



## 제목 설계 기준

- 검색 노출에 용이하도록 28자 이내로 구성
- 핵심 키워드 + 의미 전달 문장 조합



## 썸네일 기획

- 콘텐츠의 핵심 메시지를 직관적으로 전달
- 브랜드 톤에 맞는 색감과 그래픽을 적용해 첫 화면에서 브랜드 인식이 되도록 기획

“  
후원은 한 번의 도움이 아니라,  
함께 걸어가는 관계입니다.”

”

같은 로봇다리로 걸어온 16년,  
김세진 후원자와 인도네시아 컴패션 졸업생 넬디의 이야기는  
컴패션의 말하는 **양육의 가치**를 보여줍니다.



## 인트로(후킹) 구성 방식

- 문제 제기 → 사례 → 브랜드 메시지로 연결  
> 사용자 이탈 방지 및 스크롤 유도



같은 아픔을 가진 두 사람은  
김세진 대후원을 통해 연결되었고,  
편지와 기도로 이어진 시간 속에서  
넬디는 더 이상 도움을 기다리는 어린이가 아니라  
자신의 꿈을 향해 스스로 나아가는  
어른으로 자랐습니다.

이 변화는 한 아이를 끝까지 포기하지 않는  
관계로 이어진 양육에서 시작되었습니다.

그렇다면,  
이 관계는 어떻게 오랜 시간  
이어질 수 있었을까요?

## 콘텐츠 흐름 설계

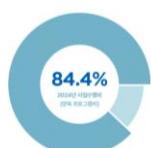
- 단락 간 브릿지 문장으로 흐름 연결  
> 읽는 흐름을 끊지 않고 자연스럽게 이동

# 후원을 ‘약속’으로 지키는 기준

어린이를 위한  
**80%**

운영을 위한  
**20%**

\* Before 인포그래픽



2024년 사업수행비 84.4%

↳ 출처 : 컴파션 2024 사업보고서

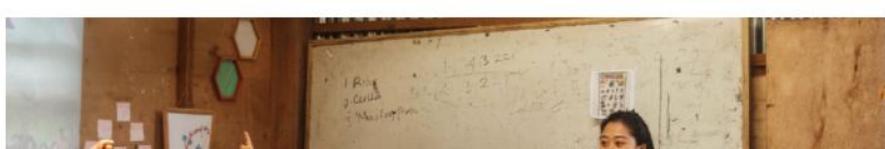
한 아이의 성장이 관계로 이어지려면  
무엇보다 신뢰할만한 기부단체인지  
기준이 필요합니다.

김세진 후원자가 컴파션을 선택한 이유도  
바로 그 지점에 있었습니다.

컴파션은 **후원금의 80% 이상**을  
현장에서 어린이 양육을 위해 사용하며,  
후원금 사용 내역과 사업 과정에 대해  
감사와 보고를 통해 투명하게 공개하고 있어요.

**국제 NGO**이자 믿을 수 있는 기부단체로서  
70년 이상 전 세계 어린이들과  
함께해 온 경험을 바탕으로  
지속 가능한 양육 구조를 지켜오고 있죠.

그래서 컴파션의 후원은  
순간의 마음이 아니라,  
한 아이의 삶을 끝까지 책임지는 선택이 됩니다.





컴파션의 양육은  
한 아이가 오늘을 살아내는 데서 그치지 않고,  
내일을 스스로 선택할 수 있는 어른으로  
자라도록 듣는 과정입니다.

그래서 김세진 후원자와 넬디의 관계는  
배움과 성장의 순간은 물론,

하나님 앞에서 아픔과 회복의 시간까지 함께하는  
오랜 시간 이어질 수 있었습니다.

## 버튼형 소제목 활용 전략

- 광고주가 보유한 기존 소스를 다양하게 활용
  - 가독성 강화 + 브랜드 메시지 반복 인식

## 끝까지 곁을 지키는 캠페션



태아영아(0-1세) | 유아기(1-5세) | 학령기(5-12세) | 청소년기(12-18세) | 자립준비기(18-22세)

**1:1 어린이 양육을 통해  
아이 한 명, 한 명의 성장 과정을 오래 지켜보고  
필요한 순간마다 결을 지키는 것,  
그것이 컴페션이다 말하는 어린이 훌워입니다**

단기적인 변화보다,  
아이의 삶 전체를 책임지는  
아동결연후원의 방향으로  
오늘도 그 길을 걷고 있습니다.

그리고 그 길 위에는  
언제나 아이들의 곁을 밝혀주는  
후원자의 마음이 있습니다.

카피 설계 기준

- 광고주 브랜드 아이덴티티를 기반으로 콘텐츠 핵심 메시지를 카피로 정리
  - 감성·메시지·CTA가 연결되도록 카피 작성

## 파워컨텐츠 키워드 운용 방식

- 핵심 키워드를 문맥 속에 녹여 자연스럽게 분산 배치

> SEO 대응과 콘텐츠 품질을 동시에 충족

한 아이의 결에 빛이 되어주신 마음에  
감사하며 컴패션은 각 기부캠페인을 통해  
청기기부 시작해 주신 분들께  
자유 가사의 서문은 준비해습니다.



렉슨 미니 캠프는  
어린이의 삶을 비춰준  
후원자의 마음을 담았습니다.  
오래 곁에 머무는 빛처럼  
그 마음이 일상 속에서  
이어지기를 바라는 뜻을 담았습니다.

### 로마서 말씀 포스터는

말씀과 함께 후원의 여정을  
시작하는 순간을 담았습니다.  
어둠 속에서도 희망을 놓지 않도록  
어린이를 향한 기도가  
일상 속에서 이어지기를 바라는  
마음을 담아 전합니다.



## 이미지 배치 전략

- 좌우 분할, 여백 활용 등 레이아웃에  
변주를 주어 읽는 재미 강화

## 자주묻는 질문 Q&A

### Q1. 왜 해외 어린이를 돋나요?

컴패션은 1952년 전쟁에 방치된  
한국 어린이를 돋는 것에서 시작되었어요.  
우리가 받은 사랑을  
다시 전하기 위해 시작되었습니다.

### Q2. 후원금은 어떻게 사용되나요?

한국컴패션은 후원금의 80% 이상을  
반드시 어린이 양육에 사용하며,  
모든 사용 내역은 정기 감사와  
공식 보고를 통해 투명하게 공개합니다.

### AEO 대응 전략

- 랜딩 하단에 Q&A 형식의 정보 영역 배치  
> 검색 후 AI 답변까지 고려한 콘텐츠 설계

### Q3. 어린이의 기난을 완전히 끌어내려면 무엇이 필요한가요?

단기 지원이 아니라,  
관계 속에서 사랑과 안전을 경험하며  
스스로 자립할 수 있도록 돋는  
지속적인 양육이 필요합니다.

### Q4. 아이를 후원하면, 나에게는 어떤 변화가 생길까요?

많은 후원자들은  
“아이를 돋는다고 시작했지만,  
오히려 내 삶이 더 단단해졌다”고 말합니다.  
아이의 성장을 지켜보는 시간 속에서  
후원자 역시 함께 변화하고 있기 때문입니다.



오랜 시간이 흐른 뒤에도  
넬디의 눈빛은 여전히 단단했습니다.  
그 결에는 멀리 떨어져 있어도  
기도와 편지로 마음을 나눠온  
김세진 후원자 가족의 시간이  
함께 남아 있었기 때문입니다.

컴패션의 후원은  
서로의 삶에 오래 남는 관계로 이어집니다.  
이제, 한 아이의 곁에  
당신의 이야기도 함께 놓아보세요.

**자란다, 컴패션  
잘 자라도록, 끝까지**

오늘을 버티는 데서 멈추지 않고  
내일을 꿈꿀 수 있도록 함께합니다

[아이의 내일에 함께하기 >>](#)



꿈을 않은 어린이들에게 그리스도의 사랑을

**하단 배너 활용 방식**

- 공감의 흐름을 이어주는 마무리 메시지 카피 배치
- 독자가 스스로 행동하도록 돋는 구조
- 콘텐츠 전체 맥락을 정리하며 자연스럽게 참여로  
이어지는 마무리