



비영리를 위한 브랜드레이징

플레시먼힐러드 코리아
박영숙 대표

사회적 자본으로서의 신뢰, 나눔의 시대

사회적 기업

사회적 가치

기부 문화

공유 경제

협력

창조

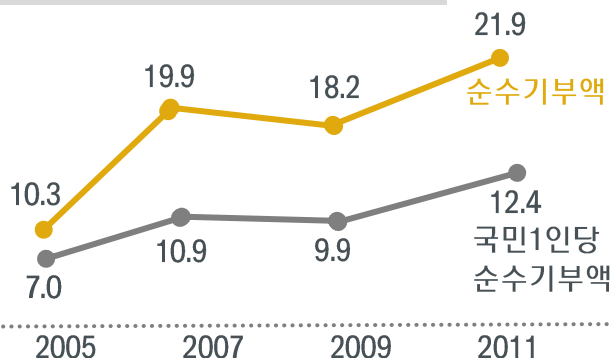
참여

나눔

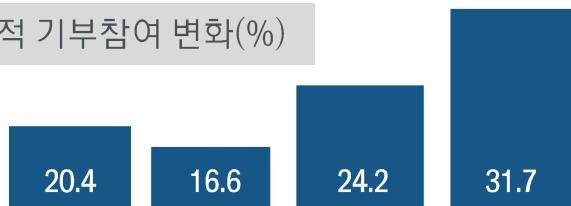
사회적 자본

공유가치창출

순수 기부 평균금액 변화 추이(만원)



정기적 기부참여 변화(%)



[아름다운 재단 GIVING KOREA 2012]



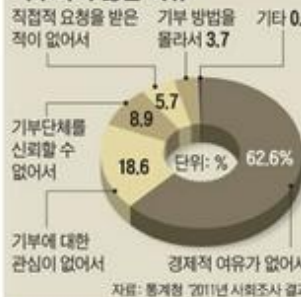
기부 2.0... 투명한 나눔이 기적을 만듭니다

(조선일보, 2012.12.25)

기부 경험 유무



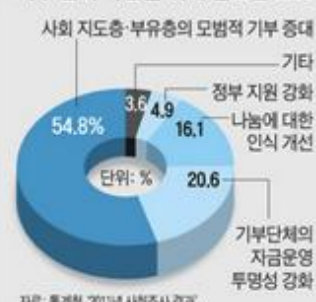
기부하지 않는 이유



기부에 관심 있는 30·40대
“기부단체 신뢰할 수 없어서...
기부 안 한다”

13세 이상 3만8000명 조사
재정 투명성 大賞 받은 단체들
수상후 기부금 최고 71% 증가

기부 문화 확산을 위해 필요한 요소



기부금 사용처 꼼꼼하게 기록하고
외부 감사까지 받으니 온정이 밀려왔다

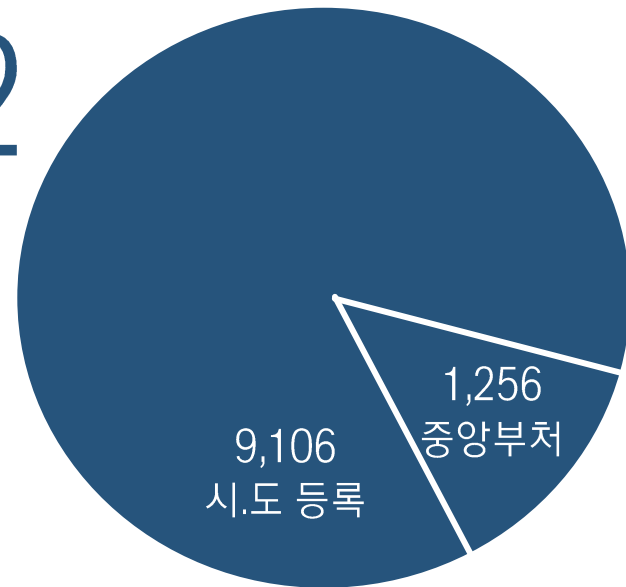
그래픽 = 조선일보 디자인편집팀

기부 2.0 기부 1.0이 기부의 가치에 대한 사회적 연식을 불러일으켜 기부 액수를 끌어올리는 단계라면, '기부 2.0'은 기부의 지출을 투명하게 하고, 이것이 다시 더 많은 기부를 가져오는 한 차원 높은 선순환의 기부 문화를 뜻한다.

NPO의 양적 팽창, 무한 경쟁의 도래

비영리민간단체 등록현황

10,362



(안전행정부, 2012)

미션만으로 살아남을 수 있을 것인가



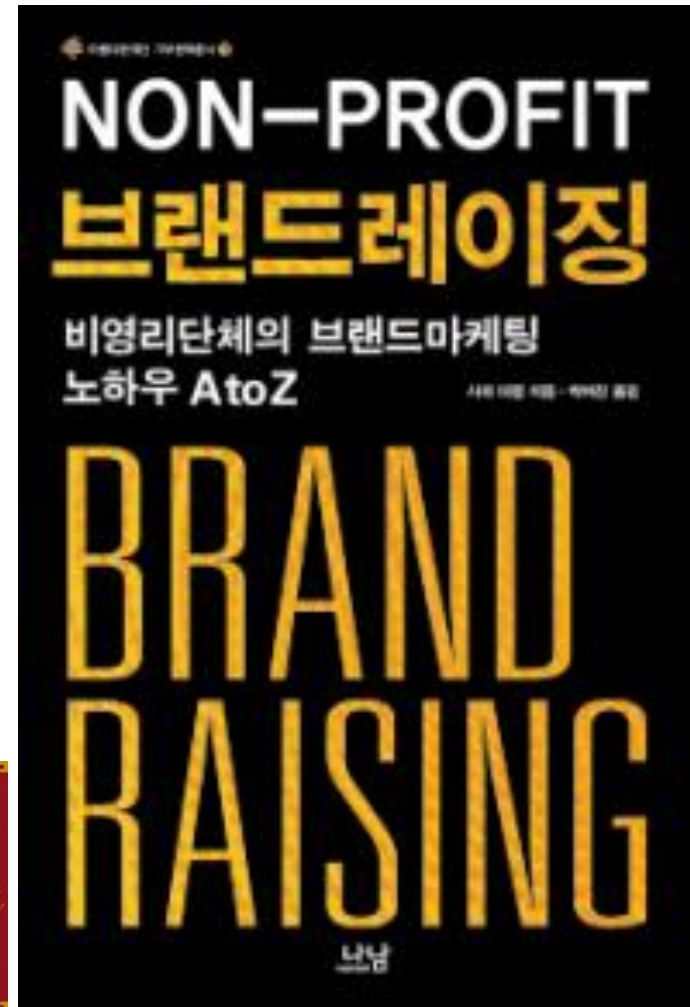
아무리 가치있고 의미있는 비전, 사명이라도
사람들의 관심과 지원이 있어야 실현될 수 있다”

NON-PROFIT 브랜드레이징

아름다운재단 기부문화연구소의 기부문화총서 7

- Sarah Durham

NPO 커뮤니케이션기업 Big Duck 설립 및 운영



NPO로부터 가장 많이 듣게 되는 고민들

“돈도 시간도 사람도 없어요”

“왜 사람들은 (다른 단체와는 달리) 우리가 하는 이런 의미있는 일에 무관심한지 모르겠어요”

“뭘 하긴 많이 하고 있는데,
맞게 하는 건지도 모르겠고 효과도 보이질 않아요”



“돈도 시간도 사람도 없어요”

원칙 1.

자원의 한계 속에서 최선의 방법 고민하기

- 가장 중요하고 먼저 해야 할 것은 무엇인가
- 누가 할 것인가
- 어떻게 할 것인가

“왜 사람들은 (다른 단체와는 달리) 우리가 하는 이런 의미있는 일에 무관심한지 모르겠어요”

‘내’가 아닌 ‘그들’이 선호하는 방식으로
‘그들’이 관심있는 것에 대해
‘그들’이 사용하는 언어로 말하고 있는가

원칙 2.

상대의 관점에서 바라보기

“뭘 하긴 많이 하고 있는데, 맞게 하는 건지도 모르겠고 효과도 보이질 않아요”

원칙 3.

장기적 관점으로 바라보기

- 미래를 염두에 두고 일하기
- 계획하기
- 전체를 보기





단단한 토대, 그리고 계획의 필요성

브랜드레이징의 세 가지 차원

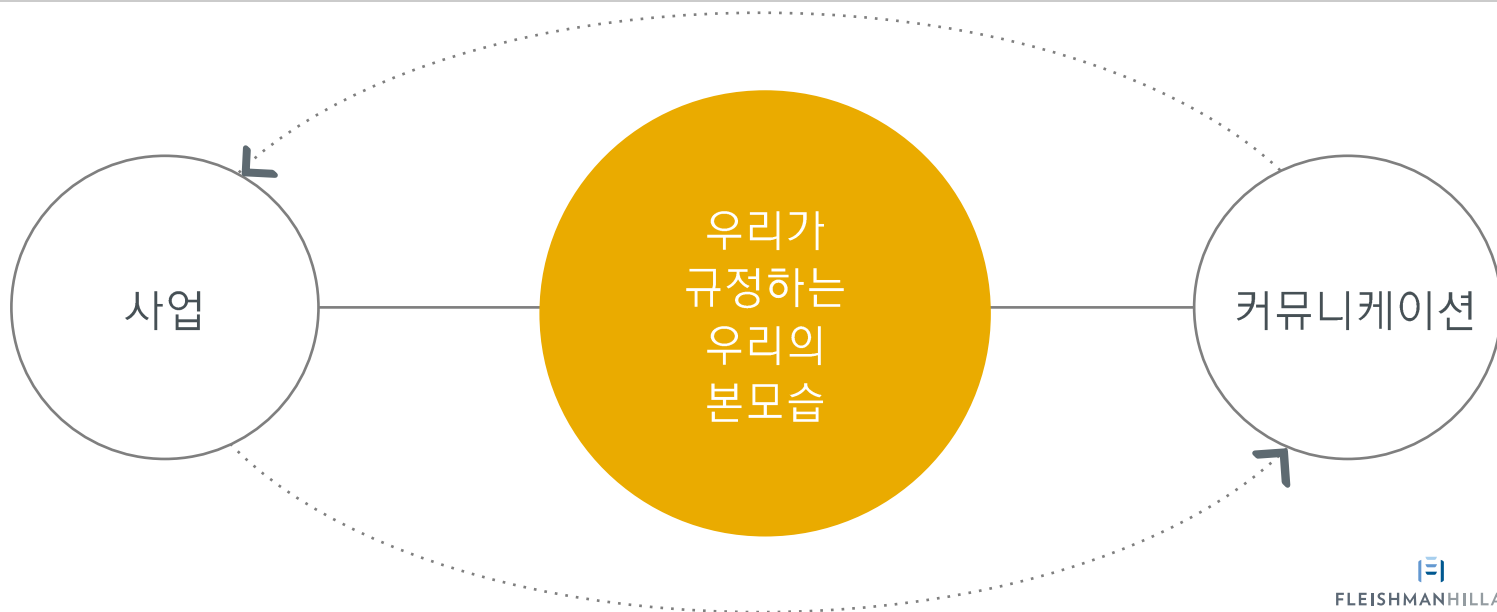


조직 차원

브랜드레이징은 단체의 본질을 정립하는 것에서 시작

브랜드레이징은

단체의 명확하고 응집력있는 정체성 뿐 아니라
목표를 지지하고 미션을 효과적이고 일관적으로 표현,
수행할 수 있도록 해주는 모든 커뮤니케이션 체제를 발전시키는 것



본모습 규정하기

비전

WHY 왜 생겨났는가 (존재 이유이자 방향타)

미션

WHAT 비전을 이루기 위해 할 일은 무엇인가 (일의 규정)

가치

HOW 어떻게 일할 것인가

(길을 안내하고 일하는 방식을 결정하는 내부 신념체계이자 외부 약속)

포지셔닝

비슷한 조직들과 다르게 보여지는 본질

개성

어조, 분위기, 스타일, 태도

(사람들에게 인식시켜주고 싶은 스스로의 모습을 반영한 속성들)

정체성 차원

어떤 시각적 이미지로

어떤 단어와 문장으로 우리를 표현할 것인가



We're Out to Design a Better World.



Defending dignity. Fighting poverty.

BILL & MELINDA
GATES foundation

We believe every person
deserves the chance to live
a healthy, productive life.



We believe we can end poverty and injustice, as part of a global movement for change.

시각
정체성

가이드
라인

키메시지

세부 메시지

근거 메시지

경험적 차원

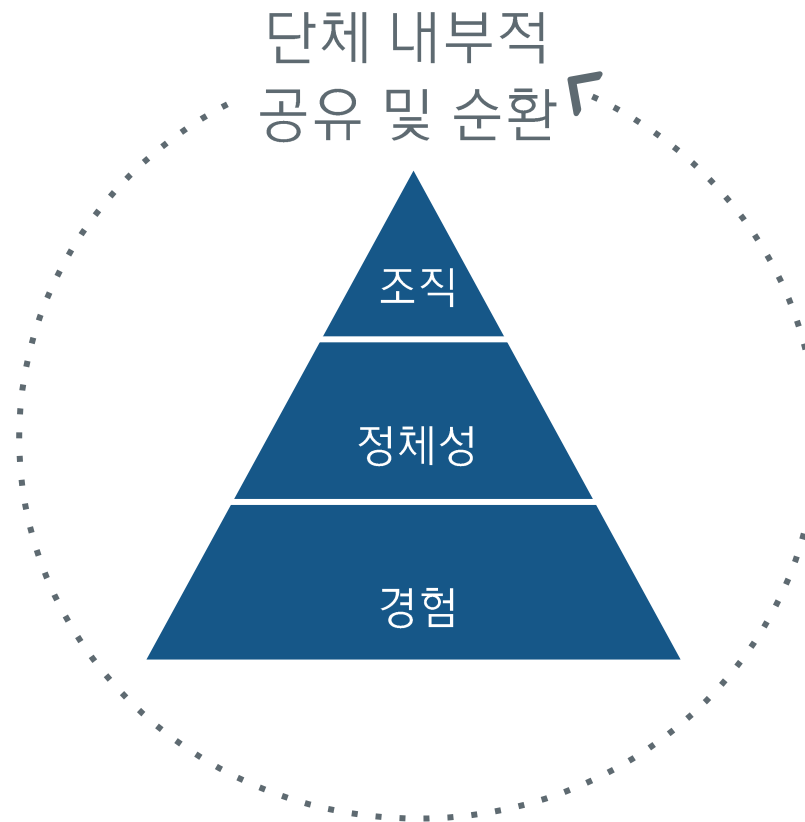
사람들이 우리 단체를

어떻게, 무엇을 통해 만나게 할 것인가

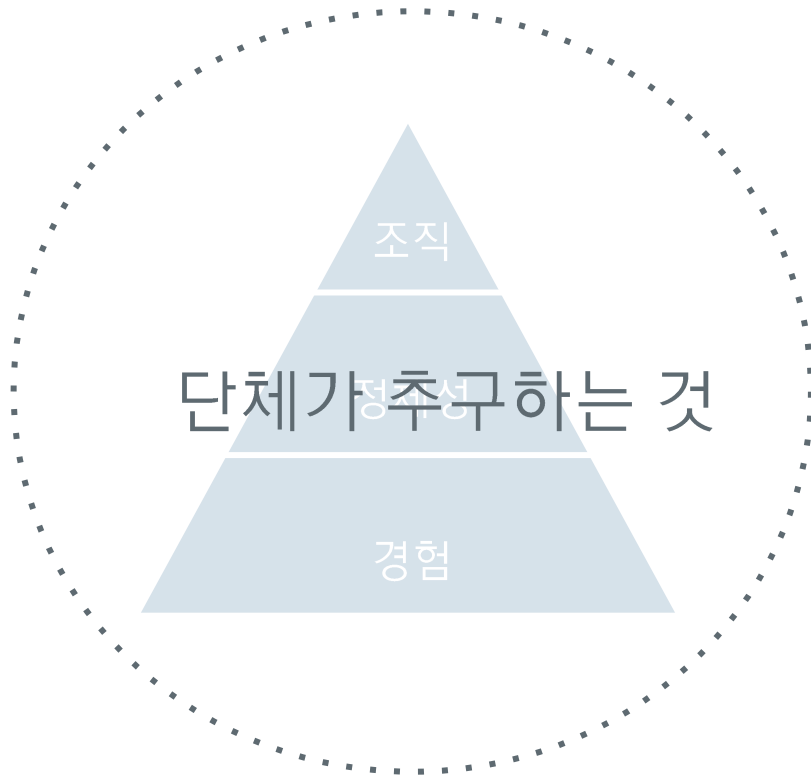


명확하고 간결한
빅 아이디어

브랜드레이징



브랜드레이징



브랜드레이징을 통해

안으로 비전과 가치를 명확하게 공유하여 한 곳을 보며 일하게 되고

밖으로 가고자 하는 방향, 하는 일, 성과와 역량에 대한 명확한 상을 가질 수 있다

사업은 구체적이고 명확한 방향 하에서 운영되며

커뮤니케이션은 단단한 토대와 계획 하에 세부단위의 일들이 쉽고 빨라진다

비전을 함께할 수 있는 좋은 인재 영입으로 단체 역량이 강화되고
위기 시 단체를 지켜내는 힘이 되기도 한다



[Case study] 플레시먼힐러드 브랜드 리프레시



FLEISHMANHILLARD

The power of true

업에 대한 재정의에서부터 시작

While our brand, business strategy and culture will continue to evolve and adapt to the changing world around us, the FleishmanHillard foundation - our philosophy and conviction - will not change.

Our Philosophy → *Our Vision* → *Our Mission* → *Our Business Strategy* → *Our Brand Platform*

Respect for the Individual
Teamwork Is Everything
Quality Service Is First and Foremost in Everything We Do
New Business Drives the Firm
Results Make Us Grow
Existing Clients Come First
FleishmanHillard Requires a Personal Commitment
Entrepreneurship Is a Way of Life
Personal Success Is Measurable and Attainable
We Are Committed to the Highest Ethical Standards

To be the most complete communications firm in the world.

To build on our legacy of service by going beyond and leading our clients in ways that create lasting positive transformation for their business, while providing employees with the best career experience of their lives.

Go Beyond

True

브랜드 매니페스토

After looking deeply at our own DNA; talking with our employees, clients and industry observers; and understanding what has changed in the world today, all things intersected at one word. True.

True is our reality as well as our aspiration. True speaks both to our commitment to the highest values, and to our unique ability to help clients navigate a world demanding unprecedented authenticity and transparency. We see our role as helping clients be as they wish to be seen. We call this *the power of true*.



Our Platform

Our Manifesto

The more the world comes together,
the harder it becomes to tell everyone apart.

So how do you leave your mark?

You focus on *the power of true*.

Being true opens eyes and empowers vision.

The vision to find untapped strength
and marry it with opportunity,
wherever that may be.

True allows you to see a horizon
that will draw you forward.

It is the moral compass that points you
to do what's right. Always.

Because the true secret of success
isn't about secrets at all.

True gives you the strength to lead by example,
the tenacity to earn other's trust,
and the courage to embrace the potential of risk.

This is your calling.

This is your promise.

This is your legacy waiting to be written.

This is *the power of true*.



FH Power of Truth video



THE DNA OF AUTHENTICITY

Management Behaviors

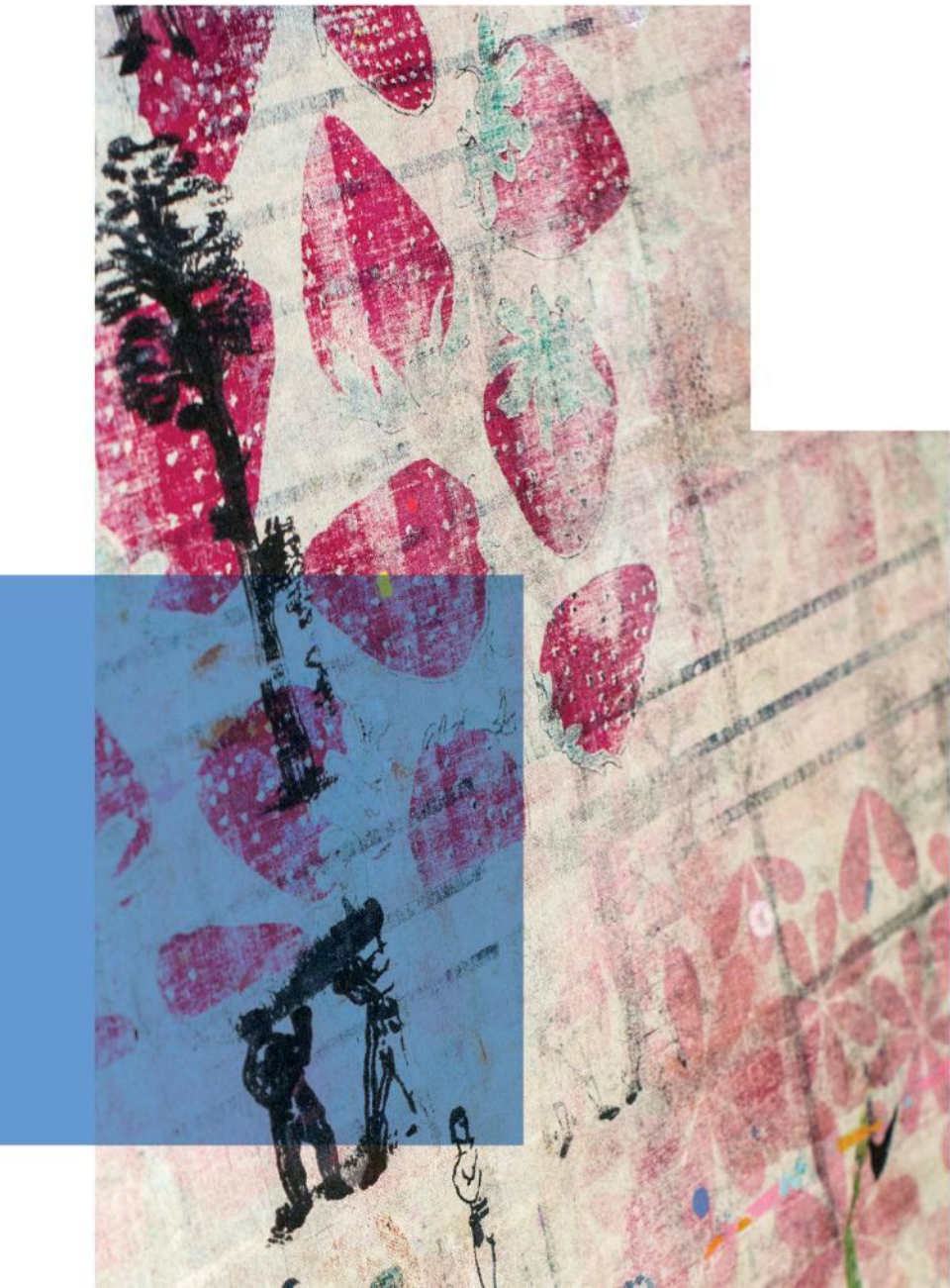
- Doing right
- Consistent performance
- Credible communications

Customer Benefits

- Better value
- Customer care
- Innovation

Society Outcomes

- Employee care
- Community impact
- Care of environment



FLEISHMANHILLARD

The power of true