

Communication with Donors, For the Start and Growth of a Relationship

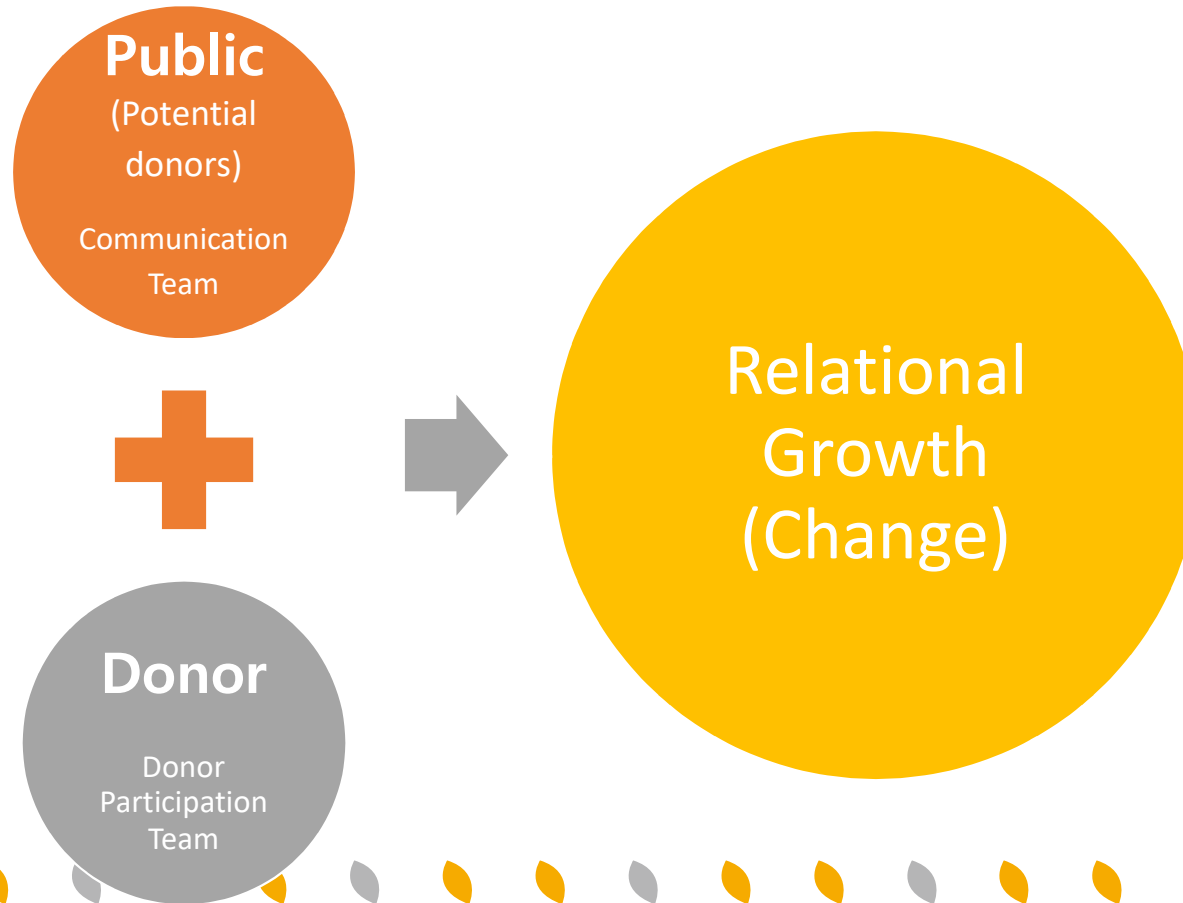
모두를 위한
변화
변화를 만드는 연결

-Case Study of Communication of The Beautiful Foundation-

Lee Young Ju, Head of Research Project Team
at The Beautiful Foundation

Targets & Role

모두를 위한 변화
변화를 만드는 연결



Types of Channels

모두를 위한 변화
변화를 만드는 연결

- Public (potential donors) → Find differentiated contents
- The Beautiful Foundation donors → Regular communication & in-person events

Communication Team: Public (Potential Donors)

Newsletter, Annual report, Website, Blog, Social media, Press

Donor Participation Team: The Beautiful Foundation Donors

Donor rewards based on donor relationship, Donor events



2023
아름다운재단
연차보고서

The Beautiful Foundation
Annual Report 2023



Public's Preferred Contents & Channel of Communication (2021, Unit: %)

모두를 위한 변화
변화를 만드는 연결

Preferred News Source					
	Total	(Base: Donors Total N=1,429, Unit: %)			
		Receive Mail		Receive Email	
		Yes	No	Yes	No
(Base)	(1429)	(1117)	(312)	(1236)	(193)
Social Performance & Impact	29	30	24	29	27
Donor Impact Report	27	26	32	27	30
News on Progress of Projects	22	23	21	23	19
Diverse Donor Stories	13	14	9	13	12
Information on participative events, etc.	7	6	11	7	9
None/Don't know/No Answer	1	1	2	1	2

Preferred Channel to Receive News					
	Total	(Base: Donors Total N=1,429, Unit: %)			
		Receive Mail		Receive Email	
		Yes	No	Yes	No
(Base)	(1429)	(1117)	(312)	(1236)	(193)
Email	39 66	40	35	40	28
Text Message	38 68	39	35	37	47
Instagram	7 16	6	14	8	6
Website	7 26	7	5	6	10
Facebook	4 9	4	5	4	5
Naver Post	3 12	3	4	3	2
Unsubscribed	2	1	3	2	3



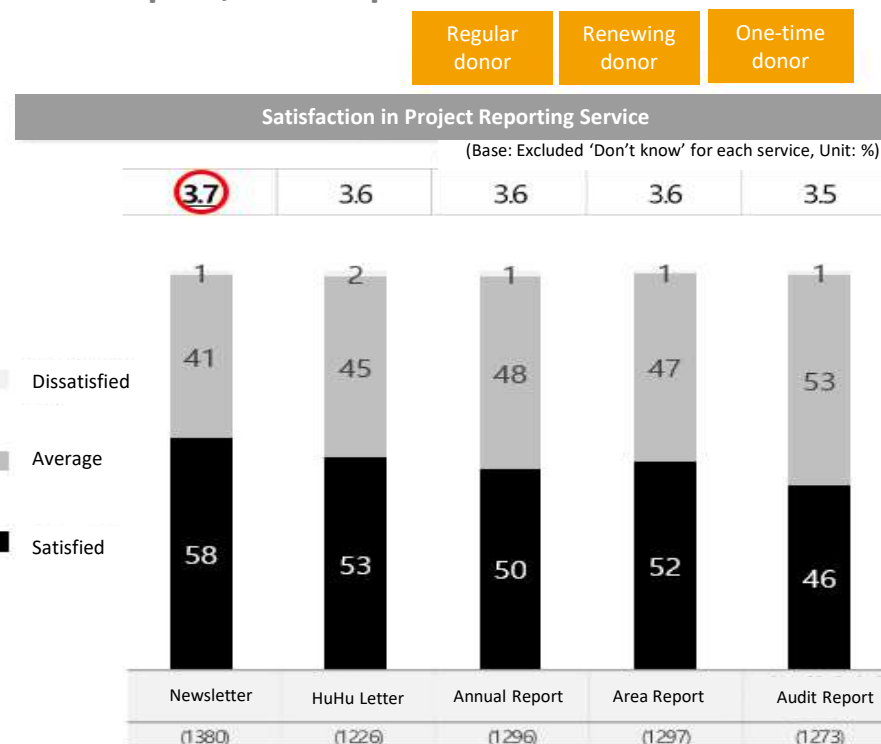
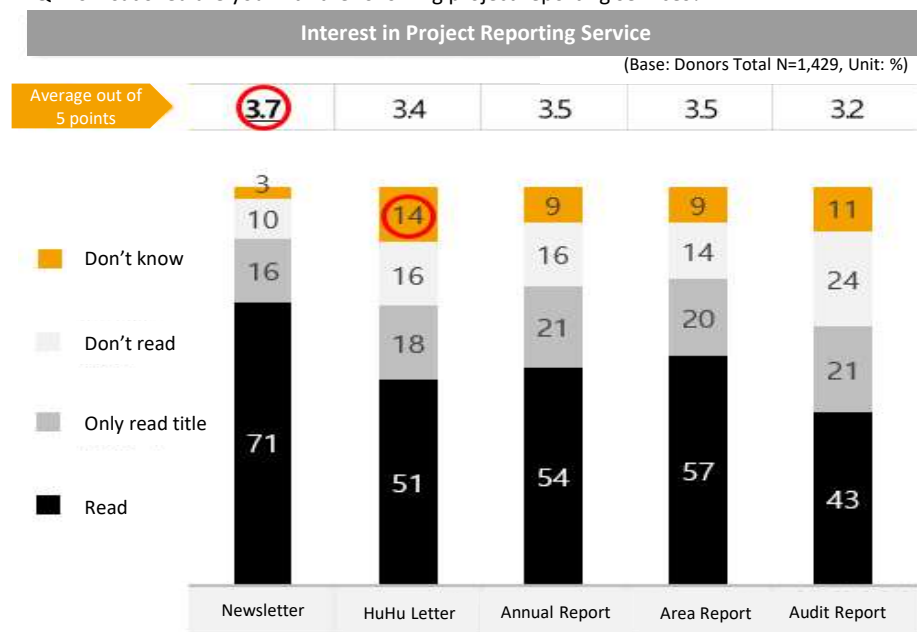
Public's Interest & Satisfaction in Communication Channels (2021, Unit: %)

모두를 위한 변화
변화를 만드는 연결

Informing Channels: Newsletter, HuHu Letter, Audit report, Annual report, Area report

Q. How interested are you in the following project reporting services?

Q. How satisfied are you with the following project reporting services?



Donors' Interest & Satisfaction in Rewards (2021, Unit: %)



Interest



Satisfaction

	Total
Thank you call	89
Thank you letter for first donation	88
Annual thank you letter	86
Email card on birthday of donation	80



Donors' Event Participation & Preference (2021, Unit: %)



Participation rate

	Total
(Base)	(1247)
Small meeting for changing the world	5
Heart-to-heart philanthropy walk	5
Visit Foundation	3
First meeting of the heart	3
Never participated	88

Reason for not participating

(Base: Non-participants N=1,093, Unit: Multiple answers %)

	Total	Age		
		20대 이하	30-40대	50대 이상
(Base)	(1093)	(32)	(57)	(484)
No spare time for it	52	66	55	48
Uninterested (only donate)	28	16	28	29
Feel awkward meeting new people	24	22	27	20
Want to go but it's too far	23	28	22	24
Didn't know there was an event	6	22	7	4
Don't know what the event is about	4	16	4	3

Preference

Contents	Total		
		1st	1st + 2nd + 3rd
(Base)	(1245)		
Lecture events	37 53		
Volunteer activities	18 41		
Donor meetings	11 30		
New donor meetings	3 7		
Regional donor meetings	0		
No preference	30		



- Connection through communication with donors and organizations → Drive force of change
- Communication with donors, connection through continuous communication:

Case studies of the Donor Participation Team & Communication Team





아름다운재단
The Beautiful Foundation

모두를 위한 변화
변화를 만드는 연결

Giving Korea 2024

Making Change Through Diverse Channels: The Power of Participation and Feedback

Kwak Boa, Head of Communication Team
The Beautiful Foundation

Table of Contents

- About the Communication Team of The Beautiful Foundation
- Giving Korea 2024 & Case Study of The Beautiful Foundation
- Limitations & Concerns

Communication Team of The Beautiful Foundation

- Role

Public Relations: Share about the Foundation's vision, mission, core values, projects
Guide of public interest activities: Encourage more people to learn about public interest issues, take interest in them, and participate in social change

- Communication Targets

Donation Members: Introduce the Foundation's activities and performance
Public (potential donors): Introduce public interest activities
Supporting/Cooperating organizations: Partners of public interest activities



- Aim

A trustworthy friend in the field of public interest activities:
“An organization introduced by The Beautiful Foundation is as good as verified”
“If it's content picked out by The Beautiful Foundation, it's content worth reading.”
→ Expand the PR of the Foundation & touchpoint of citizens and public interest activities,
Seek a position of trustworthy channel that leads to communication and participation

- Strategy

Approach through diverse channels but differentiate the channels' targets and themes
From unidirectional communication to participatory communication
Broad, deep, different, and fun contents



Communication Team of The Beautiful Foundation



**Expanding the touchpoint with the public while
strengthening the connection with donation
members**



Giving Korea 2024 & The Beautiful Foundation

- Current donors: High levels of satisfaction·loyalty·positive evaluation of organizations
 - People who put effort into giving: Much interest in the impact created by organizations
 - People who evaluate impact highly: A lot of request for information/experience of their views applied (interactive responsiveness)
 - No. 1 reason for participating in giving in 2023: ‘Considered it a responsibility as a citizen’
- Experience in giving is important, then what?**

**“Donate
now!”**

**Stories about the ultimate image of
the social changes created together,
the projects and people creating the
change**



Giving Korea 2024 & The Beautiful Foundation

Honest approach through disclosure of information to build credibility:

Produce online annual reports

Visit More People:

Online promotion that is more visible

Timely Approach:

Social media & in-person events

Show the people creating the change and the scene:

Send newsletter (HuHu Letter)

Stories about the ultimate image of the social changes created together, the projects and people creating the change



Showing People & Scene Creating the Change: HuHu Letter



매일 세상의 변화를 수집하는 후후!
다정한 마음이 만든 변화를 모아서 보내드립니다.

변화의 이야기를 모아 전해드려요!

세상이 어떻게 달라지고 있는지, 또 변화를 위해 어떤 사람들이 애쓰고 있는지 알고 싶다면?



**If you want to know how the world is
changing,
And what kind of people are working
hard for it**

- Monthly newsletter
- For donation members and the public at large
- Sharing about the topics making issue in society and the big and small changes created by citizens regarding important topics

.....

Showing the People & Scene Creating the Change: HuHu Letter

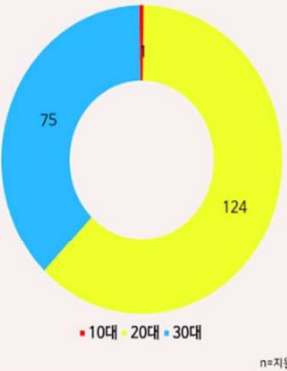
오늘의변화, 후후

Reality and change captured by the youth women's industrial accident recovery support project

2023년 한 해 동안 아름다운재단과 노동건강연대는 청년여성 산재회복 지원사업 시작지대에 있는 청년여성이 일상을 회복할 수 있도록 60명에게 생애노동환경 실태를 조사했습니다.

청년여성 산재회복 지원사업 결과보고서에서 발췌한 당사자들의 이야기를

청년여성 산재회복 지원사업 신청자 연령



청년여성 산재회복 지원사업에 신청한 청년여성의 62%가 20대였어요. 별 이야기를 들어보니 특성화고를 졸업한 뒤 바로 취업하거나, 중·고등학교에

내일을 위한, 후후

Self-Reliance Master, Heo Jin-i's solid life

아름다운재단이 열여덟 어른 캠페인을 시작한지도 4년이 지나고 있어요. 그간 자립준비청년들의 이야기는 널리 알려졌고 당사자들도 자신의 존재를 드러내는게 어색하지 않은 사회가 되었습니다. 그러나 사진전에서 허진이 씨를 보고, 새삼 아기와 함께 있는 자립준비청년을 본 적이 없었다는걸 알게 됐어요. 결혼과 출산, 육아를 경험하고 있는 자립준비청년들은 어떻게 지내고 있을까, 이들이 생각하는 자립은 무엇일까 궁금해졌고요.



Animal rights activist, Choi In-soo from KARA talks about the changes in bears

동물권행동 카라 최인수 활동가는 '미련곰탕이'라는 표현에 동의하지 않아요. 곰을 돌보면서 예민하고 섬세한 동물이라는 것을 알게 됐기 때문이에요. 아픈 곰들에게 약을 먹이 멜로우에 숨겨서 주곤 했는데 쓴 맛의 비밀을 알고 나서는 앞발로 약을 긁어내고

성격도, 취향도, 예민함도 제각각인 곰들이 4평 남짓 철창 안에서 힘겨워하고 있다 하면 최인수 활동가는 마음이 조금해진다고 합니다. 법 개정은 이제 시작일뿐, 더 을 위해 할 수 있는 것들을 고민하고 있는 최인수 활동가의 이야기를 들려드립니다.



해역에서 살고 있는 곰 '소요' ©동물권행동 카라

A day in the life of Se-yeon Lim, a school social worker



06:00	기상 및 준비
07:00	이동
08:30	출근 후 등교 힘들어하는 학생 확인 전화, 교문 등교 맞이
09:00	업무 계획 및 행정업무
10:00	가족성장지원사업 <엄마책임> 활동 진행 '호밀밭'
~12:00	의마수꾼 고전 함께 읽고 나누기
점심식사: 상담선생님과 함께 먹고 있는 학생과 관	

① Do you know about the Committee to Improve the Treatment of Social Workers?

사회복지사 처우를 논의하는 사회복지사 처우개선위원회가 운영되고 있다는 것, 알고 계셨나요? 사회복지사들은 보수체계에 대한 법적 근거가 없다 보니 보건복지부의 인건비 가이드라인에 따라 급여가 지급되는데요. 이마저도 권고사항이다 보니 아쉬운 점이 많았어요. 그래서 인건비 기준 등을 심의할 수 있는 위원회를 만들게 됐습니다. 중요한 변화이지만 아직 위원회 구성이 어렵다는 의견도 있었어요. 현장에서 일하고 있는 노동자 비율이 1%로 너무 적다는 거죠. 현장의 애로사항을 전달할 수 있도록 위원회 구성이 다양해진다면, 보다 실질적인 처우개선 논의가 가능하지 않을까요?

② What is needed for safe work of care workers?

2023년 10월, 돌봄노동자의 건강권을 논의하는 토론회가 개최됐어요. 활동지원사, 간병노동자 등 돌봄노동자들은 제대로 일 수 있는 시간이 없는데다 업무로 인한 부상과 질병도 자

HuHu Letter & Feedback



How could leaving a comment become more fun?

I wrote an opinion as part of a quiz event ...
But now I think I've poured my heart into it...



HuHu Letter & Feedback

How is the fund for 'youth preparing for independence' being used?

I'd like to know more about the Wildlife Protection and Management Act

In addition to sharing about the current state and reality of a situation, I think it would be even better to have the views of experts such as labor attorneys.

Have there been any changing trends in civil participation such as philanthropy, volunteer work, etc.?

I think it would be good to have a communication window for subscribers!

If you have any contents on supporting abandoned dogs, please let me know.

I'm curious about the stories of women such as single moms and elderly women.

I think it would be nice to add the stories of donors for each topic

Could you share the news, updates of the 'youth preparing for independence'?

Please tell us how the year 2023 was for the Foundation

I thought 'my own kind of independence' isn't just the story of the 'youth preparing for independences' but all of ours. In fact, I think as someone who had parents tell me what to do into my late 20s, I had less opportunity to think about 'being me.' I could deeply relate to the story of still trying to figure out 'being me' even after marriage and children.

This content was so good! Thank you!

Welfare is emphasized more by the day, but I didn't get the chance to hear the story of the care workers behind the scenes! If you expanded on this content, I think it will reach many people and also give us more to learn about!

It would be nice if you introduced ways subscribers, that's general citizens, can bring change.



HuHu Letter & Feedback: Cases of Applied Feedback

Could you share the news, updates of the 'youth preparing for independence'?

Vol. 36 This is how the 'youth preparing for independence' are doing 🌱

I'm curious about the stories of women such as single moms and elderly women.

Have there been any changing trends in civil participation such as philanthropy, volunteer work, etc.?

I think it would be nice to add the stories of donors for each topic

It would be nice if you introduced ways subscribers, that's general citizens, can bring change.



킹메이커 송연화 활동가 🌻

청소년부모 지원 활동을 시작한 배경은 무엇인가요?

저는 청소년부모로 아이를 낳아 기르고 있는데요. 출산, 육아 과정에서 청소년부모를 지원하는 킹메이커 대표님을 만나게 됐어요. 취업성공패키지로 포토샵 학원을 다니고, 자격증을 취득했을 때였는데 대표님



더위에 지쳤던 후후, 이 사람을 만나고 행복이 가득합니다. 걸어서 번 돈을 모두 기부하고 있는 두백기부, 이재찬 님입니다. 2021년 시작한 도보 배달은 지금까지 이어지고 있는데요. 2023년 5월 12일 기준 총 747.7km를 걸어 570만 원을 벌었고, 25개 단체에 모두 기부했습니다.

구독자들에게 한 마디

녹색연합: 온실가스 최대 배출원인 석탄발전을 정부가 끝 수 있도록 적극적으로 요구하는 정치사회적인 행동도 생각해 보면 좋겠습니다. 2022년 9월, 시민 5만 명이 '신규 석탄발전소 철폐를 위한 탈석탄법 제정' 청원에 동의했는데요. 1년이 지나도록 국회는 아무런 조치도 취하지 않고 있습니다. 녹색연합을 비롯한 여러 단체들이 국회에 '탈석탄법 제정을 촉구하는 시민 신문광고'를 게시할 예정입니다. 후후레터 구독자분들도 공동 신문 광고주가 되어주셔서 국회를 향해 함께 목소리를 내어주시면 좋겠습니다.

서울환경연합: 종종 강의나 캠페인을 통해 만난 분들이 '본인의 실천이 온실가스 감축에 얼마나 도움이 되는지 모르겠다, 혼자만 실천하는 것처럼 느껴진다.'고 이야기하시곤 해요. 하지만 환경을 위해 무언가 시작하고, 지속한다는 것은 중요합니다. 결국 그 힘이 모여 서울환경연합과 같은 환경단체가 근본적인 변화를 만들어낼 수 있는 원동력을 전해주고 싶어요.

소비자기후행동: 빌 맥과이어의 책 <기후변화, 그게 좀 심각합니다>의 서문을 전해주고 싶습니다. '날마다 무지, 비난, 정보의 교란, 막무가내식 부정에 맞서 곳곳하게 싸우고 있는 전 세계 기후활동가들에게 이 책을 바칩니다. 이 싸움에서 여러분은 이길 것입니다. 여러분은 패배할 이유가 없으니까요.'

HuHu Letter, Looking Ahead...

오늘의 변화, 후후

서로를 기다린 좋은 어른들

팟캐스트 녹음실 초인종을 누르면서부터 마음이 두근거렸어요. 좋은 어른 세 명과 만나는 자리라 너무나 기대했거든요. 어린이와 청소년을 위해 무엇을 할 수 있는지 치열하게 고민하는 사람들을 만날 기회가 흔치 않으니까요!

자, 이제 후후레터가 꿈은 좋은 어른 세 사람을 지금 소개할게요. 베스트셀러 '가난한 아이들은 어떻게 어른이 되는가'를 쓴 강지나 작가와 열여덟 어른 신선, 손자영 캠페이너입니다.



맞혀봐 지금, 후후

? 책 증정 이벤트! '캐노피에 매달린 말들'은 어떤 일터의 이야기를 다루었을까요?



**To become a
representative
platform of
public interest
activities
through active
collaboration
and in-depth
contents**

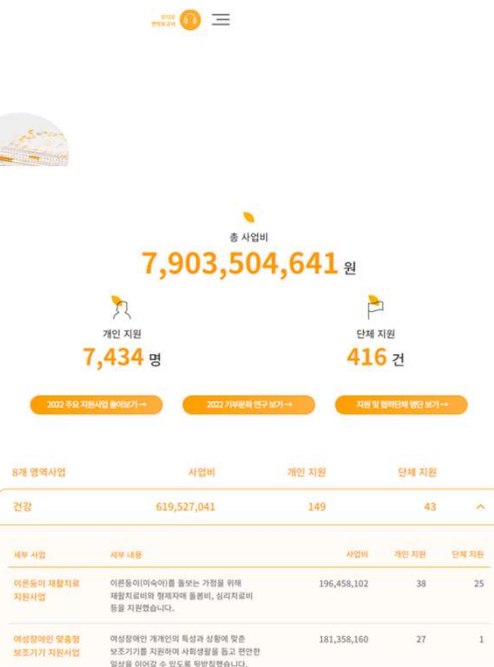


Honest Approach through Disclosure of Information to Build Credibility: Production of Online Annual Report

- Report on performance of projects and activities and financial status of the past year
- Most important report material for donation members



2022 아람다운재단 연차보고서



Honest Approach through Disclosure of Information to Build Credibility: Production of Online Annual Report

- Report on performance of projects and activities and financial status of the past year
- Most important report material for donation members

Background of discussion for online production

- * Use of hardcopy of annual report
- * Readability of performance of major activities
- * Consideration of environmental protection and reduction of expenses



The journey to a more readable online annual report...

2017~2019: Start online production

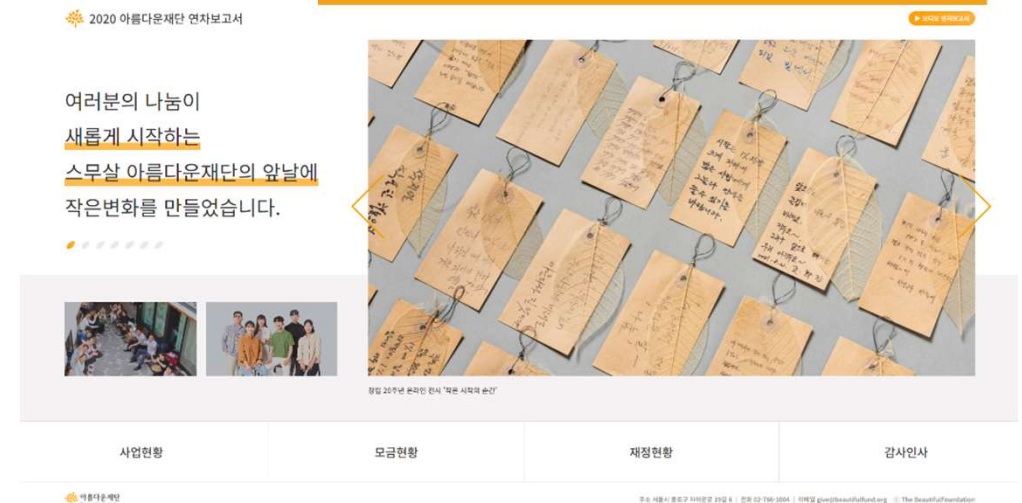
- Have main information on one page,
More accessibility to mobile access through text message
- No problem on the web... but the mobile version is too long and complicated

2020: Change structure of web version to site form (separate development of mobile version)

- Trial production of audio annual report (in the form of conversation with person in charge, executive director)
- Strengthen contents related to finance

2021~2022: Reorganize to fit one page

- Improve the design by making the most of videos/photos and enhance the page format such as the tab and card slide
- Reduce the monotony and convey a vibrant image
- Produce separate contents such as an introduction to the performance of major support projects, and add a link button
- Cast a professional anchor (supporter of Foundation's project), produce audio annual report using the audio of existing visual material



The journey to a more readable online annual report...

2017~2019: Start online production

- Have main information on one page,
More accessibility to mobile access through text message
- No problem on the web... but the mobile version is too long and complicated

2020: Change structure of web version to site form (separate development of mobile version)

- Trial production of audio annual report (in the form of conversation with person in charge, executive director)
- Strengthen contents related to finance

2021~2022: Reorganize to fit one page

- Improve the design by making the most of videos/photos and enhance the page format such as the tab and card slide
- Reduce the monotony and convey a vibrant image
- Produce separate contents such as an introduction to the performance of major support projects, and add a link button
- Cast a professional anchor (supporter of Foundation's project), produce audio annual report using the audio of existing visual material

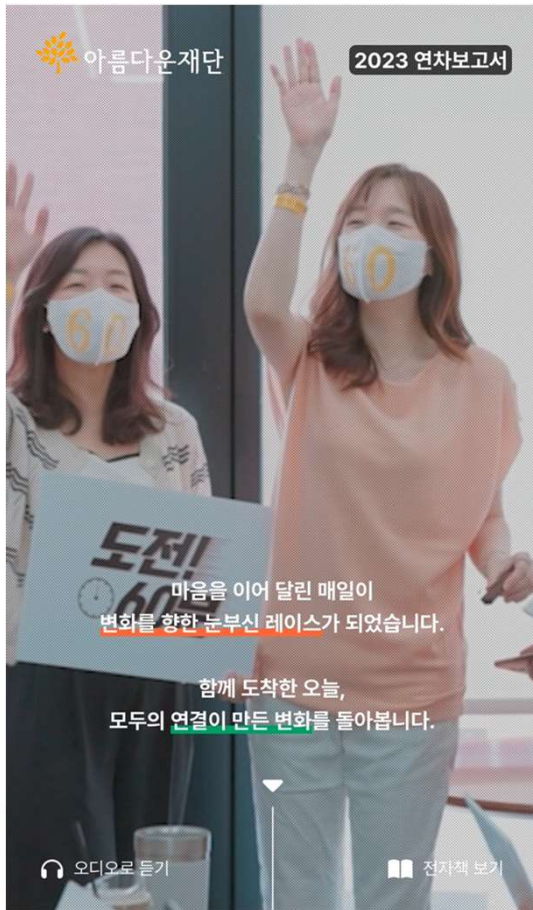


It's convenient.. but too long to read on my phone

I want to know more about the projects, it's slightly boring

Who reads it where?
Is there a way to make it more easily readable...?

2023: What if we only made a mobile version?



2023:

What if we only made a mobile version? ...But now with participation added to it

변화를 위해
함께 달려주셔서
고맙습니다!



2023년 아름다운재단과
함께해주신 여러분에게
완주증명서를 발급합니다.

발급된 증명서는 많은 사람들에게 자랑해주세요!
추첨을 통해 선물을 드립니다.

📅 2024.4.5(금)~4.19(금) | 당첨자 발표: 4.23(화)
📱 인스타그램 스토리 업로드 후 아름다운재단 계정 태그 필수
🎁 총 20명에게 커피 기프티콘 증정

이름 또는 닉네임을 입력해주세요.

완주증명서 발급받기 +



Visit More People: Online Promotion

건강영역

- 여성장애인 맞춤형 보조기기 지원사업
- 재가노인 방문의료 지원사업

노동영역

- 위기 소상공인 지원사업
- 한부모여성 창업자금 대여 (희망가게)

주거영역

- 청소년부모 주거 지원사업
- 노숙위탁 청소년 주거 지원

교육영역

- 대학생 교육비 지원사업
- 청년 예술 지원사업

There are too many projects

- 아동청소년 문화 지원사업
- 무장애 장애인차 지원사업
- 장애인 취업 접근성 향상 지원
- 보조기기 지원사업
- 청소년 커뮤니티활동 지원사업

안전영역

- 재난대비 안전행 지원사업
- 지역아동센터 환경개선 지원사업
- 재난안전대책지원사업
- 방화 지원사업
- 화재예방 지원사업
- 어린이집 지원사업
- 노인복지 지원사업

참여영역

- 해외청 지원사업
- 도시공사 지원사업
- 모 프로젝트 지원사업

- 청소년 공익활동 지원사업
- 나눔교육 & 봉사활동
- 공공기관 IT인력 지원사업
- 직업능력개발센터 지원사업
- 기부문화 확산사업
- 기업모니터링
- 기업연구개발사업
- 국제연구
- 나눔 캠페인



There's also too much change



모두를 보여주는 이미지

연결의 가치를 보여주는 메시지

아름다운재단
The Beautiful Foundation

모두를 위한 변화
변화를 만드는 연결

변화를 시각적으로 표출

People (absolutely) don't know
People aren't (at all) interested
Only we know and take a lot of interest



→ Is there a way to expose people to public interest activities without making them feel pressured?

Visit More People: Online Promotion

! 건강영역

- 여성장애인 맞춤형 보호가사 지원사업
- 재가노년 병문안료 지원사업

! 노동영역

- 취약 소집권인 지원사업
- 한부모여성 창업자금대출 (매입가방)

! 주거영역

- 청소년보호 주거 지원사업
- 노숙취업지원 주거 지원사업

! 교육영역

- 다문화 교육에 지원사업
- 청소년 교육에 지원사업
- 청소년 생활안전 지원사업
- 사회적 리더십 프로그램 지원사업
- 청년 경력교육 지원사업

사업이 너무 많다

! 안전영역

- 재난피해 안전지원 지원사업
- 재난피해생계비 지원사업
- 재난피해생계비 지원사업
- 재난피해생계비 지원사업
- 재난피해생계비 지원사업
- 재난피해생계비 지원사업

! 장애인영역

- 장애인 고용지원사업
- 장애인 고용지원사업
- 장애인 고용지원사업
- 장애인 고용지원사업
- 장애인 고용지원사업
- 장애인 고용지원사업



변화도 너무 많다



! How about an online game?

! 사람들은 (절대) 모른다
사람들은 (정말) 관심이 없다
우리만 알고 관심이 지대하다

연결의 가치를 보여주는 메시지

아름다운재단
The Beautiful Foundation

모두를 위한 변화
변화를 만드는 연결

변화를 시각적으로 표출



→ 부담없이 공익활동을 접하게 할 방법 없을까?

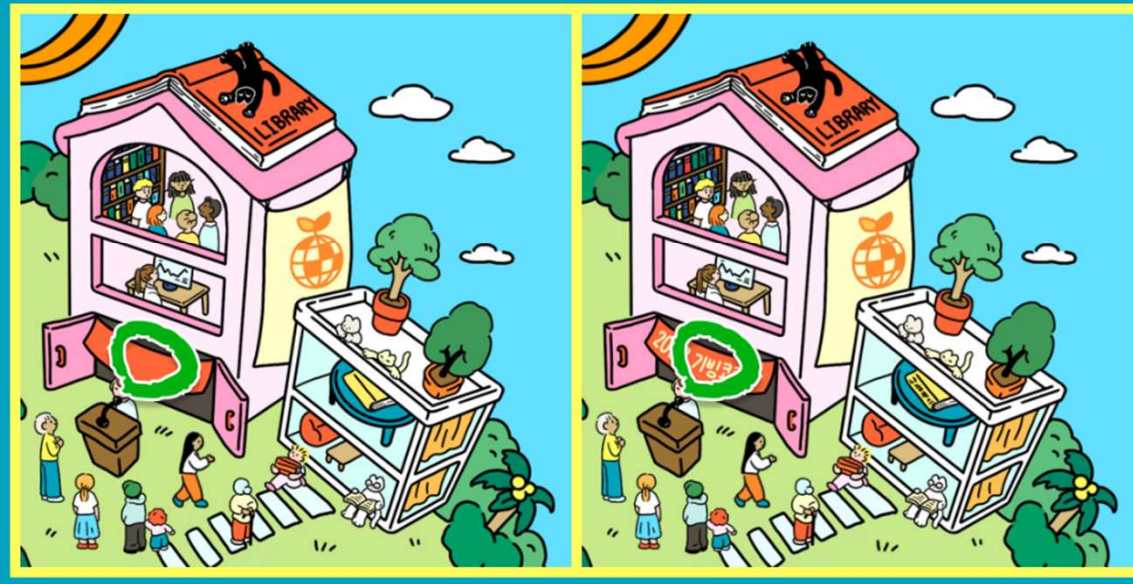
Visit More People: Online Promotion ① 2023 ‘We Are Connected By An Orange String’

STAGE 1 유자학교



- In what ways can we show Sharing → Project (Foundation Activities) → Outcome (Impact)?
- If we show the ‘Before–After’ of change, users could look for the changes and feel the difference + even subscribe to our newsletter?

STAGE 5 기부문화연구소



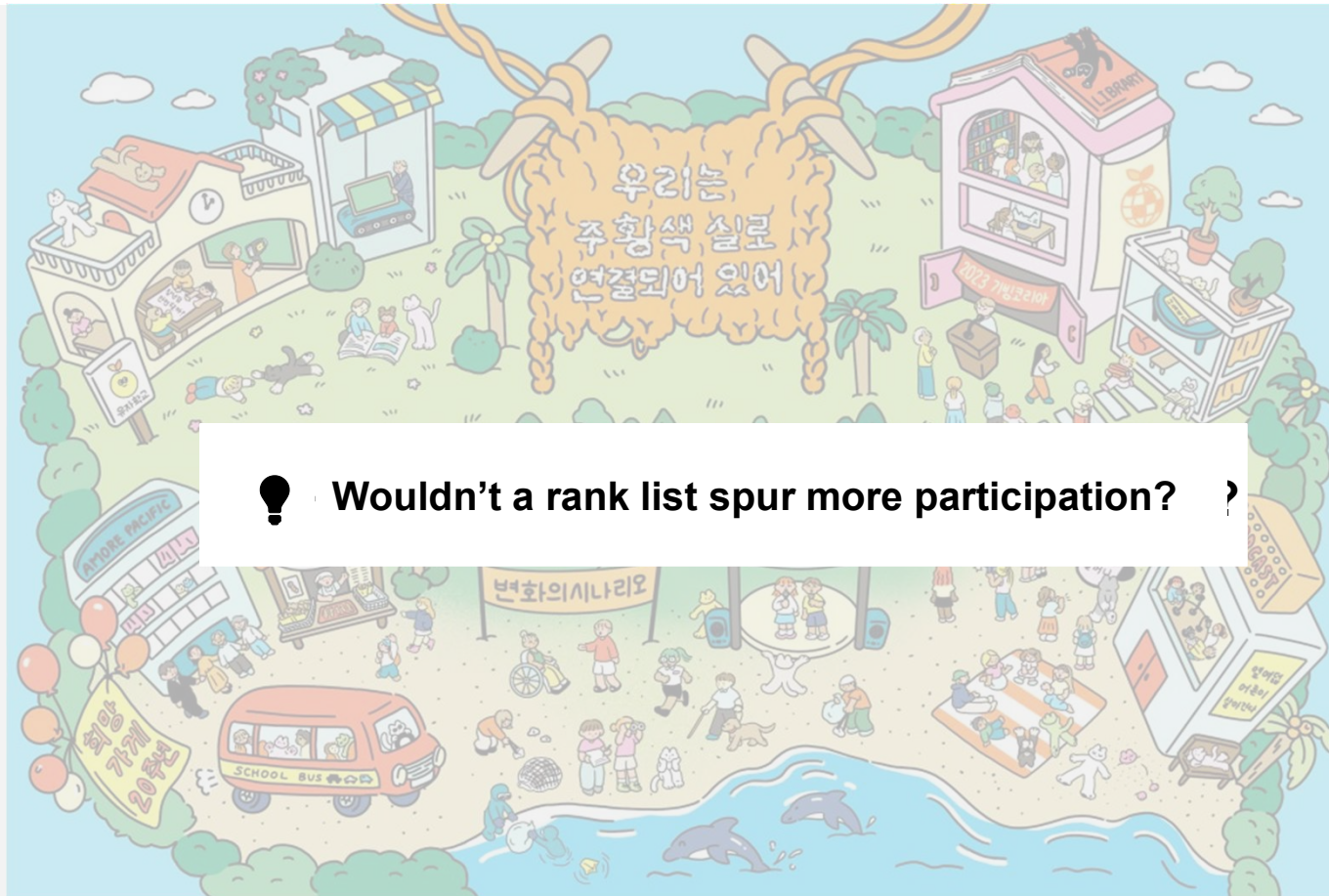
- Let's stimulate our users' competitiveness with the right level of difficulty!



Visit More People: Online Promotion ① 2023 'We Are Connected By An Orange String'



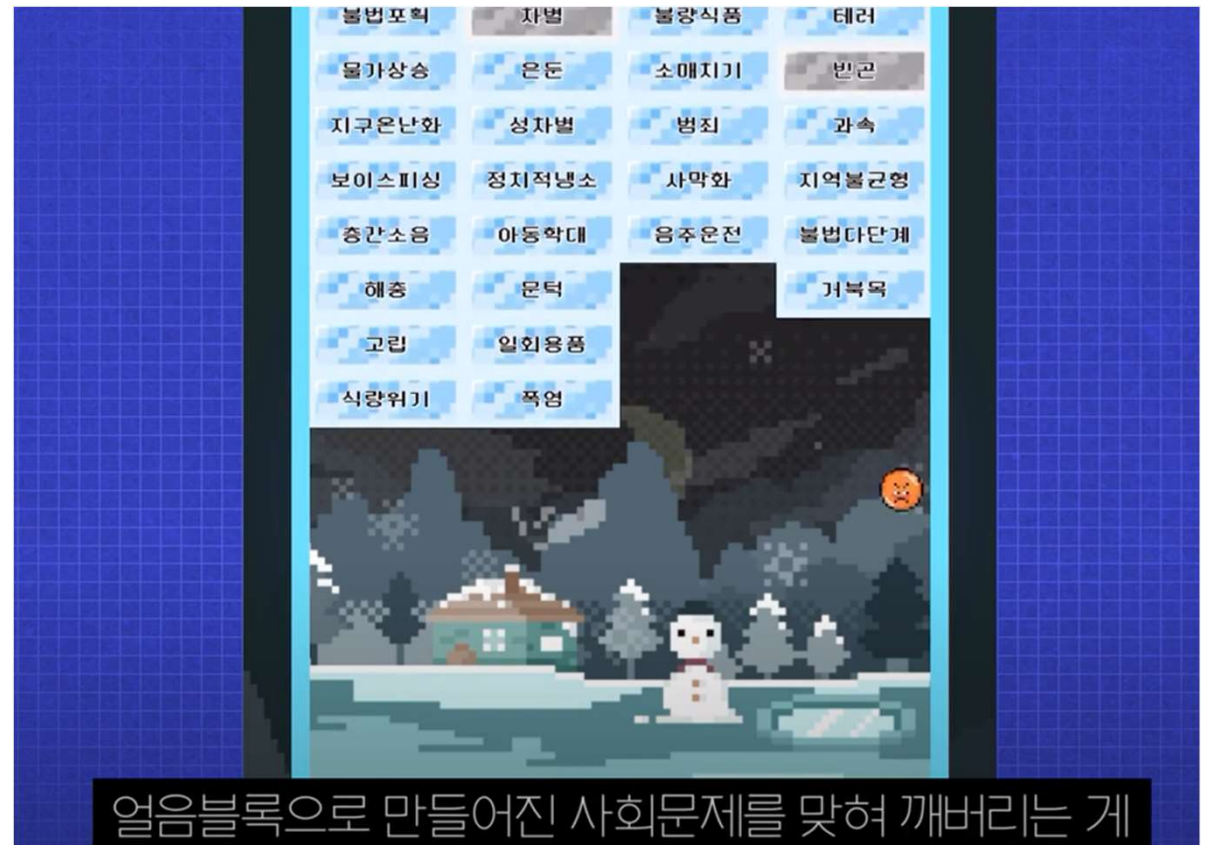
Visit More People: Online Promotion ① 2023 'We Are Connected By An Orange String'



💡 Wouldn't a rank list spur more participation? ➡



Visit More People: Online Promotion ② 2024 'Break Together'



Visit More People: Online Promotion ② 2024 'Break Together'

에! 더 나은 세상을 위해

순위	닉네임	점수
1	최재재	3229
2	임종복으먼병아와	3228
3	기우원기재재	3225
4	우변희월	3218
5	호두곰자	3216
5	임동 우원 종	3216
7	간담	3212
8	김기재	3211
9		3207
10		3205
.....		
2345	기빙코리아	1496

응원 받고 다시 깨기 내려서 변환하기

8월 1~2주
최고의 게이머
명예의 전당!

제 2996명이 게이머가 됐어

순위	닉네임	점수
1	이재강원	3217
2	부영환공익재단	3213
3	임재현스캐피	3208
4	노은희고타손연대	3204
4	한재현재원재	3204
6	정기치보자구원	3202
7	가디는 공원	3201
8	윤지혁공정당	3200
8	윤지혁공정당	3200
9	신규문도날비점재	3200

Visit More People: Online Promotion ② 2024 'Break Together'

기후/생명/평화

아름다운재단, 시민참여형 온라인 게임 '다함께 깨깨깨' 프로모션 전개

이대빈 기자 입력 2024.08.05 11:21

댓글 0

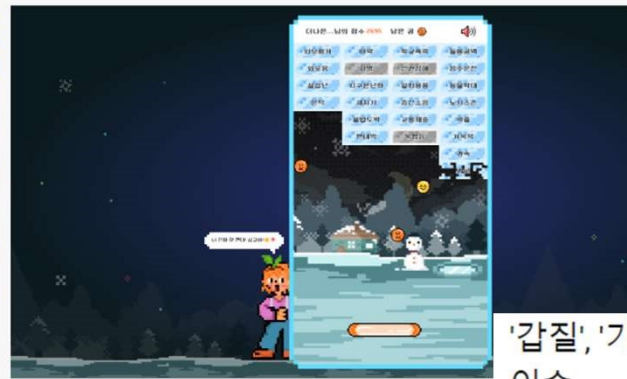


아름다운재단, 벽돌깨기 게임 프로모션으로 공익활동 소개

채예빈 기자

입력 2024.08.05.13:30

아름다운재단이 일상 속 사회문제에 대한 관심을 제고하고 문제를 해결하는 '다함께 깨깨깨' 프로모션 게임을 선보인다.



'갑질', '기후위기' 벽돌 시원하게 깬다..시민참여형 온라인 게임 '다함께 깨깨깨' | 핑거 이슈

• 1개월 전

핑거이슈



Timely Approach: Social Media & In-person Events



아름다운재단 @beautifulfund · 2024. 6. 18. ...
[보도자료] 오마이걸 아린, 생일 맞아 2천만 원 기부. '열여덟 어른의 건강한 자립을 응원합니다' #아린 #아름다운재단 beautifulfund.org/112432/



120 139 5960



아름다운재단 @beautifulfu... · 2023. 10. 18. ...
[보도자료] 배우 이제훈, 취약계층·공익활동 지원에 아름다운 기부 #아름다운재단 #이제훈



아름다운재단 - [보도자료] 배우 이제훈, 취약계층·공익활동 지원에 아름다운 기부
beautifulfund.org

51 64 8388





Venue for Hope Store 20th Anniversary Event



Limitations & Concerns

- **Limitations due to the targets**

- Feedback from different directions.. It's impossible to please everyone! Then what?
- Smooth participation.. Cherry pickers gathering anytime anywhere

- **Concerns due to the nature of NPO communication**

- Concerns about finance
- Where is our teacher, where is our reference
- Express with care

- **Concerns about measuring performance**

- Is a high number of views the end? Or is a donation the end?
- How can degree of recognition and brand power be measured?

- **Problems with the organization**

- Is our organization prepared for communication?



TIP

Are your budget and human resources both limited? Then first check the following

- Who is your most important communication target that you need to have contact with in the next 12–18 months?
- Donation member, supporter, media, policy decision–maker?
- What is your central communication medium to reach the target?
- Online, broadcast, face–to–face, printed material, phone
- Which method will be most sustainable? What means, if developed, will bring the most value commensurate to the amount of investment?
- Do your workers have the capacity to maintain this?







**A challenge for a
stronger relationship**

Service? Participation!

Han Hyejung, Head of Donor Participation Team
The Beautiful Foundation



Background of Challenge



1%

Meeting donors who practice sharing
Being the first to receive the donors' applications and to welcome them
Responding to the donors' questions and requests
Encouraging their continuous donation
Checking their request to cancel their donation and hoping to meet again

Background of Challenge



It's exemplary but familiar

Background of Challenge



It's
exemplary
but familiar

**Let's renew
the
purpose of
the service!**

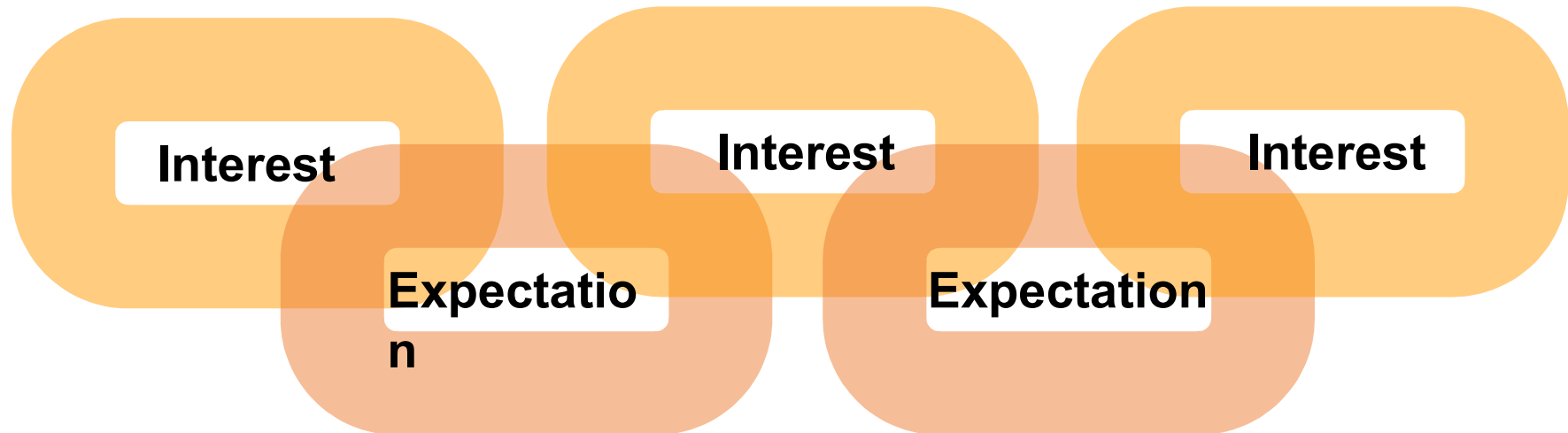
Beginning of Challenge

The central identity of
The Beautiful Foundation '**Connector**'

What does it mean to **connect** donors?

Beginning of Challenge

What does it mean to **connect**
donors?



Beginning of Challenge

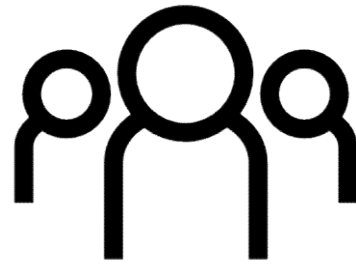
What does it mean to **connect** donors?

**Solve social
problems**



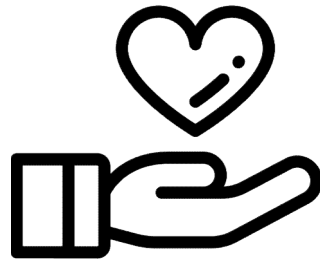
Change for all

**Beginning of
Challenge**



Who are the 1% sharing donors?

Beginning of Challenge



What is loyalty?

**Beginning of
Challenge**

Donor
satisfying
Service

**Participation
Program**
To resolve social problems



Beginning of Challenge

Participation Program of The Beautiful Foundation



Mostly 1:1 Standard



A Few Focus Together

**Challenge
Everyday**

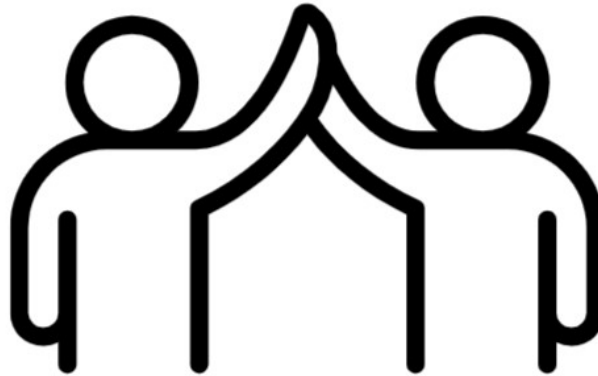
The
Beautiful
Foundation



**1% Sharing
Donors**

Challenge Everyday

The
Beautiful
Foundation



**New Donor
Friend**



Challenge Everyday

The
Beautiful
Foundation



**Best Buddy
Donor**

임현택 기부회원



공동체활동의 비빌언덕, 든든한 지원군이 되어주세요. →

송미경 기부회원

아름다운재단이
젊은이들에게 버팀목이
되어주세요. →



김정연 기부회원



활동가들이 원하는 일터,
비영리재단의 롤모델이
되어주세요. →

김혜숙 기부회원



소외와
차별 없는 세상을 위해
앞장서 주세요. →

강동훈 기부회원



아름다운재단이 더 유명해졌으면 좋겠습니다. →

김영배 기부회원

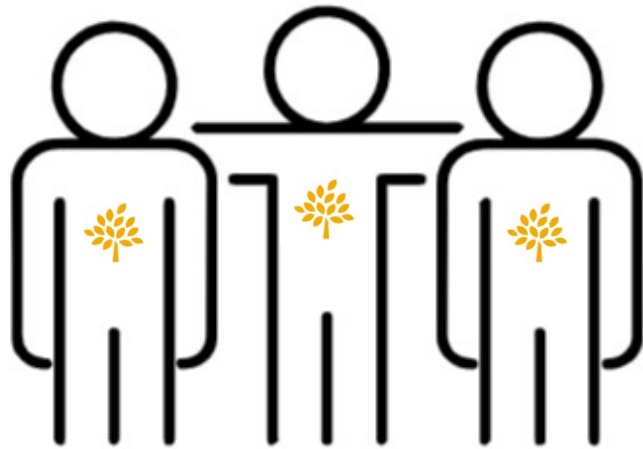


아이들이
마음껏 꿈꿀 수 있도록
힘이 되어주세요. →

Challenge Everyday



Challenge Everyday







Learning Through Challenge

What does it mean to **connect** 1% sharing donors?



To give an ear

“

When I first began to give, I thought,

**“I’ll donate as much as I pay for my
insurance”**

Just as I applied for my insurance for a more stable future

I thought I should pay a price,

taking an interest in the activities

That change the society I belong to
I am preparing for the future by sharing
for the better.

**My name is Goodal, and I am a 1% sharing
donor of The Beautiful Foundation.**

”

