

어린이후원, 아이의 삶을 '관계'로 돌보는 컴패션 이야기

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 걷어가는 관계입니다.

”

같은 로봇다리로 걸어온 16년,
김세진 후원자와 인도네시아 컴패션 졸업생 넬디의 이야기는
컴패션이 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
컴패션 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

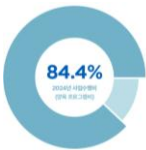
후원을 ‘약속’으로 지키는 기준

어린이를 위한
80%

운영을 위한
20%

* Before 인포그래픽

2024년 사업수행비 84.4%
출처 : 컴패션 2024 사업보고서



80%
80% 이상의 후원금에 대한 80%의 후원금 사용 비율을 유지하는 것을 목표로 합니다.
- 어린이를 위한 80% (교육, 의료, 생계 등)
- 운영을 위한 20% (사무실 임대료, 인건비, 차량 등)
- 후원금 사용 내역과 사업 과정에 대해 감사와 보고를 통해 투명하게 공개하고 있어요.

20%
20% 이하의 후원금에 대한 20% 이하의 운영비 사용 비율을 유지하는 것을 목표로 합니다.
- 운영을 위한 20% (사무실 임대료, 인건비, 차량 등)
- 후원금 사용 내역과 사업 과정에 대해 감사와 보고를 통해 투명하게 공개하고 있어요.

한 아이의 성장이 관계로 이어지려면
무엇보다 신뢰할만한 기부단체인지
기준이 필요합니다.
김세진 후원자가 컴패션을 선택한 이유도
바로 그 지점에 있었습니다.

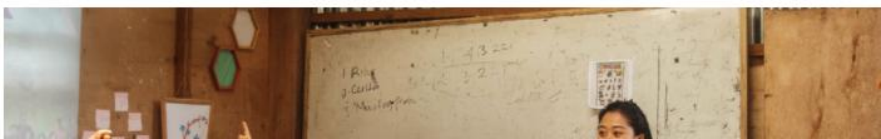
컴패션은 후원금의 80% 이상을
현장에서 어린이 양육을 위해 사용하며,
후원금 사용 내역과 사업 과정에 대해
감사와 보고를 통해 투명하게 공개하고 있어요.

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

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

인포그래픽 개선 전략

- 기존 홈페이지 인포그래픽을 개선
- 파워컨텐츠 전체 톤앤매너와 맞춘
색상·선·텍스트 스타일로 리디자인





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

그래서 김세진 후원자와 넬디의 관계는
배움과 성장의 순간은 물론,
하나님 앞에서 **아름과 회복의 시간**까지 함께하
오랜 시간 이어질 수 있었습니다.

버튼형 소재목 활용 전략

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

끝까지 곁을 지키는 컴패션

아기와 엄마 살리기(0-1세) 1:1어린이양육(1세-자립 가능한 성인)



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 곁을 지키는 것,
그것이 컴패션이 말하는 어린이 후원입니다.

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

빛이 되어준 마음,
빛이 되는 선물로

한 아이의 곁에 빛이 되어주신 마음에
감사하며 컴패션은 각 **기부캠페인**을 통해
정기기부 시작해 주신 분들께
작은 감사의 선물을 준비했습니다.

렉스 미니 램프는

어린이의 삶을 비춰준
후원자의 마음을 담았습니다.
오래 곁에 머무는 것처럼
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



자주 묻는 질문 Q&A

Q1. 왜 해외 어린이를 돕나요?

컴패션은 1952년 전쟁에 방치된
한국 어린이를 돕는 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.

Q3. 어린이의 가난을

완전히 끊어내려면 무엇이 필요한가요?

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

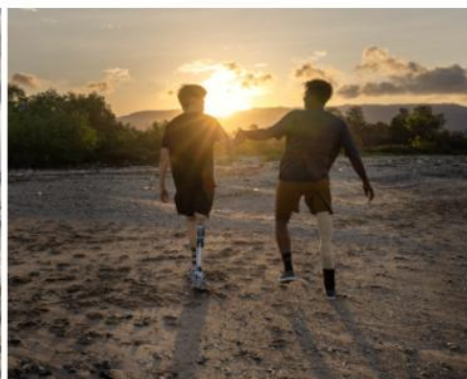
Q4. 아이를 후원하면,

나에게는 어떤 변화가 생길까요?

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

AEO 대응 전략

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



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

کم패션의 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 잃은 어린이들에게 그리스도의 사랑을
전하는 것은 우리의 사명입니다.

하단 배너 활용 방식

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