students read on grade level or above. Robin Hood is KIPP Star's principal private donor. Our funding makes it possible to support an extended day, an extended year and a special-education teacher.

# 인도 바라나시 '꿈이 자라나는 학교'



안녕하세요, 아시안 브릿지입니다.

지난번 후원 주신 '꿈이 자라나는 학교' -인도 바라나시 지역 **아쉬람(Ashram) 학교**의 변화되고 있는 희망찬 모습을 소개합니다.^^

먼저, 공부하는 교실에 하얀 벽을 만들어 주었고, 운동장에 잔디를 심어 아이들이 하얗고 푸른 꿈을 만들어 가도록 돕고 있습니다. 이러한 과정에 아이들이 직접 참여하며 아이들에게 활동적인 야외 활동이 되기도 하였으며, 아이들 스스로 무언가를 변화시킬 수 있다는 용기를 북돋아 준 뜻 깊은 변화이기도 했습니다. 다른 변화로는 책걸상이 지원 되어, 아이들이 차가운 바닥이 아닌 의자에 앉아 공부할 수 있게 되었으며, 조만간 친환경의 화장실도 설립될 예정입니다.

여러 후원자분들과 재단들의 사랑 나눔으로 이처럼 아이들의 성장 환경이 점점 풍요로워 지고 있습니다. 보내주신 후원에 다시 한번 깊이 감사드리며, 앞으로도 지속적인 관심과 후원 부탁드립니다.

함께 만드는 변화 '꿈이 자라나는 학교'



Before



After



Before



After



## Impact Stats



A 2008 survey conducted by **Aspen Institute's Field MicroTest Program** assessed Renaissance clients one year post-services and found:

- 77% of clients who entered Renaissance in the pre-business stage were operating a business one year later.
- 97% of graduates who entered Renaissance with an existing business are still operating them today.
- On average, approximately three full and part-time jobs were created by each business, in addition to full-time employment for the business owner.
- The median gross revenue of our clients who are in business full-time is \$52,000.

# 재사용 운동의 사회공익적 효과

1천4백만명이 재사용 운동에 참여하다.

524억원의 세금을 절약하다.

592억원의 사회적 비용을 절감하다.

1만톤의 쓰레기를 감량하다.

2십4만톤의 CO<sub>2</sub>배출을 억제하다.

8천4백만그루의 소나무를 심다.

\*기준:2002.10~2009.8





한부모 여성가장의 건강검진 및 질병치료 지원사업 \_여성가장 1인당 평균 58만원을 지원합니다!



당신이 1만원을 기부했을 때, 경제적 가치 = 179,000원

사랑하는 어머니와 함께 먹는 따뜻한 저녁,  
차근차근 노력해서 인생가는 가난하지 않게 살 수 있다는 건강한 희망,  
대견하게 자라 이제 가정을 책임질 수 있게 된 아들의 첫 월급으로 삼 내복,  
고생하신 어머니에게 달아드리는 어른이 된 딸의 카네이션,  
세 가족 아프지 않고 행복하게 살아 왔다는 행복,  
당신이 기부한 1만원은 숫자로는 가늠할 수 없는 마음,  
어머니의 건강을 지키고, 가정을 지켜주고,  
아이들의 꿈과 희망을 지켜줍니다.

- 한부모여성가장 부채 평균 1,670만원 / 연 지출 이자 113만원 (이자 6.8%)
  - 한부모여성가장 질병에 인한 실직을 62.2% (한부모가정지원센터, 2006)
- 113만원 × 62.2% / 58만원 = 연 1만2천원

의료 44명 나눔에 참여한 기부자 수
 1,382,000원 기부자들이 기부한 실제 기부금액
 23,322,000원 기부금이 만드는 사회, 경제적 가치
 기부하기



말라리아 모기장 보내기 캠페인

# Stop Malaria!

## 30초에 한 명! 말라리아로 죽는 어린이 숫자입니다

30초마다 한 명의 어린이가 말라리아로 생명을 잃습니다. 사하라 이남 아프리카의 상황이 가장 심각해 말라리아로 사망하는 어린이 중 90%가 이 지역에 삽니다. 말라리아는 사하라 이남 아프리카 어린이 사망원인 중 20%를 차지할 정도로 위험한 질병입니다. 사망하는 어린이 대부분은 5세 미만의 영유아입니다.

## 모기장으로 생명을 구할 수 있습니다

한 해에 100만 명의 목숨을 앗아가는 말라리아는 모기가 옮기는 기생충이 원인이 되어 발생하는 질병으로 가장 효과적인 예방책은 살충처리 모기장을 사용하는 것입니다. "살충 처리된 모기장" 안에서 잠을 자는 것으로 어린이사망률을 20%까지 감소시킬 수 있습니다.



## 만 원으로 한 가정을 말라리아로부터 지켜 낼 수 있습니다

모기장 한 장을 용인하고 보급하는 데 드는 비용 = 10,000원  
**모기장 우습게 볼 수 없다**  
**정말 중요하다.**

일시후원 [GO](#)

정기후원 [GO](#)

## 아름다운가게의 미래 성과 : 1. 수혜자가 해마다 증가합니다

🕒 3,000,000,000원의 기부금으로...

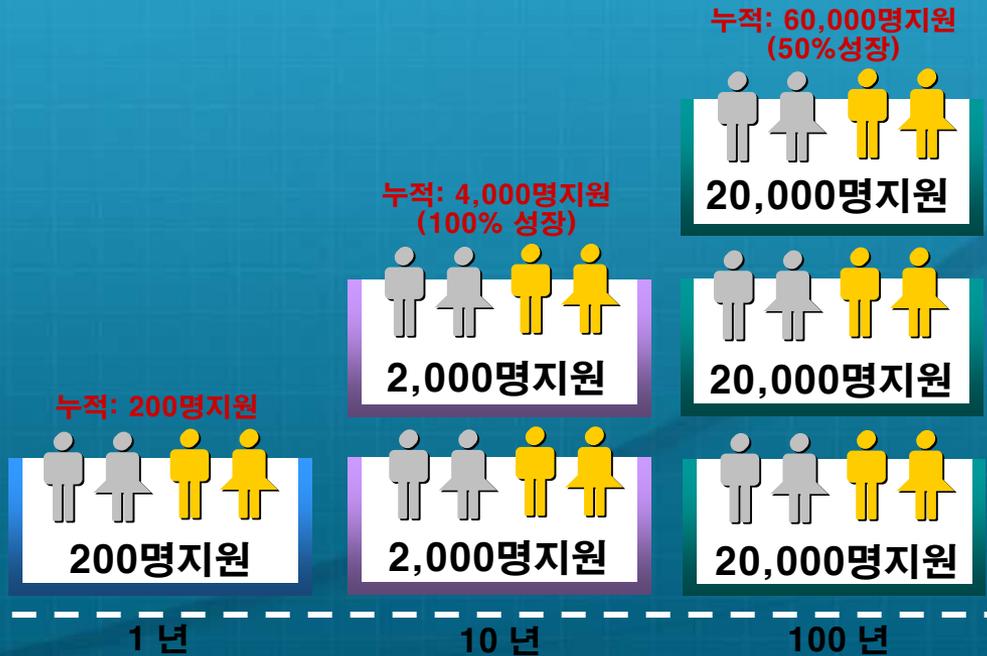
- : 1 인당 3,000,000원 지원 시 아름다운가게는
  - 첫 해에는 200명에게..
  - 10년 후에는 4,000명에게..
  - 100년 후에는 60,000명에게 지원을 합니다

### 일반 재 단

- 1회 지원
- 3백만원씩 지원
- 1,000명에게 지원



### 아 름 다 운 가 게



## ● 아름다운가게의 미래 성과 : 2. 나눔실천금이 해마다 증가됩니다

🕒 3,000,000,000원의 기부금으로...

: 아름다운가게는

- 첫 해에는 250,000,000원..
- 10년 후에는 2,500,000,000원..
- 100년 후에는 25,000,000,000원 나눔실천

### 일반 재 단

- 3,000,000,000원
- 1회 지원
- 1,000명에게 지원
- 3백만원씩 지원



### 아 름 다 운 가 게

(누적분)



세상을  
변화시키는 동력을 만드는 자!  
여러분을 응원합니다!



tala0316@naver.com  
010-9172-8748