

세화미술관 사업(전시, 교육, 행사)
마케팅·커뮤니케이션 통합 운영 용역 제안요청서(RFP)

2026.3.4. 세화미술관

I. 과업개요

1. 과업명 : 세화미술관 사업 마케팅-커뮤니케이션 통합 운영 용역
2. 과업목적 : 세화미술관은 동시대미술 기획전과 해외 거장전을 중심으로 한 전시, 교육, 행사 등의 프로그램을 통해 기관의 정체성과 브랜드 경쟁력을 강화하고자 한다. 이에 따라 각 사업별 개별 홍보를 넘어, 기관 차원의 통합 커뮤니케이션 전략 수립 및 실행 체계를 고도화하여 온/오프라인을 아우르는 통합 마케팅 전략 수립, 디지털 퍼포먼스 기반 관람객 유입 확대, 기관 브랜드 이미지를 제고한다.
3. 과업목표 :
 - 1) 전시, 교육, 행사 통합 브랜드 커뮤니케이션 전략 수립
 - 2) 데이터 기반 디지털 마케팅 운영 체계 구축
 - 3) 관람객 수 증대 및 입장 수익 확대
 - 4) 지속 가능한 연간 마케팅-커뮤니케이션 운영 매뉴얼 정립

II. 과업범위

1. 통합 커뮤니케이션 전략 수립
 - 1) 세화미술관 브랜드 진단 및 포지셔닝 제안
 - 2) 2026년 사업별 홍보 전략 방향 수립
 - 3) 온/오프라인 통합 캠페인 기획안 제시
 - 4) KPI 설정 및 성과 관리 체계 설계
2. 언론 홍보
 - 1) 기자간담회 혹은 프레스 초청 행사 3회 개최
 - 2) 주요 사업별 기획기사 발굴(아트/미술전문매체/문화예술 기자 대상) 2회 이상
 - 3) 문화예술 및 라이프스타일 매체 확장 전략 제안
 - 4) 문화예술 기자 대상 보도자료 윤문 감수, 배포 및 관리
3. 온드미디어 콘텐츠 기획 및 운영 관리
 - 1) 사업별 연간 운영 일정 수립
 - 2) 주요 사업별 소셜미디어 콘텐츠 기획
 - 3) SNS 시각 아이덴티티 가이드 제안
 - 4) 인스타그램 하이라이트 디자인 개발

- 5) 관리자 운영 매뉴얼 구축
- 6) 뉴스레터 전략 고도화 방안 제안
- ※ 대상 채널 : 홈페이지, 뉴스레터, 인스타그램, 유튜브, 미술관 굿즈물 등
- 4. 디지털 퍼포먼스 마케팅
 - 1) SEO(검색엔진최적화) 기획 수립, 운영 및 관리
 - 2) SEA(검색엔진광고) 기획 수립, 운영 및 관리
 - 3) SNS 퍼포먼스 마케팅 광고 기획, 운영 및 관리(KPI)
 - 4) 타겟 세그먼트 전략 수립
 - 5) 전환율 및 관람객 유입 데이터 분석
 - 6) 분기별 인사이트 보고서 제출
- ※ 소요 광고비는 발주처가 직접 지출

Ⅲ. 2026년 세화미술관 주요 사업 현황

- 1. 전시
 - 동시대현대미술 기획전, 주제기획전 등 2건 (3월 ~ 6월)
 - 해외거장전 1건 (8월 ~ 11월)
 - 주제기획전 2건 (12월 ~ 2027년 3월)
- 2. 교육 프로그램
 - 큐레이터 토크 및 아티스트 토크
 - 전시연계 프로그램
 - 세화 워크숍
 - 전시해설 및 세화미술관 컬렉션 해설
- 3. 행사
 - 음악회 (5월, 9월)
- 4. 뮤지엄샵
 - 현재 온/오프라인 굿즈 판매 중
 - 뮤지엄 굿즈 디자인 및 상품 개발 예정
 - 전시 연계 굿즈 개발 예정
- 5. 기타
 - 기관 인지도 및 관람객 만족도 조사 연내 2회 별도 시행 예정
 - 홈페이지, 뉴스레터, 굿즈 판매 페이지(네이버 연동) 운영 중
 - 인스타그램, 유튜브 운영 중

IV. 과업기간 및 예산

- 계약체결일 ~ 12월 31일(목)
- 본 사업의 가용 예산 범위는 개별 문의 요망

V. 진행일정

- 제안요청서 게시 : 2026년 3월 4일(수) ~ 3월 11일(수) 18시
- 제안요청서 관련 질의 접수 : 2026년 3월 5일(목) ~ 3월 6일(금)
- 질의 응답 : 2026년 3월 9일(월)(일괄 회신)
- 제안서 접수 : 3.10(화) ~ 3.11(수) 18시
- 제안서 서면 심사 : 3.13(금)
- 후보업체(제안사) 결과 안내 : 3.16(월)
- 제안서 프리젠테이션(PT) : 3.18(수)
- 최종 협상 및 계약 체결 : 3.19(목) ~ 3.24(화)
- 과업 착수 : 3.27(금)

※ 제안서 프리젠테이션의 정확한 시간 및 장소는 추후 개별 연락 예정

VI. 제안 요청사항

1. 제안서 (PDF, 영상 삽입 불가) 1부
 - 세화미술관 브랜드 분석 및 전략 제안
 - 디지털 마케팅 전략
 - 온드미디어 활성화 방안
 - 온/오프라인 브랜드 홍보에 따른 예상 산출물(사진 등 설명 필요)
 - KPI 설정 및 성과 관리 체계
 - 투입 인력 구성 이력(PR, 브랜딩, 콘텐츠 기획/제작 관련 업무 전문성 必, 미술관 마케팅 경험 必)
 - 연간 단위 실행 일정표
 - 보고 일정 및 산출물의 당사 전달 방법

※ 제안서에는 과업범위 및 제안요청사항에 대한 주요 항목들을 반영해야 하며, 이와 관련된 세부 계획, 수행 방법 및 수단에 대한 제안이 명확히 제시되어야 함

2. 가격제안서 1부

3. 제안사의 소개 및 주요 실적(미술관 및 미술관련 성과 위주)

VII. 제안서 작성 지침

- PDF 형식(영상 삽입 불가)
- 양식 자유 및 추가 제언 가능
- 가격제안서는 원화(KRW)로 명시
- ※ 제안서 프리젠테이션 해당 업체는 발표 당일 오전 9시까지 프리젠테이션 자료를 PPT 형태로 재제출 요망

VIII. 제안서 평가 기준(안)

- 전략 적합성 (30%)
- 실행 가능성 및 전문성 (25%)
- 미술관 및 문화예술기관 홍보/마케팅 관련 실적 (20%)
- 투입 인력의 전문성 (15%)
- 가격 경쟁력 (10%)

IX. 제안서 제출 안내

- 제출 마감 : 2026년 3월 11일(수) 18:00
- 제출 방법 : 이메일 제출
- 제출처 : 마케팅 용역 운영 담당자 앞 (sma@sehwamuseum.org)
- ※ 제출된 제안서는 반환하지 않으며, 제안서 제출에 소요되는 일체의 비용은 제안사가 부담함

X. 지적재산권 및 보안

- 제안서 및 관련 자료는 제3자에게 공개하지 않음
- 제안서 작성 과정에서 취득한 정보는 본 사업 외 사용 불가
- 타사 아이디어 도용 시 법적 책임은 제안사에 있음

XI. 계약 해지 및 변경 조항

- 발주처의 사업 여건 변화 시, 과업 범위를 조정할 수 있음
- 협상우선대상자와 협상 결렬 시, 차순위 업체와 협상 가능