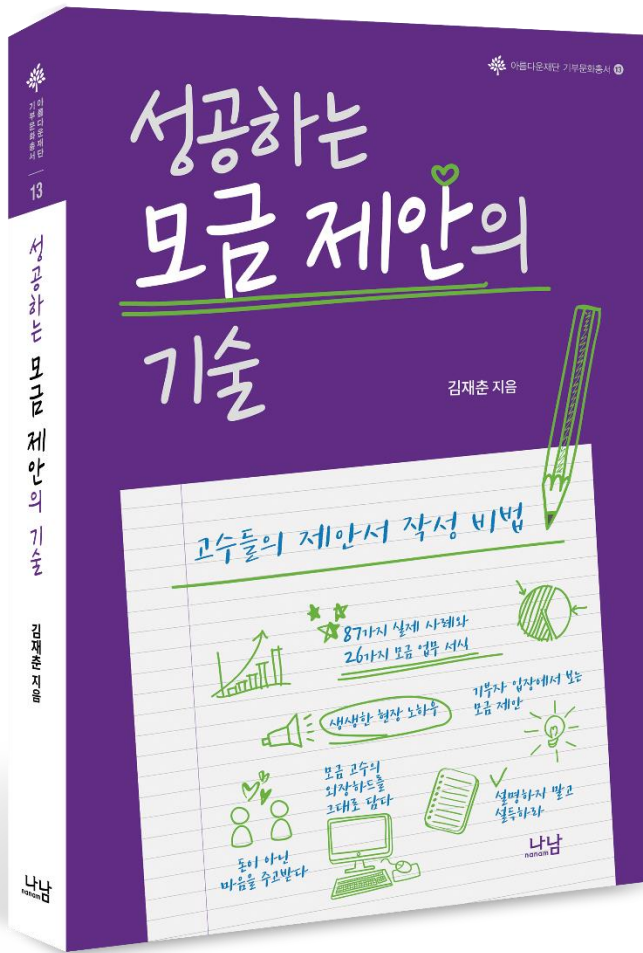


# 별책 부록

## 성공하는 모금을 위한 모금 업무 서식



## 서식 활용법

- 서식들은 저자가 고안한 것으로 현장에서 바로 활용할 수 있는 내용들과 교육/워크샵 용이 섞여 있습니다.
- 모금 활동에서 고려하거나 준비해야 하는 항목들을 모두 적었습니다. 실제 업무에서는 상황에 따라 선택하여 사용할 수 있을 것입니다.
- 이해를 돕기 위해 사용된 예시들은 참고용이며, 단체의 특성과 모금 프로젝트별 상황에 따라 변용하여 사용 가능합니다.

## 서식 저작권

- 본 문서의 저작권은 저자(김재춘)에게 있습니다.
- 개인 참고용 이외 무단 전재, 복제 및 배포, 판매를 금합니다.

# 서식 1. 모금 캠페인 기획 프레임워크

<b>예산 ROI*</b>	<b>성공전략 - 핵심자원</b>		<b>성공전략 - 핵심활동</b>		<b>목표 금액</b>
	<b>모금 메시지</b> (제안 컨셉, 메시지, 기부자제공가치)		<b>모금 아이디어</b> ( 모금 상품, 모금 방식, 모금기법, BM 설계)		
	<b>홍보 채널</b> (접촉면/수 설계)	<b>기부금 납부액 설계</b>	<b>기부금 지불 방식</b>	<b>기부자 보상 예우</b>	
	<b>기부자 분석</b> (기부대상자, 욕구/불만, 관계, 속성, 영향력자)				
	<b>모금의 대상(모금 항목)</b> (사업, 프로그램, 사용처, 변화, 의미, 차별점 등)				

- 디렉터:
- 팀원:
- 멘토(외부):
- 협업자:
- 기간

<b>성공전략 - 파트너</b>
<b>모금 윤리</b>

\* ROI (Return on Investment : 투자 대비 수익률)

## 서식2. 모금 목표 설정 워크 시트

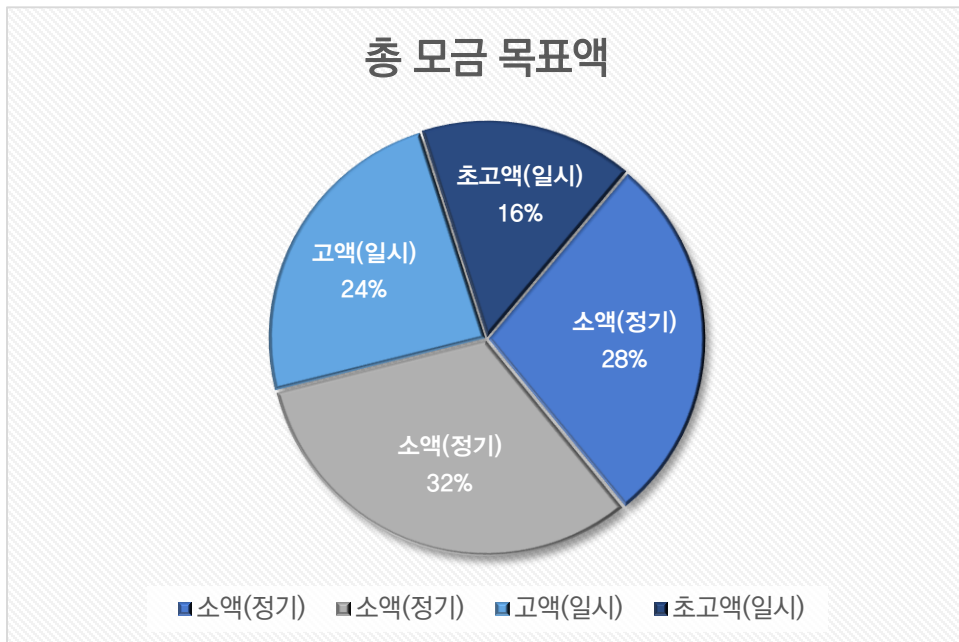
(단위 : 금액:원, 기간:주, 인원:명)

구분	1회당 기부금	기부횟수 (회/년)	1인당 기부금	기부자수	총기부금	비율	예상 성공율	잠재 기부자수	모금기간 (5일/1주)	1주당 평균 권유활동
소액(정기)	5,000	10	50,000	350	17,500,000	28.0%	20%	1750	12	146
소액(정기)	10,000	10	100,000	200	20,000,000	32.0%	15%	1333	12	111
고액(일시)	1,000,000	1	1,000,000	15	15,000,000	24.0%	40%	38	12	3
초고액(일시)	5,000,000	1	5,000,000	2	10,000,000	16.0%	80%	3	12	0
목표					62,500,000	100.0%		3123	12	260

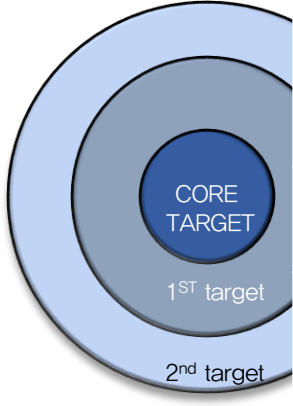
\*100% 직접 대면 권유로 가정함.

\*소액 정기기부의 경우 연간 12회(매월)로 기부 요청하지만 중도 시작자, 중단자 등을 감안하여 평균 10개월(회)로 산정함  
→단체별로 상이함. 단체별 통계를 반영하여 계획 수립.

\*위 표에 따라 모금 권유자 투입량을 산정할 수 있음.




# 서식3. 모금 대상자(잠재 기부자) 설정 워크 시트



구분	대상	선정이유	총 규모	접촉규모 (노출 인구)	요청 가능액	예상 성공율	기타
핵심	초창기(설립~5년)회원 및 임직원	<ul style="list-style-type: none"> <li>•데이터 존재</li> <li>•접근 편이</li> <li>•명분 이해 高</li> <li>•관계성 高</li> </ul>	157명	86명 (55%)	중액 (3~50만원)	40%	
1차	00지역 시민단체들	<ul style="list-style-type: none"> <li>•관계성 高</li> <li>•상호 부조</li> </ul>	35곳	21곳 (70%)	중액 (1~20만원)	60%	
2차	00지역 여성 경제인 포럼 멤버	<ul style="list-style-type: none"> <li>•연결자 존재</li> </ul>	21명	11명 (50%)	고액 (1백만원 이상)	20%	현물 기부 가능
3차	기존 후원자	<ul style="list-style-type: none"> <li>•관심도 高</li> </ul>	1500명	1200명 (80%)	소액 (2만원)	20%	


\*여러 집단이 아닌 한 개 집단에서 잠재 기부자를 구분할 수도 있음.

## 서식4. 모금 대상자(개인) 조사 및 분석 시트

구분	항목	내용
<b>인구통계정보</b> 	잠재 기부자명	최선재
	연령	60대 중반(기준년도 2018)
	성별	남
	직업	무(공무원 은퇴)
	지역	서울시 도봉구 창동
	정보 소스	<ul style="list-style-type: none"> <li>•개인 페이스북 계정</li> <li>•개인 블로그 운영</li> </ul>
<b>관계 정보</b>	단체와의 관계성	•3년 전 자원봉사자(4개월 활동)
	연결고리	•김단월(자원봉사자, 친구)
	이전 정보 보유자	•정바름(자원개발팀 대리)
<b>기부 행동 정보</b>	경제 여건	•중산층, 은퇴 연금
	예상 설득 성향	•SCAF 중 표출형
	기부경험	•다수
	기부 성향	<ul style="list-style-type: none"> <li>•정기기부 부정적, 가시적인 수혜자 직접 지원형</li> <li>•활동가들 술, 밥 사주는 것 좋아함</li> <li>•감성적인 편</li> </ul>
	선호 기부 방식	•결연, 구매 등
	기존 기부 단체/사업	•교회, 월드비전, 지역아동센터 등의 아동결연
	주요 영향력자	•담임목사, 은퇴자 모임 친구들
	선호하는 예우	<ul style="list-style-type: none"> <li>•공개적 칭찬</li> <li>•감성적 선물</li> </ul>
<b>단체/사업 인식</b>	단체 인식	•긍정적
	관심 주제	•환경, 청년, 아동
	기부, 사업, 단체 관련 요구 및 욕구	•없음
	불만 및 저항	•운영비 과다 사용에 부정적
<b>제안 예측</b>	결정 여부	•가능
	금액	•30만~50만, 일시불

\*모금 활동시 다수의 대상자를 목표로 한다면, 사전 조사 내용을 통합하여 가장 가능성이 높은 한 명의 가상인물을 설정 → 기부자 페르소나(persona)

# 서식5. 모금 대상자(기업, 법인) 조사 및 분석 시트

구분	항목	내용				
<b>인구통계정보</b>  선재전자주식회사	기업명	선재전자				
	사업 영역	전자제품 제조, 유통				
	주요 제품	소규모 생활가전(자체 브랜드 & OEM)				
	규모(매출/영업이익)	8천억원/4백억원				
	사업장 현황	•전국 주요 도시 전자관련 판매점 대부분 입점 •전국 8대 도시 직영점 운영 •자체 온라인 쇼핑몰 •해외 생산 공장				
	CEO 경영 방침	•기술 강조, 세계시장 진출,				
	담당 부서	홍보팀	담당자	이**대리	연락처	010-000-0000 abc@sjE.co.kr
	기업내 공익재단	•없음				
	신제품/서비스	•차량용 청소기 론칭(2018.12)				
	기업 문화 특성	•일종의 가족 회사임 •경직되고 수직적인 기업 풍토				
	예산 수립 시기	•매년 9~10월				
	주요 경쟁사	•A사, B사(중국), C사(일본)				
	정보 소스	•기업 홈페이지, 페이스북, 블로그, 쇼핑몰 •사회공헌 정보센터 •포털 기사 검색				
관계 정보	단체와의 관계성	•2017년 7월, 사장과 000 대표(단체) **행사에서 만난 적 있음.				
	연결고리	•000이사와 신제품 개발 담당 임원이 대학 동기				
	이전 정보 보유자	•신규				
기부 행동 정보	사회적 평판	•혁신적인 중견기업으로 인식됨. •특별한 사회적 물의 사례 없음.				
	사회공헌 예산	•2016년(15억/0.11%), 2017년(20억/0.14%)				
	기부 관련 이슈	•신임 임원이 사회공헌 활동에 적극적 •정부 사업 획득을 위한 공공 심사 점수 때문에 2018년도에 2배 정도 사회공헌비 상향 예상				
	사회공헌 방향	•특별히 없음. 부정기 일회성으로 진행				
	주요 사회공헌 활동	•일반적인 사회복지 지원 활동				
	기부 성향	•투입 대비 홍보효과 강조 •대표자와 담당 임원의 개인 성향에 좌우(인맥 기부)				
	결재 한도	•팀장(부장) 전결 : 300만원, 임원 전결 : 5백만원, 사장전결 : 1억원 미만, 이사회 전결 : 1억원 이상				
	대표자, 키맨, 담당자 인터뷰 특이사항	•2016년도 대표 인터뷰(△△일보)에 친환경, 기업책임 강조.				
단체/사업 인식	단체 인식	•정보 없음. 인지도 낮음				
	관심 주제	•없음				
	기부, 사업, 단체 관련 요구 및 욕구	•홍보대사 활용, 전달식, 보도자료 등				
	불만 및 저항	•없음				
제안 예측	결정 여부	•가능				
	금액	•3천만원(A프로젝트 전체 스폰서십)				

## 서식6. 모금 대상자 리스트(개인 인맥) 시트

구분	세부	관계	등급	성명	성별	연락처	직업	연결자	특이사항	기부 관련
혈연 (血緣)	직계	동생	B	김□□	남	1234	회사원	직접	•채무 관계	•외부단체 2곳
	친가	고모	SA	김○○	여	5678	인쇄업	아버지	•사업 양호	•일시 기부 3회
	외가									
	시가									
	사촌									
	기타									
학연 (學緣)	초등									
	중등									
	고등									
	대학									
	대학원									
	사회									
지연 (地緣)	고향									
	향우회									
직연 (職緣)	동료									
	업체									
종연 (宗緣)	성직자									
	신자									
커뮤니티 (遊緣)	온라인									
	오프라인									
SNS (情緣)	친구(親)									
	친구(疏)									
기타	지인									

\* 위의 내용은 예시일 뿐임. 개인의 상황에 따라 증감하여 사용함.



# 서식7. 모금 대상자 리스트(지역사회) 시트

구분	조직명	담당자	연락처	연결자	특이사항	기부 관련	
소상공인	공장	00철공소	강☆☆	1234	최00(자봉)	•연결자가 사장과 친인척간	•2017년 구청장 상
	상가연합회	00상인회	천○○(회장)	4567	없음	•회장 선거 임박 •전통시장 활성화 기금 수령	•2016년 상인회 자체 3백만원, 상인들 각출 5백만원 기부
	식당						
	생활용품						
	의류매장						
	병의원						
	한의원						
지역단체	기관	적십자사					
		바르게살기					
		우체국					
		출연기관					
	협회	00지도자협의회					
		00지역이장단					
		00봉사회					
00생활체육협의회							
	00작목반						
	의용소방대						
지역기업	은행	00은행					
		신협					
		농협					
	보험	B생명					
자동차	A자동차						
지역학교	대학교						
	사설대학						
	학원						
지역커뮤니티	종친회						
	취미모임(동아리)	00조기축구회					
		00배드민턴 동호회					
		00산악회					
	사교클럽	로터리클럽					
		라이온스클럽					
	전우회	해병전우회					
		경우회					
		특수전					
	모임	교수회					
포럼							
기타							

\* 위의 내용은 예시일 뿐임. 개인과 단체의 상황에 따라 증감하여 사용함.

# 서식8. 모금 대상자 기부 행동 분석 및 제안 예측 시트

모금 대상자		최00(별도 내용으로 정리)
항목		내용
Attention 정보 인지	기부정보 접촉 경로	
	기부 흥미 요소	
Interest 기부 흥미	흥미 지속, 재생 요인	
	기부 전 행동(정보획득)	
Search 대안 탐색	정보 획득 매체	
	주요 비교 단체	
	주요 비교 주제	
	결정 영향력자	
	활용 정보	
	결정 소요 기간	
Action 기부 행동	결정 영향 요소	
	선호 방식	
	결제 수단	
	공유 매체	
Share 기부 알림	공유 항목	

\* 서식 4번을 보완하여 작성함.

# 서식9. 모금 대상자 사전 면담 보고서 시트 -1

## 잠재 기부자(법인) 사전 면담 보고서

프로젝트명		결재	팀장	부서장	임원	대표
담당자					부서장전결	부서장전결

### 1. 면담 관련 정보

대상자(법인)		대상자(법인) 담당자	이름	
			부서	
			연락처	
참석자	대상자(법인)측	단체측 면담자	이름	
	단체측		부서	
면담일시		면담장소		
차기 면담 일시		제안 예정일시		

### 2. 면담 보고서

면담 목적	
제공자료	
면담 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>
취득정보, 자료	
제안 관련 반영 사항 및 면담자 의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>

## 서식9. 모금 대상자 사전 면담 보고서 시트 -2

### 3. 관련자 코멘트

결재자	코멘트
기안자	
팀장	
부서장	

-끝-

# 서식 10. 모금 제안 항목(요청사항) 리스트 시트

구분	항목	내용(사용처)	사용기한	목표액	모집기한
단체운영 관련	인건비	• 기존 간사 2인 급여 보 충 수당 월 20만원	• 매월	4백8십만원	기한 없음. (연중수시)
	임대료				
	전기세				
	차량				
	간사 교육비				
	기타 비지정기부금				
사업, 프로그램 관련	A프로젝트	• 전체 프로젝트 진행비	• 2019년 7월	5천4백만원	2019년 2월말
	B캠페인				
	C 사업				
수혜자 관련	000 장학금				
	000 지원금				

# 서식 11. 단체 소개 및 어필 포인트 탐색 시트

구분	내용
단체명	
설립자	
설립 스토리	
주요 사업(활동)	
주요 연혁	
사명(미션)	
슬로건	
정체성	
비전	
핵심 가치	
함께 하는 사람들	
주요 업적	
특징 및 차별적 장점	
조직의 가치 (분야, 지역사회, 국가, 인류)	
기부 신뢰 팩트	

\* 위의 장표에는 단순한 사실 관계를 적는 것이 아닌 잠재 기부자들에게 어필할 수 있는 특징과 장점 위주로 작성하는 것임.

## 서식 12. 제안 대상자별 분야, 단체, 사업 소개문 작성 시트

대상자		카테고리 (환경, 아동 등)	개별 단체	추진 사업
일반인	20대 대학생			
	30대 직장인			
	60대 주부			
공공 기관	지자체장			
	기초단체의원			
	사업 담당자			
기업	대표, 임원			
	사회공헌 담당자			
	일반 사원			

\* 주요 설명 포인트를 잡고, 실제 면담시 소개하는 것처럼 준비할 것

# 서식 13. 단체의 차별점 발굴 및 작성 시트

## (기부자가 인정하는) 타 단체와의 차별점

순위	내용	사실 관계	기부자 제공 가치
1	전문성(전 세계에서 가장 오래, 가장 많은 식수 사업 경험)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식수 사업 경력 : 1956년부터 45년간 지속</li> <li>• 식수 사업 경험 : 총7800여 건 진행</li> <li>• 식수 사업 진행 국가 : 총142개국</li> </ul>	초기 시행착오를 이미 마치고 지역적 이해와 기술 전문성을 갖춰 기부자의 돈이 낭비되지 않고 식수 사업에 효율적으로 쓰이도록 함.
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			



# 서식 14. 모금 관련 변화의 숫자들 기입 시트

## 변화의 숫자들

(조직, 사업, 프로그램의 강점, 특성, 성과를 보여주는 의미 있는 숫자들)

구분	숫자	단위	설명	관련자료/주의사항
사업 현황	15	세	피해자들의 평균 나이	
	1	촌	가해자와 피해자의 촌수	
	3	년	장기 거주 피해자들의 평균 거주기간	
	3.2 / 1.5	평	피해자 1인당 거주 면적 / 1인당 생활 면적	• 한국인 평균 1인 주 거 면적 약 10평
	3	명	한 방에서 지내는 피해자 인원수	
	99	명	개소 이후 현재까지 거주한 피해자 수	
사업 활동	5	회	취약계층에게 제공되는 기회	
	7	명	피해자 1인당 보호인력	
변화	1천4백만	명	6년간 재사용 운동 참여자	
	524억	원	6년간 공적 세금 절감액	
	692억	원	6년간 사회적비용 절감액	
	1만	톤	6년간 쓰레기 감량 총량	
	2십4만	톤	6년간 CO <sub>2</sub> 저감량	
	75	%	관련 이슈 인지도	
단체	75	년	조직 역사(가장 오랜 역사)	
	23	곳	사업 파트너십 체결 기관	

# 서식 15. 사업 소개 및 어필 포인트 탐색 시트

구분	내용	핵심 어필 포인트	관련자료/주의사항
현황 (background)	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역적 특성</li> <li>사업 대상자들의 수와 인구통계학적 특성</li> <li>사업과 관련된 주요 통계들</li> <li>대상자들의 프로그램 관련 고통의 사실들(데이터, 통계, 증언, 조사 내용 등)과 향후 고통의 확대</li> <li>해결 대안(정부지자체 보조, 유사한 타 프로그램, 대체 프로그램 포함)의 부재, 부족, 문제점</li> <li>문제의 원인</li> <li>관련 정책과 기존의 사회적 해결 시스템</li> <li>프로그램의 필요성에 대한 이해관계자(담당공무원, 자원봉사자, 관련학자, 주변시민 등)들의 견해</li> <li>프로그램의 부족이나 미개선으로 생기는 문제를 다양한 관점으로 정리</li> <li>사업 필요성의 요약</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>관련 논문</li> <li>관련 분야 포탈 데이터</li> <li>각종 유관 기사</li> <li>정부, 지자체 발간 자료</li> <li>통계청 데이터</li> <li>조사, 연구기관의 관련 조사 결과</li> <li>직접 조사(설문조사, 인터뷰, 방문촬영/실측 등)</li> <li>유사 프로그램 기획안(프로포절)</li> </ul>
프로그램, 사업,활동 (Activity)	<ul style="list-style-type: none"> <li>우리 사업/프로그램의 개요, 운영내용(기간, 장소, 프로그램, 운영프로세스 등)</li> <li>사업의 큰 방향성과 전략, 변화 시나리오</li> <li>대상자의 선정(기준, 수, 특성)</li> <li>타 사업과의 비교표(효과를 포함한 차별점)</li> <li>이 활동의 특별함</li> <li>활동의 효과를 증명해주는 자료</li> <li>관련 사례(국내, 해외 사례)(성공, 실패 사례)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>유사 프로그램 기획안</li> <li>성공, 실패 사례 조사</li> <li>저명 인사 인터뷰</li> <li>활동의 특이성과 효과성을 검증하는 이론, 논문</li> </ul>
성과, 변화 (Impact)	<ul style="list-style-type: none"> <li>기대효과(프로그램 효과에 한정. 기부자에 대한 기대효과 아님)</li> <li>대상자, 이해관계자, 사회, 국가, 지구 각 차원에서의 효과(정량적, 정성적 효과)</li> <li>구체적인 성과 예상치</li> <li>가장 성공했다고 했을 때 예상되는 상황</li> <li>대상자의 변화 스토리(가상)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>효과에 대한 관련 근거(유사한 자료나 계산식 제시)</li> <li>정확한 지표화</li> <li>막연한 기대나 소설같은 표현 사용 금지</li> <li>성과, 변화를 그림, 사진, 영상 등으로 표현할 것.</li> </ul>
기부자 연관	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업과 기부자 관련 내용 예)지자체의 2016년도 중점 사업, 시장의 공약사항중 메니페스토 평가에서 가장 낮은 내용 등</li> <li>사업 성공시 기부자가 얻을 수 있는 효과</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>기부자 특성 조사</li> <li>인터넷, SNS 탐색</li> <li>기부자 주변 지인, 가족 인터뷰 등</li> </ul>
기타 특이 사항			

# 서식 16. 사업과 관련한 이슈와 트렌드 발굴 시트

모금 대상 프로그램이나 모금 상품 관련한 최신 이슈와 트렌드

이슈, 트렌드 명	내용	자료 출처	제안 활용 방안

# 서식 17. 제안 관련 스토리텔링 소재 발굴 시트

구분	소재	표현	주요 포인트
기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 설립자의 스토리</li> <li>• 조직의 미션(취약계층에게 기회 제공)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5번의 기회 제공 단체라는 브랜드로 표현</li> <li>• 기회를 만들고 주는 곳</li> <li>• 발견, 준비, 경험, 성장, 확장의 기회</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 열악한 상황에서 기회를 준 사람들 덕에 성공했기에 그 기회를 다른 이들에게 베풀려고 하는 사람,</li> <li>• 잘 나가던 직장을 그만두고 비영리 활동을 하게 된 사연</li> </ul>
사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 취약계층 3부류(경력단절여성, 발달장애인, IT업계청년)의 협업 스토리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기적을 만드는 3총사 이야기</li> <li>• 각 주체들의 장점과 단점을 제시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 상호 단점을 메우고 장점을 부각하는 방식으로 일하는 점</li> <li>• 최고의 서비스를 만드는 조합이라는 점</li> </ul>
수혜 대상자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 집중력 높은 발달장애인 이△△의 사례</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영화 레인맨</li> <li>• 잘폐성 발달장애인이 우수한 능력을 발휘한 사례들</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자폐성 발달장애인의 우수성(집중력, 섬세함과 정확도, 정직성, 반복작업에 대한 애정 등) 강조</li> </ul>
모금가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자신과 사업의 연관성</li> <li>• 자신이 생각하는 사업의 의미</li> <li>• 자신의 기부 스토리</li> <li>• 인상적인 기부자와 보면서 느낀 점</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실제 사례에 기반한 이야기로 담담히 전개</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기회를 만드는 데 기부된 자원이 얼마나 중요한지 부각</li> <li>• 기존 기부자들이 느끼는 행복감 전달</li> <li>• 모금가 자신의 사업과 수혜대상자에 대한 애정과 참여 강조</li> </ul>

# 서실 18. 제안 콘셉트와 메시지 작성 및 평가 시트

컨셉	제안 콘셉트	메시지	관련자료/근거	평가
경영상 이익	아파트 판매에 사회공헌 활동이 기여	사회적 평판이 좋으면 아파트 잘 팔린다.	• 브랜드 아파트 선호 사유	<b>제외</b> 자료는 있으나 불리한 내용이 있음.
	건설사 직원들이 좋아하는 사회공헌	이왕이면 직원들의 자긍심과 애사심을 높일 수 있도록 회사 직원들이 좋아하는 사회복지 관련 사업을 하여야 한다.	• 건설사 직원들이 선호하는 사회공헌 내용들	<b>제외</b> 찾은 자료가 딱 맞지 않아서 제외. 다만, 건설사라는 특성과 연관된 내용을 부각하여 '건설사에게 맞는 사회공헌'이라는 관점 제시
	공공관계 증진을 위한 이익	해당 지자체가 내세우는 정책 방향성과 일치하는 사업을 제안한다.	• 지자체장 공약, 중점 정책 • 지자체와의 협력 방안 • 지자체장의 행사 참석	<b>일부 사용</b> 지나치게 디테일하게 쓸 경우 '뭘 모르는 한심한 얘기'라는 반응이 있을 수 있어서 일부 내용으로 축소하여서 제시
	공공관계 및 대중의 지지가 많은 공익 사업 선정의 중요성 부각	대관(對官)업무와 대중 이미지 관리가 필요한 건설 사업의 특성에 맞는 사회공헌 활동을 제안한다.  정치인, 지자체장, 일반시민이 선호하는 사회공헌 활동을 하는 게 좋다.	• 공공관계(공직, 정치인 등)에서 선호하는 사회공헌 활동 • 대중들이 가장 중요시 하는 사회공헌 분야와 활동	<b>채택</b>
	대중 홍보효과가 수반되는 사회공헌 활동	광고효과 높다. 홍보차량 운영하는 비용이 유리한데 기부하는 것보다 높다. 일석이조 효과가 있다.	• 차량평택광고 단가 조사	<b>채택</b> 단가가 생각보다 낮아서 금액은 언급하지 않음.
기업 관계성	기업의 홍보 콘텐츠(슬로건 등)에 기반한 제안 컨셉 전개	<b>Share the Love, Infinite Innovator, Leading Company</b> 사람, 행복을 공유하는 것이라는 기업의 미션에 부합된다.	• 기업 홍보 활동 컨셉, 이미지, 슬로건 등 (홈페이지 & 매뉴얼 리포트)	<b>제외</b> 몇 가지 써보려 했으나 억지스러워서 제외. 어차피 담당자들이 그 내용을 모르고 있을 것으로 판단함.
	건설 회사와 밭차, 빨래차의 무관계성(기부 저항)	의식주 중에 주를 책임지고 있으니 의(밭차)와 식(밭)을 책임지면 완벽해진다.	• 행복의 조건	<b>제외</b> 자칫 '업의 특성'에 맞춘 사회공헌을 해야한다. 라는 방향으로 갈 경우 방어가 어려워 언급 회피, 억지스러움
기업 사회공헌 비전	기존의 사회공헌 활동 칭찬	사회공헌 활동이 지역성에 기반하여 기초복지 서비스 제공 중이다. 기업이나 사업전략상 맞는 방향이다.	• 계열사 전체 사회공헌 활동 분석	<b>채택</b>
	전문가의 사회공헌 컨설팅 제공	성장한 회사이니 사회공헌 제대로 해야 할 텐데 사회공헌 전문 컨설팅 제공하겠다.  기존의 사회공헌이 지역성을 기반으로 기초복지 영역으로 진행중인데 전략적으로 훌륭하다. 더욱 발전시킬 필요 있다.	• 전 계열사 사회공헌 현황 자료 • 사회공헌 분석표 • 경쟁사 사회공헌 자료 • 전문가 인터뷰	<b>채택</b>
	재벌 건설사로서의 도약 강조	앞서가는 위대한 기업으로 가자. 협력의 단계에서 가장 높은 통합적 가치를 생산하는 기업이 되라.	• 도급순위, 그룹 확대 역사 • 타 건설회사, 해외건설플랜트 회사 사회공헌 분석 • CSV, 협력이론 관련 자료	<b>제외</b> 전체적 흐름에서 연결감이 떨어짐. '가르침' 느낌을 주어서 최종 제외함.
인도주의 필요성	복지 서비스의 부족함	가장 어려운 지역의 가장 어려운 분들을 위한 사업이다. 정부지자체의 지원도 부족하다.	• 해당지역 수급자 수 • 가장 시급한 복지 수요 • 복지 수요, 정부지원, 시민들의 인식에 관한 조사 • 노인 문제, 복지지출의 현황들	<b>제외(통계 일부사업)</b> 딱 맞는 자료가 없어서 대부분 폐기하고, 일부 내용만 사용 조사결과 해당 지역의 사정이 좋은 편이어서 내용을 사용하지 않음.
	사업의 필요성 부각	A라는 분의 일상을 보라. 참 힘든 삶이다.	• 급식, 세탁 관련 특정인의 스토리	<b>제외</b> 스토리는 꽤 있는데, 구미에 맞는 스토리가 아니었고, 그 부분을 강조할 필요성이 없다고 판단.
	빨래차 다양한 기능 설명	이동형이라는 특성이 있고, 알찬 공간 구성으로 매우 다양한 작업이 가능하다.	• 가제트, 트랜스포머	<b>제외</b> 장난스러워 질 수 있음.
기부활동 선례제시	계열사들이 각축, 분담하여 기부하는 구조	다른 회사들도 비용을 분담하여 크게 부담 없이 진행한 사례들이 있다. 나눠 내면 몇 천만 원이든 된다.	• 신한지주회사, 롯데 사례	<b>제외(발표 때 사용)</b> 자칫 정보에 대한 법적 문제 소지로 제안서에는 사용하지 않고 발표 때 구두로 언급

# 서식 19. 모금 상품 및 모금 브랜드 개발 시트

모금 대상 프로그램	모금 상품 / 모금 상품 브랜드	유사 사례
센터 아동 급식비 지원사업	급식비 정기/일시 후원	
<b>모금 대상 비용들</b>	기관 정기/일시 후원회원 (비지정 기부금으로 모은 후 급식비로 사용)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주식(쌀) 구입비</li> <li>• 부식(반찬 재료) 구입비</li> <li>• 특별 간식 구입비</li> <li>• 요리 인건비</li> <li>• 요리 관련 경비(수도, 전기세)</li> <li>• 요리 시설비(밥솥, 주방용품, 소모품, 식탁 등)</li> <li>• <u>정부급식비 지원 부족 항목</u></li> </ul>	급식결연 : 김00 0개월 급식비 지원	월드비전 결연사업
	25인 한끼 식사비 후원하기 (1구좌 1끼 식사비)	
	52명의 천사들 (1주일 분 쌀 1포대 사주는 52명 기부자 모집)	
	급식 식판 반찬 채워주기(사주기) (밥1천원, 국1천원, 반찬A 500원...)	옥스팜 언랩트 캠페인
<b>모금 목표액</b>	더 나은 급식을 위한 부족분 메꾸기(현행 2500→3500원) 차액 1,000원 기부하기	
월 225,000원 〈산출근거〉 아동 25명 × @300원 = 일 7500원 × 30일	급식 기금 모금	
	급식 체험 이벤트	

\* 대부분의 모금 상품은 복합적임. 즉, 급식 체험 이벤트를 한 후에도 결국 실질적인 모금 방식은 정기후원 요청 또는 일시 기부 요청임. 결연지원이라는 모금 상품도 결국 정기후원임.

\* 모금 상품의 의미는 잠재기부자들에게 매력적인 참여기회로 보일 수 있도록 포장하는 것임. 잠재 기부자들의 반응이 보다 긍정적으로 나올 수 있는 내용과 방식을 총괄한 것이 모금 상품임. '제3세계 저소득층 마을 식수 사업'이라고 얘기하기보다는 '성폭행 위험이 있는 시골길 5km를 걸어서 물을 길는 여자아이 000을 위한 마을 우물 하나 파주기'라고 이야기하면 참여율, 기부율이 더 높아짐.

# 서식 20. 기부저항 및 대응 방안 작성 시트

잠재 기부자	기부 저항	저항의 이유(추정)	대응 논리	제안 반영
A (4~50대 여성)	해외 아동 돕기? 우리나라에도 굶는 아이들이 많다. 거기부터 도와야지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 막연한 거부감</li> <li>• 실제 국내아동에도 비기부 자일 가능성</li> <li>• 가시적 결과 중시</li> <li>• 관계성, 친소(親疏) 중시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 빈곤의 차원이 다르다. 굶는 것과 죽는 것의 차이</li> <li>• 한국 역시 수여국 이었다. 우리가 받은 것은 값아야 되지 않겠나. (개인 경험 자극)</li> <li>• 남이 도와줘서 돈 벌었는데 값지 않는, 베풀지 않는 사람이 있다.(이런 사람을 보면 어떤 느낌이 드는가.) 한국은 11위 경제대국인데 빈곤국 지원은 22위이다. 한마디로 인색한 나라다.</li> <li>• 결국 국가 이미지 개선으로 수출 등에 도움이 되어서 우리에게 이득이다. (멀리 보고 하는 투자 같은 것이다.)</li> <li>• 수십만 명 후원자가 있는 국내 5대 모금단체의 주 사업이 해외 아동 돕기이다. (당신만 안 한다. 당신만 그렇게 생각한다.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 직접적인 설명보다는 객관적 통계 위주로 소개</li> <li>• 비난 성격의 언어 사용시 주의.</li> </ul>
B (60대 남성)	문화 예술 활동은 배부른 소리다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 복지 선호 경향(우선 순위의 문제)</li> <li>• 문화예술활동의 의미에 대한 무지</li> <li>• 감성적 기부자</li> <li>• 정확히 어떤 활동에 쓰이는 지 모름.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개인 가치관은 존중한다. 더 필요성에 공감하는 데 기부하시라.</li> <li>• 어차피 안 할 사람 안 한다. 공감 하는 사람 공략.</li> <li>• 인정하되 비교 프레임을 바꾼다. '먹는 것과 문화예술'이 아닌 '동물의 삶과 인간의 삶'으로.</li> <li>• 개인의 경험에서 출발. (자녀분 음악학원 보내신 적 있죠? 왜 그러셨나요? 집에 그림책이 없어요?)</li> <li>• 알려진 예술가들과 그들에 대한 기부 사례 제시. (좋아하는 예술가가 있죠? 누구 아시죠? 우리가 그 작품을 즐길 수 있는 것도 문화예술기부나 지원이 있었기 때문입니다.)</li> <li>• 예술의 사회적 기능 강조(세금 들여서 애들에게 돈 버는 것만 가르치지 왜 예술을 가르치는가.)</li> <li>• 문화예술 내에도 문화복지 분야 있음. 그 부분에 대한 기부로 전환.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관련 자료를 보여준다 해도 우선순위 변경이 어려움.(이성적 소구의 한계)</li> <li>• 제안의 상황과 프로세스 변경(공연장에서, 유명 예술가와 함께)</li> </ul>

# 서식 21. 제안 전략과 제안 준비 진행 계획 시트

구분	항목	세부내용	내용	세부내용			
개요	제안 대상 사업		제안(예정)일				
	제안 대상자		제안 장소				
전략	제안 대상자 특성	표출/성취/분석/우호					
	제안 톤&매너						
	제안 프로세스 및 준비	사전 세팅					
		자리 배열					
		인사					
		소프트 토크					
		신뢰 구축					
		제안 설명					
		질의 응답					
		설득, 요청					
		자료 제공					
		사후 약속					
	제안 발표 관련	인사					
		형식					
		사용매체					
	제안 콘셉트	의상					
		메인 콘셉트/메시지					
	제안 내용	부가적 콘셉트/메시지					
		내용					
	권유자	대안					
		(직접) 권유자					
	분위기/여건 조성 방안	권유 동행자 (영향력자)					
		사전		<ul style="list-style-type: none"> <li>제안 당일 신문기사 마련</li> <li>우호세력 확보, 질문 내용 미리 준비</li> </ul>			
	기부 저항 해소 방안	당일 현장					
		저항내용					
	제안 보조 도구 퍼포먼스	해소 방안					
		도구					
	거절시 대책	퍼포먼스					
관련 제작물 (제공 자료)		카다로그, 기념품 제안서, 예상 질문 리스트,					
사후관리							
		<ul style="list-style-type: none"> <li>콜 리포트 반드시 보낼 것.</li> <li>리액션 플랜</li> </ul>					
인력 및 예산	제안팀	총괄	조사	기획	디자인	자문	자원봉사
	예산 항목	내역		비용		비고	
		로비					
		인싸비					
		제작외주(디자인 영상등)					
		퍼포먼스준비					
		교통비					
		회의비					
		총계					



## 서식 22. 제안 경험 축적과 자산화 계획 시트

잠재기부자			제인일		
승낙예측	컨셉트/준비	실제반응	현장대응	결과	교훈
거절(사유)예측	대응 논리/준비	실제 거절 행동	현장대응	결과	교훈

\* 한 기부대상자에게 두 개의 예측을 할 수 있음.

# 서식 23. 제안 후 기부자 예우 및 관리 방안 시트

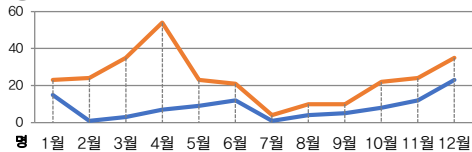
프로젝트명																		
대상자구분																		
대상자특성																		
시기	제공 형태 / 내용															호스트	수령인	담당자
	감사										보고							
	문자 메시지	전화	선물	카드 편지	감사패	감사 방문	내부 홍보	외부 홍보	행사 참석	이용 할인	사업상세 소개서	뉴스레터	월간 소식지	매뉴얼리포트	기부액 사용내역			
기부 의사 표현	○	○									○	○						
첫 기부금 입금	○	○	○	○						○	○							
매월	○										○	○						
반기(7월)	○	○													○			
연(1월)	○	○		○			○		○		○		○	○				
명절(설, 추석)	○																	
사회적 이슈	○	○								○								
생일	○																	
의사 표현시 (항의, 감사)		○		○														
기부 종료																		
수시										○								
기념일 (개별 지정)	○																	
추가 납입		○			○		○	○										

감사및보고

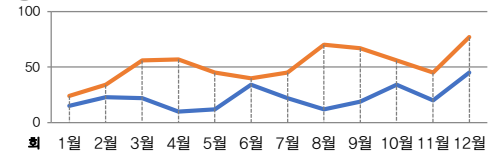
# 서식 24. 제안 활동 및 모금 성과 관리 시트

구분 항목			1월	2월	3월	4월	4월	5월	6월	상반기 결산	7월	8월	9월	10월	11월	12월	하반기 결산	연간 총합		
제안 역량	우수제안서	확보																		
	전문 교육	시간																		
잠재 기부자 정보	기부자 리스트	개인																		
		기업																		
모금 자원봉사자	모금 관련 자원봉사자	임원																		
		후원회																		
		재능기부																		
제안 활동	제안 요청 건수	개인																		
		기업																		
	온라인 채널 콘텐츠 업로드 건수	외부																		
		자체																		
	기부자 미팅 건수	잠재 기존																		
기부자 통화 건수	잠재 기존																			
제안 성공율		개인																		
		기업																		
모금 성과	신규 후원자	일시																		
		정기																		
	중단 후원자	정기																		
		비율																		
	총 후원자																			
	금전 후원	금액																		
	물품 후원	물품량																		
		가액																		
모금액	총액																			
	일시																			
	정기																			
정기 후원자 인당 기부액	월																			
	년																			
기타 협력	내역																			

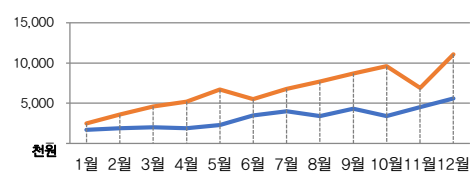
정기기부자수



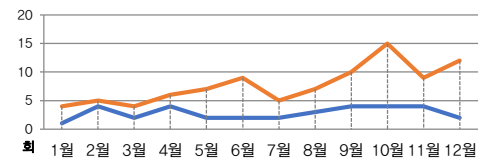
통화 횟수



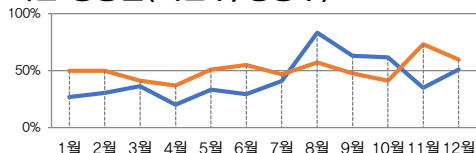
모금액



제안 횟수



제안 성공율(제안수/성공수)



# 서식 25. 모금 프로젝트 기안 품의서 양식-1

## 모금 프로젝트 기안 품의서

프로젝트명	결재	팀장	부서장	임원	대표
기안자					
기안일	협조	사업팀	홍보팀	회계팀	자원봉사팀
정산예정일					

아래와 같이 프로젝트를 시행하고자 하오니 재가하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

### 1. 프로젝트 개요

		기안 내용			비고
프로젝트명					
프로젝트 등급 <sup>1)</sup>	모금액	모금효율 <sup>2)</sup>	모금위상 <sup>3)</sup>		
모금대상 사업					
모금 기간					
모금 통장					

### 2. 프로젝트 세부 내용

항목	기안 내용			비고
모금대상 및 방식	구분	대상	규모	모금방식 <sup>4)</sup>
	핵심			
	1차			
	2차			
모금목표	금전	지정		
		비지정		
	물품	품목		
		수량 가액 <sup>5)</sup>		
주요 모금전략	1.			
	2.			
	3.			

1) 프로젝트 등급 : 모금프로젝트의 중요도를 세분화한 것으로 SA(매우 중요), A(중요), B(보통)으로 구분함. 3개의 항목에서 2개 이상의 등급인 경우 종합 등급으로 책정함.  
예) 모금액(SA), 모금효율(SA), 모금자산(A) = SA

2) 모금효율 : 투입 예산 대비 모금액 비율을 말함. SA는 10 초과, A는 5~10, B는 3~4.9임.

3) 모금위상 : 모금의 조직내 위상을 말함. 즉, 프로젝트가 조직에서 차지하는 의미와 가치를 평가하는 임의적, 정성적 지표임. 예)바둑 규모가 작고 효율이 낮더라도 시험적 방식을 통해 향후 모금 활동의 30%이 되는 경우 SA를 얻을 수 있음.

# 서식 25. 모금 프로젝트 기안 품의서 양식-2

항목	기안 내용									비고	
모금팀 구성 및 역할	모금부서			연관부서			봉사조직				
	직무	이름	역할	팀명	이름	역할	조직명	이름	역할		
	책임 실무			사업팀			이사회				
	보조			홍보팀			후원회				
모금예산 <sup>6)</sup>	구분	항목			금액		비고				
실질 모금액 <sup>7)</sup>	구분	내역					ROI(모금예산/모금액) <sup>8)</sup>				
	총액										
	금전										

### 3. 별첨

- 1)
- 2)
- 3)

### 4. 관련자 코멘트

결재자	코멘트
기안자	
팀장	
부서장	
임원	
대표	

—끝—

- 4) 모금양식 : 모금 활동(아이디어) 또는 배제, 예) 기리모금, 페이스북 모금, 직접 방문 요청, 전화 모금 등
- 5) 기부금품 가액 : 시가 또는 장부가액 중 높은 것, 계좌이체일 경우 계좌에 가액, 가액에 대한 증빙이 반드시 있어야 함.
- 6) 모금예산 : 예산은 지출결의서를 기본으로 하며, 단체 및 부서 공통경비와 인건비는 제외함
- 7) 실질 모금액 : 모금액에서 모금예산을 제외한 금액
- 8) ROI : (=모금효율) 1의 예산을 써서 모금한 모금액, 예)ROI 4.5년 1,000만원 예산을 써서 4,500만원 모금한 것이 됨

# 서식 26. 모금 프로젝트 정산 품의서 양식-1

## 모금 프로젝트 정산 품의서

프로젝트명		결재	팀장	부서장	임원	대표
기안자						
기안일		협조	사업팀	홍보팀	회계팀	자원봉사팀
정산일						

아래와 같이 프로젝트를 정산하고자 하오니 재가하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

### 1. 프로젝트 개요

프로젝트명	기안			실행(변경내용)			변경사유
프로젝트 등급 <sup>1)</sup>	모금액	모금 효율 <sup>2)</sup>	모금 위상 <sup>3)</sup>	모금액	모금 효율	모금 위상	
모금대상 사업							
모금 기간							
모금 통장							

### 2. 프로젝트 실행 및 결과

항목	기안				실행(변경내용)			변경사유
	구분	대상	규모	모금방식 <sup>4)</sup>	대상	규모	모금방식	
모금대상 및 방식	핵심							
	1차							
	2차							
	3차							
모금목표	금전	지정						
		비지정						
	물품	품목						
		수량 가액 <sup>5)</sup>						
주요 모금전략	1. 2. 3.				좌동			

1) 프로젝트 등급 : 모금프로젝트의 중요도급 체계를 나타내므로 SA(매우 중요), A(중요), B(보통)으로 구분함. 3개의 항목에서 2개 이상의 등급인 경우 종합 등급으로 재정함. 예)모금액(SA), 모금효율(SA), 모금위상(A) = SA

2) 모금효율 : 투입 예산 대비 모금액 비율을 말함. SA는 10 초과, A는 5~10, B는 3~4.9임.

3) 모금위상 : 모금의 조직내 위상을 말함. 즉, 프로젝트가 조직에서 차지하는 의미와 가치를 평가하는 인의적, 정성적 지표임. 예)비록 규모가 작고 효율이 낮더라도 시립적 방식을 통해 향후 모금 활동의 표본이 되는 경우 SA를 줄 수 있음.

# 서식 26. 모금 프로젝트 정산 품의서 양식-2

항목	기안									실행(변경내용)		변경사유
	모금부서			연관부서			봉사조직			《주요 변경만 기재》		
모금팀 구성 및 역할	직무	이름	역할	팀명	이름	역할	조직명	이름	역할			
	책임			사업팀			이사회					
	심무			홍보팀			후원회					
	보조			자원봉사팀								
	보조			회계팀								
모금예산 <sup>6)</sup>	구분	항목			금액	비고		금액				
실질 모금액 <sup>7)</sup>	구분	내역		ROI(모금예산/모금액) <sup>8)</sup>		내역		ROI				
	총액											
	금전											

### 3. 별첨

- 1)
- 2)
- 3)

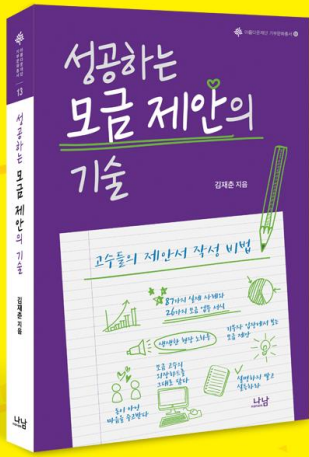
### 4. 관련자 코멘트

결재자	기안시 코멘트	정산시 코멘트
기안자		
팀장		
부서장		
임원		
대표		

—끝—

4) 모금방식 : 모금 활동(아이디어) 또는 매체, 예) 거리모금, 케이스북 모금, 직접 방문 요청, 전화 모금 등  
 5) 기부활동 금액 : 시가 또는 장부가액 중 높은 것, 채관태일 경우 채관매 가격, 가액에 대한 증빙이 반드시 있어야 함.  
 6) 모금예산 : 예산은 지출결의시를 기본으로 하며, 단체 및 부서 공통경비와 인건비는 제외함  
 7) 실질 모금액 : 모금액에서 모금예산을 제외한 금액  
 8) ROI : (=모금액/예산) 1의 예산을 써서 모금한 모금액, 예)ROI 4.5년 1,000만원 예산을 써서 4,500만원 모금한 것이 됨

“성공하는 모금 제안서에는 다 이유가 있다”



### 이런 분들께 **추천!** 합니다 ★★★★★



“맨날 똑같은 제안서 쓰는 데  
이해가 없어요. 스스로 만족하고  
기부자들도 좋아하는 수준 높은  
제안서를 써보고 싶어요.”



“모금을 맡게 되었는데,  
어디부터 해야 할지 모르겠어요.  
기부자를 어떻게 만나는지,  
무슨 말을 해야 하는지 전부 다요.”



“실무자일 때 대중 모방해서  
내곤 했는데 막상 리더가 되고 보니  
실무자한테 그렇게 하라고는  
못하겠더라고요.”

✓ **비영리, 사회복지, 병원, 학교, 사회적경제, 사회공헌(CSR)**

## 모금 제안의 실무 지침서!

자타공인 현업 모금 최고수들의 생생한  
제안서 작성 노하우 대공개!!

(재)아름다운재단 기부문화총서 13권  
국내 기부문화를 선도해 온 아름다운재단 기부문화연구소가 발행합니다.  
12권의 해외 번역서 뒤에 엄선하고 고심해서 고른 첫 번째 국내 서적

## 이론이 아닌 ‘실전’을 다룹니다

- 44 생생한 현장 모금 사례 44가지
- 26 현업 활용 모금 제안 서식 26가지
- 14 모금 제안 과정의 14가지 기술들
- 3 기업 사회공헌 담당자 3인의 조언
- 43 43개 제안서에 인용된 실천 사례
- 6 총 6개의 제안서 전체 공개
- 12 모금 실무자들의 12가지 질문과 대답

## 반드시 알아야 하는 ★★★★★ 현장 지식들만 족집게 과외 하듯

최근 모금계의 동향과 기부자들의 변화를 살펴봅니다.  
→ **달라지는 모금 환경과 모금 제안에서의 대응**

차별화된 제안서, 여기 있는 제안서들만 따라하면 됩니다.  
→ **목차별 모금 제안서 작성 및 디자인 방법**

준비부터 마무리까지 모금 과정별로  
해야 할 일과 써먹을 수 있는 기술이 들어 있습니다.  
→ **모금 제안 과정별 실천 기술 14가지**

과연 고수들은 무슨 생각으로 무슨 준비를 하고  
어떻게 제안서를 쓸까요?  
→ **형태별로 살펴보는 6가지 제안서 전체 공개**



## 현장의 모금 담당자들이 직접 말하는 이 책을 읽어야 하는 이유



어디부터 준비하고 시작해야 할지 모르는 이들에게는 길잡이가, 모금 실패를 경험한 이들에게는 용기가 되는 책. 이해하기 쉽고 바로 적용이 가능한 생생한 현장 목소리.  
- 김진현 아이돌과미래재단

생동감 넘치고 모금의 본질을 꿰뚫는 이 책은 때론 무릎 치는 공감감을, 때론 얼굴 붉어지는 민망한 경험을 떠올리게 한다. 모금 전담자가 없거나 예산이 적은 조직에게 더욱 반가운 길잡이가 될 것이다.  
- 정선애 서울시 NPO지원센터 센터장

더 나은 세상을 만들기 위한 기업과 비영리의 파트너십에 많은 영감을 줄 수 있는 책. 상대방에게 공익 가치를 효과적으로 전달 할 수 있는 실질적 방법이 담겨 있어 모금가와 사회공헌 담당자에게 큰 도움이 될 것이다.  
- 김민석 LG전자 CSR팀장

모금 제안의 성공은 의지와 태도에 달려 있고 좋은 제안서는 기부자와의 쌍방향 관계에서 출발한다는 진리를 일러 주는 날카로움이 서린 책. 제안서 탄생과 과정을 조목조목 짚어 주는 노련한 경험자들의 필기 노트.  
- 황신애 한국모금가협회 상임이사

## 국내 최고의 실무형 모금 교육가 밝은별 김재춘의 실무경험을 담았습니다

인간과 삶의 실상에 관심이 많은 공익활동가이다. 중학교 때부터 <부모님께 용돈 받아내는 요령>을 친구들에게 알려 주기 시작하며 일찌감치 '돈 받아내는 알과' 남 가르치는 일에 눈을 떴다.

비영리, 사회복지, 사회적경제, 종교, 행정 영역을 두루 돌아다니며 모금 컨설팅과 교육을 진행 중이며, 상호간 협력으로 공익 성과를 창출하는 기법을 연구하고 실험 중이다.

현재 세상을 바꾸는 사람을 돕고, 세상을 바꾸는 방법을 바꾼다라는 모토를 가진 가치혼합경영연구소의 소장으로 있으며, 한국모금가협회 이사이다. 별칭은 밝은별이며 얼굴을 보면 왜 그런지 바로 알 수 있다.

### 경력

- (현) 가치혼합경영연구소 소장/대표
- (현) 한국모금가협회 이사
- (현) 서울특별시 기부심의위원회 위원
- 한국장애인재단 배분위원
- 국제엠네스티 한국지부 모금 자문위원
- 사회복지공동모금회 비전위원회 모금분과 위원장



## 이 책을 잘 활용하는 법!



### 모금 부서장님, 단체 내부 스터디 교재로 활용해 보세요.

- 단체 내부에서 진행하는 담당자 교육이나 스터디에 필독서로 이 책을 활용해 보십시오.
- 책을 읽고 토론하는 과정에서 모금 활동의 개선점이 보이고, 더 쉽고 효과적인 모금이 가능해집니다.

### 기부자님, 관심 있는 단체에 이 책을 사서 후원해 주세요.

- 물고기를 주지 말고 물고기 잡는 법을 가르쳐 줘라' 하는 말처럼 2만 원이 안되는 책값으로 단체에 2천만 원을 기부하는 효과가 있을 것입니다.

### 학생님, 도서관에 책 구입을 요청해 빌려 보세요.

- 가까운 학교나 지역 공공도서관에 가서 도서 신청을 해 보세요.
- 본인은 물론이고, 지역 공익단체들의 역량을 강화시킬 수 있는, 돈 안 드는 기부 행동입니다.

### 교육담당자님, 저자에게 직강을 요청해 보세요.

- 책에서 못다 한 이야기 보다 생생한 전체 사례가 궁금하시면 저자를 불러 보세요.
- 저자의 강의 스케줄은 <http://tala.modoo.at> 에 있습니다.

### 대표님, 모금 담당자에게 선물해 보세요.

- 최고의 리더는 성과를 요구하지 않고 성과를 낼 수 있도록 지원합니다.
- 부담스러운 업무를 맡아 불안한 실무자에게 이 책을 선물하시면 사랑받는 상사가 되실 수 있을 겁니다.

### 독자님, 후기를 써 보세요.

- 책을 읽고 느낀 점을 페이스북, 블로그, 카페, 인스타그램 등에 써 주세요.
- 여러분들이 퍼뜨린 좋은 기운이 공익을 위해 애쓰는 단체들의 지속가능 운영에 큰 도움을 줄 것입니다.

## 온라인으로 할인 받으세요!

아래의 구매처에서 '모금 제안'이라고 검색해 보세요



• 교보문고 <https://goo.gl/NgxQYf>

• 알라딘 <http://aladin.kr/p/nLxTG>

• 인터파크 <http://inpk.kr/qt5g>

• YES 24 <https://goo.gl/pCifiH>