

보고서를 다음과 같이 제출합니다.

# 국유재산관리 혁신시스템 Brand 제안

2006. 7

Diamond *ajilny* Group



## ■ 제안 요약

### 1. 정책 Brand 개발의 목표

- 대국민 정책 전달력을 높이고 정책집행의 효율성 제고
- 여타의 정부 정책과의 차별화

### 2. Target

- 특정 계층을 염두 해 두기 보다는 국민 전체를 대상으로 정책을 알리고 설득

### 3. 기조

- ROI에 입각한 선정
- 국유재산관리가 가지고 있는 긍정적 기능을 차별하게 표현
- 평이한 용어의 활용을 통해서 전달력을 극대화

## ■ 왜 정책 Brand인가?

- 긍정 형상화를 통한 정책 집행력을 높힘
- 여타 정책과의 구별짓기
- 정책 전달력을 높힘

# 주요 정책 Brand 사례

## ◆ 사실중심전달

특별한 의미가 있기보다는 사실 그대로를 쉬운 우리말로 표현

- 나라장터
- 특허路
- Home Tax

## ◆ 신조어

기존의 워딩을 조합하거나 영문 이니셜을 통해서 의미를 맞춤

- 새로마지 플랜
- 둘둘 플랜
- Think Fair

## ◆ 긍정형상화

- 행복도시
- 부모마음

## ◆ 숫자를 통한 상징화

- IT 839

## ■ Brand 개발의 기초

선택의 폭이 그렇게 넓지 않음

### ROI 원칙

- 정책과의 적합성
- 타 정책명칭과의 차별성
- 쉽고, 명확한 정책전달력

## ■ 신 국유재산관리는?

국유재산 관리를 효율화하고  
국유재산의 부가가치를 높이기 위한 관리 혁신

- 단순 관리가 아니라 국부를 키우는 일임
- 국유재산의 관리를 투명하고 효율적으로 바꾸는 일임
- 국민참여를 통한 국유재산에 대한 인식을 전환

우리가 담고 싶은 핵심 Message

국유재산관리 혁신을 하게 되면  
재정이 건전해지고 국부가 커집니다

# Brand 전략 Tree

Vision

국부증대

Mission

국유재산관리의 혁신

Concept

새롭고, 능동적  
개발 및 경영

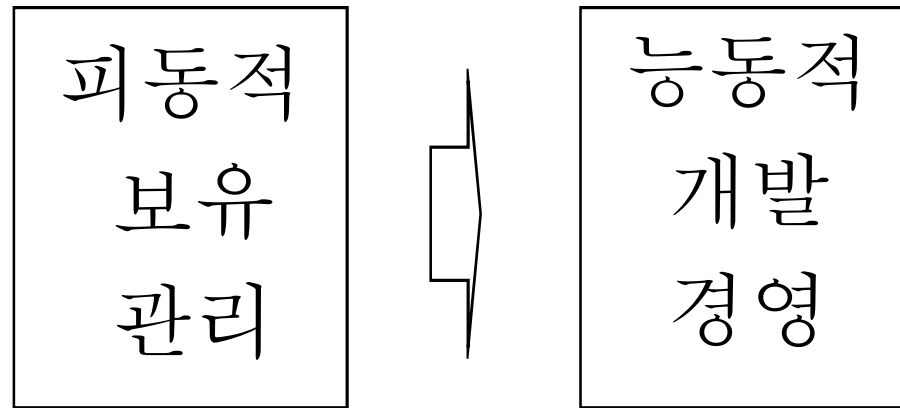
전수조사

활용도 제고

정보공유



# Brand Concept Framework



자산관리자측면

시스템의 측면

변화의 핵심 속성

신뢰감

새로움

능동성



# Brand Concept

새롭고, 능동적인  
국유재산경영 혁신

# 신 ~, 21C ~, 한국형 ~

◆ 유효하고 적절한 사례를 찾기가 어려움

◆ 실제 그러한 사례가 있다고 하더라도

Brand 자체로 끌어 가기에는 부담스러운 측면이 있음

- 혁신과 새로움을 얘기하려는 상황에서

아류로 인식될 수 있음

- 홍보적 소재의 하나로 활용은 가능할 것임

# 추천 Brand

재산관리자측면

신뢰감

시스템의 측면

새로움

변화의 핵심 속성

능동성



백년地계

국유재산경영

# 추천 Brand 의미요소 평가

	백년地계	국유재산경영
신뢰감	★★★★	★★★★☆
새로움	★★★★☆	★★★★☆
능동성	★★★	★★★☆☆

백년地계는 참신함과 신뢰감에서  
국유재산경영은 신뢰감과 능동성에서 상대적으로 높게 평가  
(10일-11일, 금강기획 내부 전문가 10명 평가결과)

# 추천 Brand 외형적 요소 평가

	백년地계	국유재산경영
어감	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ☆
시각	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ☆
확장성	★ ★ ★ ☆	★ ★ ★ ★

백년地계는 어감과 시각적인 면에서  
국유재산경영은 확장성에서 상대적 높게 평가됨

(10일-11일, 금강기획 내부 전문가 10명 평가결과)