

Fun Fund  2015 모금전문가육성지원사업

뽀뽀 아카데미

백서

복지분야 최고의 모금교육과정을 위한 고군분투기

국내최초로 시도된 사회복지분야 모금전문가 양성학교 3년차
특화된 교육 커리큘럼과 네트워킹으로 모금전문가 육성
지역사회 공유가치를 찾아내 모금을 통해 실행에 옮기는
미래 모금전문가들의 꿈과 열정의 보고서
「뽀뽀아카데미」스텝과 졸업생들의 열정과 도전의 기록!

- 04 서문 '모금'이 가장 인기 편한 옷이 되기를 소망합니다
- 06 축사 서울시복지재단 뽀뽀아카데미
모금교육의 전국적 벤치마킹 대상이 되고 있습니다

Part 1 2015년 뽀뽀아카데미를 돌아본다
2015 뽀뽀아카데미 추진 개요 10

Part 2 뽀뽀아카데미, 기본과정을 체계화하다

1. 2015 뽀뽀아카데미 5기 기본과정	18
기본과정 진행 개요 및 성과	
2. 우수 교육생 활동 사례	29
- 김현정 동문장애인복지관	
- 최철의 구세군복지관	
- 임헌제 사랑단기주간보호센터	
3. 모금전문가의 모금제안서 TIP	47

Part 3 뽀뽀아카데미, 심화과정을 개설하다

1. 2015년 뽀뽀아카데미 1기 심화과정	52
심화과정 진행 개요 및 성과	
2. 우수 교육생 활동 사례	59
- 최희정 시립서대문농아인복지관	
- 장선하 송파어우러기	
3. 기업사회공헌 담당자를 만나다	71
- 현대자동차 사회문화팀 최재호 차장	

Part 4 뽀뽀아카데미, 모금컨설팅을 확대하다
모금 컨설팅 진행 개요 및 성과 78

- 모금컨설팅 기관 사업 결과
- 기관장 인터뷰 이정자 시립서대문농아인복지관
- 기관장 인터뷰 이현희 송파어우러기 시설장

Part 5 뽀뽀아카데미, 열정으로 네트워크하다
2015 뽀뽀아카데미 네트워크 100

Part 6 뽀뽀아카데미 강사진에게 듣는다

1. 김종욱 휴먼트리 이사	113
복지기관 규모보다 모금담당자의 열정과 스토리가 더 중요하죠	
2. 이용수 모금가클럽 대표	117
복지기관 중심 모금 제안 NO! 기업 요구 반영한 모금 제안 YES!	

Part 7 뽀뽀아카데미 졸업생을 만나다

1. 김형준 양천장애인복지관	123
뽀뽀아카데미로 생긴 자신감 장학금 후원과 카페 사업으로 돌아오다	
2. 이상엽 하상장애인복지관	127
뽀뽀아카데미 이후 기업이 제 발로 찾아오는 마법이 시작되다	

Part 8 뽀뽀아카데미에 꼬치꼬치 묻다

1. 뽀뽀아카데미 OX 퀴즈	134
2. 2016년 뽀뽀아카데미 일정	136



‘모금’이 가장 입기 편한 옷이 되기를 소망합니다

작년 3월, 미국의 피터슨국제경제연구소는 ‘선진국 정부와 사회복지 지출의 실제 수준’이라는 보고서를 통해 한국의 정부 및 민간 분야를 종합한 복지비가 국내총생산(GDP) 대비 37%이며, 이 같은 복지지출 규모는 OECD 회원국 중 가장 낮은 수준이라고 밝혔습니다. 한국이 선진국 가운데 ‘저부담 저복지’ 대표국이라는 현실을 새삼 또 다시 확인한 셈입니다.

앞으로 우리나라는 인구고령화에 따라 부양 인구는 증가하나, 미래 경제활동을 할 출산 인구는 감소하고, 복지수요에 대한 다양한 요구가 매년 분출되고 있어 복지지출은 더욱 증가할 것으로 보입니다. 그러나, 국민의 다양한 요구를 중앙정부와 지자체가 충분히 대응하기에는 한계가 있습니다. 물론 국가의 역할이 가장 중요하므로, 향후 증세는 불가피한 선택일 수 밖에 없습니다. 그러나, 증세에 기반한 재정책대는 조세저항과 법인세 증가로 인한 외국자본 유입 감소 등 경제에 미치는 파장 등을 고려할 때 속도 조절이 관건이므로 ‘즉시 시행’ 역시 쉽지 않을 전망입니다.

저출산·고령화를 대비하고 양극화 완화를 위한 공익사업에 민간의 참여와 역할이 필요합니다. 특히, 기업 중심의 기부문화 활성화는 계층 간 위화감을 해결해 우리 사회가 통합되도록 유도하는 효과가 있으며, 시장을 혼란시키지 않으면서 사회 양극화를 완화하고 사회불평등을 해소하는데 크게 기여할 것으로 기대됩니다. 이러한 트렌트를 감지하고, 선진국형 기부문화 확산, 개인기부와 지역모금 활성화를 위한 사회복지분야의 활동가들을 육성하자는 취지하에 2013년부터 재단이 야심차게 시작한 사업이 ‘뽀뽀(Fun Fund)아카데미’였습니다.

2015년 말까지 230명의 교육수료생을 배출하였고, 이들은 현재 지역복지 현장에서 예

비모금전문가로 활동 중에 있습니다. 기본과정 우수 이수자를 중심으로 하는 팀 단위 심화과정 운영, 우수 졸업생 소속기관 대상의 모금컨설팅에 이르기까지 사업은 갈수록 체계화되고 있으며, 교육기간 중 실시되는 모금(실습)액은 2013년 17,897,050원, 2014년 36,303,200원, 2015년 50,539,070원으로 매년 상승함으로써 우수한 교육성과를 웅변적으로 말해주고 있습니다.

2014년부터 시작된 모금컨설팅은 흥은종합사회복지관, 광장종합사회복지관, 용산지역자활센터, 송파어우러기, 하상장애인복지관, 서대문농아인복지관 등 총 6개 기관을 대상으로 해당 복지기관 고유의 모금브랜드를 창출하여 실행과정 전반을 컨설팅해주고 있는데, 현재까지 눈에 띄는 성과를 보이고 있습니다. 이들은 복지기관의 입장만 내세웠던 과거의 모금방식에서 탈피하여 기부자 입장을 충분히 고려한 합리적인 설득방식으로 변모하였고, 프로포절과 모금제안서를 구별하지 않고 혼용했던 기관들은 창의적이고 설득력 있는 모금제안서를 만들어내기 시작했습니다. 모금전문가 육성의 필요성에 공감하며 기관 차원에서의 전사적 참여 및 지원이 늘어나기 시작했습니다. 이러한 작은 성공들이 앞으로 지역복지 현장 곳곳으로 확산될 것으로 기대합니다.

작년 12월 말 전국의 성인 1000명을 대상으로 한 어느 설문조사 결과 응답자의 87%가 한국의 기부문화 수준이 낮다고 응답했는데, '기부를 받는 기관의 불투명성'(66.6%)과 '술선수범하지 않는 사회지도층'(56.3%)을 대표적인 이유로 꼽았다고 합니다. 사회복지에 몸담고 있는 한사람으로서 기부 대상기관에 대한 불신이 이렇게 큰 사실에 적지 않은 충격을 받았습니다. 그래서일까요. 응답자의 70%가 기부문화 활성화의 전제조건으로 '믿음'을 꼽았다고 합니다. 그렇습니다. 앞으로는 '영리의 효율성과 비영리의 공익성'을 적절하게 결합시키는 방식의 지혜로운 모금 실천 못지않게, 복지기관이 술선수범하여 기부사업의 투명성과를 적극적으로 알리는 노력들이 많아져야 할 것 같습니다.

복지분야에서의 모금이 아직은 새 옷처럼 다소 어색한 것 같습니다. 그러나 차츰차츰 몸에 익숙해져서 가장 좋아하는 옷, 입기 가장 편한 옷이 되기를 2016년 새해 소망으로 올려 봅니다. 재단이 항상 여러분들을 응원합니다.

뽀뽀아카데미 운영진 일동



서울시복지재단 뽀뽀아카데미

모금교육의 전국적 벤치마킹 대상이 되고 있습니다



기관의 지속성과 발전을 위해 노력을 기울여 온 NGO의 모금은 이제 복지기관에서도 필수가 되었습니다. 그러한 시대적 요구에 맞춰 서울시복지재단 뽀뽀아카데미가 지난 3년간, 체계적 교육을 통해 250여명의 모금가를 배출한 것은 큰 의미가 있다고 여겨집니다.

뽀뽀아카데미 창립초기 모금교육의 필요성에 대한 논의가 있었던 것으로 기억합니다. 복지기관에서 모금이 필요한가에 관한 논란이었습니다. 이러한 의문은 현재 진행형입니다. 그러나 뽀뽀아카데미의 결과물들은 논의의 차원을 한 발짝 나아가게 만드는 효과를 거두고 있습니다. 실적과 성과에 관한 논의, 즉 "어떻게 하면 효율적인 모금을 할 수 있는가", "전략적인 모금기획을 위해 어떻게 해야 하는가"와 같이 성과를 향한 실질적인 논의가 진행되고 있는 것입니다. 복지수요의 증가분을 충당하지 못하는 공적지원으로 인해 민간분야에서의 모금활동 수요는 가파르게 증가할 것입니다. 이러한 상황에서 복지분야에서의 모금교육에 대한 투자와 지원은 가장 창의적이고 전략적인 방안이라 할 수 있겠습니다.

지난 3년간 운영된 뽀뽀아카데미가 이뤄낸 성과는 복지분야에서의 모금 성과와 그 궤를 같이 한다 해도 과언이 아닐 것입니다. 모금교육과 실습, 그리고 심화과정을 통해 각 기관들이 실질적인 모금의 근육을 키우고 컨설팅을 통해 지역사회와 함께 직접 재원조성 활동을 진행하는 등 그동안 산발적으로 나뉘어 있던 교육 사업들을 통합적으로 운영하는 체계를 갖췄습니다. 그리고 그 결과 2015년에는 모금교육실습만으로 5,000만 원의 성과를 도출했으며, 졸업생을 대상으로 진행된 광장종합사회복지관의 톨볼런티어캠프는 100여 명의 학생들과 학부모들의 참여를 이끌어 냈고 일천만 원의 모금성과를 이뤄냈습니다. 모금액도 물론 중요하지만 지역사회와 함께 지역의 문제를 공유하고 문제해결을 위해 함께 모금캠페인을 진행하면서 지역사회의 케어링 네트워크 구축의 계기를 마련했다는 것에 큰

의미가 있겠습니다.

뽀뽀아카데미의 3주년의 성과를 이뤄낸 3가지 핵심요소가 있습니다. 첫 번째는 참여한 교육생들의 열정입니다. 그 열정은 여느 NPO, NGO 활동가들 못지 않은 모금에 대한 욕구가 만든 것입니다. 두 번째는 서울시복지재단의 적극적인 투자와 지원입니다. 모금교육은 단기간에 성과측정을 하기 힘든 사업입니다. 그럼에도 불구하고 3년간 지속적으로 아카데미를 운영할 수 있게 해준 재단의 미래지향적 안목에 큰 박수를 보냅니다. 마지막 세 번째는 뽀뽀아카데미 운영진들의 노력과 소명의식입니다. 가장 효율적이고 통합적인 교육프로그램으로 만들어가기 위해 끊임없이 연구하고 고민하는 운영진들은 뽀뽀아카데미가 사회복지분야의 최고의 모금교육과정으로 자리매김하게 한 일등공신들입니다.

특히 고무적인 사실은 전국 각 지역 복지재단 및 기관들이 서울복지재단 뽀뽀아카데미의 커리큘럼을 벤치마킹하기 시작했다는 사실입니다. 교육, 워크숍, 컨설팅, 수료생 대상의 사후 네트워크 관리를 통합한 뽀뽀아카데미의 성과에 고무된 지역재단들 - 경기, 전주 등의 복지재단 및 단체들이 본 프로그램을 벤치마킹함으로써 모금교육 활성화에 산파역할을 하고 있는 것입니다. 설립 후 3년의 세월이 흘러 2015년, 유의미한 성과들이 하나 둘 만들어 지고 있습니다. 2016년에는 그 성과를 뛰어 더욱 큰 성과를 이룰 것으로 기대하고 있습니다. 복지분야 재원조성의 획기적 사례를 창출하는 한 해가 되리라 저 역시 설레는 마음으로 참여할 생각입니다. 사회복지의 가치를 실현하는데 있어 민간의 재원 참여로 복지영역이 확대되는데 앞으로도 뽀뽀아카데미가 더 큰 기여를 할 것으로 확신합니다.

뽀뽀아카데미 대표강사
(주)휴먼트리 대표



Part 01

2015년 뽀뽀아카데미를 돌아본다

2015 뽀뽀아카데미 추진 개요

추진 기간 2015. 1월 ~ 12월

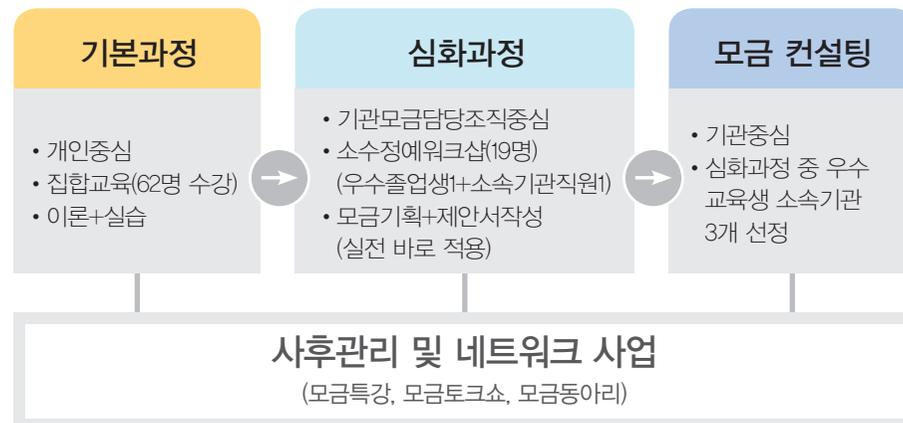
추진 대상

서울시 소재 사회복지법인·시설 후원개발 실무자, 중간관리자 등
모금에 관심 있는 사회복지관련 종사자

추진 방향



추진 내용



추진 방법

[전문가 집단과 공조]

- 모금관련 이론, 전략 등 각 분야의 전문가들의 모금 관련 지식과 경험을 바탕으로 진행

[실습위주 교육방식]

- 총 8주 동안 모금에 대한 이론 교육과 실제 모금 기획 및 제안을 실행하는 모금 실습을 통해 모금에 필요한 실제적인 지식 제공

[맞춤형 컨설팅]

- 그룹별로 작성한 기획서 및 제안서를 바탕으로 전문가들이 맞춤형 컨설팅 제공
- 심화과정 우수성과 기관 선정(3개)하여 전직원이 참여하는 기관 모금컨설팅 진행(15개월)

[심화과정]

- 신청기관 심사를 통해 심화과정 교육대상 선발(기관별 모금조직 실무자 2명 이상)
- 기본과정을 통해 배출된 예비모금전문가 모금역량 업그레이드를 위한 '실전교육'으로 양질의 기획서 작성법 연습 및 기업 CSR담당자 강평
- 실전에 바로 적용 가능한 실천적인 모금기획 및 제안서 작성법 교육
【초안 작성 → 발표 → 강평, 멘토링 → 전문강의 → 수정 / 재 작성 → 기관 모금브랜드 완성】

[사후관리 및 네트워크 운영]

- 졸업생 네트워크 지원을 통해 지역복지 민간자원개발 역량강화
- 모금동아리, 모금토크쇼, 모금특강 등 운영
- 기타 졸업생 중심의 협력네트워크 구축 지원



2015년 차별점

[현장실무자와 전문가 그룹이 함께 복지기관 특성에 부합하는 교육 기획]

- 프로그램 개발회의(기본, 심화과정) 및 자문회의 의견 수렴(2015. 1월, 8월)
- 교육생 질적 인터뷰(FGI)실시 (2015. 7월)

[모금전문가 육성 범위 확대]

- 풀뿌리 민간단체 및 NPO 실무자 무료교육으로 교육참여 확대(18명)

[모금전문가육성 심화과정 신설]

- 기본과정에서 제작된 제안서를 바탕으로 모금실습 강화
- 서울나눔네트워크사업 대상자-기업사회공헌 담당자와 콜라보레이션 운영
- 기본과정 우수 졸업생 대상으로(1기~5기) 장학생 선발하여 운영

[기업 사회공헌 관계자 커뮤니티와 지역복지현장 연결]

- 뽀뽀아카데미 기본과정 및 심화과정 모금실습시 멘토링 및 기획서 심사위원으로 활동

[2014년도 시범 추진한 '우리동네 나눔씨앗'(모금컨설팅) 확대 시행]

- 전년도 모금전문가 사후네트워크사업에서 수행한 모금컨설팅을 '나눔씨앗 사업'으로 확대 전환하여 사업성과 제고

뽀뽀아카데미 기본과정

구분	진행내용
교육기간	3기 '15. 3. 31(화) ~ 5. 26(화), 총 8주
교육인원	총 61명(55개 기관)
진행방법	전문가 집단과 공조, 유료 운영, 실습위주 교육방식, 졸업생 사후관리 등
진행내용	<ul style="list-style-type: none"> - 모금 전문 강사진 강의(모금기획, 기부자 개발 및 분석, 제안서 작성, 기부자 예우, 국내·외 모금아이디어, 모금마케팅·홍보 등) - 모금과제 해결을 위한 워크숍·실전훈련 수행 <ul style="list-style-type: none"> • 5기 졸업생 61명 총 모금실습액 : 50,538천 원. • 다양한 사회복지기관 교육 참여 : 총 55개 기관 - 종합사회복지관 (32.7%) : 18개소 (신월종합사회복지관 외 17개소) - 이용·생활시설 (27.3%) : 15개소 (송파어우러기 외 14개소) - 재단·협회·법인(23.6%) : 13개소 (강남복지재단 외 12개소) - 장애인복지관 (12.7%) : 7개소 (서울시립영등포장애인복지관 외 6개소) - 노인복지관 (3.6%) : 2개소 (수지노인복지관 외 1개소)

뽀뽀아카데미 심화과정

구분	진행내용
심화과정	<p>교육기간 : '15 9월 (총 3회, 9개기관, 19명)</p> <p>진행방법 : 워크숍 형태(전문가와 일대일 피드백)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 모금 전문 강사진 강의 - 기업 CSR담당자 제안서 강평 - 기관별 제안서 발표 및 토론 - 모금아이디어 및 모금기획 공유 - 심화과정 신설 : <p>실전에 바로 적용 가능한 실천적인 모금기획 및 제안서 작성법 교육</p> <p>【초안 작성→발표→강평,멘토링→전문가와의 수정/재작성→기관 모금브랜드 완성】</p>

뽀뽀아카데미 모금컨설팅(우리동네 나눔씨앗 사업)

구분	진행내용
모금 컨설팅	<p>모금 진행 과정 및 실행 결과 등에 대한 피드백 제공 위해 수료생 또는 수료생 소속 기관 대상으로 자원개발 컨설팅 진행(총 3회, 98명)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 용산지역자활센터 4회, 시립서대문농아인복지관 2회, 하상장애인복지관 2회 • 송파어우러기 2회, 흥은종합사회복지관 3회, 광장종합사회복지관 4회 실시

사후관리 및 네트워크 사업

구분	횟수 (참석자)	진행내용
모금 특강	6회 (213명)	1) 1차 모금특강 : 9/23(수), 30명 • 장소 : 서울시복지재단 별관 8층 교육장 • 주제 : 효과적인 제안서 작성하기 (김재춘 가치혼합연구소장) 2) 2차 모금특강 : 10/27(수), 40명 • 장소 : 서울시복지재단 본관 1층 교육장 • 주제 : 모금법률 및 모금윤리 (김현수 Giving & Research 대표) 3) 3차 모금특강 : 11/12(목), 8명 • 장소 : 송파어우러기 3층 • 주제 : 사회복지기관의 후원개발 (김재춘 가치혼합연구소장) 4) 4차 모금특강 : 11/16(월), 30명 • 장소 : 시립서대문농아인복지관 지하 교육장 • 주제 : 사회복지기관의 후원개발 (김재춘 가치혼합연구소장) 5) 5차 모금특강 : 11/19(목), 60명 • 장소 : 하상장애인복지관 지하교육장 • 주제 : 사회복지기관의 후원개발, 모금으로 자립을 준비하다 (이선희 휴먼트리 대표) 6) 6차 모금특강 : 11/30(월), 45명 • 장소 : 서울시복지재단 별관 8층 교육장 • 주제 : 중심잡고 모금하자 (김세진 사회복지사무소 '구슬' 소장)
모금 토크쇼	1회 (40명)	10/27(수), 40명 • 장소 : 서울시복지재단 본관 1층 교육장 • 패널 : 김현수(Giving & Research 대표) 김재춘(가치혼합연구소장) 이선희(휴먼트리 대표), 김종욱(휴먼트리 이사) 이용수(모금가클럽 대표)
모금동 아리	3회 (26명)	수료생 간 네트워크 형성 및 모금관련 스터디 지원 • 5기 3그룹 진행, 모금스터디 진행(로빈 후드 마케팅, 기부자의 7가지 얼굴)

사업추진 일정



Fun Fund Academy



Part 02

뽀뽀아카데미, 기본과정을 체계화하다

2015 뽀뽀아카데미 5기 기본과정



5기 진행개요

- 기간 : 2015. 3월 31일(화) ~ 5월 26일(화) 오후 1시~ 6시, 총 8주 과정
- 장소 : 서울복지재단 8층 교육장(별관)
- 인원 : 교육생 61명(사회복지법인·시설 자원개발 실무자, 중간관리자 등)
- 내용 : 사회복지기관에 적합하고 효과적인 모금 교육 프로그램을 체계적으로 운영
- 카페 : cafe.daum.net/seoulfunfund

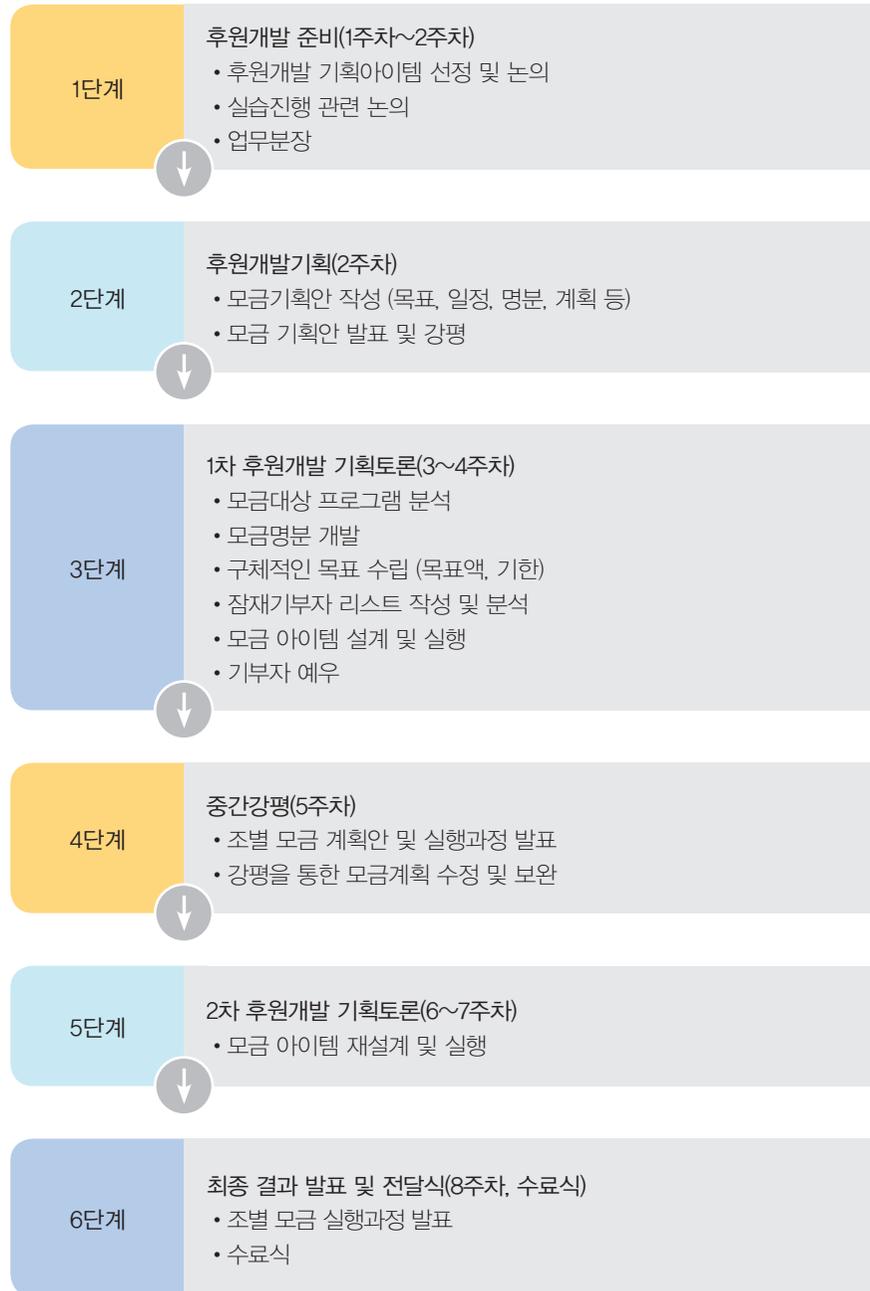


입학식 사진

2015년 커리큘럼(5기)

날짜	교육시간	교육내용	담당
1주차 (3/26)	14:00~14:30	입학식 및 오리엔테이션	운영진
	14:30~16:30	[워크숍] 교육생 팀워크 형성	이용수(모금가클럽 대표)
	16:30~17:00	[사례발표] 6개월만에 2억모으기	진겸(사회복지법인 우리누리)
	17:00~19:00	[강의] 후원개발 제대로 이해하기	비케이인(한국기부문화연구소장)
2주차 (4/7)	13:00~14:00	[강의] 복지기관에서 후원개발의 필요성	심영훈(서울복지재단 자원개발팀장)
	14:30~18:00	[강의] 후원개발 마케팅 기획 작성하기	김종욱(휴먼트리 마케팅 이사)
3주차 (4/14)	13:00~18:00	[워크숍] 그룹별 후원개발 기획안 작성	김종욱(휴먼트리 마케팅 이사) 이용수(모금가클럽 대표)
4주차 (4/21)	13:00~15:30	[4강] 후원개발에 마케팅 기법 도입하기	김종욱(휴먼트리 마케팅 이사)
	15:30~16:00	[사례발표] 뽀뽀하게 모금하는 방법	김재범(유락종합사회복지관)
	16:00~18:00	[워크숍] 그룹별 명분 작성 및 발표	이선희(휴먼트리 대표) 이용수(모금가클럽 대표)
	13:00~14:00	[강의] 모금 아이디어	이용수(모금가클럽 대표)
5주차 (4/28)	14:00~15:30	[강의] 모금 방법	이용수(모금가클럽 대표)
	15:30~16:00	[사례발표] 뽀뽀하게 모금하는 방법	이상엽(하상장애인복지관)
	16:00~18:00	[워크숍] 후원개발 기획안 중간발표 및 강평	멘토단
6주차 (5/12)	13:00~15:30	[강의] 후원자개발 및 예우	이선희(휴먼트리 대표)
	15:30~18:00	[워크숍] 모금 기획 워크숍	이선희(휴먼트리 대표)
7주차 (5/19)	13:00~14:00	[강의] 지역복지현장 후원개발 사례	이주희(서울시 NPO 지원센터)
	14:00~14:30	[사례발표] 모금컨설팅 우수 기관 사례	이선옥(광장종합사회복지관)
	14:30~18:00	[강의] 효과적인 제안서 작성하기	김재춘(가치훈연구소장)
8주차 (5/26)	13:00~16:30	[워크숍] 모금실습 최종 발표 및 강평	멘토단
	16:30~18:00	수료식 / 뽀뽀 옥션(교육생 애장품 경매) 진행	운영진

❖ 기본과정 진행 과정



❖ 조별 모금실습 실적 : (총 모금액: 50,538,770원)

연번	그룹명	모금금액	모금주제
1	1조(내생애1조)	16,432,400원	저소득 청소년의 또래소통 및 학습 능력 향상을 위한 태블릿 PC 기금마련
2	2조(일석이조)	6,931,700원	저소득 거동불편 어르신 실버카 선물하기 프로젝트
3	3조	0원	꽃보다 밥
4	4조(불사조)	5,190,920원	프로젝트 런웨이(저소득, 실직가정 청소년의 교복지 지원)
5	5조(오조의 마법사조)	7,994,550원	장애인 소원들어주기 프로젝트(8명의 장애인에게 꿈 실현의 기회제공)
6	6조	3,840,000원	저소득 어르신 틀니 지원
7	7조(아이스마스조)	10,149,500원	장애인의 시원한 여름나기
총계		50,539,070원	

❖ 조별 모금현황

1조(내생애1조) : 16,432,400원

– 주제 : 저소득 청소년의 또래소통 및 학습능력 향상을 위한 태블릿 PC 기금마련

사업명	지원 내역	금액	소계
후원 기업 발굴	태블릿 PC 50대	229,000원(태블릿 PC) 8,000원(젤리케이스) 15,000원(액정보호필름) = 252,000 × 50개	12,600,000원
연합 바자회	물품판매 모금이벤트	684,400원 28,000원	712,400원
정기후원	80,000원(기업) 50,000원(개인)	130,000원 × 24개월	3,120,000원



2조(일석이조) : 6,931,700원

- 주제 : 저소득 거동불편 어르신 실버카 선물하기 프로젝트
- 5/23(토) 행복나눔바자회 실시 거리모금 금액(어벤져스를 이겨라) : 191,700원
(만보기로 이겨라, 고무줄 사격대회, 신발 멀리던지기 등)
- 정기후원 : 260,000원 × 24개월 = 6,240,000원
- 일시후원 : 500,000원(LG전자 강북지점, 상아치과)



3조 : 0원

- 주제 : 꽃보다 밥
- 모금실적 없음

4조(불사조) : 5,190,920원

- 주제 : 프로젝트 런웨이(저소득, 실직가정 청소년의 교복지 지원)
- 정기후원 : 20명 × 24개월 × 10,000원 = 4,800,000원
- 일시후원자 : 47,000원, 동전모금판 96,320원
- 행사모금액 : 210,000원, 해피빈 모금 37,600원



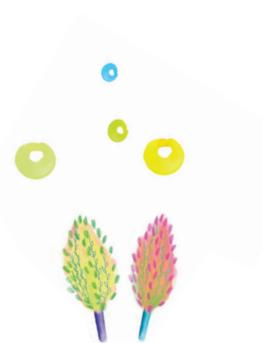
5조(오조의 마법사조) : 7,994,550원

- 주제 : 장애인 소원들어주기 프로젝트(8명의 장애인에게 꿈 실현의 기회제공)
- FunFun 놀이터(5/5, 마로니에공원) : 484,500원(참가비 모금함 484,500원)
- 꿈꾸는 놀이터(5/10, 시청광장 다동이마라톤) : 3,014,050원(CMS 2,880,000원)
- 17명 정기후원, 모금함 134,050원
- 씬남쌌녀 놀이터(5/23, 광화문) : 4,496,000원(CMS 4,256,000원, 참가비 240,000원)



6조 : 3,840,000원

- 주제 : 저소득 어르신 들니 지원
- 정기후원 : 3,840,000원
 $30,000\text{원} \times 1\text{명} \times 24\text{개월} = 720,000\text{원}$
 $20,000\text{원} \times 3\text{명} \times 24\text{개월} = 1,440,000\text{원}$
 $10,000\text{원} \times 2\text{명} \times 24\text{개월} = 480,000\text{원}$
 $5,000\text{원} \times 2\text{명} \times 24\text{개월} = 240,000\text{원}$



7조(아이스마스조) : 10,149,500원

- 주제 : 장애인의 시원한 여름나기
- 5/23일 모금캠페인 : 374,000원
- 현물 기부 : 1,990,000원(벽걸이 에어컨 1대)
- 바자회 모금함 : 85,500원
- 기업후원 : 1,500,000원(SGI서울보증)
- 현금기부 : 5,000,000원(강북삼성병원 제안서 제출)
- 정기후원 1,200,000원(50,000원 × 24개월)



❖ 장학금

항목	대상	비고
서울모금가상 (15만원)	이진아 사회복지법인 우리누리	태블릿 pc 50대 기업 후원 받음 모금액 환산 12,600,000원
희망모금가상 (10만원)	정영자 여호와넷시	기업후원 에어컨 1대 받음 모금액 환산 1,990,000원
모금마중물상 (20만원)	5조(오조의 마법사)	8주 교육기간 동안 모금캠페인을 3번이나 진행함 정기후원자 37명 모집 총 모금액 약 800만원
4기 선배장학금 (15만원)	임현제(5기 대표)	교육과정 중 활동이 우수하며 5기 대표로서 교육생들에게 숭선수범하며 모범을 보였음

📌 교육만족도 평가 (교육 후 매주 평가회의 진행)

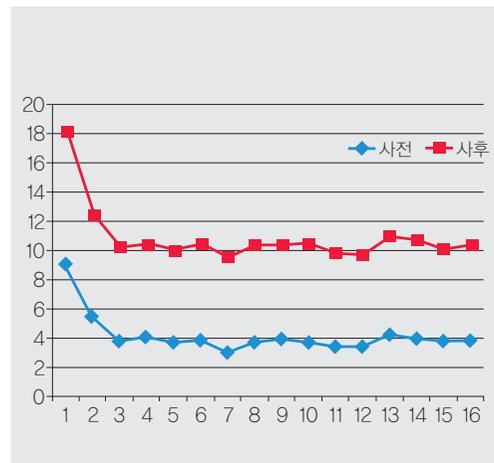
- 매주 강의 후 교육·강사 만족도 조사, 운영개선을 위한 설문조사 후 교육 평가 및 분석하여 차기 교육 운영(커리큘럼, 강사 선정 등)에 반영 함
- 평가내용 결과는 차주 교육에 반영
 - 모금실습시 조별로 모금액 배분
 - 정기후원자인 경우 조원과 상의하여 조에 속한 기관에 배분
 - 조별로 협의가 되지 않는 경우 재단에서 제3의 기관 선정하여 배분

📌 최종 평가회의 및 교육생 FGI

- 일시 : 2015. 7월 3일(금), 10:00~13:00
- 참석 : 총 10명(외부 전문가 3명, 교육생 5명, 재단 2명)
- 논의내용 : 2015년 5기 모금전문가육성지원사업 전체 진행 내용 평가
 - 전체 교육 과정
 - 사회복지 분야가 아닌 다양한 분야의 경험이 필요하므로 마케팅이나 카피라이터 교육이 필요
 - 매 교육시 팀원들끼리 모여서 토론하고 준비할 수 있는 시간 마련
 - 모금은 혼자 하는 것이 아니라 직원 전체가 참여해야하는 만큼 함께 일하는 직원들을 설득시키는 방법에 대한 교육 필요
 - 기획서 작성법 실습 부분 강화
 - 모금실습
 - 각자 다른 기관에서 온 교육생들과 모금 주제를 만들고 명분을 만드는 것이 핵심이며, 모금 실습을 첫 모임 때부터 기획할 수 있는 시간 필요
 - 기업 CSR담당자와 연계하여 모금실습 하는 방안 모색
 - 워크숍
 - 입학식 당일 종일 워크숍을 실시하여 모금주제별로 조를 나누어 교육 진행
 - 다른 기관에서 온 조원과 모금에 대해 토론하는 기회 마련 및 선후배 간 멘토링 실시

5기 사전사후 모금인식 설문조사 결과

연번	설문내용	사전	사후	증감
1	나는 후원개발의 필요성을 느끼고 있다.	9.1	9.2	+0.1
2	나는 후원개발을 제대로 이해하고 있다.	5.4	7.1	+1.7
3	나는 후원개발 기획서 작성법을 알고 있다.	3.8	6.4	+2.6
4	나는 후원개발 시 기획서를 작성할 수 있다.	4.1	6.4	+2.3
5	나는 후원개발에 활용 가능한 마케팅 기법을 알고 있다.	3.7	6.3	+2.6
6	나는 후원개발 시 마케팅 기법을 활용할 수 있다.	3.9	6.5	+2.6
7	나는 명분 작성법을 알고 있다.	3.0	6.6	+3.6
8	나는 후원개발 시 명분을 작성 할 수 있다.	3.7	6.6	+2.9
9	나는 다양한 후원개발 아이디어를 알고 있다.	3.9	6.6	+2.7
10	나는 후원개발 시 다양한 아이디어를 활용할 수 있다.	3.7	6.7	+3.0
11	나는 잠재기부자 개발 방법을 알고 있다.	3.4	6.4	+3.0
12	나는 후원개발 시 잠재기부자 개발 방법을 활용할 수 있다.	3.3	6.4	+3.1
13	나는 다양한 기부자 예우 방법을 알고 있다.	4.2	6.8	+2.6
14	나는 후원개발 시 다양한 기부자 예우 방법을 활용할 수 있다.	4.0	6.8	+2.8
15	나는 제안서(프로포절이아님) 작성법을 알고있다.	3.8	6.3	+2.5
16	나는 후원개발 시 제안서를 작성하고 활용할 수 있다.	3.9	6.6	+2.7



- 교육 시작하기 전과 후의 후원개발 필요성과 이해는 높게 나타남.
- 특히 후원개발 시 제안서 작성 활용에 대해 높게 나왔으며, 프로포절과 다른 것을 인지하였음.
- 또한 교육 후 명분작성법에 대한 인지와 작성가능이 높게 나타남.
- 다양한 기부자 예우방법 및 방법 활용 등 실질적인 방법 활용에 대해 높게 나타남.
⇒ 하지만 후원개발 시 기획서 작성법은 상대적으로 낮게 나와 사후 네트워크(특강 등)를 활용해 보강하기로 함.

5기 활동 사진



그룹별 후원개발, 워크숍, 강의



뽀뽀아카데미 수료식



뽀뽀아카데미 옥션-교육생 애장품 경매



모금성공으로 자신감 충전

김현정 동문장애인복지관

모금 앞에는 장사가 없다. 모금은 계속 배우고 발전시켜야 한다. 기업의 복합적인 상황을 이해하는 기술은 하루아침에 완성되지 않는다. 서울시복지재단의 뽀뽀아카데미는 '완성 속도'를 높여주는 실전 모금 기술을 가르친다.

#PAT 최초 임직원 자원봉사활동 추진
#동대문구시설관리공단과 농구교실 및 자전거 교실 추진

Before	뽀뽀아카데미 교육 포인트	After
· 여러 경로로 모금에 대해 공부했으나 만족하지 못했음	· 모금을 이론과 실습으로 나눠 교육함	· PAT 임직원 자원봉사활동을 이끌어냄
· 동대문구시설관리공단과 기본적 관계만 맺음	· 전달교육으로 여러 직원이 모금 후원 프로그램을 기획함	· 동대문구시설관리공단과 동대문구자전거연합회를 통해 자적장애인 청소년 자전거 교실을 개최함
· 매해 '나눔으로의 초대'에서 자원봉사자 4~5명에게 상을 수여함	· 현재 자원봉사자를 잘 관리하면 후원 개발에 도움이 될 수 있음	· 2015년 '나눔으로의 초대'에서 자원봉사자 16명에게 즐거운 나눔이벤트상을 수여함

동문장애인복지관 김현정 자립지원팀 및 자원개발팀장은 12년 넘게 사회복지 현장을 뛰어다닌 베테랑이다. 김현정 팀장은 사회복지 자원 개발에 관심이 많아 개인적으로 공부했다. 대학원에 다니고 언론사 PR전문가과정 교육을 들으며 나름대로의 방식을 연구했다.

그래도 김현정 팀장은 갈증을 느꼈다. 실제로 기업이 좋아하는 제안은 무엇인지 궁금했다. 김현정 팀장은 “제안서 작성은 사회복지사 누구나 다 할 수 있는 업무다. 하지만 기업과 함께 하는 공익사업으로 발전하는 제안서는 아무나 쓰지 못한다”고 말한다.

김현정 팀장의 고민은 뽀뽀아카데미가 바로 해결했다. 뽀뽀아카데미는 사회복지사라면 누구나 유익한 수업이다. 그동안 사회복지 현장에서 모금을 체계적으로 다룬 사례가 흔치 않았다. 김현정 팀장처럼 발품을 팔아 노력해도 잘 잡히지 않는 게 모금이다. 어렵פות이 경험한 모금을 '구체화'하는 방법은 뽀뽀아카데미를 듣는 길 뿐이다.

지역사회 통합 이끌어낸 뽀뽀아카데미

평안엘엔씨(주)는 자사 브랜드 PAT 의류를 동문장애인복지관에 지속적으로 물품을 기부했다. 김현정 팀장은 뽀뽀아카데미를 들으며 '자신의 위치'에 대한 생각을 재정립했다. 김현정 팀장은 “제가 기업이 생각하는 복지를 잘 표현하는 임무를 맡은 셈이다. 동문장애인복지관을 대표해 제가 PAT에게 '메이저 역할'을 해주는 것이다”며 “PAT 에 맞게 잘 따라주는 것이 핵심이었다”고 말문을 열었다.

김현정 팀장은 PAT 기업 문화를 조사했다. PAT의 잠재된 재원 발굴에 착수했다. 역사, 블로그, 보도자료 등을 싹 분석한 결과 PAT는 '사회공헌활동에 관심은 있지만 기업 봉사활동 참여방법을 모르고 있다'는 사실을 찾아냈다. 바로 김현정 팀장은 제안서를 작성해 PAT에게 찾아갔다.

“요즘 많은 기업이 하고 있는 공익 연계 마케팅에 대해 설명했습니다. '기업 이미지 제고를 위해 지역 사회에 있는 동문장애인복지관을 활용하라'라고 제안했죠. '장애인에게 봉사활동하는 임직원'이라는 이미지는 좋은 광고 효과를 볼 수 있을 것이라고 설득했습니다.”

PAT는 김현정 팀장의 제안을 받아들여 협약식을 체결했다. 동문장애인복지관은 'PAT 임직원이 성인 지적장애인에게 볼링을 가르치는 수업'을 주 1회 진행했다. PAT의 임직원 200명을 10개조(각 조당 20명)로 나눴다. 매주 한 조씩 볼링수업을 진행했으며, PAT는 제1회 동문장애인복지관장배 볼링대회를 개최할 수 있도록 끝까지 큰 힘을 주었다.

김현정 팀장은 PAT로부터 대규모 재능기부를 이끌어낸 것에 기뻐하지 않았다. 김현정 팀장은 ‘장애인을 향한 벽을 허물었다’는 것에 보람을 느꼈다. 김현정 팀장은 “처음 지적장애인을 보면 두려워하는 분이 계셨다. 지금은 편하게 대화한다. 이것이 가장 중요하다”고 강조했다.

“우리나라는 여전히 ‘너는 장애인이고 나는 비장애인이야’라는 시선이 강하죠. PAT 사례는 ‘너와 나는 같은 사람이야’라는 인식을 지역사회에 심었다는 데 의의가 있습니다. 학문적으로 표현하자면 ‘사회통합’이나 ‘장애인 인식 개선’에 해당하죠. 뽀뽀아카데미를 통해 용기를 얻어 지역사회 통합을 이룬 것 같아 뿌듯합니다.”

뽀뽀아카데미의 관점 ‘사람이 중요하다’

뽀뽀아카데미 기본과정은 ‘사람’을 중시한다. 교육을 받은 수강생이 복지기관으로 돌아가 ‘전달수업’을 한다. 또한 현재의 자원(봉사자)을 존중해야 한다고 가르친다. 김현정 팀장은 사람을 놓치지 않았다. 직원들도 후원 개발에 도전할 수 있도록 도왔고, 봉사자에게 잊지 못할 선물을 안겼다. 모금은 복지기관의 직원, 봉사자가 하는 것이다. 김현정 팀장은 동문장애인복지관과 관련된 ‘모두를’ 독려했다.

김현정 팀장은 팀원들의 사기를 북돋았다. ‘동대문구시설관리공단’과 새로운 재능기부 사업으로 결실을 거두었다. 지적장애인 청소년에게 농구와 자전거를 가르치는 수업이 진행됐다.

특히 자전거 수업은 ‘사람’을 움직여 얻은 결과다. 동대문구시설관리공단 측이 직접 동대문구자전거연합회와 연결했다. 동대문구시설관리공단 측은 자전거를 무상 대여해 주고, 동대문구자전거연합회는 자전거 강습을 맡았다.

김현정 팀장은 “처음 페달을 못 밟던 아이들이 혼자서 자전거를 잘 타게 됐다. 내년에는 서울숲까지 가는 프로그램을 계획하고 있다”며 “뽀뽀아카데미 전달교육을 받은 직원들이 ‘프로그램’으로 만들었다. 뽀뽀아카데미 교육을 잘 활용한 예라고 생각한다. 참 대견스러웠다”고 설명했다.

또한 2015년 자원봉사자에게 감사함을 전하는 ‘나눔으로의 초대’ 행사를 진행하며 큰 반향을 일으켰다. 지난해 4~5명에 불과한 수상자가 2015년 16명으로 대폭 늘어났다. 나눔을 좋아하는 자원봉사자에게 ‘나눔풍당상’을, 여러 봉사자를 소개한 자원봉사자에게 ‘줄줄이굴비상’ 등 이벤트 나눔상을 수여했다. 상을 전달하는 동문장애인복지관 측도, 상을 받는 자원봉사자도 즐거웠다. 김현정 팀장은 “봉사활동은 진지하게 해야 한다. 대신 격려할 때는 재미를 부여하면 좋겠다고 생각했다. 많은 사람에게 상을 드려서 호응이 좋았다”며 “뽀뽀아카데미에서 ‘모금을 구걸하지 말고 재미있게 해야 한다’고 배웠다. 이를 응용했다”고 덧붙였다.

김현정 팀장은 뽀뽀아카데미를 통해 용기를 얻었다. 지역구 내의 복지기관이 뭉쳐 후원을 받는 것, 신기루같은 허상이 아니라 ‘현실’이 될 수 있다는 믿음이 생겼다. 김현정 팀장은 “각 복지기관의 모금 담당자 네트워크 구축이 시급하다”고 힘주어 말한다. 그 구심점에는 뽀뽀아카데미가 있다. 김현정 팀장의 소원대로 많은 복지기관이 모금 네트워크를 형성한다면, 복지 서비스의 질은 한층 높아지리라 확신한다.



뽀뽀아카데미 우수 교육생 활동 사례_2

뽀뽀아카데미와 구세군강북종합사회복지관이 일군 기적 최철의 구세군복지관



구세군강북종합사회복지관은 뽀뽀아카데미를 통해 새 역사를 썼다. 구세군강북종합사회복지관과 롯데백화점 미아점은 서울 강북구 최초로 자선모금행사를 개최했다. 구세군강북종합사회복지관과 롯데백화점 미아점은 강북구 내에서 후원을 통한 자선경매를 진행한 영광스러운 첫 주인공이 됐다. 뽀뽀아카데미 5기 기본과정을 들은 최철의 지역사회조직 팀 과장이 현장에서 일궈낸 성과다.

#롯데백화점 미아점 후원
#박겸수 강북구청장과 김윤중 롯데백화점 미아점장의 뜨거운 관심
#강북구 최초 자선경매 개최

Before	뽀뽀아카데미 교육 포인트	After
· 기업에게 처음 전달하는 제안서 내용이 자세했음	· 기업에 도움이 되는 부분을 짧고 명확히 제시함	· 타 기업 기부자료를 제시해 자선경매를 이끌어냄
· 복지기관에서 필요한 것을 우선 제안함	· 기업의 성향 및 이미지 개선에 맞춰 모금을 제안함	· 기업의 니즈(needs)를 파악한 후 모금후원을 제안함
· 기존 후원자 관리 방법에 대해 고민함	· 현재 구축된 인프라를 최대한 활용함	· 후원을 받은 롯데백화점 미아점과 자선경매 행사 개최

최철의 구세군강북종합사회복지관 지역사회조직팀 과장에게 모금과 후원은 낯설지 않다. 최철의 과장은 복지 분야에서 모금의 중요성을 익히 알고 있었다. 하지만 성공률을 높이는 방법을 알고 싶었다. 도전하면 할수록, 의지는 넘치지 만 만족하는 결과를 얻기 쉽지 않았다. 최철의 과장은 모금 현장에서 닦은 기술을 뽀뽀아카데미에서 세밀하게 가공했다.

“기업이 후원사업을 재미있게 하는 방법이 무엇일까 고민했습니다. 뽀뽀아카데미에서 기업이 만족할 수 있는 후원사업을 기획해야 한다고 배웠거든요. 그러다가 ‘자선경매’ 아이템을 떠올리게 됐죠.”

롯데백화점 미아점과 자선경매 대성공

최철의 과장은 바로 제안서 작성에 돌입했다. 후원 담당 경력이 7년이지만 모 처럼 떨리는 기분이었다. 어르신 생일잔치 등에서 후원을 받았던 롯데백화점 미아점을 떠올렸고, 바로 자료조사에 착수했다. 이미 많은 기업이 이미지 개선을 위해 자선경매에 동참했다. 최철의 과장은 “예전에는 제안서를 자세히 작성했지

만 뽀뽀아카데미를 수강한 후 달라졌다”며 “여러 기업의 자선경매 사례와 구체적인 사업개요를 앞부분에 배치했다. 롯데백화점 미아점에서 쉽게 개요를 파악할 수 있도록 한 것”이라고 설명했다.

“제안서 내용이 지나치게 길면 기업 CSR 담당자가 제대로 읽을 수 없다’고 하더군요. 여러 생각이 교차했습니다. 그래서 임팩트 있는 내용, 관심을 끌 내용을 제안서 앞에 배치했습니다. 제안서에 대한 고정관념이 완전히 바뀐 거죠. 이런 시도가 큰 소득으로 다가와 보람을 느꼈습니다.”

최철의 과장 뜻대로 롯데백화점 미아점은 흔쾌히 수락했다. 행사 이름은 ‘롯데백화점 미아점과 함께하는 러블리 자선경매’로 확정됐다. 롯데백화점 미아점은 행사 2주 전부터 고객에게 홍보했다. 또한 아기용품 세탁기, 유모차, 선글라스 등 약 600만 원 상당의 물품을 확보했다. 더불어 롯데백화점 미아점 측은 가수 김수찬을 재능기부로 섭외했다.

구세군강북종합사회복지관과 롯데백화점 미아점이 차근차근 자선경매의 윤곽을 잡으면서 여러 곳에서 주목하기 시작했다. 특히 강북구 최초로 열리는 자선경매이기에, 강북구청에서 특별한 관심을 보이기 시작했다.

지난해 9월 19일 드디어 롯데백화점 미아점과 함께하는 ‘러블리 자선경매’가 진행됐다. 이 자리에는 박겸수 강북구청장이 직접 참석해 격려사를 했으며 이기용 구세군서울지방장관, 김선호 구세군서울여성사역서기관, 김운중 롯데백화점미아점점장이 감사인사를 전했다. 최철의 과장은 “무려 150여명 이상의 강북구 지역주민이 참여했다. 자선경매물품은 모두 낙찰됐고, 244만9,000원의 수익금이 모였다”고 말했다. 수익금 전액은 한부모 가정 및 저소득층 가정을 돕는데 쓰였다.

“올해도 롯데백화점 미아점과 자선경매 행사를 진행합니다. 이 행사가 자리 잡게 된 것에 제안서 영향이 큰 것 같아요. 뽀뽀아카데미 수업을 들으면서 ▲제안서는 짧고 포인트만 넣을 것 ▲미리 세부사항을 자세히 넣지 않고, 일을 진행하면서 조율할 것 등을 배웠습니다. 이 내용을 적용해 좋은 성과를 올렸습니다.”

기업과 개인 모두 소중한 후원 네트워크

최철의 과장은 2016년 알찬 계획을 실행하고 있다. 기업이 참여하는 후원사업을 구상하고 논의 중이다. 또한 지역주민이 참여하는 프로그램도 생각 중이다. 최철의 과장은 기업 사회공헌팀과 연락하는 요령이 생겼다. 최철의 과장은 “뽀뽀아카데미를 통해 모금 제안서를 기부자 입장에서 쓰는 방법을 배웠다”며 “기업이 ‘올해는 어떤 사업을 구상하는지’부터 우선 고려한다”고 설명했다. 기업이 생각하는 방향에 맞게 제안서를 작성하기 위해서다.

또한 최철의 과장은 개인 후원자 관리에 중점을 둔 생각이다. 이것 또한 뽀뽀아카데미에서 익힌 노하우다. 현재 구축된 인프라를 최대한 활용하라는 것. 최철의 과장은 “지역 관내 초등학교 어머니회와 인연이 닿았다”며 “지난해 밀반찬 기부활동을 함께 했고, 올해 초 처음으로 어머니회가 어르신들의 설날 행사를 진행한다”고 전했다.

모금과 후원 프로그램은 색깔은 당연히 달라야 한다. 그러나 많은 기업에게 ‘같은 색깔’을 주장하지 않았을까. 기업과 복지기관의 공통분모를 찾는 일에 소홀하지 않았을까. 최철의 과장의 모금 계획은 매년 다른 색이 펼쳐진다. 마치 무지개와 같다. 올해도 뽀뽀아카데미는 최철의 과장처럼 현장에 바로 투입해 활약할 수 있는 모금전문가 육성에 매진할 것이다.

하면 된다 당당하고 자신감 있는 모금 임헌제 사랑단기주간보호센터

'칭출어람'이란 말이 있다. 스승보다 제자가 더 뛰어나다는 뜻이다. 사랑단기보호센터는 황명현 센터장이 임헌제 사회복지사를 제자로 삼았다. 황명현 센터장은 오랫동안 복지 서비스를 제공하며 쌓아온 모금과 후원의 중요성을 잘 알고 있다. 임헌제 사회복지사가 "서울시복지재단의 뽀뽀아카데미를 듣고 싶다"고 말했을 때도 황명현 센터장은 격려하고 업무 부담을 줄여줬다. 그 결과 임헌제 사회복지사는 황명현 센터장 옆에 든든한 모금 전문가로 서 있다.

#후원자 두 배 이상 증가

Before	뽀뽀아카데미 교육 포인트	After
· 지로용지로 후원금 받음	· 후원자 입장에서 생각하기	· CMS로 변경해 후원금 입금의 번거로움을 줄임
· 개인 후원자 모집에 부담감을 느낌	· 후원에 자신감 느끼기 · 후원자 모집은 자신을 낮추고 부끄러워할 일이 아님	· 전달교육을 통해 전 직원이 후원자 개발에 힘씀 · 그 결과 후원자 수가 2~3배 정도 증가함
· 새로운 후원처 개발에 두려움을 느낌	· 꾸준히 접촉하고 교류함 · 기업체 업무 프로세스를 익혀 CRS 담당자 부담을 줄여줌	· 먼저 적극적으로 연락함

사랑단기주간보호센터는 지적장애인, 자폐성장애인을 돌보는 시설이다. 이용자 중 상당수는 늘 돌봄의 손길이 필요한 이들이다. 사랑단기주간보호센터는 단순히 ‘돌봄’, 즉 시간을 함께 보내는 것에 만족하지 않았다. 사랑단기주간보호센터는 이용자와 사회의 연결 통로를 고민하고 있다. 이용자가 만든 비누를 지역사회에 나눠주는 활동도 같은 맥락이다.

임헌제 사회복지사는 이용자가 사회 속에서 융화되기 위한 전제 조건을 알고 있었다. 이는 황명현 센터장 역시 마찬가지였다. 황명현 센터장과 임헌제 사회복지사는 모금 후원 개발이 절실하다는 데 뜻을 같이 했다. 다양한 복지 서비스를 뒷받침할 힘이 필요했다.

그때 서울시복지재단의 뽀뽀아카데미 5기 소식이 들렸다. 임헌제 사회복지사는 뽀뽀아카데미 기본과정 5기에 합류했다. “뽀뽀아카데미 6기 기본과정을 듣는 미래의 수강생을 도와주고 싶다”며 웃는 임헌제 사회복지사. 그에게 무슨 일이 일어난 것일까.

멘토로 나선 황명현 센터장, 멘티로 급성장한 임헌제 사회복지사

임헌제 사회복지사와 황명현 센터장은 한 치의 망설임 없이 뽀뽀아카데미에 참여하기로 했다. 황명현 센터장은 임헌제 사회복지사의 꿈을 잘 알고 있었다. 자신이 살아온 발걸음처럼 임헌제 사회복지사는 발로 뛰는 모금가가 되고 싶었다.

시기적으로 다양한 후원 개발이 필요했고 임헌제 사회복지사의 열정, 멘토로 나선 황명현 센터장의 배려가 합쳐졌다. 사랑단기주간보호센터는 사회복지사-기관이 한몸이었다. 황명현 센터장의 전폭적 지원 아래 임헌제 사회복지사는 뽀뽀아카데미에 합류했다. 임헌제 사회복지사의 모금 열망은 강했다.

임헌제 사회복지사는 뽀뽀아카데미 5기 기본과정을 들으며 큰 발전을 경험했다. 많은 사회복지사가 그렇듯 임헌제 사회복지사는 열정이 매우 강했다. 그러나 열정만으로 부족했다. 모금은 체계적이며 전문적인 과정이기 때문이다. 임헌제 사회복지사는 부족했던 ‘모금과정의 절차와 추진력’을 배웠다. 임헌제 사회복지사가 뽀뽀아카데미를 미래의 6기 수강생에게 강력히 추천하는 이유이기도 하다.

“학창시절 영업 분야 일을 많이 했습니다. 그때 ‘아는 사람에게 판매하지 않는다’는 철칙을 세웠죠. 사회복지사로 일하면서도 이 철칙을 지켰습니다. 그런데 생각이 180도 달라졌습니다. 후원은 마음을 사는 것이고 기관을 위한 일 아닌가요? 영업은 개인 이득을 위해 비굴할 수 있지만, 후원은 이용자를 위한 것이니까 부끄럽지 않은 거였어요.”

임헌제 사회복지사는 계획을 세워 모금활동을 하는 방법을 터득했다. 더불어 모금에 대한 자신감을 심어줬다.

열망을 불태운 조 활동

임헌제 사회복지사는 5기 뽀뽀아카데미 중 '조 활동'을 가장 인상적으로 꼽았다. 임헌제 사회복지사가 조장이었던 5조는 모금실습에서 뛰어난 성적을 올렸다. 무려 8백만원의 후원금을 모았다. 임헌제 사회복지사는 “모금 실습은 현장에서 할 수 없는 업무였다. 뽀뽀아카데미는 이론만 가르치는 것이 아니라, 직접 모금 실습을 해서 자신감을 얻게 해준다. 조 활동을 통해 많은 성과를 이뤘다”고 말했다.

5조의 모금실습은 총 세 번에 걸쳐 진행됐다. 처음 진행한 거리모금에서 처절한 실패를 맛봤다. 컨셉 없이 변화가로 나간 것이 패인이었다. 두 번째는 타깃 설정을 분명히 했다. '다둥이마라톤대회'에서 모금 부스를 운영해 17명의 정기후원자를 모았다. 어린 아이를 키우는 어머니를 타깃으로 설정했다. 여러 사정으로 후원이 필요한 아이들 소식을 전했다. 어머니들은 자녀를 떠올리며 공감해 선뜻 후원자가 됐다.

특히 5조의 마지막 모금실습인 '쌈남쌈녀'는 대히트를 기록했다. 5조 전원이 아는 지인 중 솔로인 남녀를 모아 이벤트를 실시했는데 요즘 유행하는 큰 규모의 미팅 행사와 후원을 매칭한 것이다. 후원자는 신이 났고 모금 프로그램 개발자는 즐겼다. 5조는 잠재적 후원자에게 접근하는 방식을 스스로 터득했다.

후원자를 먼저 생각하는 기관

사회 복지는 스킨십, 관계 형성이 많은 분야다. '우리 기관에서 좋은 일을 한다'는 자부심이 강하다. 그러나 간혹 업무 단계에서 효율성을 고려하지 않아, 모금후원 열정이 자주 거부당하는 현실에 직면해야 했다.

임헌제 사회복지사는 이런 문제점을 잘 파악했고 자신에게 부족한 점을 간파하고 있었다. 뽀뽀아카데미에서 임헌제 사회복지사가 주목한 부분도 '기업·후원자에게 접근하는 노하우'였다.

이젠 사랑단기주간보호센터가 달라졌다. 임헌제 사회복지사를 통해 전 직원이 '모금 두려움'을 극복했다. 정기후원자가 2~3배 정도 늘었다. 또한 후원자의 편의성을 위해 올해 처음으로 CMS를 개설했다. 계좌이체로 후원금을 모았던 방식에서 진보한 것이다.

임헌제 사회복지사는 2016년 새로운 후원활동을 추진하고 있다. '지역사회와 사랑단기주간보호센터가 함께 하는 후원조직'을 계획하고 있다. 뽀뽀아카데미를 통해 기업이 원하는 봉사활동을 알게 된 덕분이다.

“사랑단기주간보호센터에서는 이용자에게 미술을 가르치고 있습니다. 미술수업과 모금후원 사업을 매칭할 수 없을까 고민했어요. 근처에 있는 '한가람미술관'과 모금후원 사업을 진행할까 생각해봤는데요, '현실성이 없다'는 뼈아픈 충고를 들었습니다.”

임헌제 사회복지사는 기업이 원하는 모금후원을 계산하지 못했다. 기업은 직원이 자녀와 함께 자원봉사할 곳이 필요했다. 유명 전시가 계속 열리는 곳, 대관료가 비싸고 사람이 북적거리는 곳이 아니었다. 임헌제 사회복지사는 뽀뽀아카데미의 냉정한 평가를 ‘긍정의 힘’으로 바꿨다. 임헌제 사회복지사는 “사랑단기주간보호센터는 소규모 시설이다. 지역 사회에서 미술수업과 모금후원 사업을 연계하기에 적합하다고 생각한다”며 “다 같이 하나갈 프로젝트를 구상하고 있다”고 덧붙였다.

임헌제 사회복지사의 소원은 특이했다. 뽀뽀아카데미를 대중이 많이 아는 것이라고 했다. “사회에서 뽀뽀아카데미가 계속 이슈화된다면 영향력 있는 모금 네트워크가 탄생할 것이다”고 조심스럽게 내다봤다. 뽀뽀아카데미가 그리는 큰 그림의 밑바탕을 임헌제 사회복지사가 그리고 있다.

모금전문가의 모금제안서 TIP

김종욱(휴먼트리 이사)

POINT 01

역지사지(易地思之)

기업 및 후원처 입장에서 모금 프로그램 개발

아직도 많은 복지기관은 ‘필요한 것’을 요구하는 제안을 한다. 이를 ‘기부자 지향형’으로 바꿔야 한다. 기업이 원하는 봉사·기부 형태를 제안하는 것이 좋다.

POINT 02

윈윈(win-win)전략

기업 및 후원처에게 이득이 있는 모금 프로그램 개발

새로운 후원처를 개발할 때 복지기관이 무엇을 줄 수 있는지 계산한다. 후원처의 욕구를 채우면서 기부를 할 수 있는 제안은 쉽게 거부할 수 없다.

POINT 03

보기 좋은 제안서가 설득하기도 쉽다

제안의 기본은 ‘깔끔한 제안서’ 작성이다. 기업 CSR 담당자는 수많은 제안서를 검토한다. ‘핵심이 바로 보이는’ 제안서가 경쟁력을 갖춘 제안서다. 파워포인트로 제안서를 작성할 때 디자인의 통일성을 이뤄야 한다. 정자체를 쓰되, 시각적 효과를 줄 때 별도의 서체를 사용한다. 기본 판형 디자인을 유지하면 가독성이 높아진다.

POINT 04

백 번 듣는 것보다 한 번 경험하는 것이 낫다

제안서를 발표할 때 작은 이벤트를 준비한다. 기업 CSR 담당자가 모금 프로그램을 간접 체험하면 호감을 느낄 수 있다.

POINT 05

말하기는 쉬워도 실천하기가 어렵다

모금의 중요성을 알지만 여전히 많은 기관이 모금전문가육성에 소극적이다. 모금전문가 육성에 들어가는 비용과 시간을 아깝게 여기기 때문이다. 그러나 모금 분야에 예산을 배정하면 반드시 결과는 돌아온다.

모금전문가의 모금제안서 TIP

이선희(휴먼트리 대표)

- POINT 01 제안서 제목이 첫인상을 좌우한다**
제안서 제목으로 기업이 누릴 수 있는 가치를 알게 해준다. 기업이 어떤 공유 가치를 창출할 수 있는지 표현한 제목이 유리하다.
- POINT 02 모금도 분석이다**
누가 어떤 대상자를 무슨 방법으로 도울지 체계적으로 제시해야 한다. 기업이 어떻게 협조하면 되는지 명확히 알려야 한다. 현재 활동 가능한 기부자와 잠재적 기부자 등을 나눠 전략적으로 접근하자.
- POINT 03 모금은 계획이다**
모금은 구체적인 시기, 금액, 효과 등 목표를 설정한다. 기부자가 모금에 능동적으로 참여할 수 있다. 또한 복지기관도 모금 결과를 예측해 움직일 수 있다.
- POINT 04 모금의 생명은 신뢰다**
기업 CSR 담당자, 기부자에게 믿음을 심어줘야 한다. 파급 효과에 관한 정확한 수치 등 기대효과를 정확히 설명해야 한다. 관련 자료를 그래프 등으로 표현하면 이해도를 높일 수 있다.
- POINT 05 모금의 차별성은 필수조건이다**
비슷한 모금 프로그램과의 차별성을 강조한다. 또한 복지기관이 모금 프로그램을 운영하는 수단, 채널 등을 소개한다.

모금전문가의 모금제안서 TIP

이용수(모금가클럽 대표)

- POINT 01 모금후원도 결국 논리다**
“이 사업은 무조건 도와줘야 한다”며 기관중심적인 논리를 펼치면 통하지 않는다. 미팅이나 프레젠테이션 때, 기업의 사업계획 형태로 발표하면 부담을 줄 수 있다.
- POINT 02 모금의 기본은 명함 교환이다**
뽀뽀아카데미 교육과정을 통해 모금 네트워크 인맥을 쌓을 수 있다. 뽀뽀아카데미 교육과정에서 알게 된 모금 전문가, 여러 경로로 알게 된 기업 CSR 담당자 명함을 반드시 챙긴다. 제안서를 잘 쓰는 것도 중요하다. 그러나 원하는 후원처의 담당자를 파악해야, 제안을 진행할 수 있다.
- POINT 03 후원처의 담당자는 마스터키(master key)가 아니다**
후원처의 담당자도 똑같은 월급쟁이다. 후원처의 담당자 역시 상부에 보고해 예산을 집행한다. ‘복지기관에서 하고 싶은 것’이 아니라 ‘기업 임원진을 설득할 수 있는 것’을 제안해야 한다.
- POINT 04 익숙한 모금에서 탈피하자**
잠재적 기부자는 바자회, 길거리 모금 등 후원 프로그램에 선입견이 있다. 예를 들면 프로그램 이름만 봐도 “바자회 물건은 안 좋지만 사야 한다”고 느끼는 것이다. 잠재적 기부자가 흥미를 느낄 모금 요소에 대해 고민해야 한다.
- POINT 05 모금은 사회복지사의 성장을 담보한다**
사회복지사의 전문성을 키우는 길은 모금전문가가 되는 것이다. ‘좋은 일을 한다’는 직업적 사명감에 앞서 ‘자기중심적’ 모금을 추진하면 외면받기 쉽다. “기관이 좋은 일을 할 테니 예산을 지원해 달라”는 태도는 버리는 것이 좋다. 모금전문가는 “기업이 이러한 모금을 하면 어떤 점에서 좋다”라고 말한다.

Fun Fund Academy



Part 03

뽀뽀아카데미,
심화과정을 개설하다

2015년 뽀뽀아카데미 1기 심화과정



1기 심화과정 진행개요

- 기간 : 2015. 9월 7일(월) ~ 9월 21일(월), 총 3주 과정
- 교육일정 : 매주 월요일 10시~18시
- 장소 : 서울시복지재단 본관 1층 교육장
- 대상 : 기본과정 졸업생(1기 ~ 5기) 소속 9개 기관 선발
 - ※ 기관 당 졸업생 1명 + 같은 팀원(or 팀장 or 부서장) 1명 참여 원칙(※가능한 기관에 한함)
 - 소속기관 직원도 같이 참여하여 완성도와 실행력 높은 기획서 작성 및 교육 효과성 제고
 - ※ 신청기관 모금제안서를 미리 받아 심사한 다음 교육대상자 선정, 교육개시 전 외부전문가들에 의한 사전 검토 후 과정 중 각 기관별 강평 및 멘토링 실시
- 심화과정 교육생 기관 명단 (9개기관, 19명 참석)
 - 라파엘의집, 상동종합사회복지관, 사랑단기주간보호센터, 세브란스병원, 시립서대문농아인복지관, 송파어우러기, 양천장애인복지관, 하상장애인복지관, 천애재활원



2015년 심화과정 커리큘럼

날짜	교육시간	교육내용	담당
Step 1			
모금, 길을알다 1주차 (9/7)	10:00~10:30	입학식 및 오리엔테이션	운영진
	10:30~12:00	[강의 및 발표, 자유 토론]	김인수(외환은행) 이세형(따뜻한 동행) 홍기대(위제너레이션)
	12:00~13:00	[점심시간]	
	13:00~14:00	[강의] 기획서 작성법	김종욱(휴먼트리 마케팅 이사)
	14:00~15:30	기획서 수정	이선희(휴먼트리 대표) 이용수(모금가클럽 대표)
	15:30~18:00	[발표/강평] 수정된 기획서 발표 및 토론 외부전문가 강평	
Step 2			
모금, 제대로 맞보기 2주차 (9/14)	10:00~12:00	1:1기관별 코멘트(표지/제목 코멘트 개요, 문제상황 코멘트, 단계별 코멘트)	김종욱(휴먼트리 마케팅 이사) 이용수(모금가클럽 대표)
	12:00~13:00	[점심시간]	
	13:00~15:00	코멘트 받은 제안서 수정(1:1 피드백)	김종욱(휴먼트리 마케팅 이사) 이선희(휴먼트리 대표) 이용수(모금가클럽 대표)
	15:00~18:00	[워크숍] 기관별 제안서 발표, 강평 및 기관별 자유 토론	
Step 3			
모금, '베터랑'이 보인다 3주차 (9/21)	10:00~12:00	[워크숍] 수정된 제안서 발표 및 강평 후 수정	김종욱(휴먼트리 마케팅 이사) 이용수(모금가클럽 대표)
	12:00~13:00	[점심시간]	
	13:00~15:00	[워크숍] 최종 모금제안서 작성	김종욱(휴먼트리 마케팅 이사) 이선희(휴먼트리 대표) 이용수(모금가클럽 대표)
	15:00~17:00	[최종 발표, 강평, 자유토론] 기업 CSR 담당자 최종강평 및 토론	박신영(메트라이프재단) 김인수(외환은행) 최재호(현대자동차) 박바름(SM엔터테인먼트)
	17:00~17:30	수료식 / 수료증 전달	운영진

심화과정 진행 과정

1단계

모금기획서 작성(1주차~2주차 오전)

- 모금대상 프로그램 선정
- 모금 목표 선정
- 과제 설정
- 데이터조사 및 분석
- 표적기부자 설정
- 기부 이유와 가치(명분)제안
- 모금도구 및 전략 수립
- 마케팅 수단의 수립

2단계

모금기획서→제안서 변환(2주차 오후~3주차 오전)

- 모금·모금기획안 작성(목표, 일정, 명분, 계획 등)
- 기관별 모금 기획안 발표 및 강평
- 최종 모금 기획안을 제안서로 변환
- 기관별 모금 제안서 발표 및 강평
- 강평을 통한 모금계획 수정 및 보완

3단계

최종 제안서 작성(3주차)

- 최종 수정된 모금제안서 발표
- 기업 CSR담당자 및 외부 모금전문가 강평
- 수료식



최종 제안서 발표 1등~3등 선정기관(외부전문가 및 기업CSR담당자 심사)

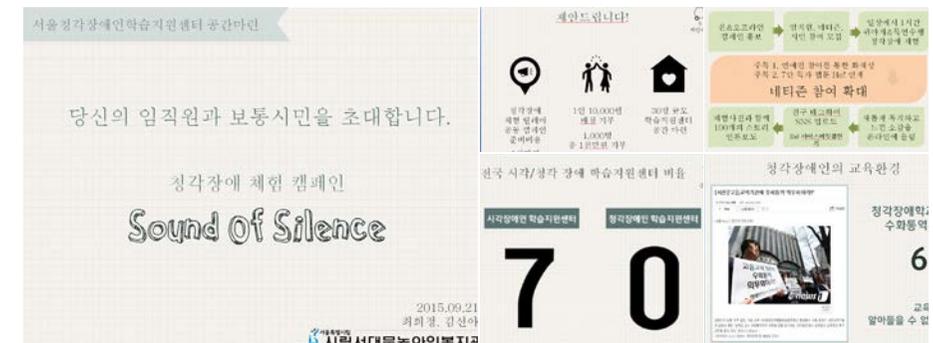
최우수상 : 세브란스 병원 제안서



우수상 : 송파어우러기 제안서



장려상 : 시립서대문농아인복지관 제안서



❖ 뽀뽀아카데미 심화과정 제안서 심사표

항목	비율	내용
적합성	30%	단체의 대상프로그램과 기업 이미지와 적합성 목적 및 목표 달성을 위한 프로그램 구성의 적합성
적절성	20%	제안 요청 내용과 금액이 적절한 예산 항목의 각 요소가 구체적으로 서술되어 있는가
창의성	30%	제안 프로그램의 독창성. 기업의 차별화된 이미지와 포지셔닝의 가능 여부
실현가능성	20%	제안 내용이 현실적인지, 목적을 달성하기 위한 계획, 내용, 방법은 실현가능한가

❖ 심사위원 명단

성명	소속	성명	소속
김인수	외환은행	최재호	현대자동차
이세형	따뜻한동행	박바름	SM엔터테인먼트
홍기대	위제너레이션	이선희	휴먼트리
박신영	메트라이프재단	김종욱	휴먼트리
김인수	외환은행	이용수	모금가클럽

 프로그램 개발회의

- 1차회의(7/3, 금) : 교육대상 및 추진일정 논의, 커리큘럼 수립방향 검토 등
- 2차회의(7/30, 목) : 기업 CSR 담당자 및 외부전문가 리스트 업(list up), 커리큘럼 및 일정 검토, 기타 교육진행 방안 논의 등

 교육만족도 평가 (교육 후 매주 평가회의 진행)

- 매주 강의 후 교육·강사 만족도 조사, 운영개선을 위한 설문조사 후 교육 평가 및 분석하여 차기 교육 운영(커리큘럼, 강사 선정 등)에 반영 함

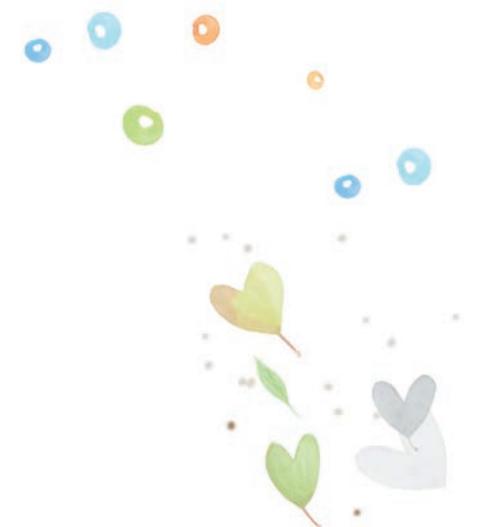
 최종 평가회의 및 교육생 FGI

- 일시 : 2015. 10월 8일(목), 10:00~14:00 / 별관 회의실 2
- 참석 : 총 10명(교육생 8명, 재단 2명)



- 내용 : 2015년 1기 심화과정 평가

- 전문가별 3개조를 묶어 피드백 실시하는 방법 모색
- 기관별 프리젠테이션 기회를 확대하고, 과정 참여기관과 기업 사회공헌 담당자 간 토론하는 시간을 만들어 그룹별로 자유롭게 토론하는 기회 필요
- 최종 프리젠테이션 시 발표 태도 및 억양 등에 대한 코칭 필요
- 심화과정 커리큘럼 예비교육과정 필요- 최종제안서 작성 시 PPT 기술적인 교육 요구



심화과정 활동 사진



1주차 강의- 기업 CSR담당자와의 만남 및 기획서 작성법



2주차 강의- 전문가와 토론 및 제안서 작성



3주차 강의- 제안서 최종 발표 및 기업 CSR담당자 토론, 수료식



뽀뽀(Fun Fund) 아카데미 우수 교육생 활동 사례_1

기업의 움직이는 후원 마음으로 들려 주세요

최희정 서대문농아인복지관

복지기관은 해마다 여러 사업기획을 세운다. 시립서대문농아인복지관은 2015년 전국 최초로 '청각장애인학습지원센터'를 개소했다. 몸집이 불어난 만큼 예산이 늘어나야 한다. 시립서대문농아인복지관은 청각장애인학습지원센터를 준비하면서 고민에 빠졌다. 운영비에 보탬이 될 수 있는 모금 프로그램이 절실했다. 서울시복지재단의 '뽀뽀(Fun Fund) 아카데미'는 시립서대문농아인복지관에게 '날개'가 되었다.

#보청기 후원 성공 #심화과정 우수사례

Before	뽀뽀아카데미 교육 포인트	After
· 제안서 작성 미숙함	· 파워포인트를 활용한 제안서 작성법 교육	· 지앤리사운드코리아로부터 후원받음
· 여러 사업을 추진하기 위해 추가 예산이 필요함	· 심화과정 및 컨설팅으로 기업 CSR 담당자 특성을 가르침	· 기업과 협력하는 방법을 터득함

뽀뽀아카데미를 보는 시선 중 간혹 아쉬움이 존재한다. ‘지금 당장 모금 프로그램 계획을 계획하지 않아도 복지기관에 타격이 없다’는 주장이다. 당장 내일 복지기관이 문을 닫을 위기라서, 뽀뽀아카데미를 추천하는 것이 아니다. 뽀뽀아카데미는 복지기관이 폭 넓은 복지 서비스를 제공하기 위한 필수조건이다. 주어진 예산은 기존 사업 운영비로 사용하고, 모금 프로그램으로 확보한 수입은 새로운 복지 사업에 투자하는 것. 뽀뽀아카데미가 현실성 없는 미래를 좇는 것이 아니라, 2016년 사업계획에 영향을 줄 수 있음을 알아야 한다.

남일 아니라 내 일이었다

시립서대문농아인복지관이 딱 이런 사례다. 시립서대문농아인복지관은 전국 최초로 청각장애인학습지원센터 문을 열었다. 청각장애인학습지원센터는 서대문농아인복지관의 부설 기관으로 운영 중이다.

자연히 모금과 후원, 재능기부가 더 필요해졌다. 최희정 사회복지사는 모금의 필요성을 알았지만 방법을 몰랐다. 최희정 사회복지사에게 뽀뽀아카데미가 손을 내밀었다.

시립서대문농아인복지관은 모금에 적극 나선 경험이 드물다. 그러나 청각장애인학습지원센터는 새로운 변수로 다가왔다. 사업은 커졌지만 자원은 한정적이었다. 최희정 사회복지사는 “자연스럽게 위기감이 왔다. 사업비에 영향이 올 수 있겠다는 분위기였다”고 밝혔다.

‘사회복지 틀’을 버리다

2013년 최희정 사회복지사는 뽀뽀아카데미 기본과정 2기를 들었다. 최희정 사회복지사는 뽀뽀아카데미 기본과정에서 배운 내용을 적절히 활용하고 있다. 최희정 사회복지사는 지앤리사운드코리아 측으로부터 후원을 받았다. 최희정 사회복지사는 “뽀뽀아카데미 기본과정에서 배운 것을 바탕으로 처음 쓴 제안서가 후원으로 이어졌다”며 “청각장애인 아이들이 ‘수상스포츠를 하고 싶다’고 해서 추진했고 좋은 결과를 얻었다”고 말했다.

뽀뽀아카데미 기본과정 이후 두각을 나타낸 최희정 사회복지사는 ‘2015년 뽀뽀아카데미 심화과정이 개설됐다’는 소식을 들었다. 최희정 사회복지사와 이정자 기관장은 서울시복지재단 측에 ‘모금의 간절함’을 전했고, 심화과정에 합류했다.

시립서대문농아인복지관은 심화과정에서 두각을 나타냈다. 최희정 사회복지사는 모금에 대한 생각을 바꿨다. “그전에 제가 썼던 모금 제안서를 보면 틀을 벗어나지 못했어요. 제가 근무하는 형식에 갇혀 있었죠. 하지만 뽀뽀아카데미 심화과정은 저에게 ‘사회복지의 틀에서 벗어나라’고 주문했죠.”

최희정 사회복지사는 “복지기관과 기업이 파트너가 될 수 있는 제안서, 기업의 입장을 생각한 콘텐츠를 만들기 위해 노력했다”고 말했다. 최희정 사회복지

사가 앞에서 깨어나 다른 시각으로 모금을 바라보자, 점차 결과가 나타나기 시작했다. 최희정 사회복지사는 기업 CSR 담당자가 복지 전문가가 아님을 체득했다. 당연한 논리지만 사회복지사보다 후원사업에 대한 이해도는 떨어진다. 이것을 끌어올리는 것이 핵심이었다.

최희정 사회복지사가 작성한 제안서는 심화과정 최종 심사에서 우수한 평가를 받았다. 특히 최희정 사회복지사는 심사위원이었던 기업 CSR 담당자에게 호평을 들었다. 최희정 사회복지사는 ‘귀가 들리지 않는 것’을 직접 경험하게 했다. 심사위원들의 귀를 막고 아름다운 클래식 음악을 들려줬다. 1분 동안 심사위원은 아무 것도 듣지 못했다. 직접 장애를 체험함으로써 “청각장애인을 도와야겠다”는 마음을 일으켰다.

이어 최희정 사회복지사는 청각장애인을 다룬 웹툰 ‘HO!’를 연계한 온오프라인 마케팅을 제안했다. 시립서대문장애인복지관은 ‘HO!’를 직접 감수한 이력을 제안서에 응용했다. 당시 감수했던 김민경 팀장은 현재 청각장애인학습지원센터에서 근무하고 있다. 최희정 사회복지사는 “청각장애인에 대한 인식개선과, 매칭 기부를 통해 기업은 홍보 효과를 볼 수 있도록 기획했다”고 설명했다.

미래의 뽀뽀아카데미 후배에게

최희정 사회복지사는 뽀뽀아카데미 기본과정과 심화과정을 이수하면서 경쟁력을 갖췄다. 최희정 사회복지사는 “부끄럽지만 파워포인트로 제안서를 논리정연하게 쓰는 법을 몰랐다”고 말문을 열었다.

“제안서를 돋보이는 아이콘을 어떻게 쓰는지, 컨셉을 어떻게 잡아야 하는지부터 배웠습니다. 기부 프로그램의 윤곽을 잡으면서 모금 마인드를 세워 나갔어요. 강사님들이 열정적이셔서 참 좋았습니다. 지식을 알려주는 차원을 넘어서 갈고닦은 노하우를 전수해 주셨어요. 기업마다 원하는 모금 프로그램이 다르다는 것도 알게 됐죠.”

특히 최희정 사회복지사는 뽀뽀아카데미 교육에 대해 높은 만족도를 보였다. 자신을 “수혜자다”라고 표현하며 “업무에 바로 활용할 수 있었다. 핵심이 무엇인지, 모금 전문가가 되려면 어떤 메시지를 전달해야 하는지 확실히 알았다”고 전했다. 최희정 사회복지사는 “서울시복지재단의 뽀뽀아카데미가 없었다면, 모금에 관한 열린 생각을 갖지 못했을 것이다. 정말 고마운 교육이었다”고 회상했다.

최희정 사회복지사가 뽀뽀아카데미에게 가장 하고 싶은 말은 ‘고마움’이었다. 반면 최희정 사회복지사의 열정이 뽀뽀아카데미 존재 이유였다. 모금이 필요한 복지기관이 존재하는 한, 뽀뽀아카데미는 열성을 다해 노하우를 전수할 것이다.



뽀뽀아카데미 우수 교육생 활동 사례_2

뽀뽀아카데미 기본과정과 심화과정으로 ‘모금 체질’이 된 송파어우러기 장선하 송파어우러기

복지기관은 매번이 위기이자 기회다. 훌륭한 복지 서비스를 제공하면서도 발전을 위해 고민해야 한다. 송파어우러기에게 2015년 한 해는 도약의 기회였다. 뽀뽀아카데미를 만난 송파어우러기는 모금을 통한 창조적 변화에 한 발짝 더 다가섰다.

#사회복지사가 즐기는 바자회

Before	뽀뽀아카데미 교육 포인트	After
· 후원 모집에 부담감을 느낌	· 후원은 기부하는 사람과 사회복지사 모두 즐거워야 함	· 기관 이용자와 좋은 추억을 만드는 바자회 진행
· 정부와 지방자치단체의 후원금이 감소하는 추세	· 전달 교육으로 모금의 중요성을 알림	· 전 직원이 모금에 관한 생각을 교류하는 분위기가 형성됨 · 다양한 모금 사업 준비 중
· 모금 담당자가 없었음 · 모금 네트워크 형성이 쉽지 않았음	· 모금 실습을 통해 대처 방법을 익힘 · 뽀뽀아카데미 강사진을 통해 모금 네트워크를 형성함	· 뽀뽀아카데미 수강생이 2016년부터 모금후원 담당자가 됨 · 모금사업 추진에 자신감이 생김

복지기관은 매번이 위기이자 기회다. 훌륭한 복지 서비스를 제공하면서도 발전을 위해 고민해야 한다. 송파어우러기에게 2015년 한 해는 도약의 기회였다. 뽀뽀아카데미를 만난 송파어우러기는 모금을 통한 창조적 변화에 한 발짝 더 다가섰다.

송파어우러기의 실력은 뛰어나다. 2008년, 2011년, 2014년 보건복지부 평가 사회복지시설 평가 A등급을 받았다. 2014년 정신사회재활협회 지원사업에 'Recovery facilitator'가 선정됐다. 앞서 2013년 서울시사회복지시설협회 '회복교육'우수프로그램 및 한국사회복지시설협회 '평생계획'우수프로그램으로 선정됐다. 송파어우러기가 '정신보건 복지'분야에서 손꼽히는 복지기관임이 솔하게 증명됐다. 송파어우러기의 궁극적인 운영 목적은 정신과 질환을 앓고 있는 사람이 취업 등으로 다시 사회에 진출할 수 있도록 돕는 것이다. 당장 뚜렷한 결과를 내기보다 장기간 복지 서비스를 제공해야 한다. 하지만 정부 및 지방자치단체에서 정신보건 분야에 배정하는 예산은 상대적으로 낮은 편이다. 또한 수입 계정도 까다로운 기준으로 관리하고 있다. 송파어우러기는 늘 운영비에 목이 마를 수밖에 없었다.

돌파구 마련이 쉽지 않아 고민하던 때, 장선하 사무국장이 뽀뽀아카데미 5기 기본과정에 합류했다. 장선하 사무국장은 '이용자를 위한 서비스 개발'못지않게 운영비 마련 고민이 컸다. 서울시복지재단의 '뽀뽀아카데미 5기'는 장선하 사무국장과 송파어우러기의 상황에 '꼭 맞는'맞춤옷이었다.

뽀뽀아카데미 교육, 바로 현장에 대입

장선하 사무국장이 속한 뽀뽀아카데미 5기 기본과정은 ▲모금의 필요성 ▲제안서 작성법 등 이론 및 ▲거리모금의 특성 ▲효율적 후원방법 등 실기로 나뉘어 진행됐다.

장선하 사무국장은 "현장에서 바로 적용할 수 있는 모금후원법을 터득했다"고 밝혔다. ▲제안서의 좋은 예와 나쁜 예 ▲기업이 돈을 내고 참여하는 좋은 이벤트 꾸미기 ▲모금과 후원 인적 네트워크 형성 ▲강사진과 학생이 편안하게 교류하는 분위기가 장선하 사무국장을 바꿨다.

이것은 송파어우러기의 첫 모금후원 사업으로 이어졌다. 2015년 5월 송파어우러기는 '아나바다어우러기바자회'를 열었다. 장선하 사무국장은 "뽀뽀아카데미 5기 기본교육을 받는 동안 직접 모금후원 활동을 진행했다"며 "이용자와 사회복지사가 즐기는 이벤트처럼 준비해 큰 호응을 얻었다"고 설명했다.

'아나바다어우러기바자회'는 이용자와 사회복지사가 어울려 기부한 물품을 팔았다. 팔고 남은 물건은 한번에 '떨이'처럼 경매로 털었다. 장선하 사무국장은 '아나바다어우러기바자회'로 '사회복지사의 모금 부담감'을 줄인 것이 큰 성과라고 판단했다. 장선하 사무국장은 "모금후원 업무를 '즐기는 분위기'가 형성됐다"고 전했다.

“뽀뽀아카데미 기본과정을 들은 기간은 짧았죠. 그러나 그 시간동안 다양한 경험을 쌓을 수 있어서 좋았습니다. 기관으로 돌아와서 직원들, 이용자들과 여러 시도를 해볼 자신감이 생겼습니다.”

장선하 사무국장의 말처럼 송파어우러기는 뽀뽀아카데미 기본과정의 의무인 ‘전달교육’을 철저히 이행했다. 그렇기에 직원들은 장선하 사무국장에게 먼저 달려와 물었다고 한다. 업무계획표에 명시된 전달교육 시간 외에도, 개인적으로 질문하는 사회복지사가 많았다고 한다.

장선하 사무국장은 “송파어우러기가 훌륭한 복지 서비스를 제공하길 바라는 지원이 많다. 오래 호흡을 맞췄고, 군림하거나 권위를 과시하는 사람도 없다”며 “자유로운 분위기가 뽀뽀아카데미 효과를 배가시킨 것 같다”고 덧붙였다.

이젠 마라톤이다, 앞으로 나아가는 심화과정

뽀뽀아카데미는 올해부터 심화과정을 신설했다. 뽀뽀아카데미 졸업생을 배출한 기관을 대상으로 모금제안서를 받았다. 그중 내용이 우수하거나 모금에 관한 열정이 있는 기관을 선정, 기관 맞춤형 모금 교육을 실시했다.

송파어우러기는 심화과정을 통해 차별화된 복지서비스에 성큼 다가갔다. 환청, 망상, 기타 기분장애 등 정신과 문제를 갖고 있는 이용자들의 취업 문제를 어떻게 해결할 것인가. 이것은 송파어우러기 기관의 존재 이유이자 평생 숙제인데, 뽀뽀아카데미 심화과정을 통해 길을 알게 됐다. 장선하 사무국장은 “뽀뽀아카데미 기본과정에서 제가 달라졌다면, 심화과정을 통해 기관이 달라졌다”며

“모금 액션의 전 단계, 후원사업에 첫발을 내딛게 됐다”고 말했다.

송파어우러기에서 취업 대상자로 판단한 이용자는 장애인과 비장애인의 경계에 있다. 엄격히 말하면 정신병이 없고 증상만 있을 뿐이니, 직업재활로 새 삶을 살 수 있다. 송파어우러기는 여기에서 힌트를 얻었다. 송파어우러기는 뽀뽀아카데미 심화과정을 통해 ‘이용자가 근무할 수 있는 카페 장소를 찾는 것’을 목표로 삼았다. 장선하 사무국장은 직접 제안서를 쓰고 후원기업을 찾는 과정에서 많은 것을 배웠다. 제안서 내용이 아무리 좋아도 현실은 달랐다. 변수가 많았다.

특히 장선하 사무국장은 대기업과 후원사업을 진행한 경험이 별로 없었다. 후원사업에서 대기업 홍보는 어떻게 들어가는지, 지방자치단체와 지역단체, 복지기관 등이 후원사업에 어떤 반응을 보이는지에 대한 예측을 전혀 할 수 없었다. 그러나 장선하 사무국장은 ‘뽀뽀아카데미’라는 든든한 지원군의 도움을 받아 몸으로 부딪혔다.

장선하 사무국장은 “많은 수강생이 뽀뽀아카데미 기본과정에서 열심히 하셨는데, 운 좋게 제가 심화과정을 듣게 됐다고 생각한다”며 “역시 직접 해보니 배워야 할 것이 많았다”고 회상했다.

복지기관은 이용자에게 ‘파이팅’을 외친다. 그러나 정작 복지기관 근무자는 ‘파이팅’을 하지 못한다. 경제불황이 심해져 후원금은 감소 추세다. 날이 갈수록 기운 빠지는 일만 가득하다. 송파어우러기도 상황이 밝지 않았지만 ‘위기가 곧 기회’라는 말처럼 서울시복지재단이 손을 내밀었다. ‘뽀뽀아카데미’로 송파어우러기는 재도약할 엔진을 얻었다. 송파어우러기는 ‘모금’이라는 연료로 달리는 자동차가 됐다. 장선하 사무국장은 “앞으로 우리가 어떻게 바뀔지 기대가 크다”고 말했다. 송파어우러기는 막힘없이 짜릿하게 달리며 성장할 일만 남았다.



뽀뽀아카데미 기업사회공헌 담당자를 만나다

기업이 원하는 모금 제안서 핵심 대공개

현대자동차 사회문화팀 최재호 차장

모금 앞에서 우리는 얼마나 떨렸을까. 모금 전문가가 되려면 '자신감'을 가져야 한다. 하지만 우리는 자신감의 근원을 몰랐다. 근거 없는 자신감은 자칫 '실패'로 이어진다. 내가 준비되지 않으면 세상은 받아주지 않는다. 모금에 도전하기 전, 내가 얼마나 준비된 모금 전문가인지 돌아본 사람이 있을까. 과연 우리는 모금제안서를 제대로 쓰고 있을까.

#대기업 후원 제안서 작성법 #헤드라인의 중요성

서울시복지재단은 2015년부터 뽀뽀아카데미 심화과정을 신설했다. 기본과정 졸업생 중 심사를 거쳐 심화과정 수강생을 선정했다. 이들에게는 특별한 기회가 주어졌다. 기업 CSR팀 관계자가 직접 강사로 나섰다.

복지기관은 기업의 후원을 받기 위해 소위 '제안서'를 낸다. 기업 CSR팀은 수많은 복지기관의 제안서를 검토한다. 대부분 제안서는 미끄러진다. 기업의 결재 라인조차 못 탄단 얘기다. 왜 계속 '거절'만 당했을까. 그동안 원망을 '반성'으로 바꾼 남자, 뽀뽀아카데미 심화과정에서 돌풍을 일으킨 현대자동차 사회문화팀 최재호 차장의 이야기를 들어보자.

Q. 복지기관으로부터 많은 제안서를 받을 것이다. 거절한 제안서도 많을 것 같다.

A. 여러 기업에 제안서를 보내다보니, 기업 맞춤형 제안이 부족한 편이다. '현대자동차'에 대한 사전 이해도가 없으면 아무래도 제안을 거절하게 된다. 기업 또한 제안을 주는 복지기관에 대한 이해가 있어야 후원사업을 진행할 수 있다. 역으로 보면 복지기관 또한 현대자동차에 대한 이해가 있어야 한다고 생각한다. 복지기관에서 제안서를 작성할 때, 사전에 해당 기업의 사회공헌 전략을 파악하는 것이 매우 중요하다.

Q. 현대자동차는 어떤 후원사업에 매진하는가.

A. 현대차는 이지무브(이동편의 증진), 세이프무브(교통안전), 해피무브(자원봉사), 그린무브(환경)의 4대 무브 사업을 기본으로 사회적기업 육성, 글로벌 사회공헌, 문화예술 사회공헌, 사회공헌 캠페인(기프트카)의 4대 중점사업을 펼치고 있다. 저는 사회적기업을 발굴하고 육성하여 그룹의 사회공헌사업과 연계하는 사업과 문화예술 사회공헌을 담당하고 있다. 또한 우리 사회 복지 차원의 다양한 문제를 해소하기 위해 '사회복지공동모금회'를 통한 복지기관 후원사업도 함께 추진하고 있다.

Q. 후원사업을 진행하는 단계가 궁금하다.

A. 큰 프로젝트의 경우 6개월에서 1년이 걸릴 수 있다. 단순히 사회문제를 해소하는 것뿐만 아니라 기업차원에서의 필요성과 파트너십을 체결, 지속가능한 사업모델 개발 등 다방면으로 검토를 하고 있다. 단순 후원보다는 전략적 협력 관계를 통한 사회공헌 프로그램을 개발하여야 내부적으로 설득과 공감을 얻을 수 있다.

Q. 그렇다면 어떤 제안서가 비교적 추진하기 수월했는가.

A. 기업 CSR 담당자도 사회문제 해소에 대한 진정성과 더불어 담당자로서의 성과가 필요하다. 후원금 규모와 상관없이, 기업 CSR 담당자는 복지기관의 제안서 초안에 의존해 검토를 한다. 직접 현장에 가보지 않았으니, 복지기관의 제안에 대해 확신이 없을 수밖에 없다. 또한 회사의 니즈에 맞게 보고서를 다시 작성해야 한다. 즉 복지기관의 제안서를 그대로 보고하는 것이 아니라, 기업 CSR 담당자가 이를 분석하고 조사하여 내부 보고서를 재작성한다. "무조건 좋은 일이다"며 제안서를 주는 것은 기업 CSR 담당자가 부담스러울 수 있다.

Q. 모금 전문가가 꼭 지켜야 할 제안서의 기본이 있다면.

A. 기업과 기업 담당자 분석이다. 제안서에 우리 사회의 문제를 해결코자 하는 담당자의 열정과 역량이 녹아 있어야 한다. 빗대어 말하면, 제안서가 기업 CSR 담당자를 감동시켜서 '츄츄계' 만들면 된다. 기업 CSR 담당자는 현장에서 근무하는 만큼 복지 전문가가 아니다. 최종 결재하는 라인 역시 복지 전문가가 아니다. 그래서 후원사업에 대해 철저히 분석한 제안서와 '기업과 담당자의 역량'에 맞는 후원 내용이 필요하다. 복지기관 입장에서는 "이 문제가 얼마나 중요한지 왜 모르냐"는 의문을 품을 수 있다. 그러나 기업은 '제안서'만 봐도 충분히 알 수 있길 바란다. 기업을 움직이게 만드는 제안서를 쓰는 것이 기본이다.

Q. 실무자 시각으로 가장 보기 편한 제안서는 무엇인가.

A. 1장 안에 모든 것이 다 들어가 있으면 이해가 쉽다. 무엇을 하고자 하는지 ‘한 문장’으로 표현하면 핵심을 빨리 파악할 수 있다.

Q. 일부 복지기관은 제안서를 여러 장으로 작성한다.

A. 1장에 핵심을 정리하지 못하는 것은 내용을 완벽하게 이해하지 않고 있다는 것이다. 사업배경, 추진전략, 예산, 조직 등 광범위한 설명도 중요하지만, 무엇보다 중요한 것은 ‘헤드라인(제목)’이 큰 힘을 발휘한다.

Q. 어떤 ‘헤드라인’과 ‘제안서’가 인상적일까.

A. 헤드라인에는 사업계획서의 핵심 내용이 포함되어야 하고, 헤드라인 아래에 문장의 형태로 사업을 설명하는 문구가 들어가도 좋다. 중요한 것은 헤드라인에서 뒷장을 열어보고 싶은 욕구가 생기도록 하는 매력에 있어야 한다. 그리고 제안서는 해당 복지단체가 추구하는 소셜미션(social mission)이 명확하게 표현되어야 하고, 이러한 소셜미션을 실현하기 위한 분석적인 비즈니스 모델이 포함되어야 한다. 또한 이러한 사업을 충분히 추진할 수 있는 역량을 가진 조직과 인적구성을 갖추고 있다는 점도 명확하게 제시되어야 한다. 마지막으로 사업 추진 시 발생하는 비용과 자금조달 방법, 자금운영 방안 등이 객관적으로 표현되면 좋겠다. 요약하면 사업제안서는 그 사업제안서를 받는 단체를 염두에 두고 작성하되 신뢰성, 간결성, 일관성, 독창성이 있어야 한다.



기업사회공헌 담당자 인터뷰후기

현대자동차 사회문화팀 최재호 차장

현대자동차 사회문화팀 최재호 차장은 공채로 입사해 2010년 사회문화팀으로 합류했다. 그전까지 사회복지에 대해 잘 몰랐다고 한다. 대학원에서 ‘사회적기업학’을 전공하고 열심히 공부하며 몸으로 부딪혔다. 지금은 모금 관련 강의에서 조언하는 사회복지 파트너로서 성장했다.

최재호 차장은 올해 처음 서울시복지재단 뽀뽀아카데미 심화과정에서 멘토로 나섰다. 최재호 차장은 “뽀뽀아카데미 심화과정 수준이 높았다”며 말을 열었다. 특히 최재호 차장은 뽀뽀아카데미 심화과정에서 수강생들이 작성한 제안서에 주목했다. 최재호 차장은 “제안서 수준이 높았다. 기승전결이 명확했다”고 말했다.

또한 최재호 차장은 뽀뽀아카데미 심화과정을 통해 자신을 돌아볼 계기가 됐다고 전했다. 최재호 차장은 “현장에서 문제를 몸으로 해결하고자 노력하시는 모습을 봤다. 저는 뽀뽀아카데미 심화과정을 통해 더 넓은 사회복지 접했다”며 “답은 현장에 있다. 기회가 된다면 뽀뽀아카데미 수강생이나 졸업생 여러분과 허심탄회하게 토의해보고 싶다”고 덧붙였다.

Fun Fund Academy



Part 04

번번아카데미, 모금컨설팅을 확대하다

모금 컨설팅 진행 개요 및 성과

'15 신규 컨설팅 기관

- 기간 : 2015. 10월 ~ 2016. 12월(15개월)
- 대상 : 심화과정 우수 졸업생 소속기관 (3개 기관 선정)
 - ⇒ 송파어우러기, 시립서대문농아인복지관, 하상장애인복지관 선정
- 내용
 - 기관 실정과 환경에 부합하는 모금기획안 컨설팅 통해 지역 모금 브랜드로 육성
 - 자원개발 네트워크 구축 - 복지시설, 기업이 함께하는 민관협력체계 구축 지원
 - 졸업생 소속기관 전직원 전체 모금 교육(재단에서 강사파견)
 - 컨설팅 비용 재단 지원(지원범위: 전문가 수당, 모금에 필요한 사업비 일부)
- 사업성과 정리 및 공유
 - 성과 발표회(공유컨퍼런스)
 - '2015 뽀뽀백서' 통해 사업결과 공유



2014

모금컨설팅 3개 기관(광장종합, 흥은종합, 용산지역자활센터)
나눔씨앗시범사업 1개기관(반동2단지 종합사회복지관)
총 4개 기관

2015

2014년 모금컨설팅 3개 기관 사후 컨설팅 계속 진행
심화과정 우수 졸업생 소속 기관 3개 기관 신규 개발
총 6개 기관

- 사후 컨설팅 : 모금홍보(포스터 등), 모금활동 사업 예산 지원
- 신규 컨설팅 : 모금기획(워크숍), 모금조직 구성,
모금컨설팅(모금 제안서 컨설팅, 지역모금브랜드창출)

'15 모금컨설팅 진행 개요

- ✓ 기관 모금 컨설팅 (사후컨설팅)
 - 2014 하반기에 진행한 모금컨설팅 3개 기관 (광장/ 흥은종합사회복지관, 용산지역자활센터) 대상으로 모금실행력 제고를 위한 사후컨설팅 진행
 - ✓ 기관 모금 컨설팅 (신규)
 - 2015 우수졸업생을 선발하여 진행하는 심화과정에서 3개 우수기관을 선정하여 모금브랜드 창출 및 모금역량 강화를 위한 「우리동네 나눔씨앗 사업」 시행
⇒ 송파어우러기, 시립서대문농아인복지관, 하상장애인복지관 선정
 - ✓ 주요 컨설팅 내용
 - 모금브랜드 육성 : 기관 실정과 환경에 부합하는 모금기획안 마련, 모금조직 구축 등
 - 찾아가는 멘토링 : 뽀뽀아카데미 교육진 중심의 멘토 구성하여 교육 및 컨설팅 수행
 - 자원개발 네트워크 구축 : 복지시설, 기업, 동 주민센터 등을 중심으로 하는 민·관협력체계 마련
 - 모금실행 : 모금실행 컨설팅 통해 지역모금, 네트워크 협력모금, 재단 협력 모금 등 시행
- ※ 2014년 3개 기관 모금컨설팅 및 제안서 컨설팅을 진행하여 지역모금브랜드 창출함
 ※ 2015년 3개 기관에 대해 사후 모니터링 실시하였으며, 3개 기관 모두 컨설팅 내용을 토대로 사업추진·사업 수행에 필요한 실질적인 컨설팅을 요구하여 2015년에도 연속적으로 컨설팅 지원

'14 모금컨설팅 기관 사업 결과

구분	2014 모금컨설팅	2015 모금컨설팅
광장종합 사회복지관	<ul style="list-style-type: none"> • 광장나눔 volunteer camp <ul style="list-style-type: none"> - 미래 리더십 프로그램 강조 • 광장음식 Festival <ul style="list-style-type: none"> - 사람들이 모일 수 있는 공간 (plaza)에 모여 세계 음식 페스티벌을 하면서 모금활동 <p>☞ 컨설팅 이후 2015년 사업에 새롭게 반영되어복지관 예산에 편성</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 광장나눔 volunteer camp <ul style="list-style-type: none"> - 추진일정 : 2015. 3~10월 중 연 2회 진행 - 사업내용 : 나눔리더 발굴, 나누리조직, 나누리양성, 나누리 임명, 발대식 및 나눔발표회 진행 • 광장음식 Festival <ul style="list-style-type: none"> - 추진일정 : 2015. 연 1회 진행 (10월, 11월) 진행 - 사업내용 : 홍보, 나눔운영단 모집, 음식교육, 음식나눔축제, 평가 등 - 제안서 컨설팅 후 2015년 처음 시작된 사업으로, 구체적인 사업실행에 필요한 전문가 컨설팅 실행
홍은종합 사회복지관	<ul style="list-style-type: none"> • 도담나눔가게 (내마음의 명품샵) • 굿사장 50인과 함께하는 딱 하루매출 캠페인 <ul style="list-style-type: none"> - 하루 매출의 30%, 50%, 100%를 기부(약정서 접수)받는 모금형태 <p>☞ 도담나눔가게는 홍보비용, 후원 개발 비용, 특히'딱 하루매출 캠페인'은 복지관 사업으로 운영 (예산 편성됨)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 도담나눔가게(내마음의 명품샵) <ul style="list-style-type: none"> - 컨설팅 이후 복지관 후원리스트 정리 하여 70개 기업으로 제안서 발송 • 굿사장 50인과 함께하는 딱 하루 매출 캠페인 <ul style="list-style-type: none"> - 컨설팅 후 2개업소에서 약정서 받아 현재 실행 중 • 제안서 컨설팅 받은 내용을 '현대카 웨어링 캠페인에 적용하여 성과 창출 <ul style="list-style-type: none"> ☞ 딱 하루매출 캠페인은 제안서 컨설팅 후 2015년 처음 시작된 사업 으로, 모금실행에 필요한 컨설팅 실행
용산지역자활 센터	<ul style="list-style-type: none"> • 100명! 용산베프를 찾습니다 <ul style="list-style-type: none"> - 용산 지역사회와 함께하는 한국 최초의 패자부활 프로젝트 <p>☞ 컨설팅 이후 전문 모금TFT 신설, 인근 자영업체 대상 모금활동성과 (월 1회, 하루 매출의 5% 기부 약속)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 100명! 용산베프를 찾습니다 <ul style="list-style-type: none"> - 용산에서 두 번 째로 맛있는 자선 커피숍 운영하여 3월 11일 오픈 - 한국음료교육개발원과 MOU 체결하여 바리스타 양성 과정 협력 추진 - 현재 5개소 기부업체 및 10명의 후원자 모집 <p>☞ 컨설팅 후 고유의 모금브랜드 창출함</p>

광장종합사회복지관

2015 Teen volunteer festival
광장의 10대! 글로벌 리더가 되다!

- ✓ 아동·청소년이 주도하는 미래 리더십 프로그램
- "teen volunteer camp"는 아이들이 직접 직접 기획, 제안, 진행 하는 나눔 활동으로 구성되어 있음

구분	내용
나눔리더 조직	<ul style="list-style-type: none"> • 발대식 및 오리엔테이션, 팀별 자기소개, 나눔교육 • 선서 및 활동 동의서 작성, 공동의 목적 및 목표 설정
나눔리더 양성	<ul style="list-style-type: none"> • 팀별 활동 기획안 및 구체적인 모금활동 계획 수립 • 팀별 활동 진행, 활동 소감 발표 및 활동 평가회의
나눔리더 임명	<ul style="list-style-type: none"> • 나눔발표회 준비 : 팀별 논의를 통해 나눔 발표 기획 및 자료 준비 • 나눔발표회 : 활동 결과 보고 및 소감 발표, 영상 감상, 우수 나눔리더 표창

- ✓ 2015 Teen volunteer festival
 - 일시 : 2015년 12월 12일(토) 10시 ~ 13시
 - 장소 : 광장종합사회복지관 2층 강당
 - 행사내용 : Teen Volunteer Camp 성과 보고
 - 참여자 : 참여 학생 및 학부모, 교사, 지역주민 70명
 - 참석내빈 : 이선희(휴먼트리대표), 김종욱(휴먼트리 이사), 최복수(광장종합사회복지관 운영위원장)
 - Teen 활동내용 : 소외계층지원을 위한 모금활동
 - 개인 후원자발굴,
 - 공연모금, 중고물품판매, 핸드메이드 물품판매,
 - 페이스페인팅모금, 기업대상 모금프리젠테이션 등
 - 2015년 기금 모금액 : 10,173,420원(12, 12기준)

Teen Volunteer Camp 모금지원 대상

- ✓ 아동·청소년이 주도하는 미래 리더십 프로그램
 - ※ 팀별로 모금지원대상을 정해 5월부터 12월까지 각 지원 대상을 돕기 위한 모금활동 진행
 - ※ 아이들의 통학용 자전거 지원 프로젝트, 소외계층 어르신 생애 처음 여행 보내드리기 프로젝트



Teen Volunteer Camp 모금활동 실적

- ✓ 1팀 : 양진초등학교 RCY봉사단 “같이 살자 팀”
 - ▶▶▶ 이웃과 같이 나누는 우리가 되자
 - 목표 : 저소득 아동 통학용 자전거 지원
 - 목표금액 : 500,000원 → 534,430원 달성
 - 100원의 기적 활동 진행
 - 학교선생님께 모금캠페인 요청 → 100원 기적에 필요한 모금함과 판넬 제작 및 모금 활동 진행
 - 활동 성과 : 총 160명 후원자, 85,510원 모금
 - 프리마켓 활동 진행
 - 광장동 가로수길에서 재활용 물품 판매
 - 활동성과 : 123,750원(1차), 185,670원(2차) 모금
 - 어린이대공원 백일장 활동 진행
 - 어린이대공원에서 물품 판매(모자, 의류, 장난감)
 - 활동성과 : 총 20,000원 모금
 - 알라딘 중고서점 활동 진행
 - 중고서적 판매
 - 활동성과 : 총 119,500원 모금



✓ 2팀 : 동의초등학교 교육복지“동의팀”

▶▶▶ 학교 이름을 걸고 열심히 나누자!

- 목표 : 저소득 어르신 첫 비행기 여행 지원

- 목표금액 : 300,000원 → 586,350원 달성

- 나누미 바자회 활동 진행

- 학교 부장님 및 교장선생님께 모금 바자회 요청을 위한 프레젠테이션 진행
→ 학교 교장선생님 승낙, 학교에서 바자회 장소 제공 → 전교생 가정통신
문에 바자회 홍보 진행 → 10/7(수) 한시간 판매(떡볶이, 아이스티, 과자)

• 활동 성과 : 총 402,330원 모금

- 나누미 프리마켓 활동 진행

- 광장동 가로수길 (8월, 10월)
- 수제 피클 판매, 길거리 모금
- 옷, 장난감, 책, 인형 등 판매
- 활동 성과 : 105,000원(8월), 79,020원(10월) 모금



✓ 3팀 : 8살팀“나눔학생조”

▶▶▶ 나누는 어린이가 되자

- 목표 : 저소득 어르신 첫 비행기 여행 지원

- 목표금액 : 500,000원 → 509,710원 달성

- 모금바자회 활동 진행

- 어린이대공원에서 재활용 물품 판매
- 장난감, 의류, 도서
- 모금 동참 유도를 위한 길거리 모금 및 행사무대에서 모금제안 요청 등
- 활동 성과 : 총 213,710원 모금

- 공연(합창) 활동 진행

- 낭만음악회 때 공연 진행
- “아름다운 세상” 합창 및 모금요청 활동
- 활동 성과 : 총 296,000원 모금



✓ 4팀 : 양진초등학교 컵스카우트(5학년, 4학년)“탐스슈즈팀”

▶▶▶ 제2의 탐스를 꿈꾸다

- 목표 : 저소득 어르신 첫 비행기 여행 지원
- 목표금액 : 720,000원 → 830,000원 달성
- 국민은행 임직원 대상 후원요청 프리젠테이션 진행
 - 심부름하기, 설거지하기, 수학점수 올리기 등
 - 개별 모금활동 진행 중(1인당 6만원씩 모금)
 - 학교 선생님께 후원요청 중
 - 활동 성과 : 총 310,000원 모금
- 프리마켓 활동 진행
 - 광장 가로수길 물품 판매
 - 과자, 이어캡, 필기도구 판매
 - 활동 성과 : 총 161,780원 모금
- 제 2의 탐스를 꿈꾸다!

양진초등학교 컵스카우트 친구들이 “탐스슈즈”라는 팀을 결성. 제 2의 탐스처럼 기부를 좀 더 특별하게 하고 싶은 아이들의 마음이 담겨져 있었음



✓ 5팀 : 양진중학교(중3, 중1팀)“효도관광팀”

▶▶▶ 할아버지 할머니께 효도관광 보내드리자!

- 목표 : 저소득 어르신 첫 비행기 여행 지원
- 목표금액 : 1,500,000원 → 1,510,110원 달성
- 프리마켓 모금 활동
 - 1명당 만원의 후원자 발굴
 - 과자꾸러미, 책, 학용품 판매
 - 활동 성과 : 총 130,520원 모금
- 프리마켓 2차 모금활동(8월)
 - 복숭아아이스티 판매, 아이스크림 판매
 - 활동 성과 : 총 675,900원 모금
- 후원자 모집
 - 일시후원자 4명 발굴
 - 정기후원자 5명 발굴
- 활동 성과 : 총 9명 후원자 발굴, 총 1,510,110원 모금(최고모금액 달성)



✓ 2015년 세계음식 Festival

- 일시 : 2015년 10월 31일(토) 9:00 ~ 15:00
- 장소 : 현대아파트 8단지 앞 가로수길
- 대상 : 지역주민
- 진행인력 : 이선옥 과장, 신명화 사회복지사, 나눔운영단 7명,
자원봉사자 6명, 탐스슈즈 4명(총 19명)
- 2015년 세계음식 페스티벌 총 모금액 : 1,000,000원
- 세계음식페스티벌 → 글로벌 미식회로 변경



<음식나눔축제-글로벌미식회>



용산지역자활센터

2015! 용산에서 부활이 시작된다! 패자부활 캠페인을 위한
100인의 용산 베프 찾기
『소외된 이웃이 없는 마을 만들기, 용산 패자부활 프로젝트』

✓ “패자부활 프로젝트란!”

- ☞ 행복하고, 소외된 이웃이 없는 마을을 함께 꿈 꿀 수 있고, 실패해도 한 번쯤은 도전의 기회를 선물 받을 수 있는 마을 만들기! 그래서 세계에 자랑하고픈 용산의 새로운 도전 프로젝트! 100명의 용산베프와 함께 불가능의 도전을 시작하는 것임
- ☞ 패자부활의 기회는 특히 사회적 약자에겐 본인 뿐 아니라 한 가정을 구원할 기회가 될 것
- ☞ 최근 저소득층 주민들의 고통을 상징하는 사건들이 비약적으로 늘고 있는 것뿐만 아니라 저소득층 지원업무를 맡은 복지현장 실무자들 또한 중노동, 저임금 상태로 사회적 문제가 되고 있음. ‘100명의 용산베프 (Bef)’와 함께 하는 패자부활 프로젝트를 시작함

✓ 100인(人). 용산베프란!

하나. 소외된 이웃없는 용산 만들기에 동참하는 100명의 리더들.

두울. 패자부활프로젝트 성공을 위해 정기기부 혹은 일시기부에 참여해 주시는 분들 그리고, 용산지역자활센터가 운영하는 ‘더마실카페-용산점’ 커피숍에서 언제든지 즐길 수 있는 24잔의 아메리카노 커피를 드림

✓ 패자부활프로젝트 기부금 용도

기부금은 긴급의료지원, 긴급생활안정자금, 참여주민을 위한 다양한 복지지원에 사용됨

✓ 패자부활프로젝트 후원자 모집 및 모금운동 사업내용

[홍보관련]

- 용산지역자활센터 모금 멘토 홍보(기관, 자영업자, 인근 대학)
- 홈페이지를 이용한 후원금 자동이체 활성화 추진
- 모금액을 검토하며, 목표액을 달성하도록 지원하는 작업이 필요함

[하루매출 기부 운동] - 후원자 발굴

- 후원을 원하는 서울 및 수도권 자영업자 대상 · 매출 기부 운동
- 지역사회 네트워크를 통한 연계 지원 MOU 체결
- 모금액 기부방안
 - ☞ 지정기부방식(참여주민, 실무자 복지)
 - ☞ 참여주민 및 지역사회 사각지대 빈민지원, 참여주민 의료비, 긴급생활 안정자금 지원

✓ 정기후원자(용산베프 현 상황) - 총 11명 모집(5-6월)

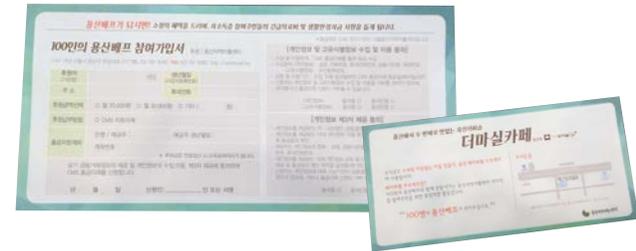
- 조*숙님(용산베프), 임*진님(용산베프), 조*복님(용산베프), 이*규님(용산베프)
- 김*연님(용산베프), 엄*성님(용산베프), 유*욱님(용산베프), 문*영님(용산베프)
- 박*호님(용산베프), 이*구님(용산베프), 강*동님(용산베프), 총 11명 모집

✓ 용산에서 두 번째로 맛있는 자선 커피숍 오픈

- 용산지역자활센터 자체사업단 연계
- 커피의품격사업단(더마실카페 용산점), 용산에서 두 번째로 맛있는 자선 커피숍 운영
- 용산지역자활센터 1층에 위치한 우리동네선물가게사업단 내에 자선 커피숍을 운영하는 것으로 컨설팅함
- 용산베프(기부자)를 모집할 때 커피숍의 무료 쿠폰을 제공하여 우리동네 선물가게사업단 및 용산지역자활센터의 접근성을 높임

✓ 용산지역자활센터 후원자 모집 리플렛 제작 컨설팅

- 기 제작한 후원자 모집 리플렛의 경우 너무 내용이 많음
- 후원자가 부담스럽지 않게 문안을 작성해야 하며, 행사시 후원자를 모집할 경우 손바닥 크기로 간단히 작성하게 하고 나중에 확인전화를 통해 후원자를 별도관리해야 함
- 수정된 후원자모집 리플렛 ▶▶▶ (재단에서 제작비 지원)



✓ 우리동네선물가게사업단(용산자활센터 1층) 한켠에 자선커피숍 마련

- 우리동네선물가게사업단과 같은 장소에서 설치 · 운영함으로써 상호 매출 증대 도모
- 자선커피숍은 용산지역자활센터 자활 근로자들이 운영하며, 외국인 자활근로자들에게 한글 교육 기회를 제공함



3월 11일 오후 2시, 용산구청 주민생활지원국 윤배국장, 대한성공회 나눔의집협의회 최준기 원장신부, 서울시복지재단 강일신 본부장, 서울시자활센터협회 더마실카페네트워크 관계자 및 서울광역자활, 지역단체장 등 참여. 매장에서 오픈식을 개최함

✓ 후원자를 위한 무료쿠폰 제작

- 자선커피숍을 홍보하기 위해 용산베프에게 무료쿠폰을 나눠주고, 지속적으로 커피숍을 방문할 수 있는 기회를 제공 해야함
- 자선커피숍 홍보도 되며, 후원자를 정기적으로 관리할 수도 있음
- 후원자가 지인을 데리고 커피숍 방문시 다른 후원자개발을 유도할 수 있음
- 무료쿠폰의 여부가 중요함을 컨설팅때 강조하였고, 용산지역자활센터는 바로 실행에 옮김



✓ 센터 네이버 해피로그 개설

- 콩 기부 릴레이 운동 '잠자는 콩을 깨워라'
- 네이버 해피빈(해피로그)을 개설. 콩 기부를 통하여 복지 및 긴급 의료비 지원
- 용산지역자활센터 해피로그 주소 : <http://happylog.naver.com/ysjahwal.do>



✓ 재단 공유복지플랫폼에서 용산지역자활센터의 미션과 비전 홍보물을 전문가 도움으로 수정받음

- 재단 공유복지플랫폼(WISH)에서 '친절한 해강씨'블로그를 운영하는 지식공유활동가(PPT 전문강사)의 도움을 받아 용산지역자활센터의 홍보물 수정



50인의 굿사장님들과 주민공간 마련의 꿈을 이루는 '딱 하루 매출 캠페인!'

현재 서대문구에는 마을공동체가 없는 실정임. 흥은종합사회복지관에서는 이러한 현실을 극복하기 위해 별관 도담나눔가게 2층(사무실 및 회의실)을 주민의 소통 공간(마을공동체)으로 개방하기로 하며, 딱 하루매출 모금캠페인을 시작함

✓ “흥~흥~패밀리”

- 서대문구의 모든 정보들이 소통되는 주민공간을 마련하기 위한 흥(은) 흥(제) 패밀리



✓ 정기후원자(흥흥 패밀리 현 상황) - 총 3개 업체 모집(5-6월)

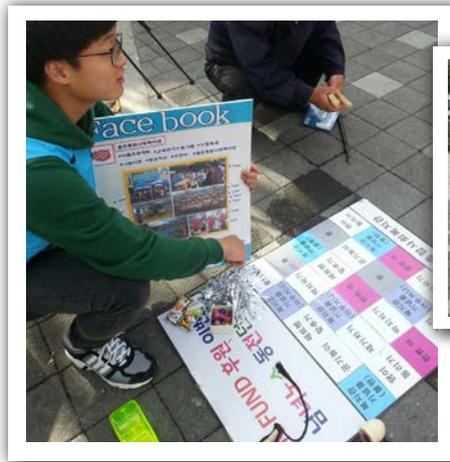
- ☞ 흥천두부마을 정기후원 월 10,000원,
- 피자마루 포방터시장 정기후원 월 50,000원,
- 카페러빙 물품지원(정기적으로 원두, 더치커피 등 지원)

✓ 도담나눔가게 주민을 위한 공간

- 1층 도담나눔가게 및 도담나눔카페(일자리 사업 어르신이 진행)
- 2층 사무실 및 회의실 ⇨ 회의실을 주민공간으로 변경

✓ “흥~흥~패밀리”(모금캠페인(중앙소공원) 진행) (10월)

- 50인의 굿사장님들과 주민공간 마련의 꿈을 이루는 '딱 하루 매출 캠페인'
- 다양한 놀이가 후원으로 이어지도록 설계하여 후원문화에 대한 부담을 줄이고 누구나 쉽게 후원을 할 수 있다는 인식 확장
 - ⇨ 모금이벤트를 마련하여 지역 주민 20명 이상의 참여를 독려
 - ⇨ 저소득층 지원을 위한 수익금을 5만 원 이상 마련
- 복지관 사업과 복지관을 통한 후원방법을 홍보하며 잠재적 후원자를 개발
 - ⇨ SNS형식의 판넬을 제작하여 후원 방법을 안내하고, 100명 이상에게 스티커 설문 조사를 실시
 - ⇨ 소식지 및 웹진 수신을 동의하는 잠재적 후원자 50명 이상 개발
 - ⇨ 리플릿, 소식지 등의 기관 홍보물을 100부 이상 배포



동전 던지기 이벤트



후원자 개발

모금 컨설팅 기관장 인터뷰

뽀뽀아카데미가 현장에서 힘을 발휘하려면 '윗사람'의 결단이 가장 중요하다. 수장이 시큰둥하면 모금 전문가는 탄생하지 않는다. '윗물이 맑아야 아랫물이 맑다'는 속담처럼, 사회복지시설의 대표가 뽀뽀아카데미의 파급력에 영향을 미친다.

뽀뽀아카데미 초기, '모금 전문가 교육' 개념이 익숙하지 않은 것이 현실이었다. 그러나 2015년 기본과정 5기 졸업생을 배출하고 심화과정, 컨설팅 과정을 진행하면서 현장은 뜨겁게 변하고 있다. 기관이 나서서 뽀뽀아카데미를 권장하는 분위기가 형성됐다. 시립서대문농아인복지관 이정자 관장과 송파어우러기 이현희 시설장에게 직접 물었다. 사회복지시설은 왜 뽀뽀아카데미를 통해 모금후원 사업을 개발해야 할까. 시립서대문농아인복지관 이정자 관장과 송파어우러기 이현희 시설장에게 듣는다.

Q. 뽀뽀아카데미를 어떻게 접하게 됐는가.

A. 직원들을 통해 알게 됐다. 서울복지재단 워크숍에 참여한 직원들이 ‘뽀뽀아카데미’ 이야기를 먼저 꺼냈다. 자세한 내용을 알아보니, 뽀뽀아카데미가 시립서대문농아인복지관에게 꼭 필요했다. 우리 기관은 사업비 마련 및 다양한 복지사업 추진을 하기 위해 모금사업을 진행해야 한다. 뽀뽀아카데미 심화과정과 컨설팅을 통해 고무적인 분위기가 형성됐다. “이번에 제대로 추진하자”며 서로 응원하고 있다. 귀한 직원들의 아이디어, 이용자를 위하는 가치관, 시설 발전을 위해 노력하는 마음 ‘삼박자’를 갖췄다.

Q. 2016년 모금 후원 사업으로 계획 중인 것이 있나.

A. 수화뮤지컬 ‘난파’를 준비하고 있다. 수화뮤지컬 사업을 7년간 진행했지만 매해 모금 규모나 후원이 일정하지 않았다. 그래서 ‘수화뮤지컬 사업의 연속성’을 갖는 것이 목표다. 후원, 모금, 재능기부 등을 어떻게 풀어낼지 고민하고 구상 중이다. 서울시복지재단의 뽀뽀아카데미 컨설팅 과정을 통해 구체화하고 있다.

Q. 기관장으로서 모금을 중요하게 여기는 것 같다.

A. 사회복지사업 중에는 외부 자원이 꼭 필요한 경우가 있다. 전문가의 참여, 예산 확대 등을 통해 복지 서비스의 질을 높일 수 있기 때문이다. 이러 측면에서 모금이 꼭 필요하다. 모금 프로그램은 ‘기부금 마련’ 이상의 의미를 지니고 있다. 인맥 형성, 자원봉사, 컨설팅 등으로 이어진다. ‘모금’은 ‘물질적 재원을 만드는 것’에 머물지 않는다.

Q. 뽀뽀아카데미 심화과정과 컨설팅 과정을 통해, 모금에 대한 생각이 어떻게 달라졌는가.

A. 지금까지 지로용지를 통한 후원, 지역사회에서 활발히 움직이는 사람을 통한 기부금 마련, 바자회 참여 등을 진행했다. 2016년부터 다른 차원의 모금 프로그램을 진행하고 싶다. 뽀뽀아카데미 심화과정과 컨설팅을 통해 다방면으로 준비하고 있다.

Q. 송파어우러기가 뽀뽀아카데미에 참여하게 된 계기는.

A. 송파어우러기는 정신보건법에 의거해 보건소에서 관리하는 사회복지시설이다. 그래서 다른 복지시설과 달리 교육 프로그램 정보를 직접 찾는 경우가 많다. 우연히 서울시복지재단의 뽀뽀아카데미 프로그램이 있다는 소식을 들었다. 체계적인 후원 교육 프로그램이어서 마음에 들었다.

Q. 뽀뽀아카데미 기본과정과 심화과정, 컨설팅 과정에 참여했다. 2016년 사업에 변화가 있다면.

A. 후원 리플렛을 제작하기로 했다. 또한 후원 사업 관련해서 예산을 편성했다.

Q. 송파어우러기가 모금에 집중하는 이유는.

A. 송파어우러기의 예산은 이용자 1명을 기준으로 편성된다. 한 사람의 프로그램비, 관리비, 운영비를 받아 복지사업을 진행한다. 금액이 넉넉하진 않다. 물가도 많이 올랐다. 추가 예산을 확보하면 이용자에게 더 좋은 복지 서비스를 제공할 수 있다는 생각이다.

Q. 송파어우러기의 특성을 반영한 모금 활성화 방안이 있다면.

A. 송파구에 기업이 많이 있다. 기업과 협조하는 방법을 고민 중이다. 이용자의 활동과 문화가 접목해 활동하는 프로그램에도 관심이 있다.

Q. 뽀뽀아카데미에 참여한 소감은.

A. 서울시복지재단에서 꼼꼼하게 관리해 주셨다. 이 부분이 흡족했다.

Fun Fund Academy



Part 05

뽀뽀아카데미, 열정으로 네트워크하다

2015 뽀뽀아카데미 네트워크

1차 모금특강

- 일시 : 2015. 9월 23일(수), 15:00 ~ 18:00
- 장소 : 별관 8층 교육장
- 인원 : 교육생 30명 참석(뽀뽀 1-5기 졸업생 및 졸업생 소속기관 직원)

내용	강사
성공적인 제안서 작성 방법(실제사례를 중심으로)	김재춘(가치혼합연구소장)



2차 모금특강

- 일시 : 2015. 10월 27일(수), 14:00 ~ 16:00
- 장소 : 본관 1층 교육장
- 인원 : 교육생 40명 참석(뽀뽀 졸업생 및 사회복지시설 후원 및 모금담당자)

내용	강사
모금법률 및 모금윤리	김현수(Giving & Research 대표)



3차 모금특강

- 일시 : 2015. 11월 30일(화), 15:00 ~ 18:00
- 장소 : 별관 8층 교육장
- 인원 : 교육생 45명 참석(뽀뽀 1-5기 졸업생 및 졸업생 소속기관 직원)

내용	강사
중심잡고 모금하자 (인문사회서적에서 건져올린 모금사업실마리)	김세진(사회복지사무소 '구슬' 소장)



4차 모금특강 (송파어우러기 모금교육)

- 일시 : 2015. 11월 12일(목), 09:30 ~ 13:00
- 장소 : 송파어우러기 3층 교육장
- 인원 : 8명 참석(뽀뽀 5기 졸업생 및 1기 심화과정 졸업생 소속기관)

내용	강사
사회복지기관의 후원개발	김재춘(가치혼합연구소장)



5차 모금특강 (시립서대문농아인복지관 모금교육)

- 일시 : 2015. 11월 16일(월), 09:30 ~ 13:00
- 장소 : 시립서대문농아인복지관 지하1층 교육장
- 인원 : 30명 참석(뽀뽀 5기 졸업생 및 1기 심화과정 졸업생 소속기관)

내용	강사
사회복지기관의 후원개발	김재춘(가치혼합연구소장)



6차 모금특강 (하상장애인복지관 모금교육)

- 일시 : 2015. 11월 19일(목), 17:00 ~ 20:30
- 장소 : 하상장애인복지관 지하1층 교육장
- 인원 : 60명 참석(뽀뽀 5기 졸업생 및 1기 심화과정 졸업생 소속기관)

내용	강사
사회복지기관의 후원개발(모금으로 자립을 준비하다)	이선희(휴먼트리 대표)



모금토크쇼 개최

- 일시 : 2015. 10월 27일(수), 16:00 ~ 18:00
- 장소 : 본관 1층 교육장
- 인원 : 교육생 40명 참석(뽀뽀 졸업생 및 사회복지시설 후원 및 모금담당자)

내용	강사
주제 : 신청자가 요청하는 주제 취합하여 선정	김현수(Giving & Research 대표) 김재춘(가치혼합연구소장) 이선희(휴먼트리 대표) 김중욱(휴먼트리 마케팅 이사) 이용수(모금가클럽 대표)

1차 모금경연

전문가들의 모금경험담을 듣고 싶다

- * 이제는 말할 수 있다 (모금실퍼서레)
- * 부정적인 사람의 마음을 돌리는 스킬이 있나?
- * 모금을 실패인가? 선택인가?
- * 모금을 부정적으로 바라보는 이들의 생각을 바꾸려면?
- * 실병, 나이 등으로 받을 때 누가 더 후원을 잘해준다?
- * 모금 관련 담당자의 외모는 이뻐수록 좋다?
- * 모금을 어려워하는 예비 모금가들에게 조언한다!

Fundraising Talk Show

2차 홍보와 모금방법

모금 잘하는 방법이 궁금하다

- * 강성말이 금지 vs 사형에서 풀려나는 모든 수단방법
- * 사람들의 마음을 얻는 모금 메시지를 구상하는 방법?
- * 지역사회복지관에 맞는 효과적인 모금방법은?
- * 모금홍보 방법 중 특별히 효과적이었던 사례?
- * 모금 참여를 이끌어내는 기발한 방법?
- * 돈이 들지 않는 기발한 기부자 선물은?
- * 뽀뽀 방법 알고 자신만의 모금 배법 전수

Fundraising Talk Show

3차 그밖에...

그밖에 모금에 대해 궁금한 이야기

(거리모금)

- * 사람들에게 좀 더 친근한 인식을 줄 수 있는 방법?
- * 거리캠페인에 비전이 있나? 평생할 수 있나?

(후원자 관리)

- * 활동의 연락을 못드린 후원자에게 접근할 IDEA (모금재안서 작성법)
- * 기업 모금관련 제안서 작성시 효과적인 방법
- * 대기업 홍보후원관련 실무자와 만남이 가능한 방법 (모금법률)
- * 현 모금 관련 법률의 문제점은?

Fundraising Talk Show



2015 뽀뽀(Fun Fund) 아카데미 사후 관리 프로그램 - 모금동아리

모금동아리 1차 모임 - 총 2개 그룹 12명 참석

- 2015. 9월 4일(금), 17~20시
- 스터디 도서 : 로빈후드마케팅(아름다운재단 기부문화총서)- 공익마케팅 관련



스터디 요약

행동을 이끌어내라

- 마케팅의 핵심은 조직의 목표가 아니라 청중에게 초점을 맞추는 것임. 나이키는 운동화 매출이 아니라 운동화를 사는 소비자에게 초점을 맞추었음. 공익단체들 역시 조직이나 목표가 아니라 청중에게서 이끌어내고자 하는 구체적인 행동에 집중해야 함
- 마케터들은 가장 먼저 소비자로부터 이끌어내고자 하는 행동에 초점을 맞춤. 그리고 다음으로 이를 위한 구체적인 전략을 짬 즉, 단체의 목표에 초점을 맞추고, 이를 실현하기 위한 구체적인 계획 수립. 하지만 마케팅 기술을 활용하기 위해서는 반드시 청중의 행동을 출발점으로 삼아야 함
- 청중의 생각에 도전하지 말자. 우리는 그들의 입장에서 바라보도록 노력해야 함. 우리의 세계관을 강요해서는 청중으로부터 행동을 이끌어낼 수 없음.

단 모든정보를 제공할 필요는 없음. 사람들은 자신과 직접적으로 관련있는 정보만을 원함

- 복잡한 상황을 최대한 단순화해야함. 그렇지 않으면 마켓에서 팔리지 않음

우리의 가치가 아닌 청중의 가치에 주목하라

- 청중의 가치에 근접할수록 행동을 이끌어낼 가능성은 더욱 높아
- 청중의 생각을 바꿀 수는 없음. 하지만 행동은 바꿀 수 있음. 그 비결은 그들의 욕망을 충족시키는 새로운 방법을 제시하는 것임
- 메시지를 받아들이는 과정에서 왜곡될 수 있음. 우리의 신념이 강력하다고 해도 청중이 가진 인식의 틀을 뚫기에는 역부족임. 그러므로 마케터는 청중이 지닌 사고의 틀을 인정해야 함

마켓의 힘을 활용하라

- 마켓 요인을 이해하고 대처해야 함. 청중의 행동에 영향을 미치는 요인들은 파악하고 이를 적극적으로 활용해야 함
- 청중의 삶속으로 들어가서 어떤 마켓 요인들이 청중의 행동에 영향을 줄 수 있는지를 생각해야 함. 그리고 목표달성에 기여할 수 있는 요인, 협력관계를 가능하게 하는 요인, 우리가 통제 할수 없는 요인을 확인해야 함

경쟁 우위를 확보하라

- 경쟁에서 이길려면 청중에 초점을 두어야 하며, 경쟁자들을 따라가는 것만으로는 절대 이길 수 없음. 경쟁자보다 한발 앞서 청중의 욕망과 필요성을 충족시켜야 함. 진짜 경쟁터는 마켓이 아니라 청중의 마음임
- 청중에게 다가서기 위해서는 우리의 장점에 기반을 두고, 차별화를 이루고, 이해하기 쉽고, 청중에게 의미가 있는 것임. 첫 번째로 주요 경쟁자들의 목록 작성, 두 번째로 우선순위 정하기, 세 번째로 경쟁 우위 확보해야 함

모금동아리 2차 모임 - 총 3개 그룹 10명 참석

- 2015. 11월 12일(목), 17~21시
- 스터디 : 전문가와 함께하는 “모금아이디어 및 후원자 데이터 관리와 활용”
강의, 토론
- 외부전문가 : 이용수(모금가클럽 대표)



후원관리자와의 대화

Q. 후원자 정보는 보통 어느 경로를 통해서 얻으시나요?

A. 연락처와 같은 기본적인 정보는 후원가입서를 통해서 얻습니다. 그리고 후원가입에 대한 감사전화를 드리면서 추가적으로 정보를 얻습니다. 자세한 정보는 행사진행시 후원자를 만났을 때 가벼운 대화를 통해서 얻고 있습니다. 저희 단체는 후원자를 직접 찾아 뵙고 인터뷰를 하는 프로그램이 있는데 이 인터뷰를 통해서도 많은 정보를 얻습니다.

Q. 가입서를 통해 기본정보를 받고, 추가 정보는 첫 감사 전화를 통해 받으시는군요. 그렇다면 가입하신 분들 모두에게 전화로 감사 인사를 드리나요?

A. 단체와의 첫 번째 통화는 후원자가 단체 이미지를 만드는데 중요한 역할을 한다고 생각합니다. 그래서 가능하면 가입하신 분들과는 꼭 통화를 하려고 노력합니다. 요즘엔 개별적으로 손편지를 써서 보내드리고 있습니다.

Q. 후원자 관리에 있어 중요한 정보는 무엇이라고 생각하시나요?

A. 가장 중요한 부분은 ‘가입동기’라고 생각합니다. 왜 가입했는지를 알아야 그에 맞는 관리가 가능하기 때문입니다. ‘추천인’도 중요한 정보라고 생각하는데 후원자와의 첫 커뮤니케이션이나 중요한 요청을 진행할 때 큰 도움이 됩니다. 이 밖에도 가입경로와 가입 시 작성해주신 한줄 메시지를 통해 대략적인 후원자의 성향을 파악하는데 참고자료가 됩니다.

Q. 감사문자를 일반 핸드폰 번호로 발송하고, 실제로 답변도 받으시는 걸로 알고 있습니다.

A. 맞습니다. 일반 사무실 전화보다는 핸드폰 번호로 발송하는 게 좋다고 생각하여 얼마 전부터 그렇게 하고 있습니다. 일반 전화가 아닌 핸드폰 번호를 활용함으로써 후원자로부터 피드백도 받을 수 있고, 피드백 여부와 빈도 그리고 메시지 내용을 통해서 단체에 대한 후원자의 로열티를 어느정도 파악할 수 있는 실마리가 됩니다.

Q. 얼마전 모단체에서 위원회를 구성할 때 행사 참여빈도를 활용했다는 이야기를 들었습니다. 그것에 대해서 알고 계신가요.

A. 저도 들었습니다. 단체 행사에 3회 이상 참여하신 분들에게 단체 내 역할을 부탁드렸더니 80% 이상이 수락해주었다고 합니다. 저 역시 행사 참여 빈도는 후원회원의 로열티를 판단하는 중요한 척도라고 생각합니다. 빈도와 더불어 행사 종류(강연 혹은 참여형 프로그램, 인턴십 등)도 중요한 정보라고 생각합니다.

모금동아리 3차 모임 - 총 2개 그룹 6명 참석

- 2015. 11월 30일(월), 18~21시
- 스터디 도서 : 기부자의 7가지 얼굴(아름다운재단 기부문화총서)
- 스터디 : 전문가와 함께하는“기부자의 7가지 얼굴”모금관련 책 스터디, 네트워크 교류 및 토론
- 외부전문가 : 김세진(사회복지사무소 ‘구슬’ 소장)



스터디 요약

기부자의 7가지 얼굴 이해하기

- 첫 번째 유형 : 공동체주의자 → 기부는 당연한일
- 두 번째 유형 : 신앙인 → 기부는 신의 뜻
- 세 번째 유형 : 투자자 → 기부는 비즈니스
- 네 번째 유형 : 사교가 → 기부는 즐거운 일
- 다섯번째 유형 : 이타주의자 → 기부는 올바른일
- 여섯번째 유형 : 보은자 → 기부는 은혜를 갚는 일
- 일곱번째 유형 : 노블리스 → 기부는 가문의 전통

7가지 얼굴로 기부자 발굴하기

- 자선네트워크로 관계 구축하기 : 자선 네트워크 이행, 기부유형에 따른 자선 네트워크

- 7가지 기부 유형에 따른 관계형성 방법 : 기부유형 확인, 연계지점 만들기, 추천과 승인
- 적절한 기부전략 선택하기 : 현재 통용되는 기부전략, 계획기부 전략
- 기부자 중심전략으로 관계 유지하기 : 참여확대를 통한 관계발전, 참여를 유도해 책임감 높이기, 홍보와 미디어를 통해 기부자의 기여도 높이기

기부자에게 다양한 기부전략에 대한 교육 제공하기

- 부유층과 일반 기부자 모두에게 일반기부나 계획기부전략을 홍보하는 핵심적 방법은 교육임
- 고액 기부자는 특정한 기부전략, 특히 사립재단 설립 등에 많은 관심을 갖고 있음

부유한 기부자를 상대하는 자문가와 전략적 제휴 프로그램 마련하기

- 비영리단체는 부유층 사이에서 자문가에게 조언을 구하는 사례가 늘고 있다는 트렌드에 부응해야 함
- 비영리단체는 전략적 제휴를 통해 특화된 전문 서비스를 원하는 기부자를 자문가와 연계함으로써 도움을 받을 수 있음
- 전략적 제휴를 통해 비영리단체는 내부적으로 전문성을 갖추지 못했더라도 기부자의 요청을 완결성 있게 처리할 수 있음
- 자문가 또는 자선 네트워크 일원이기 때문에, 새로운 기부자를 소개하는 매개자가 될 수 있음

Fun Fund Academy



Part 06

번번아카데미 강사진에게 듣는다



뽀뽀아카데미 강사진에게 듣는다_1

“기관 규모보다 모금담당자의 열정과 진정성이 더 중요하죠.”

김종욱 휴먼트리 이사



서울시복지재단의 ‘뽀뽀아카데미’를 생각하면 그를 빼놓을 수 없다. 뽀뽀아카데미 1기부터 지금까지 우여곡절을 함께 한 김종욱 휴먼트리 이사다. 김종욱 이사는 ‘돌직구 발언’으로 모금의 두려움을 통과하게 날린다. 김종욱 이사와의 일문일답을 통해 모금에 대한 편견을 뛰어넘어보자.

#뽀뽀아카데미 강사 #기업CSR담당자 입장

Q. 뽀뽀아카데미와 오래 인연을 맺어왔다. 늘 모금의 중요성과 시급성을 강조하신다.

A. 모금과 기부는 늘 ‘소통’이 따라다닌다. ‘소통의 기술’, 기업 CSR 담당자나(잠재적) 기부자를 어떻게 설득할 것이냐가 가장 큰 숙제다. 이는 모금전문가가 필요함을 의미한다. 그러나 여전히 많은 복지기관들이 모금을 위한 예산을 편성하지 않는다. 현장에서 모금전문가 양성은 늘 뒷전인 것 같다. 장기불황으로 정부, 지방자치단체, 기업의 지원이 줄고 있다. 현실적으로 어떤 대처를 할 수 있는지 진지하게 고민해야 한다.

Q. 올해 처음으로 뽀뽀아카데미 심화과정을 진행했다. 소감을 말씀해 달라.

A. 뽀뽀아카데미 심화과정은 복지기관의 모금 능력 향상을 위해 기획된 것이다. 수강생이 처음 작성한 모금제안서와 최종 결과물은 확연히 달랐다. 수강생의 변화 폭이 매우 컸다. 발전하는 모습을 확인할 수 있었다. 바로 복지기관이 모금제안서를 활용해도 될 정도로 급속히 성장해 보람을 느꼈다.

Q. 심화과정에서 처음 제안서를 접했을 때 어떤 느낌이 들었는가.

A. “우리 기관에 무엇이 부족하지 기부해달라”는 내용이 주를 이뤘다. 이런 제안서는 기업이 전혀 좋아하지 않는다. 뽀뽀아카데미 심화과정이 끝날 때쯤, 제안서가 ‘기부자 지향형’으로 발전했다. 기업 CSR 담당자가 원하는 것, 기부자의 욕구를 이해하는 아이টে็ม으로 제안서를 완성했다.

Q. 심화과정에 기업 CSR 담당자가 참여했다. 수강생에게 매우 유익한 시간이었을 것 같다.

A. 기업 CSR 담당자도 상사를 설득해야 하는 의무가 있다. 수강생들이 기업 CSR 담당자의 고충을 잘 느꼈을 것 같다. 기업이 왜 지원해야 하는지 품의서를 만들어서 설득하는 과정, 사업의 진행과정과 결과를 보고하는 과정에서 ‘정당성’을 확보해야 한다. 기업 CSR 담당자는 ‘기본’을 강조했다. 너무 기본이 없는 제안은 정당성이 없다. 그러면 기업 CSR 담당자도 곤란함을 느낄 것이다.

Q. 기업 CSR 담당자를 설득하기가 쉽지 않다. 소규모 기관일수록 지레 겁을 먹을 수 있다.

A. 기업은 파트너를 원한다. 기업이 주로 검증된 복지기관에 기부하는 것이 현실이다. 그러나 무조건 기업이 큰 복지기관을 좋아하지 않는다. 스펙을 이기는 것이 스토리다. 모금담당자의 열정, 진정성이 필요하다. 일부 복지기관은 사회복지사에게 많은 업무를 준다. 모금 업무는 순위에서 밀리기 일쑤다. 기업 CSR 담당자 입장에서는 열의가 없는 사회복지사와 함께 일하는 것이 두려울 수 있다. 소규모 기관이라기보다 사회복지사의 진정성이 핵심 같다.

Q. 그렇다면 기업 CSR 담당자가 바라는 것은 무엇일까.

A. 기업 CSR 담당자가 워선을 잘 설득할 수 있도록 뒷받침해주는 것이다. “우리가 무엇이 필요하다”는 것은 기업 임원진을 설득할 수 없다. 기업이 좋아하는 콘텐츠로 모금 프로그램을 만들어야 한다. 모금과 기부는 기업이 받기만 하는 것이 아니다. 기업에도 도움이 되어야 한다.





뽀뽀아카데미 강사진에게 듣는다.2

복지기관 중심 모금 제안 NO! 기업 요구 반영한 모금 제안 YES!

이용수 모금가클럽 대표



뽀뽀아카데미 교육 현장에 오면 밝게 웃는 그를 만날 수 있다. 이용수 모금가클럽 대표는 사회복지사로 일한 경험을 쌓아 모금전문가 육성에 뛰어 들었다. 이용수 대표는 뽀뽀아카데미 기본과정, 심화과정, 컨설팅 과정에 강사진으로 참여하고 있다. 그러나 “뽀뽀아카데미에서 에너지를 많이 받았다”며 겸손함을 보였다. 이용수 대표는 뽀뽀아카데미 수강생과 ‘모금’을 화두로 동지가 되었다.

#기업이 좋아하는 모금제안서

Q. 모금 교육에서 가장 중요하게 생각하는 것은 무엇인가.

A. 모금에 대한 공식이 있다. 이론이라고도 볼 수 있는데, 이것을 습득하면 “바로 모금에 성공할 수 있다”고 생각하시는 것 같다. 그러나 모금은 머리로 하는 것이 아니다. 심장으로 한다. 내가 진짜 모금을 하고 싶은 대상을 찾는 것이 중요하다.

Q. 올해 뽀뽀아카데미에서 심화과정을 개설했다. 심화과정 개설을 반겼다고 들었다.

A. 뽀뽀아카데미 기본과정에서 모금에 대한 기본을 공부한다. 기본과정에서 배운 것을 심화과정에서 실천할 수 있다. 심화과정 수강생이 기업 CSR 담당자에게 직접 자신의 제안서를 보여주는 점이 좋았다. 저에게도 새롭게 느껴졌다.

Q. 뽀뽀아카데미 심화과정에서 수강생이 처음 발표하는 모습을 지켜봤다. 어땠는가.

A. 사회복지사는 친화력이 뛰어나다. 엄밀히 말해 친화력과 제안서 발표 능력은 큰 상관이 없다. 친밀감을 형성하는 화법과 기업 CSR 담당자를 설득하는 과정은 다르다. 설명을 잘해도 ‘복지기관 중심’으로 하면 불편함을 줄 수 있다. 처음 발표하는 모습을 봤을 때 논리적인 부분이 조금 부족했다. 기업 CSR 담당자에게 “좋은 일을 할 테니 지원해 달라”는 이야기는 설득력이 없다.

Q. 그렇다면 어떤 모금 기획이 기업 CSR 담당자에게 매력적으로 보일까.

A. ‘돈을 요청하면 조언을 얻고 조언을 요청하면 돈을 얻는다’는 이야기가 있다. 이미 다 완성된 제안서로 “예산을 지원해달라”고 하는 것은 썩 좋지 않다. 기관이 만든 것을 제안하기보다 같이 만드는 것이 좋다. 모금 프로그램을 구상하고 추진하는 과정에, 기업 CSR 담당자가 참여하는 것이 중요하다. 복지기관이 하고 싶은 것이 아니라 기업이 하고 싶은 것을 해야 한다. 기업에서 요구하는 문서 형식을 맞추는 것도 중요하다.

Q. 뽀뽀아카데미 교육에서 자신만의 강의 방법이 있다면.

A. 저는 사회복지사로 일한 경험이 있다. 또한 희망제작소에서 운영하는 모금전문가 학교를 운영한 경험이 있다. 지금은 모금 강의와 컨설팅 등을 하고 있다. 다양한 사람에게 모금을 제안한 경험을 공유한다. 성공한 사례 못지않게 여러 경험담을 들려주는 것도 중요하다고 생각한다. 저의 경험을 공유하면서 저도 동기부여를 받는다. 수강생 여러분이 모금 분야에서 진짜 하고 싶은 일을 찾는 데 초점을 맞추고 있다.



Fun Fund Academy



Part 07

번번아카데미 졸업생을 만나다



뽀뽀아카데미 졸업생을 만나다_1

뽀뽀아카데미로 생긴 자신감, 장학금 후원과 카페 사업으로 돌아오다

김형준 양천장애인복지관

뽀뽀아카데미는 시간이 지나도 잊혀지지 않는다. “그때 들길 잘했지”라는 생각이 크다. 뽀뽀아카데미는 쭉쭉 뻗어나가는 성장력을 지니고 있다. 양천장애인복지관이 뽀뽀아카데미와 인연을 맺은지 벌써 2년이 지났지만 뽀뽀아카데미의 위력은 여전했다.

#장학금 후원 유치 #카페 추진

뽀뽀아카데미에서 강의를 맡은 이용수 모금가클럽 대표에게 한 통의 전화가 걸려왔다. 양천장애인복지관 김형준 사회복지사의 연락이었다. 앞서 두 사람은 뽀뽀아카데미 3기에서 수강생과 강사로 만난 적이 있다. 김형준 사회복지사는 이용수 대표에게 직원 교육을 부탁했다.

많은 복지기관이 같은 고민을 하고 있을 것이다. 경기불황이 복지기관에 직격탄을 날렸다. 양천장애인복지관은 이용자에게 보다 더욱 도움을 주려는 방안을 모색 중이었다.

이것은 뽀뽀아카데미 수업의 궁극적 목표와 일치한다. 복지기관에서 질 높은 복지 서비스를 제공하기 위해서는 자원이 필요하다. 경제적 후원, 재능 기부, 물품 지원 등을 계속 끌어내야 복지 서비스가 발전할 수 있다. 더 나아가 '안일하고 뽀뽀한' 복지 서비스를 제공하며 경쟁력을 잃을 것인지, 차별화된 서비스로 지역 사회에 변화를 일으키는 주인공이 될 것인지는 '모금'에 의해 갈린다. 모금에 적극적인 복지기관은 뛰어난 자생력을 지닐 수 있다. '절실함'은 모금의 가장 강력한 동기부여가 된다.

모금과 후원, 해보면 어렵지 않아요

양천장애인복지관을 찾은 이용수 대표는 '모금의 두려움 해소'에 집중했다. 이용수 대표 강의를 듣기 위해 전 직원이 모였다. 양천장애인복지관에서 근무하는 사회복지사는 다방면의 전문가다. 물리치료, 언어치료, 미술치료 등 현장 복지 전문가가 모였다. 낯설지 않지만 겁이 나는 분야 '모금'을 배우기 위해서다. 짧은 강의시간이었지만 이용수 대표는 '모금'의 벽을 허물었다.

성과는 바로 나타났다. 이용수 대표의 강의를 듣고 한 직원이 신월2동 2분회 지회와 신정3-4동 분회에 장학금 전달식을 제안했다. 양천장애인복지관 이용자에게 장학금을 전달하는 조건이었다. 양천장애인복지관이 행사 기획과 실행을 맡았다.

김형준 사회복지사는 "이용수 대표 강의를 들은 한 직원이 자발적으로 아이디어를 낸 것이다"며 "후원자의 마음을 움직여서 새로운 자원을 개발한 것으로, 장학금 전달식을 함께 진행해 뿌듯함을 느꼈다"고 말했다.

모금은 전략적 접근이다

뽀뽀아카데미를 듣기 전, 김형준 사회복지사의 모금은 주먹구구방식이었다. "지금 생각하면 맨땅에 헤딩하는 편이었다. 무작정 찾아가서 도와달라고 요청하는 편이었다"고 그는 회상했다.

그러나 뽀뽀아카데미에 폭 빠지면서 모금 능력이 날로 성장하고 있다. 현재 김형준 사회복지사는 양천구의 특성에 맞춰 후원자를 개발하고 있다. 뽀뽀아카데미에서 배운 내용을 접목해 '개인 기부자'에게 집중했다.

"양천구에는 기업이 거의 없습니다. 그래서 개인 기부자를 모으는 것부터 시작했죠. 재능기부, 자원봉사 등 양천장애인복지관에 올 '꺼리'를 만들었어요. 기관에 오신 분들이 직접 느끼고 변화할 수 있는 기회를 제공한 거죠."

김형준 사회복지사의 예상대로 양천장애인복지관에 사람이 몰리면서 변화가 시작됐다. 첫 번째 변화는 여러 사람이 의견을 내고 모금 후원에 적극 참여한 것이었다. 이어 두 번째 변화로 '장애인이 일하는 카페'가 탄생할 예정이다. 작은 손길이 계속 모여 큰 결실을 보게 됐다.

김형준 사회복지사는 “뽀뽀아카데미를 듣지 않았다면 ‘장애인이 일하는 카페’를 만들어야 한다. 예산을 지원해 달라’라고만 말했을 것이다”며 “2016년 ‘장애인이 일하는 카페’를 만들자는 목표를 세우고, 6개월 이상 노력해 변화를 끌어냈다. ‘반신반의’했던 일이지만 진짜 눈앞에서 기적이 펼쳐졌다”고 말했다.

김형준 사회복지사는 미래의 뽀뽀아카데미 후배에게 꼭 전할 말이 있다고 했다.

“모금을 이해하고, 잘하는 사회복지사가 거의 없습니다. 뽀뽀아카데미는 열심히 일하는 사회복지사와 기관이 ‘자생력’을 키울 수 있도록 도와줍니다.”

특히 김형준 사회복지사는 ‘초보’에게 뽀뽀아카데미를 강력히 추천했다. 김형준 사회복지사는 “뽀뽀아카데미 코스를 밟아야 경쟁력을 키울 수 있을 것”이라고 단언했다. 김형준 사회복지사와 양천장애인복지관의 사례처럼, 뽀뽀아카데미는 하룻밤의 꿈으로 끝나지 않는다. 뽀뽀아카데미는 복지 서비스가 존재하는 한 계속될 것이다. 모금이 필요한 곳이면 어디서든 뽀뽀아카데미 정신이 건재할 것이다.



뽀뽀아카데미 졸업생을 만나다_2

뽀뽀아카데미 이후 기업이 제 발로 찾아오는 마법이 시작되다

이상엽 하상장애인복지관

뽀뽀아카데미는 꼭 필요한 교육일까. 당장 모금 전문가를 양성하지 않아도 타격이 없다는 안일한 생각. 그 관념을 바꿔 줄 사람이 있다. 이상엽 하상장애인복지관 사회복지사는 뽀뽀아카데미의 산 증인이다. 이상엽 사회복지사는 뽀뽀아카데미 기본과정 3기 졸업생이자 심화과정 수강자로, 지금까지 왕성히 활동하고 있다. 뽀뽀아카데미는 이상엽 사회복지사에게 ‘무한 긍정의 힘’을 주고 있다. 이상엽 사회복지사가 뽀뽀아카데미를 강력 추천하는 이유는 무엇일까.

#파리크라상 후원 #기업 CSR 담당자 응대법

개인 성향과 뽀뽀 비결 조화가 중요하죠

모처럼 이상엽 사회복지사를 만났다. 뽀뽀아카데미 3기 기본과정 취재 이후 오랜만에 만났다. 여전히 이상엽 사회복지사는 열정으로 가득했다. “뽀뽀아카데미에서 배운 것을 지금도 기억하느냐”는 질문에 “노하우와 개인적인 성향을 잘 조합하고 있다”며 밝게 웃었다.

“복지기관은 오랫동안 관계를 맺고 있는 기업이 있어요. 하상장애인복지관 애인복지관은 메리츠화재, 포스코휴먼스, 현대자동차 남부지역 본부, 우리은행과 같이 하고 있죠. 뽀뽀아카데미를 듣고 난 후 ‘과연 저희 기관에 만족하고 있을까’란 생각이 들더군요.”

뽀뽀아카데미 기본과정을 마쳤을 때, 이상엽 사회복지사는 하상장애인복지관 후원 기업과의 관계에 관해 고민했다고 한다. “기업 CSR 담당자가 만족하고 있을까”란 의문이 꼬리표처럼 따라다녔다. 그래서 결심한 것이 ‘불편함 없는 업무 협조’였다고 한다. 기업 CSR 담당자가 업무 진행에 불편함을 느끼지 않도록, 복지전문가로서 필요한 부분을 짚어준다고 한다.

이상엽 사회복지사는 “자원봉사, 후원품, 기금 마련 등 어떤 프로그램이 적합한지 구상하고 제안하는 것부터 시작해야 한다”고 힘주어 말한다. “첫술에 배부를 수 없죠. 시간이 지나면 복지기관의 이해도는 높아집니다. 그전까지 기업 CSR 담당자의 상황을 배려하는 지혜가 필요하죠.”

특히 이상엽 사회복지사는 ‘합의’를 중요하게 여긴다. 이상엽 사회복지사는 성격이 활발하고 대인관계가 원만하다. 이런 성향과 모금을 접목해 “우리가 먼저 맞추겠다”고 제안한다. 뽀뽀아카데미에서 배운 제안서 작성법이 큰 도움이 됐다.

기업은 모금 프로그램이나 자원봉사 계획을 하고 있을 뿐, 실행 방법을 잘 모른다. 반면 이상엽 사회복지사는 복지 분야에서 프로다. 이상엽 사회복지사는 기업이 원하는 프로그램을 구상하는 능력이 탁월하다. 이상엽 사회복지사는 기업의 모금 요소를 파악, 가장 최상의 모금 프로그램을 제안한다.

“참여자의 수준, 어느 기간에 실시하면 좋은지, 우리는 어떤 것을 지원해야 하는지 정리해 제안하죠. 만약 기업이 봉사 활동에 대한 두려움이 있다면 쉬운 봉사를 찾습니다. 특징을 파악해 봉사의 경중을 정합니다. 뽀뽀아카데미에서 배운 노하우죠.”

파리크라상과 운명적 만남

뽀뽀아카데미를 등에 업은 이상엽 사회복지사에 대한 소문이 퍼졌다. 파리크라상 측에서 하상장애인복지관 측에 먼저 연락이왔다. 이상엽 사회복지사와 파트너로 일하는 기업 CSR 담당자에게 추천을 받았다고 한다. 파리크라상은 제빵 기술자 교육을 진행하고 있다. 많은 훈련생이 파리크라상에서 빵을 만들며 제빵 기술자의 꿈을 키우고 있다. 파리크라상은 이렇게 생산된 빵을 하상장애인복지관 측에 기부하기로 했다.

큰 기업이 선뜻 먼저 기부하겠다고 연락 오는 사례는 드물다. 과연 무엇이 파
리크라상을 움직였을까. 이상엽 사회복지사는 조심스럽게 “모금 담당자는 ‘희생
정신’이 있어야 한다”고 조언했다.

“기업이 요청하는 정보, 봉사활동 계획, 모금 프로그램 등
을 빨리 전달하면 좋죠. ‘바로바로’ 커뮤니케이션하는 것이 중
요해요. 기업이 바로 복지기관을 배려할 순 없어요.”

이상엽 사회복지사는 파리크라상과
의 접촉에서 늘 최선을 다했다. “후원
처는 발굴하기 힘들다. 그래서 오는 후
원처는 절대 놓치지 않는다”며 웃는 이
상엽 사회복지사. “지난해 연말 파리크
라상은 하상장애인복지관의 ‘댄스 페스
티벌’에 500명 분의 빵과 우유를 후원했다”며 밝게 웃었다. 이상엽 사회복지사
는 “관계 형성이 되지 않았다면 파리크라상이 바로 후원 결정을 내리지 못했을
것이다. ‘댄스 페스티벌’ 후원을 제안했을 때 기꺼이 응해서 기뻐다”고 회상했다.



뽀뽀아카데미, 세상의 눈을 뜨게 하다

이상엽 사회복지사는 뽀뽀아카데미 심화과정까지 무사히 끝냈다. 이상엽 사
회복지사는 모금 담당자로 첫발을 내디뎠을 때 “외로웠다”고 말한다. 이상엽 사
회복지사에게 모금은 ‘창작의 고통’이다. 처음 모금 담당자가 됐을 때 막연했지
만 뽀뽀아카데미를 만난 후 달라졌다. 이상엽 사회복지사는 기업에서 봤을 때 엄
청난 명분, ‘참여’하고 싶고 ‘도와주고’ 싶은 것을 파악하는 감이 뛰어나다.

이는 뽀뽀아카데미만의 전유물도, 이상엽 사회복지사 혼자만의 성과도 아니다.
하상장애인복지관의 자유로운 분위기가 이상엽 사회복지사의 성장을 이끌었다.
그 성장이 하상장애인복지관의 미래를 밝히고 있다. 이상엽 사회복지사가 가장
고마워하는 사람은 그의 옆에서 응원하는 동료였다.

“모금 담당자가 저뿐입니다. 그런데 어려움이나 잡음 없이
일할 수 있어요. 뽀뽀아카데미를 통해 하상장애인복지관이 달
라졌고, 모금에 관해 물어보거나 의견을 내는 직원이 많아져
힘이 납니다.”

뽀뽀아카데미는 미래를 위한 투자다. 뽀뽀아카데미는 손으로 잡을 수 있는 미
래만 그린다. 뽀뽀아카데미는 어떤 항해에서도 길을 잃지 않는 지혜를 알려줄 것
이다.





Part 08

뽀뽀아카데미에
꼬치꼬치 묻다

뽀뽀아카데미 O X 퀴즈

뽀뽀아카데미가 올해 탄생 3주년을 맞이했다. 그동안 뽀뽀아카데미는 모금 전문가 육성을 위한 기본과정 5회, 심화과정 1회를 진행했다. 뽀뽀아카데미 기본과정을 거쳐 간 사회복지사 및 기관 관계자는 무려 230명에 달한다.

첫 출발 당시 뽀뽀아카데미에 대한 우려가 많았다. 복지 분야에서 '모금의 중요성'이 잘 알려지지 않았다. 지금도 많은 기관이 정부와 지방자치단체 예산 등 한정적 수입원에 의존하고 있다.

그러나 복지 수요가 다변화되고 경제적 불황의 장기화, 정부 및 지자체 지원금 감소 등은 기관운영의 어려움으로 이어질 수 있다. 뽀뽀아카데미는 기관의 생존력을 살려 복지 사회의 기반을 다지는데 그 의의가 있다.

'모금 전문가 육성 교육'의 개념은 어렵거나 난해하지 않다. 특히 뽀뽀아카데미는 모금을 쉽게 알려준다. O X 퀴즈를 통해 뽀뽀아카데미와 모금에 대해 좀더 알아보자

1. 모금 전문가는 특별한 사람만 될 수 있다 (X)

모금 전문가의 길은 누구에게나 열려 있다. 뽀뽀아카데미 수강생을 분석한 결과, 모금 업무에 생소한 사회복지사의 참여율이 오히려 높았다.

2. 뽀뽀아카데미는 참여 기관의 부담이 적다 (O)

뽀뽀아카데미 기본과정 수강료는 15만 원이다. 그러나, 2015년부터 10인 이하 소규모 기관의 교육신청자는 수강료를 무료로 지원하고 있다.

3. 뽀뽀아카데미 교육은 매해 똑같다 (X)

뽀뽀아카데미는 수강생, 강사진의 의견을 수없이 청취하고 반영한다. 올해 심화과정도 신설되었다. 올해 뽀뽀아카데미는 교육이 끝난 후 수강생의 의견을 경청하고 수시로 교육에 반영했다. 특히 올해 뽀뽀아카데미 심화과정에서는 기업 CSR 담당자가 직접 멘토로 나서 큰 호응을 얻었다.

4. 뽀뽀아카데미 교육은 널널하다 (X)

뽀뽀아카데미는 단기간 모금 노하우를 집약해 교육한다. 모금 실습, 현장 적용 노하우 전수 등 수강생이 능동적으로 소화해야 수료가 가능한 다소 빡빡한 교육일정으로 채워져 있다.

5. 기관장이 직접 추천해서 교육을 받은 학생도 있다 (O)

올해 뽀뽀아카데미 기본과정 5기는 기관장이 전폭적으로 지원하는 사례가 많았다. 기관장이 직접 뽀뽀아카데미를 추천한 사례도 꽤 보였다.

6. 뽀뽀아카데미 교육에서 기관장은 수수방관하면 된다 (X)

뽀뽀아카데미 교육은 기관의 도움이 필요하다. 수강생이 뽀뽀아카데미 교육에 몰입할 수 있도록 기관 차원에서 배려해야 한다. 이는 더 큰 모금사업과 후원 성공으로 돌아오기 때문에 기관장들의 전폭적인 관심과 지원이 요구된다.

7. 기관 내 모금팀이 따로 있으면 뽀뽀아카데미를 듣지 않아도 된다 (X)

뽀뽀아카데미는 모금의 이론 및 실기를 가르친다. 또한 모금 관련 인맥 쌓기에 도움이 된다. 시대가 달라졌고 후원자의 성향이 바뀌고 있다. 뽀뽀아카데미는 수시로 변화하는 환경을 반영하고 있다. 주먹구구식 모금에서 탈피, 기업-후원자-기관이 어우러지는 네트워크 지향적인 자원개발시스템에 익숙해져야 한다.

8. 뽀뽀아카데미를 들으면 모금 관련 인맥을 넓힐 수 있다 (O)

뽀뽀아카데미는 국내 최고의 모금전문가, 기업 CSR 담당자 등을 강사로 초빙해 교육을 진행한다. 뽀뽀아카데미 수업에 집중하면 자연스럽게 모금 네트워크를 쌓을 수 있다.

2016 뽀뽀아카데미 일정

뽀뽀아카데미 기본과정(제6기)

- 일정 : 2016. 3월 ~ 5월, 8주과정(주1회, 매주 5시간 수업)
- 장소 : 서울시복지재단 별관 8층 교육장
- 대상 : 사회복지 모금관련 실무자
- 교육비 : 15만원 *폴뿌리민간단체, NPO, 소규모복지시설(10인 미만) 실무자 무료교육 시행
- 내용 : 강의 및 워크샵, 모금실습, 조별 후원개발 기획·발표, 전문가 강평, 후원개발 기획안 완성

뽀뽀아카데미 심화과정(제2기)

- 일정 : 2016. 9월, 3주과정(주1회, 매주 8시간 수업)
- 장소 : 서울시복지재단
- 대상 : 기본과정(1기~6기) 우수 졸업생(모금제안서 심사 후 선발)
- 교육비 : 무료
- 내용 : 워크숍 형식 / 기업 사회공헌담당자와 개별 컨설팅 진행
졸업생 소속기관에 맞는 제안서 작성 후 멘토단과 개별 컨설팅 진행

뽀뽀아카데미 모금컨설팅(시즌3)

- 일정 : 2016. 1월 ~ 12월
- 대상 : 2기 심화과정 이수한 우수 졸업생 소속기관 3개소 선발
- 교육비 : 무료
- 내용 :
 - 각 기관의 모금브랜드 창출 및 모금제안서 컨설팅. 모금관련 사업비 지원
 - 컨설팅 전반에 대한 비용 재단에서 지원 (전문가수당, 모금에 필요한 사업비 일부)
 - 졸업생 소속기관 직원 전체 모금 교육(강사: 멘토단으로 구성)
 - 기관 실정과 환경에 부합하는 모금기획안 컨설팅. 지역 모금 브랜드 육성

모금특강

- 기간 : 2016. 7월 ~ 11월(연3회)
- 대상 : 1기~6기 졸업생 및 졸업생 소속기관 직원
- 주제 : 모금기획서 ABC작성하기. 성공하는 제안서 작성법.
모금윤리와 법률. 모금철학 및 이해 등(세부주제 변동가능)

모금토크쇼

- 일정 : 2016. 10월(연1회)
- 대상 : 1기~6기 졸업생 및 졸업생 소속기관 직원
- 내용 : 사회복지시설간 모금 성공 및 실패사례 공유, 지역공동모금 실천, 모금정보 공유

모금스터디

- 기간 : 2016. 6월 ~ 12월(연3회)
- 대상 : 뽀뽀아카데미 6기 대상
- 교육비 : 무료
- 내용 : 모금활동가 커뮤니티 운영 지원, 졸업생 간 네트워크 형성 및 모금 관련 공동관심사나 주제에 기반한 스터디 모임지원

2016 뽀뽀 백서

- 기간 : 2016. 12월
- 내용
 - 2016년 뽀뽀아카데미 성과 정리
 - 졸업생 및 소속기관 모금사례 인터뷰 등

서울시복지재단-2015-54

Fun Fund 2015 모금전문가육성지원사업
뽀뽀 아카데미 백서

발행일: 2015년 12월 31일

발행처: 서울시복지재단

발행인: 임성규

편집인: 강일신

주소: 서울시 종로구 송월길 52

전화: 02-2011-0400

팩스: 02-2011-0500

홈페이지: www.welfare.seoul.kr

편집디자인 및 인쇄제작: 명문인쇄공사 02-2275-5373

ISBN 978-89-6298-376-0 93330

이 책의 저작권은 재단법인 서울시복지재단에 있습니다. 무단 전재와 무단 복제를 금합니다.

