



아이들이 엄마의 손을 잡을 때까지 3개월,
13초의 선물

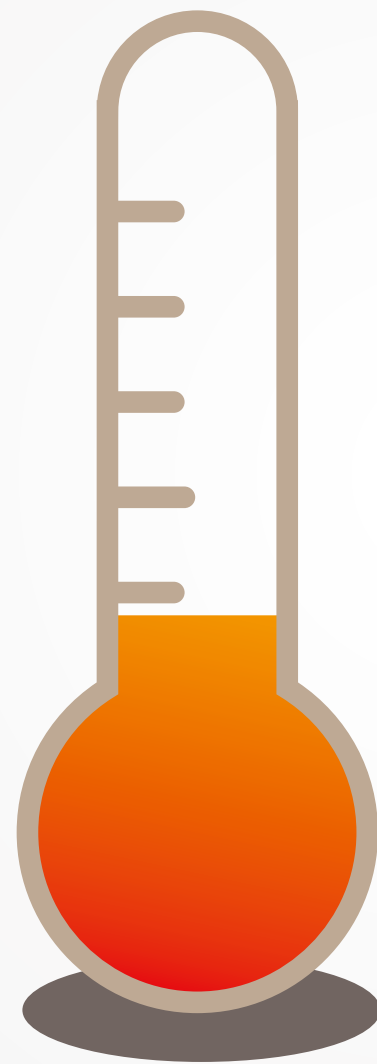


13초의 선물

1. 얼어붙은 마음
2. 기부의 이유
3. 전략도출
4. 커뮤니케이션 전략

1장

얼어붙은 마음



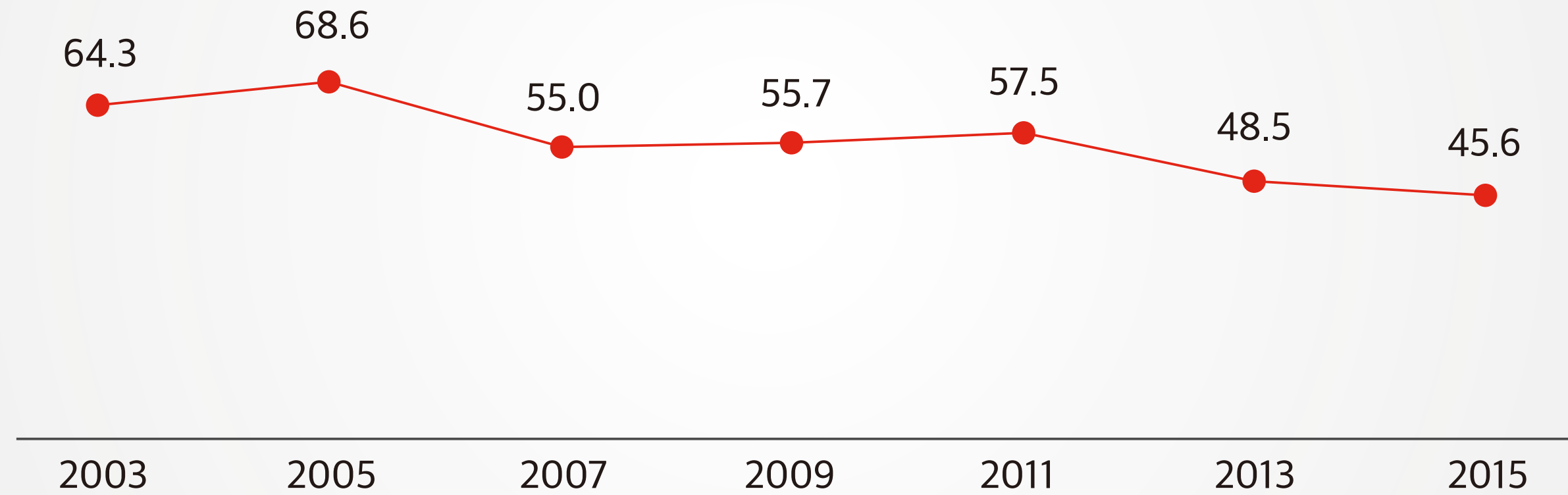
2016년 12월 1일 기준
사랑의 온도탑 온도

9.8°C

2016년 얼어붙은 기부율,
사랑의 온도탑은 차갑게 식어있다.

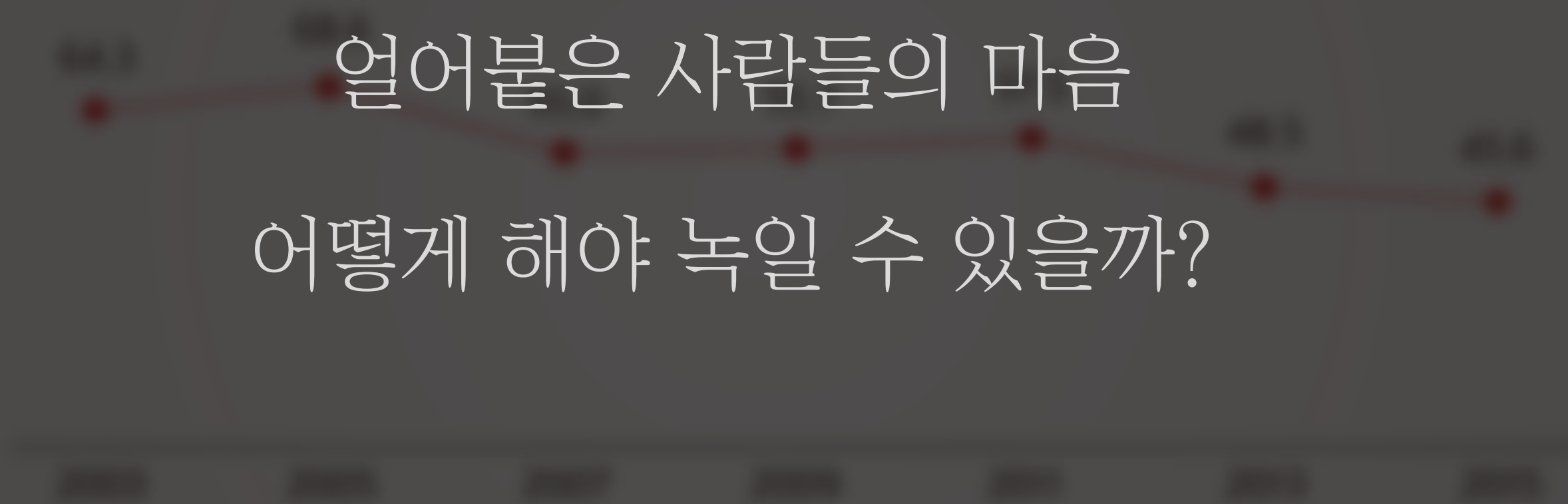
1장

얼어붙은 마음



적십자비 모금액 또한 얼어붙은 기부심리로
꾸준한 감소추세를 보이고 있다.

얼어붙은 사람들의 마음
어떻게 해야 녹일 수 있을까?

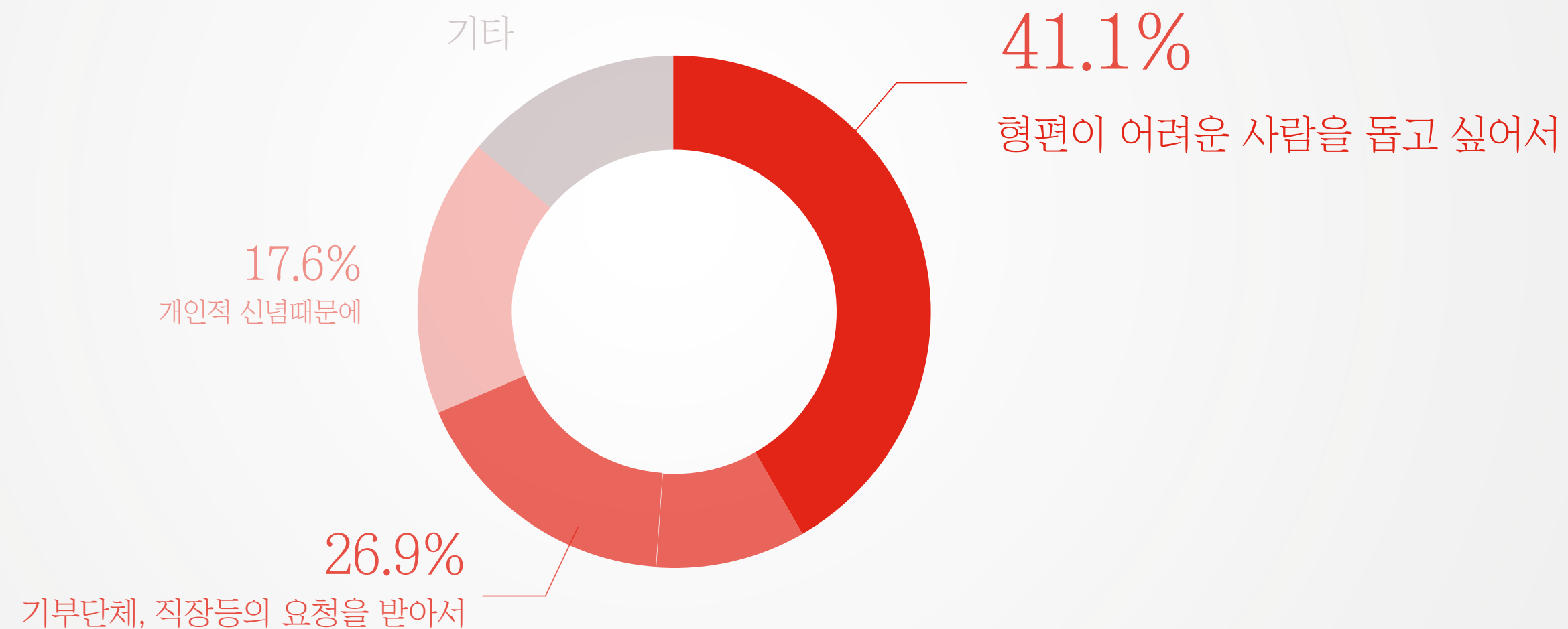


북한에서 남한에 대한 얼어붙은 거부심과
우호감 감소 추세를 보이고 있다.

2장 기부의 이유

당신은 왜 기부를 하나요?

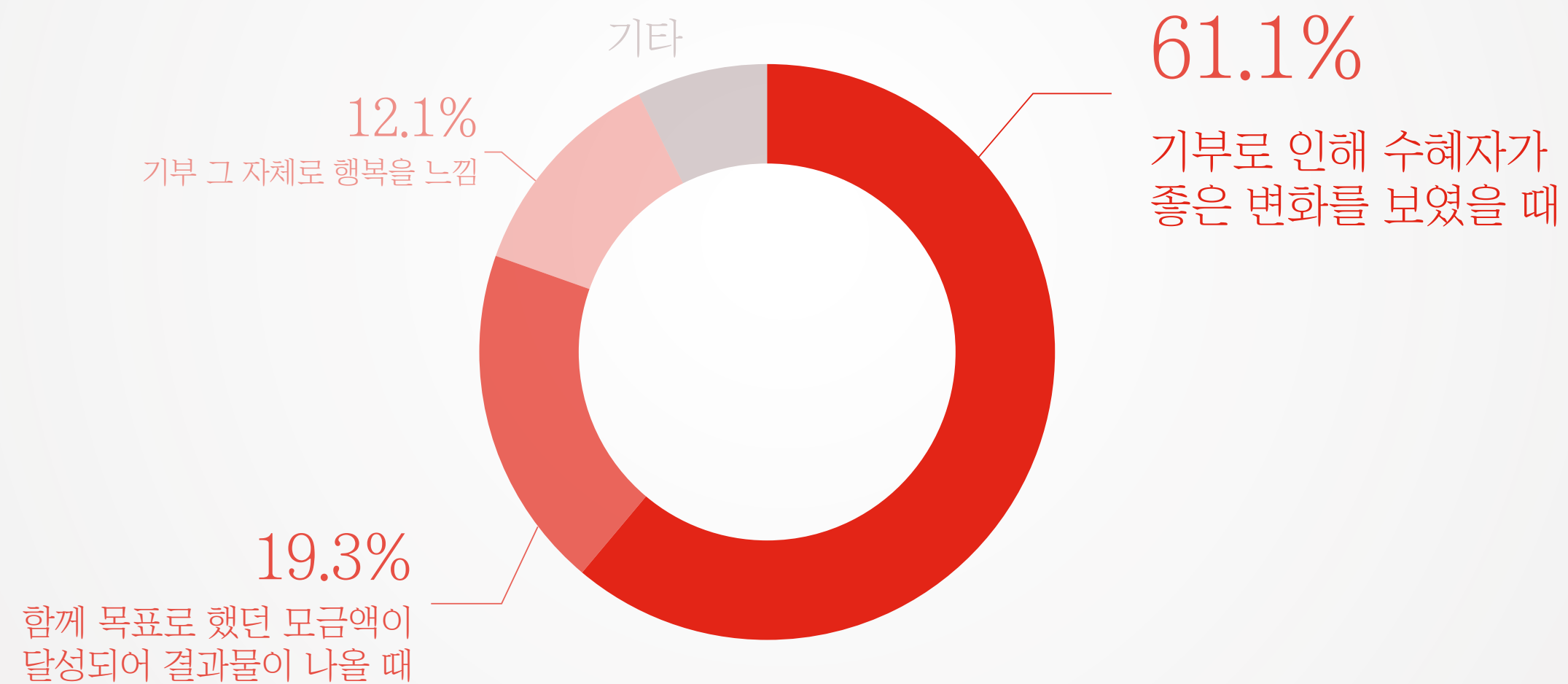
2013, 통계청 사회조사, 기부이유 (13세 이상 인구)



사람들에게 기부의 의미는 무엇일까?
많은 기부자들은 기부의 원동력으로 “돕고 싶은 마음”을 꼽았다.

기부자로서 언제 행복한가요?

2030 대상 자체 설문조사 (n= 131)

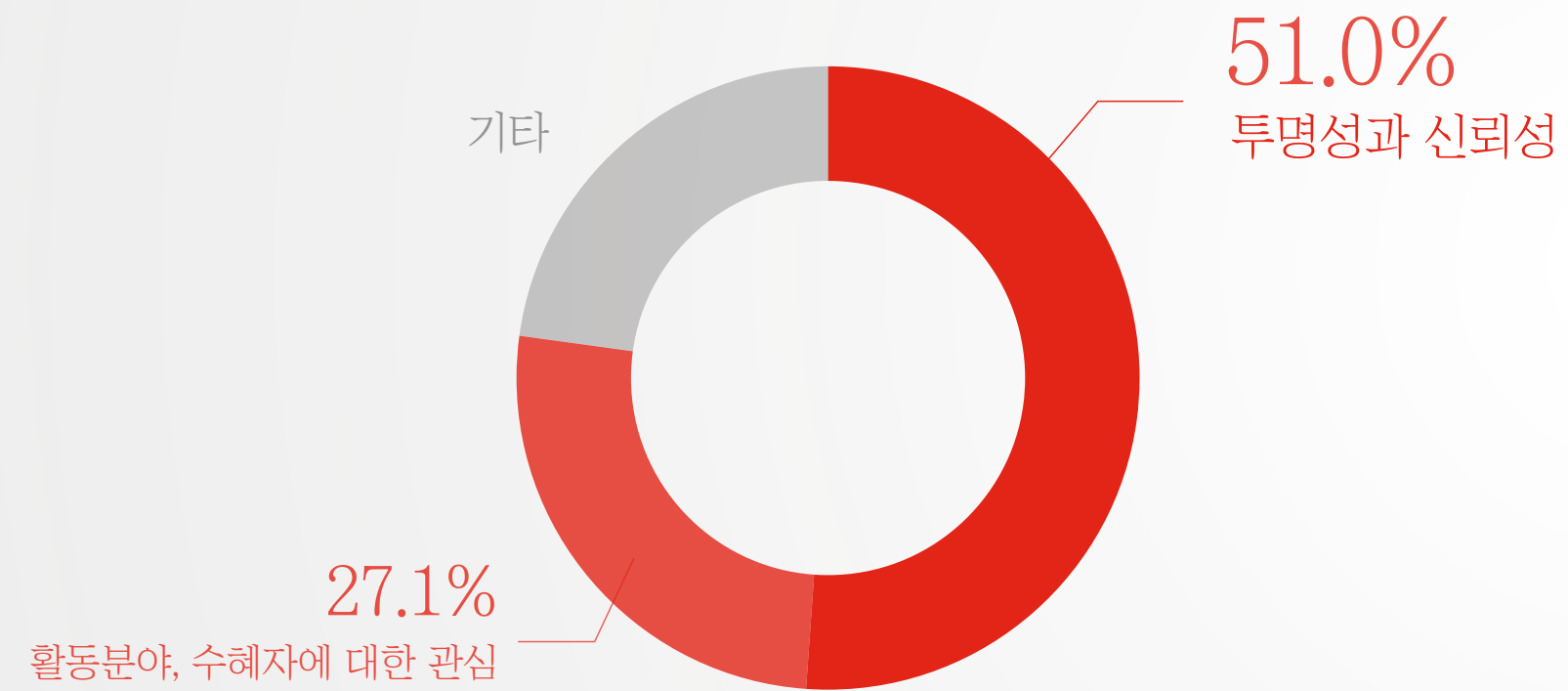


그런 그들은 자신의 기부가
수혜자에게 긍정적인 변화를 만들어 주었을 때 보람을 느낀다.

2장 기부의 이유

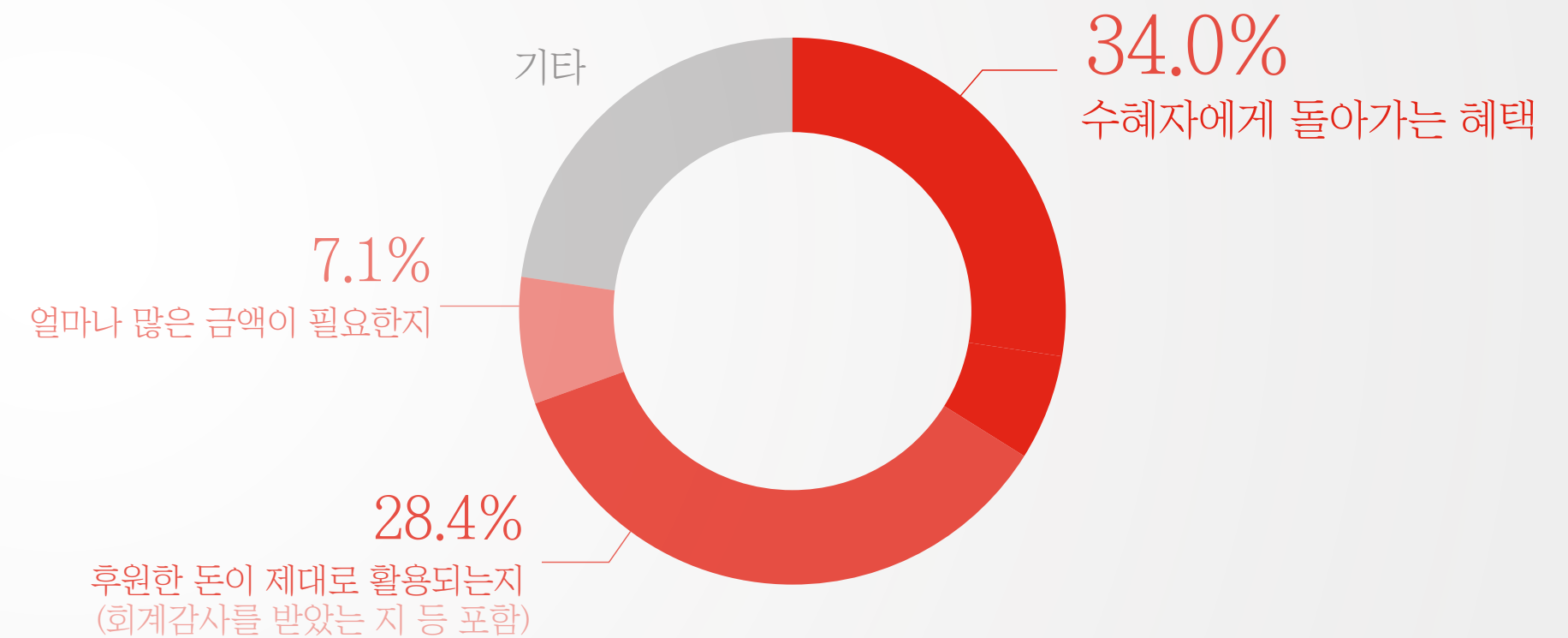
기부단체를 선택하는 기준은 무엇입니까?

2013, 통계청 사회조사, 기부이유 (13세 이상 인구)



기부를 하기 전 가장 많이 찾아보는 정보

2030 대상 자체 설문조사 (n = 112)



때문에, 그들은 기부를 결정하기에 앞서 자신의 기부가 어떤 변화를 만드는 지 알고 싶어한다.

2장 기부의 이유

자선단체들의 주요 보고수단



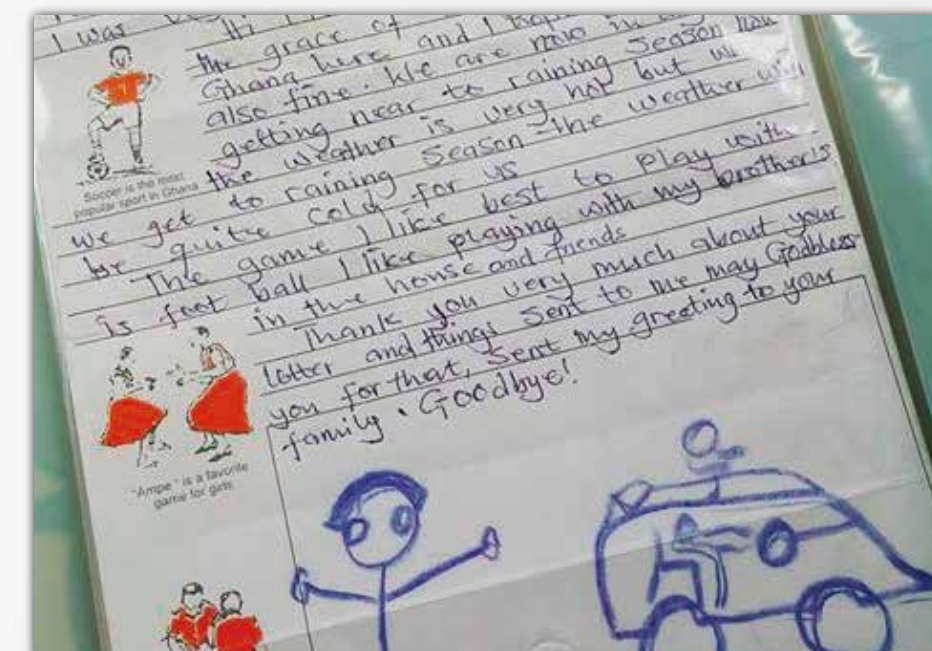
포스팅

초록우산어린이재단



결산, 실적보고서

대한적십자사



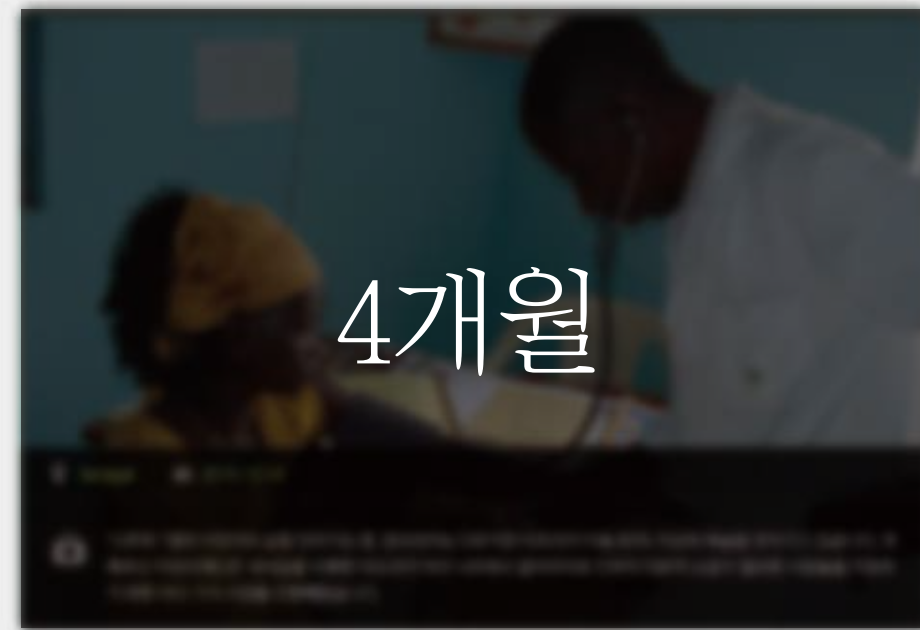
편지

세이브더칠드런

현재 대부분의 자선단체들이 변화를 보여주는 방법은
포스팅과 결산보고서 수혜자의 편지

2장 기부의 이유

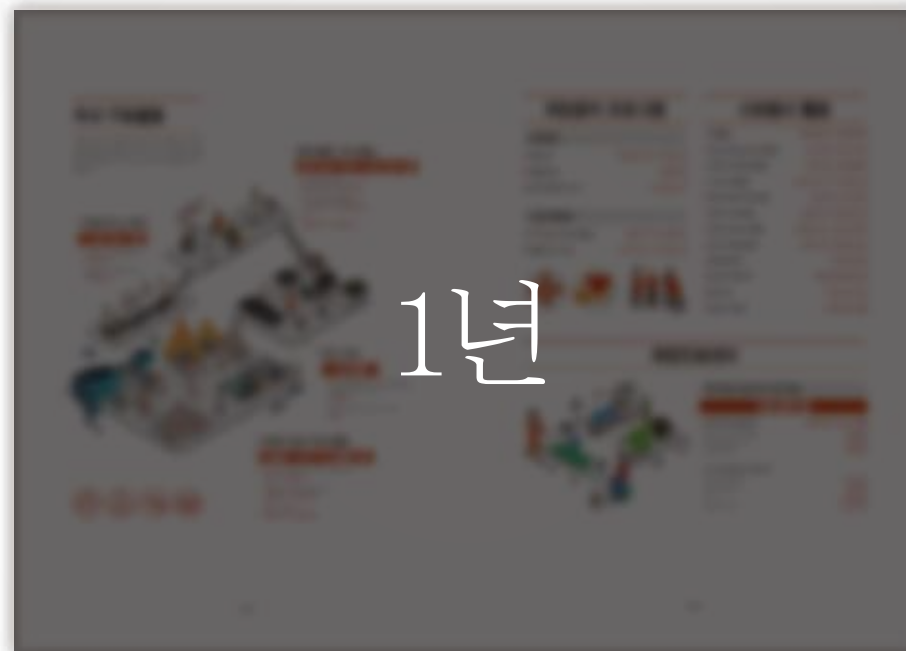
자선단체들의 보고까지 걸리는 시간



4개월

포스팅

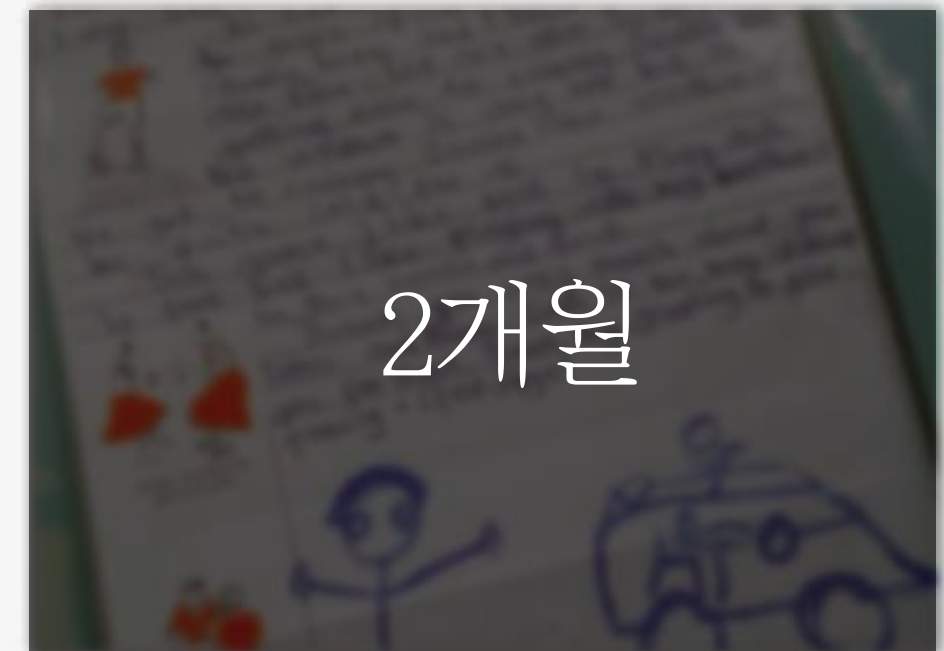
초록우산어린이재단



1년

결산, 실적보고서

대한적십자사



2개월

편지

세이브더칠드런

하지만, 기부를 한 후 오랜시간이 지나야 볼 수 있는 이 변화들은
실질적인 기부의사결정 시점에 도움을 주지 못한다.

현금기부를 하면 기부단체들이 운영비에
돈을 너무 많이 쓴다는 얘기가 있어서,
저는 그래서 물품기부를 많이 해요



유OO (37)
회사원

기부할때는 엄청 많이 찾아보는데,
사실 나중에 어떤 결과를 냈는지는
잘 안보게 되더라구요



윤OO (29)
회사원

기부의 결과물이 미리 눈에 보이는게 좋아요.
학교를 짓는다든가, 나무를 심는다든가,
그래야 보람도 더 크거든요.



전OO (23)
대학생

기부와 그로인한 변화, 이 둘의 불가피한 시점차이가
사람들을 멈칫하게 하고있다.

내가 기부하는 순간 일어나는 변화를
눈앞에서 바로 보여줄 순 없을까?

숨쉴 **시간**이 필요한 쌍둥이를 위한,
그리고, 자신이 만들어낼 **변화**가 보고싶은 기부자를 위한,

돈이 아닌, **시간**을 기부하는 캠페인



아이들이 엄마의 손을 잡을 때까지 3개월,
13초의 선물

3개월 ; 아이들에게 필요한 시간

2억원 ; 아이들에게 필요한 비용

그리고

13초

; 1000원을 후원하는 순간 아이에게 전해지는 선물

13초의 선물 캠페인은 돈이 아닌 시간을 선물하는 캠페인입니다.
“1000원을 기부하면 아이들이 13초간 숨을 쉴 수 있다.”
라는 메시지와 함께 기부가 아이들에게 주는 변화를 눈앞에서 보여줍니다.

4장

کم페인, 13초의 선물



13초의 선물, 네가지 이야기



13초의 숨소리

Youtube 광고



13초의 선물

디지털옥외광고



13초의 응원

악세사리
SNS



13초의 꿈

웹페이지

4장

첫번째 이야기, 13초의 숨소리



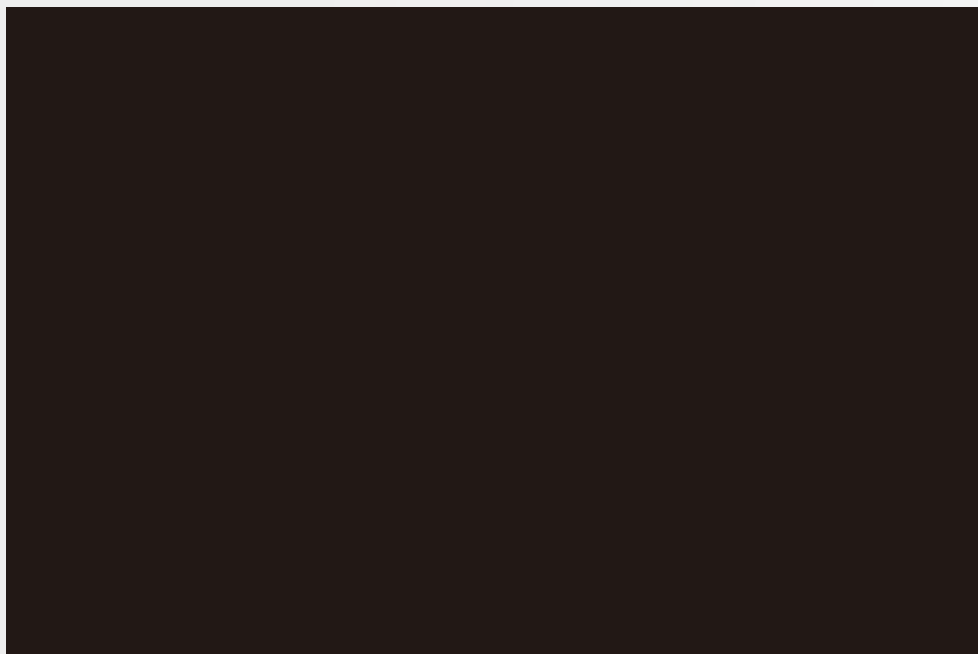
13초의 숨소리

Youtube 컨텐츠 전 광고시간을 활용한 광고,
계속되는 어두운 화면 끝에 아이들이 건네는 듯한 말을 활용하여,
누군가에겐 길고 지루할지 모를 이 13초의 기다림이 소중한 선물이 될 수 있음을 인지

4장

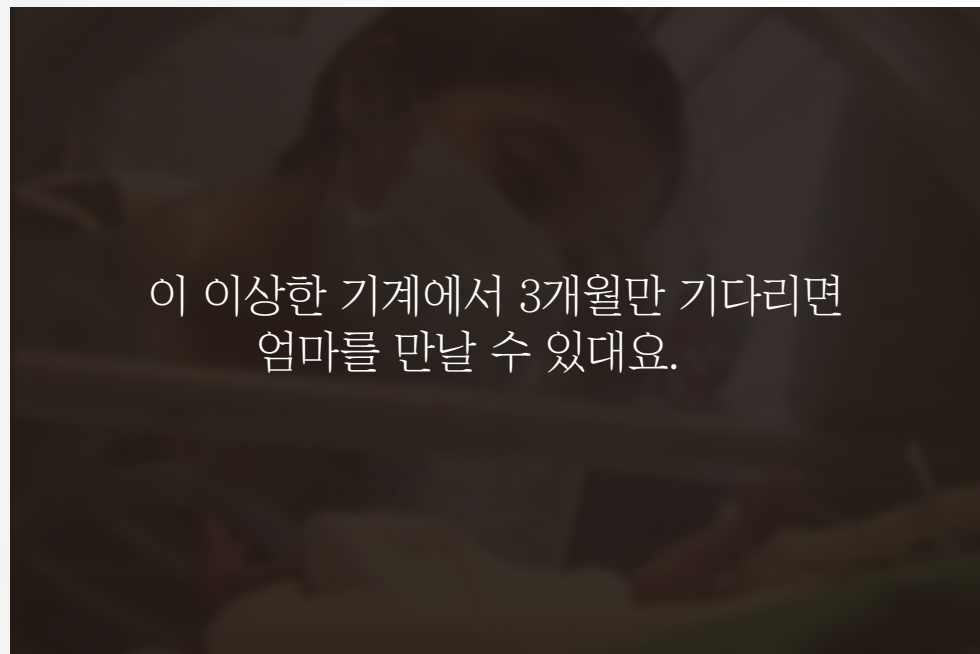
첫번째 이야기, 13초의 숨소리

#1



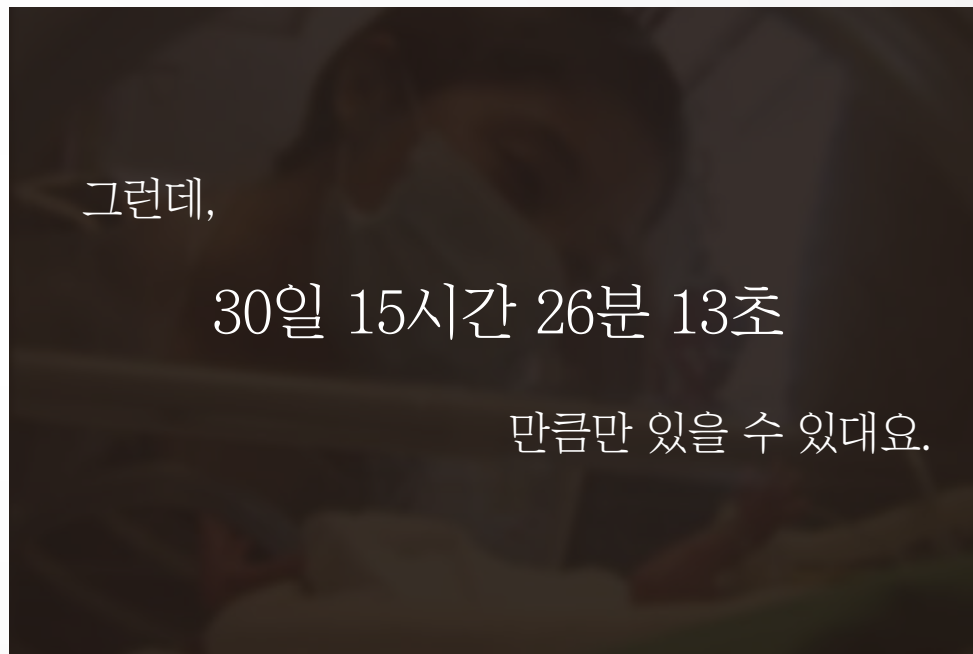
검은 화면,
지루하게 이어지는 심장박동기 소리와 숨쉬는 소리

#2



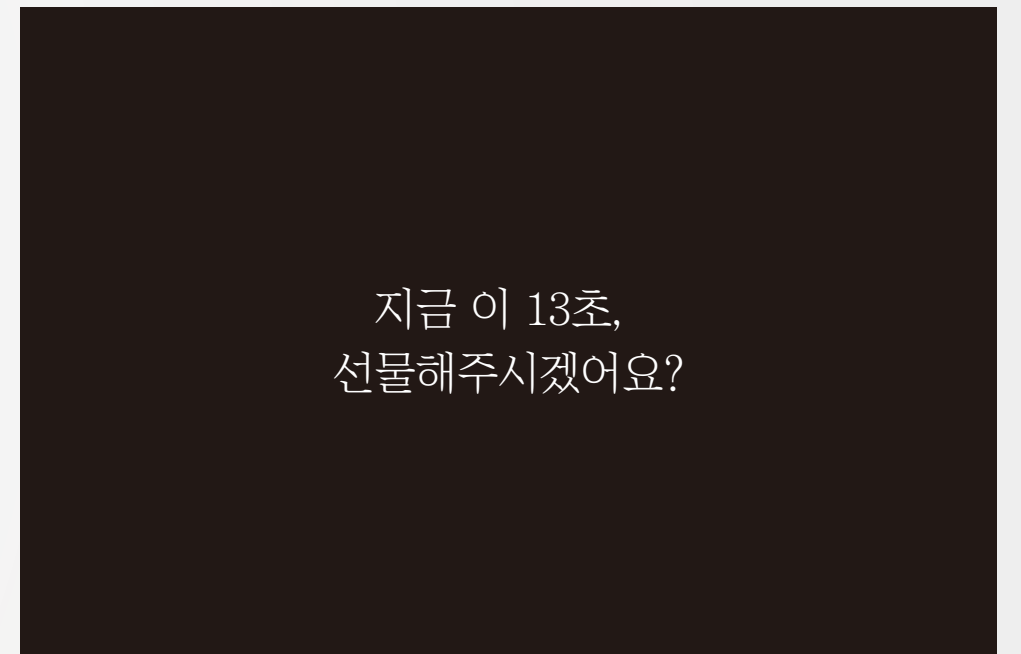
약간 밝아진 화면, 인큐베이터 안 아기의 1인칭 시점

#3



점점 줄어드는 아이들의 시간

#4



13초가 되자 다시 어두워지는 화면
기부 페이지와 공유 버튼이 활성화 된다.

4장

두번째 이야기, 13초의 선물

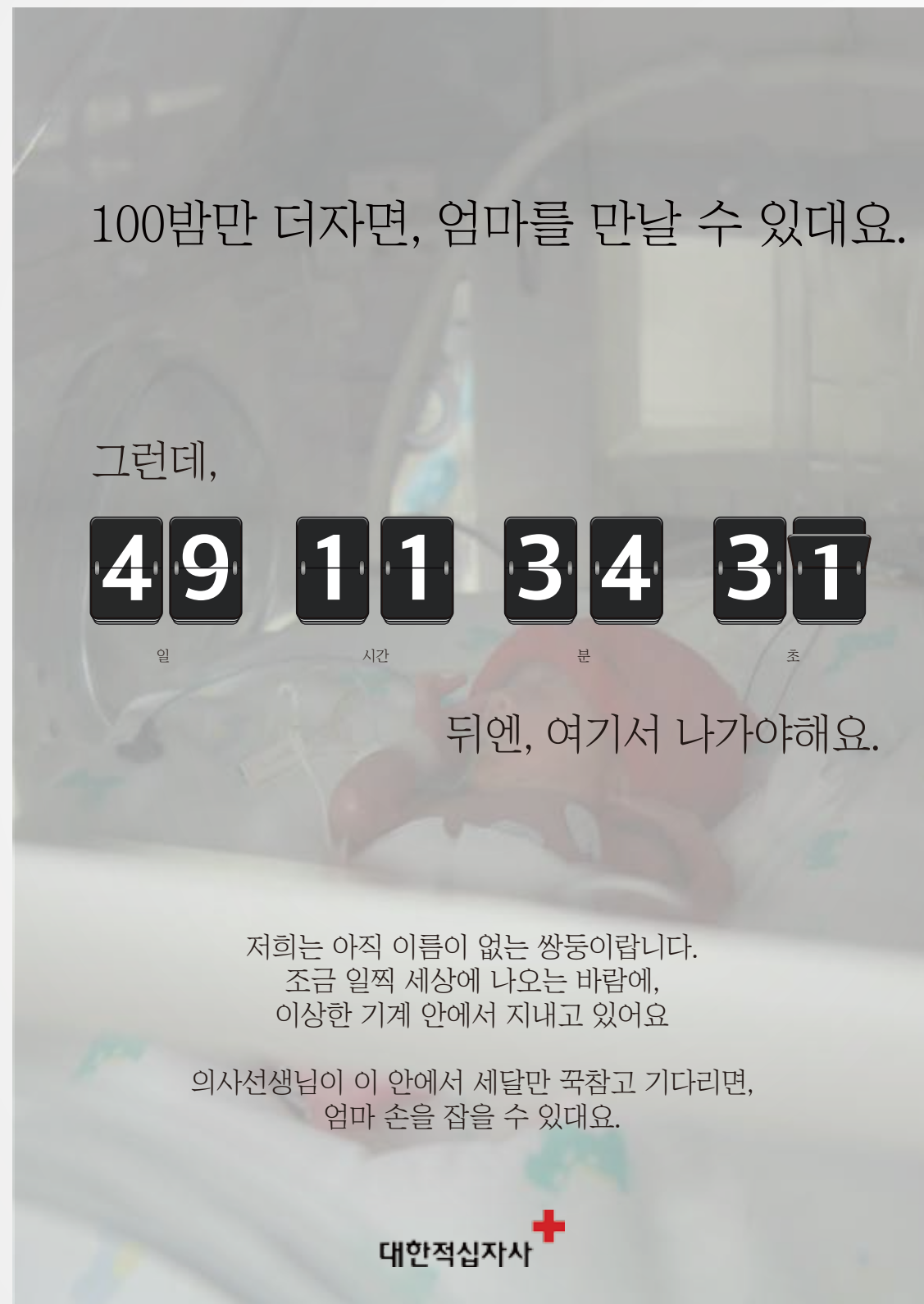


13초의 선물

태그를 통해 기부가 가능한 디지털 옥외광고,
기부를 하는 순간 광고판의 시간이 늘어나며 아이들에게 13초라는 선물을 전달합니다.

일상속에서 손쉽게, 그리고 눈에 보이는 기부를 할 수 있는 특별한 기부 광고입니다.

4장 두번째 이야기, 13초의 선물

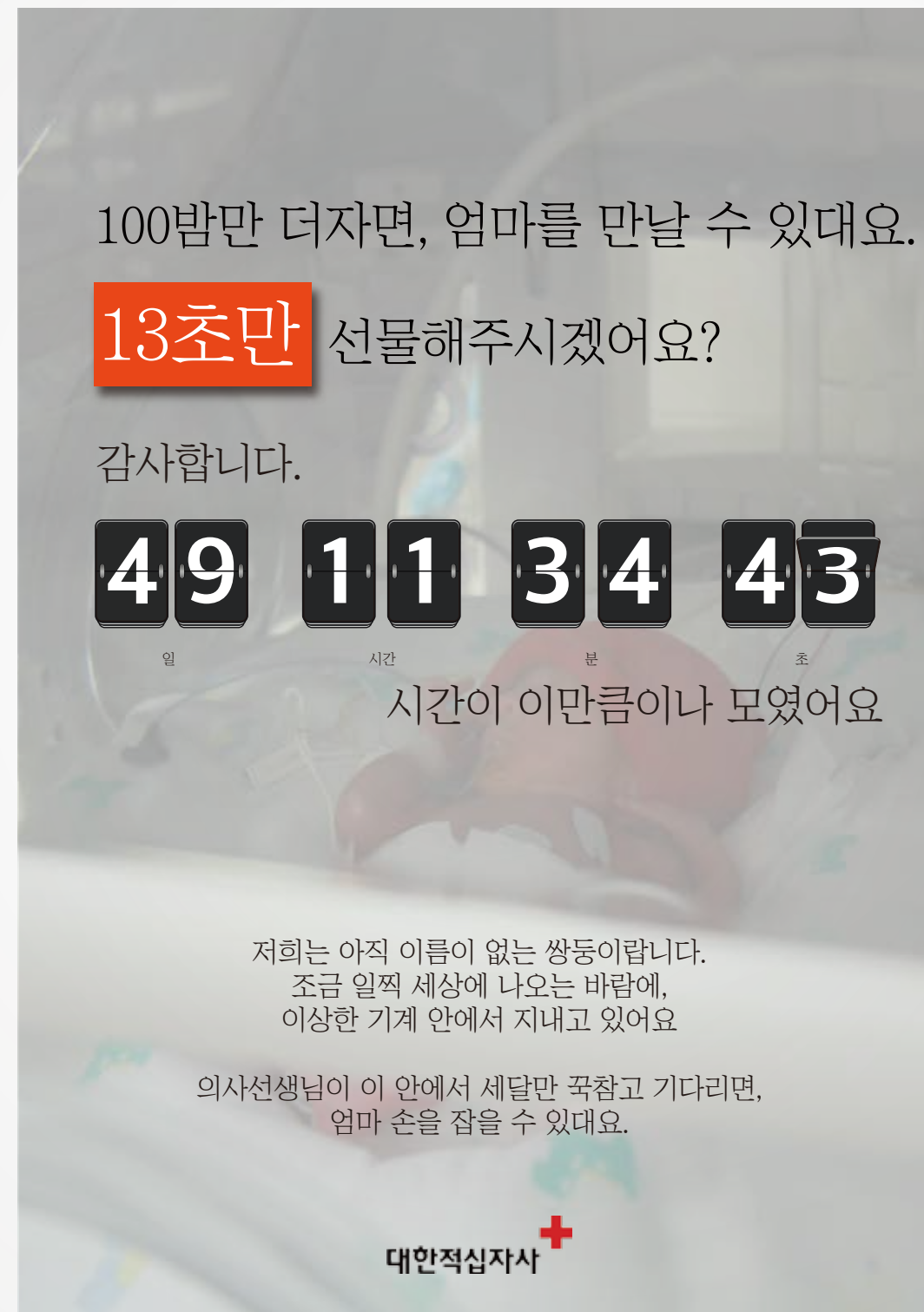
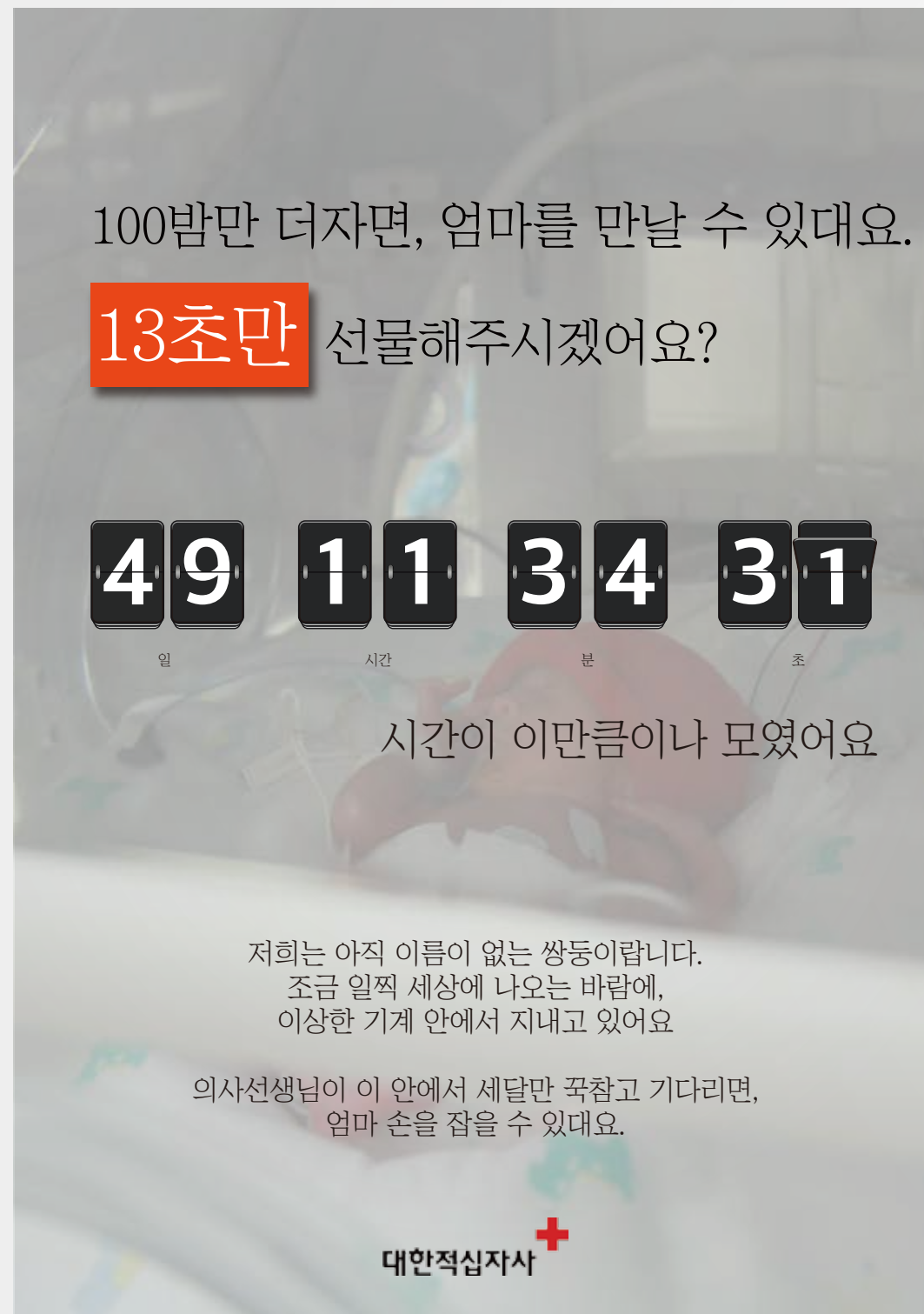


13초의 선물 1단계 _옥외 디지털 광고

3달이라는 시간을 인큐베이터 안에 있어야 하지만,
금전적인 이유로 그 시간을 견디기 힘든 상황,

아이의 입장에서 안타까운 상황을 표현,
시간이 점점 줄어들어 행인들에게 안타까움을 강조

4장 두번째 이야기, 13초의 선물



13초의 선물 2단계 _옥외 디지털 광고

1단계에 비해 긍정적이고 요청형으로 바뀐 문구
시간이 줄지 않고 얼마나 많은 시간이 쌓였는지 보여준다.

“13초만”의 위치에 카드를 태그하면 1000원이 기부되고
모든 광고에 있는 시간이 늘어나게 된다.

4장 두번째 이야기, 13초의 선물



13초의 선물 _옥외 디지털 광고

많은 사람들이 쉽게 접할 수 있는 장소,
그리고 결제를 위해 지갑을 꺼내야 하는 장소인

버스정류장, 지하철역에 디지털광고를 설치하여

일상속에서 손쉽게 기부할 수 있도록 한다.

4장

세번째 이야기, 13초의 응원



13초의 응원

악세사리와 SNS를 통해 13초의 선물을 응원하는 캠페인
다른 사람에게 자신의 선행을 알려 내적 만족감을 충족할 뿐만 아니라,
그 행동이 또다른 누군가의 동참을 이끌어내 더 많은 시간이 모일 수 있게 합니다.

4장

세번째 이야기, 13초의 응원



13초의 응원 _악세사리

구매 시 13초가 기부되는 악세사리,
키링, 핸드폰케이스 등의 악세사리를 제작한다.

정면에는 13이 적혀있는 시계가,
뒷면에는 구매자가 만들게되는 “나만의 시간”이 적혀있다.

4장 세번째 이야기, 13초의 응원



13초의 응원 _SNS공유 프로젝트

페이스북과 인스타그램을 활용한 바이럴 캠페인
손목에 13초짜리 시계를 그린 후 사진을 찍고,
응원문구와 함께 페이스북에 글을 올리면
아이들에게 13초의 시간을 선물해 줄 수 있는 캠페인

해시태그를 통해 “자신의 시간”을 표현할 수 있다.

4장

네번째 이야기, 13초의 꿈



13초의 꿈

자체 웹사이트, 페이스북 페이지를 통해 캠페인의 달성정도를 보여줍니다.
모든 기부금의 형태가 시간으로 환산되어 실시간으로 적용되는 “13초의 꿈”은
90일이라는 목표를 향해 함께 힘을 모을 수 있게 합니다.

4장 네번째 이야기, 13초의 꿈

13초의 선물

쌍둥이를 위한 시간이 이만큼 모였습니다.

49

일

11

시간

34

분

31

초

현재까지

121,497명 참가

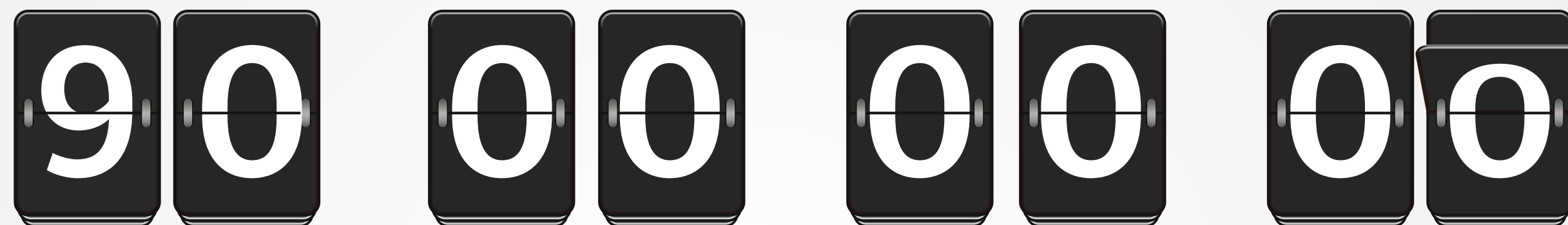
121,497,000원 모금

캠페인 참여하기

대한적십자사

13초의 꿈 _목표달성 페이지

캠페인이 진행되고 있는 상황을 실시간으로 확인할 수 있고,
캠페인 직접참여가 가능한 웹페이지
새로운 지원이 있을때마다 시간이 13초씩 늘어나게 된다.



일

시간

분

초

유난히 추운 올해 겨울,
그만큼이나 차가운 마음을 녹여줄 수 있도록,
13초의 선물은 시간을 통해 마음을 연결합니다.

13초의 선물과 함께,
많은 사람들의 축복속에서
쌍둥이가 엄마의 손을 잡는 기분좋은 날을 꿈꿔봅니다.



13초의 선물
읽어주셔서 감사합니다.

