

# 제안요청서

유니세프 한국위원회

2026년 브랜드 캠페인 제작 및 운영의 건

2025. 12. 3.

유니세프 한국위원회 총무팀

Tel: 02-724-8593

E-mail: proc@unicef.or.kr

## I. 사업개요

### 1. 일반사항

사업명	유니세프 한국위원회 2026년 브랜드 캠페인 제작 및 운영
사업 기간	계약체결일로부터~2026. 12. (협의에 따른 연장 가능)
사업 목적	<p>유니세프 한국위원회 브랜드 위상 강화</p> <p>1) NGO 내 최초상기도 점유율 확대</p> <p>2) 브랜드 인지 및 친밀도 제고를 통한 우호군 확보</p> <p>3) '나눔의 효능감'을 전달하는 것을 넘어 삶 속에서 '내재화된 나눔'을 느끼고 실천할 수 있는 '나눔 생태계' 구축</p> <p>※ 유니세프 한국위원회는 단순 인지도 제고를 넘어 사회 전반에 나눔이 내재화된 선순환 구조를 구축하고자 함</p>
사업 내용	<p>1) 브랜드 정체성을 기반으로 브랜드 내러티브 재정의 ; 나눔을 개인적 자부심의 차원을 넘어 사회적 효능감과 일상화의 단계로 확장</p> <p>2) 브랜드 호감도 증진 및 후원 행동 전환을 위한 통합 커뮤니케이션 전개</p> <p>3) 브랜드 영상(컨셉, 키카피, 키비쥬얼 등)제작 및 미디어 집행</p> <p>4) 온오프 통합 캠페인 기획 및 운영</p>
사업 예산	별도 문의 요망
입찰 방식	제한경쟁입찰(협상에 의한 계약)

### 2. 업무 범위 \*상세 제안 브리프 개별 요청 시 전달

#### 가. 브랜드 IMC 전략 수립

: 장기적 전략 하에 2026년 전략 구체적으로 수립

#### 나. 2026 브랜드 통합 캠페인 기획 및 제작 (브랜딩 영상 2건 이상 필수 포함)

: 온/오프라인 캠페인 통합 제안

#### 다. 운영 및 집행 관리 (KPI 제안 필수)

#### 라. 성과측정 및 보고

마. 기타 캠페인 대행 및 광고 집행과 관련된 요청 업무 일체

## II. 입찰안내

### 1. 입찰참가자격

- 가. 입찰공고일 기준 2년 이내 브랜드 캠페인 관련 실적을 보유한 사업자
- 나. 2024년 기준 매출액 50억 원 이상, 영업이익 10억 원 이상인 사업자
- 다. 입찰공고일 기준 업력 5년 이상인 사업자

### 2. 진행일정

구분	일시	비고
입찰공고	2025년 12월 3일(수)	홈페이지 게시
접수 마감	2026년 1월 9일(금) 16:00까지	이메일 접수
PT 진행 업체 발표	2026년 1월 12일(월)	대상자 개별통보
제안 발표(PT)	2026년 1월 14일(수)	*실무자 발표
계약체결	2026년 1월 내	추후 협의

\* 상기 일정은 변동될 수 있음

### 3. 제출서류

서류	수량	비고
입찰참가신청서	1	별첨 1호 자료로 제출
정보보안서약서	1	별첨 2호 자료로 수기 서명 후 제출
실적증명서	1	- 별첨 3호 자료로 제출 - 최근 3개년 유사사업 수행 실적(최대 3건)
사업자등록증 및 법인 등기부등본	1	
국세 및 지방세 납세증명서	1	
신용평가등급 증명서	1	유효기간 내 발행분
회사소개서	1	- 제안서와 분리된 별도 파일로 제출

서류	수량	비고
제안서	1	본 제안요청서에 근거한 자유서식 제안서
입찰 견적서	1	- 과업별 상세 견적 명시 - 매체 집행 수수료 명시

#### 4. 제출방법 및 문의사항

가. 제출기한: 2026년 1월 9일(금) 16:00까지

나. 제출방법 및 문의처

제출방법	부서	담당자
이메일 접수	유니세프 한국위원회 구매팀	구매팀(02-724-8593) proc@unicef.or.kr

### III. 제안 요청 내용

#### 1. 제안서 작성 지침

- 가. 본 사업의 목적, 범위 및 내용을 이해하고, 유니세프 브랜드 가치 제고 및 '나눔의 내재화'를 위한 캠페인 전략과 실행 계획을 구체적으로 제안  
 나. 제안서 구성 순서 무관, 제안 양식 자유롭게 기술하되 아래 내용 필수 포함

#### 2. 필수 제안 사항

- 가. 업체 소개
- 사업 실적 \*3년 内 본 과업 유사 실적 中 본 과업 실 참여 인력 실적 중심 작성
  - 참여 인력 현황: 전담인력 및 PM 표기 \*유관업무 이력 상세 기재
- 나. 제안 사항
- 브랜드 IMC 전략 수립
  - IMC 캠페인 기획 상세 제안
    - 크리에이티브 제안: 제작물 제시 수준은 제안서 판단(영상, 온라인 캠페인 페이지 등)
    - 온/오프 캠페인 운영 제안: 온,오프 캠페인 및 굿즈 등 자유롭게 제안

## 3) 매체 운영 제안

- 매체 운영 전략 및 계획 제안: KPI 항목, 예상 수치, 예상 서비스율 등
- 모니터링 및 효율 관리 방안, 결과보고 샘플 등

## 4) 예산 운영 제안

다. 참여 인력 현황

## 3. 개인정보 처리 및 보안 조치 방안

## IV. 선정 기준

## 1. 평가 항목 및 배점

평가항목	세부평가내용	배점
업체일반 (5점)	회사의 안정성(신용평가등급)	5
사업일반 (10점)	최근 3년 이내 유사사업 수행 실적	5
	사업 및 제안요청사항에 대한 이해도	5
사업 수행능력 (55점)	전략/기획의 창의성 및 적합성 - 기존 방식과 차별화되는 창의적 아이디어 제시	15
	제안 내용의 완성도 및 실현가능성 - 실행방안의 구체성, 성과 관리, 실행자원 계획	15
	비쥬얼 제작 능력 - 전략 및 기획방향에 적합한 컨셉, 키카피, 키비쥬얼 제작 능력	15
	매체 집행 능력 - 타 업체와 차별화되는 매체 집행 능력 등	5
	투입인력의 전문성 및 적합성 - 투입인력의 경력 및 성과, 자격요건, 실무적합성, 역할구분	5
가격평가(30)	위원회 가격평가 산식에 따름	30
합계		100

## 2. 평가 방법

가. 종합 평점이 가장 높은 순으로 우선협상대상자 순위를 결정하고, 순위에 따라 협상에 의하여 계약을 체결함(우선협상대상자는 복수로 선정될 수 있음)

- 나. 종합 평점이 동점인 경우 사업수행능력 점수가 높은 자를 우선 협상대상자로 선정하고, 사업수행능력 점수도 동일할 경우에는 가격평가 항목에서 높은 점수를 얻은 자를 우선 협상대상자로 결정함
- 다. 2인 이상의 유효 참여자가 없는 경우 1주일 연장 공고를 진행함

## V. 유의사항

1. 본 제안요청서의 내용은 발주사 사정으로 변경될 수 있으며, 사업자로 선정된 후 제안요청서와 계약서의 내용이 서로 다른 경우 계약사항을 우선함
2. 기간 내에 제출하지 않을 경우 제안 의사가 없는 것으로 간주함
3. 본 입찰과 관련해 제출한 모든 서류는 반환하지 않으며, 본 제안과 관련한 일체의 소요비용은 제안사의 부담으로 함
4. 응찰 업체가 2 개 이하일 경우, 발주사는 최소한의 경쟁을 보장하기 위해 관련 업계에 한해 개별 연락을 통해 추가 제안 요청을 할 수 있음
5. 참자가는 입찰참가신청서를 제출함으로써 선정 및 평가 방식에 이의가 없음을 확인함
6. 제안서 평가위원회의 평가내용 및 평가결과 관계서류는 공개하지 않으며, 평가 결과는 개별 통보함
7. 제안 내용의 전부 또는 일부에 대하여 담합한 사실이 발견되거나 담합하였다고 판단되는 경우에는 제안을 무효로 함
8. 제안사가 제공한 정보가 허위로 판명될 경우, 제안서는 무효 처리되며, 선정 후라도 계약해지를 할 수 있음
9. 입찰 참가업체는 본 건의 입찰, 계약, 사업수행의 전 과정에서 자득, 취득한 어떤 자료 및 정보도 유니세프 한국위원회의 서면에 의한 승인 없이 본 계약의 목적 외에 다른 목적으로 사용이 불가함
10. 제안사는 본 사업과 관련하여 유니세프에서 요구하는 보안사항을 철저히 준수하여야 하며, 위반시 입찰 참가를 제한함
11. 낙찰자로 선정된 업체는 계약 체결 시 계약이행보증증권 및 선급금보증보험증권을 반드시 위원회에 제출하여야 함