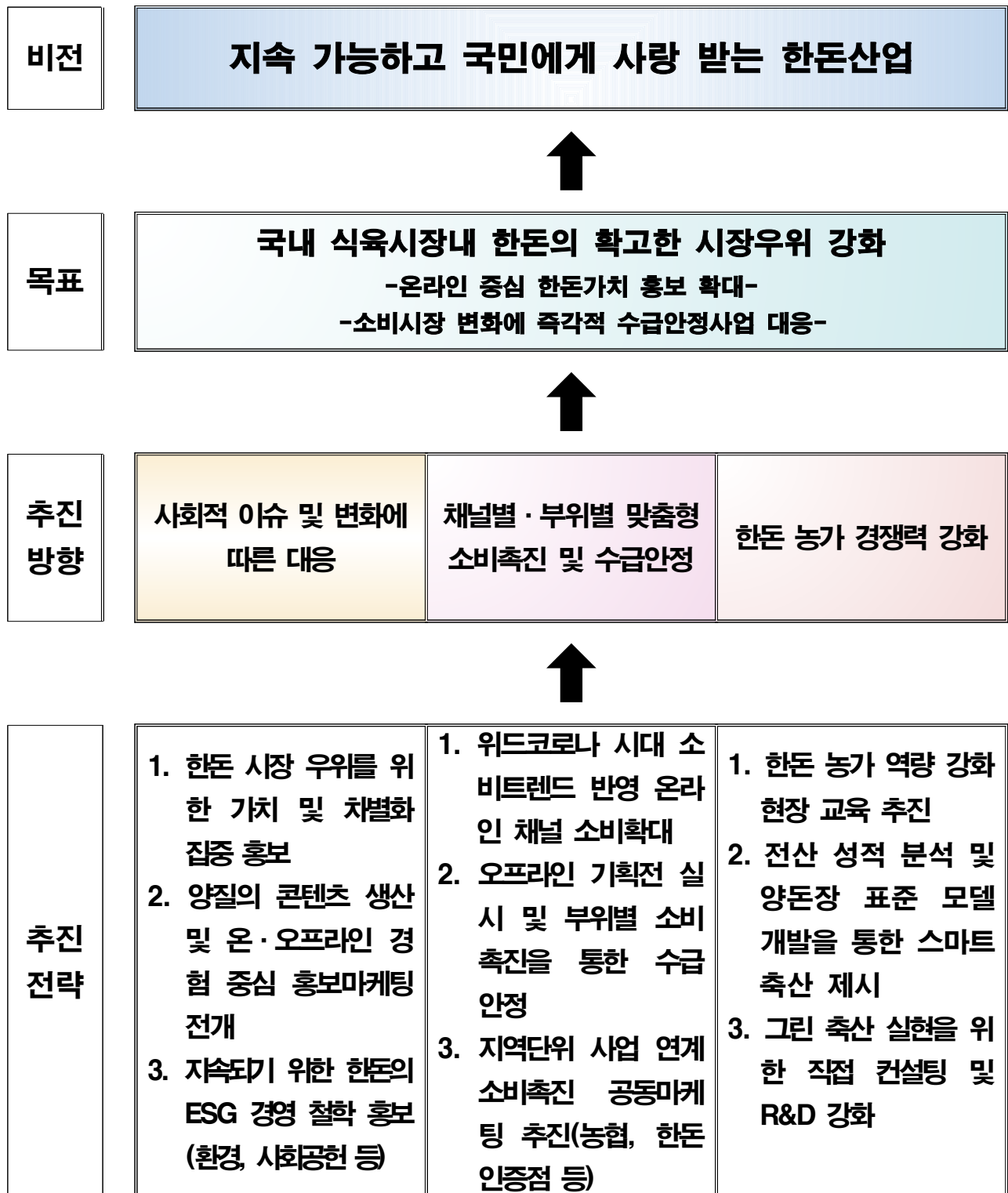

2022년 한돈 소비 활성화 지원사업 운영 제 안 요 청 서

2021. 10. 21



한돈자조금관리위원회

I 2022년 한돈자조금 사업 목표 및 추진 방향



II 과 업 개 요

1. 과업의 명칭 : 2022 한돈 소비 활성화 지원사업 운영

2. 과업목적

가. 한돈소비시장 분석과 한돈 소비촉진 방안 수립

나. 한돈몰 및 한돈판매촉진을 위한 온·오프라인 세부실행계획을 마련하여
한돈 소비확대와 한돈 매출 증대를 통한 한돈 가격 안정화

3. 과업기간 : 계약체결일로부터 ~ 2022. 12. 31까지

4. 과업예산 : 일금오억삼천만원(₩530,000,000원 이내 / VAT 포함)

※ 사업예산(안)은 농림축산식품부의 최종 승인 결과에 따라 변동될 수 있음

5. 과업범위

가. 한돈 판매촉진을 위한 한돈 소비시장 분석 및 마케팅 전략 수립

나. 현 한돈몰 및 한돈 판매촉진 운영 현황 분석 및 개선방안 제시

다. 한돈몰을 통한 한돈판매촉진 및 매출 확대방안 제시

라. 시즌 이슈에 맞는 한돈 판매촉진 기획 및 운영안 수립

마. 한돈 가격 안정 위한 판매촉진 기획 및 운영

바. 코로나 시국에 맞춰 한돈 판매 촉진을 위한 온·오프라인 한돈 판매촉진 세부
실행 계획 수립 (오프라인 판매행사 장소 섭외, 신고 및 인허가 제반 사항, 판매 부
스 설치 관련 포함한 행사 전반 운영) (상황에 따라 온라인만 진행 될 수도 있음)

사. 오프라인 행사 시 모객을 위한 주변 지역 홍보 방안 계획 수립 및 실행
(지자체 협업 등)

아. 한돈몰 홍보 강화 방안 마련 및 신규 고객 확대방안 수립

자. 한돈 브랜드사, 유통사 등 유기적 협력 관계 구축 및 원활한 커뮤니케이
션 진행 유지

차. 기타 한돈 판매촉진 및 가격 안정 전반 사업 기획 및 운영

※ 돈가 급등락시 사업예산 추가 배정하여 사업 추진, 이를 위한 추가계약도 가능

III 과 업 내 용

1. 총괄 과업 소개

□ 사업 개요

공통 목표	한돈 판매촉진 통한 생산자, 판매자, 소비자 상생		
과업 구분	한돈몰 운영	한돈 선물세트 캠페인	한돈 오프라인 및 온라인 판매촉진
추진 내용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한돈몰 전반 운영 및 시즌 이슈에 맞는 기획전 및 이벤트 운영 추진 ○ 원활한 고객 응대 및 브랜드사 소통 창구역할 ○ 한돈몰을 통한 소비촉진 방안 수립 등 (제휴 마케팅 등) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신선육 및 가공육의 다양한 한돈 선물세트 구성 및 판매 프로모션 추진 ○ 고객 니즈를 분석하여 캠페인 방안 수립 및 신규 고객 확대방안 마련 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 삼겹살데이, 한돈데이 등 이슈 연계 오프라인 현장 할인판매 및 온라인 연계 한돈 판매촉진 운영 (장소 섭외 및 인허가 포함 전반 운영) ○ 온라인 몰 연계 제휴 협업 홍보방안 제시 ○ 온라인 플랫폼 활용 판매촉진 방안 제시(라이브 커머스 등)
현황	①상시 입점브랜드 : 34개 ②월 평균 매출액 : 3.7억원 ③고객관리, 콜센터 상시운영	①설 매출액 : 10억원 ②추석 매출액 : 13억원 ③아웃바운드 TM 운영	①오프라인 행사 운영 (이동 판매 차량 등) ②온라인 몰 연계 판매촉진 전개 ③유통채널 연계 할인행사
운영 목표	제안사에서 제시 후 협상		

가. 공통 추진방향

- 위드 코로나 상황에 따라 소비변화 대응한 한돈 판매촉진 전략 수립 및 전개
- 한돈의 다양한 판로 구축 및 확대 통한 판매촉진 (온라인몰 연계 등)
- 포크사이클(돈가 상승, 하락 시기)에 맞는 선제적 판매촉진 전략 수립 및 전개

- 한돈 가격 안정화 위한 사업 추진

나. 주요운영 내용

- 한돈물 총괄 운영 및 관리 (기획전 계획 및 고객응대, 브랜드사 소통, 이슈 발생 처리 전반 포함)
- 한돈물 전반적인 홍보 강화 (신규 고객 유치를 위한 온라인 홍보 강화 등)
- 명절, 삼겹살데이, 한돈데이, 캠핑, 김장 등 시즌 이슈에 맞는 한돈 판매촉진 기획 운영
- 오프라인 한돈 할인 판매 장소 섭외, 한돈 판매부스 운영 지원 (인·허가 등 제반 사항 포함, 이동판매 차량 활용 포함)
- 유통채널별 판매촉진 위한 다양한 마케팅 활동 전개 (온라인 채널 등 연계)
- 간담회 등을 통한 입점 브랜드사 및 유통사(마트, 오픈마켓, 홈쇼핑 등) 바이어, MD 등과의 밀접한 관계 구축
- 한돈 브랜드사에 대한 관리 및 원활한 커뮤니케이션 진행
- 한돈 가격 안정화를 위한 판매촉진 추진 (온·오프라인 연계)
- 한돈 판매촉진 및 판로확대 지원 사업 홍보 및 지원
 - 코로나 상황에서의 온·오프라인 판매촉진 및 타 유통채널 활용 할인행사, 라이브커머스 등 판로확대, 유명 기업과의 콜라보 제품 출시 및 홍보 지원 등 다양한 제휴 및 판로 개척 등

* 내용은 담당자와의 협의 사항에 따라 변동될 수 있음.

2. 한돈물 운영

가. 운영내용 및 요구사항

1) 주요운영 내용

- 한돈물(고도물 기반) 연중 운영을 위한 한돈 판매촉진 기획
(PC 기반 웹, 모바일 웹 페이지 운영 중, 별도 앱(app)은 없음)
- 한돈물 입점 브랜드사 관리(브랜드사 모집, 가격 조율 등)
- 한돈물의 인지도 향상 및 모객 위한 홍보 전략 구축

- 한돈몰 활성화 위한 회원관리, 쿠폰제도, 이벤트 운영
- 입점 브랜드사 관리(분기별 간담회 개최 등) 및 지원(제품 촬영 등) 운영
- 한돈몰 유입 및 구매 유도 위한 온라인 홍보(검색어 광고, sns광고 등)
- 콜센터 연중 운영, 한돈몰 정산 등
- ※ 기획전 할인, 신규가입쿠폰, 배송비 지원 등은 사무국 및 브랜드사 일부 부담
- 시대 흐름에 따른 ESG 경영에 걸맞는 대책안 운영 (전 브랜드사 친환경 아이스팩 전환 유도 정책 포함)

2) 요구사항

- 한돈몰 운영 및 활성화 방안 수립 (고객 확대 등 구체적 전략 수립)
- 시즌이슈 및 한돈 가격 안정에 기여할 수 있는 월별 및 특별 프로모션 기획안 제시 (홍보 계획 포함)
- (가격할인 시 별도 예산으로 브랜드사에 일부 지원 가능)
- 한돈몰 입점 브랜드사 및 상품관리 관리 방안 제시 (현재 정책 등 점검)
- 한돈몰의 자구적 성장방안 제시 (소비변화에 대응)
- 한돈몰만의 특징점 발굴 및 방향성 제시
- 그 외 추가 제안(있을 경우만 제출할 것)

3. 한돈 선물세트 캠페인 전개

가. 운영내용 및 요구사항

1) 주요운영 내용

- 명절 선물시장에서의 한돈 선물세트 판매촉진 추진
- 한돈몰 내 한돈 선물세트 판매 운영(한돈몰 참조)
- 기업 대상 아웃바운드 TM 운영(대량구매시 15% 할인 홍보 등)
- ※ 할인 시 할인비용은 사무국 지원 및 브랜드사 일부 부담

2) 요구사항

- '22년 설, 추석 한돈선물세트 판매촉진 기획 및 운영안 제시

- 한돈 선물세트의 인지도 제고 및 판매촉진 위한 추가 제안
- 대량구매 모객 위한 추진 방향 및 홍보방향 제시

4. 한돈 오프라인 및 온라인 판매촉진 행사 추진

가. 운영내용 및 요구사항

1) 주요운영 내용

- 삼겹살데이, 한돈데이 등 이슈 연계 현장 한돈 할인판매 행사 추진
- 구매 트렌드 변화에 따른 온라인 연계 한돈 판매촉진 추진

2) 요구사항

① 오프라인 판매촉진 행사 운영 관련

- 삼겹살데이, 한돈데이와 연계하여 위드 코로나 상황 속에서 워킹스루 및 이동판매차량 활용하여 판매방식 가능 장소 섭외
 - ※ 이동판매 차량은 2개의 양돈조합에서 각 1대 보유중
- 정육 판매 특성상 사전 판매장소 인·허가 등 시·구청 관련 부서에 사전 확인 필요(장소 제안 시 통화일, 담당자명 등 기재 요망)
- 필요시 오프라인 정육점 판매 운영 지원(관련 관공서 판매신고 대행 필요)
- 쇼케이스 임대, 포스기 임대, 각종 부대시설 지원 필요
- 마트행사 추진 시, 제작물 디자인 포함 바이어 소통 운영
- ※ 오프라인 판매촉진 행사 예산은 전체 예산 중 60,000천원 이내 (vat 포함)
(행사 횟수 2~3회 진행예정)

② 온라인 연계 한돈 판매촉진 운영 관련

- 쿠팡, 라이브 커머스와 같은 소비자 구매 트렌드에 맞는 온라인 채널 연계한 한돈 판매촉진 계획안 제시
- 유명 기업과의 한돈 콜라보 제품 출시와 같은 한돈 소비촉진과 연계한 아이디어 제시
- 유명 축산 온라인몰 연계 협업 및 프로모션 방안 제시
- 그 외 추가 제안(있을 경우만 제출할 것)

- ※ 한돈 가격 안정 할인행사 시 할인비 일부 지원은 사무국 부담
(단, 한돈 가격 폭락에 따른 행사 시 추가 예산 투입 가능)

5. 기타 요청사항

- 즉각적 업무대응 및 사업 추진을 위한 확실한 업무분장 요청 (오프라인 전담 직원 포함)

6. 진도보고

가. 정기보고

- 주간보고 : 매주 목요일
- ※ 협의하여 변동 가능

나. 단계별보고

- 1) 착수보고 : 계약 후 7일 이내 (과업수행에 필요한 과업관리 및 연간 플랜 부분) (일정관리, 보고체계, 수행인력, 산출물 내역 등과 개발단계의 현황파악 및 전반적인 실행계획보고)
- 2) 월별보고서 : 매월 10일 이내 (브랜드사 지원금 정산 포함)
- 3) 중간보고 및 하반기 전략 보고 : 2022년 7월 중
- 4) 완료보고 : 계약완료 20일 전 이내 (자체 분석 포함)

다. 수시 및 기타보고

- 1) 변경보고 : 업무의 수행방법 및 이에 따른 산출물의 변경 시 변경보고 (예산 변경 및 인력 변경 포함)
- 2) 관리보고 : 잠재적 위험요소(코로나, FMD, ASF 등 질병 이슈 및 돈가 하락)발생 시 선제적 대응 방안 논의 및 보고

라. 오프라인 현장 할인판매 수시보고

- 성공적 행사 추진 위한 상시 보고 및 협의 필요 (전담 직원 요청)

마. 오프라인 및 온라인 한돈 판매촉진 행사 추진시 단계별 보고

- 1) 착수보고 : 각 판매행사 시작 최소 20일 이전 과업수행에 필요한 과업 관리 부분 (판매장소 현황, 수행인력, 산출물 내역 등과 사전 준비단계의 현황파악 및 전반적인 실행계획보고)
- 2) 결과보고 : 각 행사 수행 후 20일 이내

IV

과업수행 지침

1. 일반사항

- 가. 본 과업지시서는 과업을 원활하게 하기 위해 필요한 사항을 규정한다.
- 나. 과업지시 내용에 별도로 명기되어 있지 아니한 사항은 일반사항에 의하여 과업을 수행한다.
- 다. 일반사항과 과업지시 내용이 서로 상이한 부분이 있을 경우에는 과업지시 내용을 따른다.

2. 과업 추진절차

- 가. 본 과업은 발주처의 감독관의 지시 감독 하에 수행한다.
- 나. 본 과업은 관련 법규 및 제안요청서에 의거 성실히 수행되어야 하며 본 요청서에 명시되지 않은 사항이라도 과업 목적의 충실한 달성을 위하여 필요한 사항은 발주처의 지시에 따라 보완하여야 한다.

3. 기타사항

- 가. 본 과업수행 상 관련법에 의거 허가, 승인, 신고 등 사전에 조치하고 과업수행을 시작해야 한다. (제작물 포함)
- 나. 본 과업수행 상 발생하는 H/W 및 S/W 추가비용은 계약상대자가 부담한다.

4. 보 안

- 가. 본 과업에 투입되는 기술 인력은 보안 관련 규정을 준수하여야 한다.
- 나. 계약상대자는 과업과 관련된 모든 자료의 보안관리 책임자를 지정하고 그 내역을 과업수행계획서 제출 시 서약서로 제출하여야 한다.
- 다. 계약상대자는 과업에 따른 연구내용 및 조사 자료는 물론 과업 진행 과정에서 생성된 모든 자료를 타 용도로 사용하거나 외부에 공개 또는 대출하지 못한다.
- 라. 계약상대자는 보안 관계 법규 등에 저촉되는 일이 없도록 세심한 주의와 의무를 다하여야 하며, 이의 불이행으로 인한 모든 책임은 계약상대자가 져야 한다.
- 마. 발주처는 계약상대자의 보안관리 상태를 점검할 수 있으며, 또한 보안상 필요한 모든 지시를 할 수 있다.

V 입찰 및 계약관련 사항

1. 입찰 및 계약방법

- 입찰방법 : 제한경쟁입찰
- 낙찰자 선정방법 : 협상에 의한 계약체결

2. 입찰참가 자격

- 국가를당사자로하는계약에관한법률시행령 제12조 및 동법 시행규칙 제14조 규정에 의한 경쟁입찰 참가유자격자로서 동법 시행령 제76조 규정에 의한 제한사유가 없는 업체
- 2019년 11월 1일 이후 최근 2년 이내에 온·오프라인 마케팅 및 세일즈프로모션 대행 실적 관련 총 530백만원 이상의 실적증명원을 제출할 수 있는 업체
- 자사에 디자이너가 재직하고 있는 업체
- 본 위원회에서 개최하는 사업설명회에 참석한 업체

※ 본 위원회에서 추진하는 2022년 홍보협력사 선정 입찰과 중복하여 응찰할 수 없음

3. 입찰등록 및 제안서 제출

- 사업설명회 : 2021. 10. 29(금) 15시 00분, 제2축산회관 지하대회의실
- ※ 사업설명회 참가 업체만 입찰 등록 가능,(재직증명서와 명함 필수 지참)
- 제출기한 및 장소 : 2021. 11. 29(월) 11시까지, 한돈자조금사무국 전략사업부
- 등록방법 : 직접제출(우편 및 팩스 접수 불가, 시간 엄수 요망)
- 제출서류
 - 입찰참가신청서 1부
 - 회사소개서 1부
 - 용역수행실적증명원 각 부
 - 참여인력이력사항 1부(4대보험등 재직증빙 제시)
 - 법인등기부등본 1부 및 사업자등록증 사본 1부
 - 국세,지방세완납증명서 1부
 - 법인인감증명서 및 사용인감계 각 1부
 - 서약서 1부 및 위임장(대리 등록시) 1부
 - 입찰보증금 또는 보증보험증권 1부(입찰금액 100분의 5 해당금액)

- 제안서 11부(1부는 제안 업체명 표기, 10부는 제안 업체명을 인지할 수 있는 어떠한 표시도 불가) 및 제안서 수록 USB 1개

4. 사업수행자 선정 및 협상방법

가. 제안서 평가 및 사업수행자 선정

※1차 제안서 평가 : 총점 100점 만점(기술능력 90점, 가격평가 10점)

- 입찰참가업체가 5개 이상인 경우 추진

※2차 경쟁PT 평가 : 총점 100점 만점(기술능력 90점, 가격평가 10점)

- 발표시간 20분, 질의응답 10분
- 2차 PT 심사 당일 현장 추첨으로 발표순서 결정

1) 제안서는 「협상에 의한 계약체결 기준」에 의거 기술능력과 입찰가격을 종합적으로 평가한다.

- 평가항목 : 기술능력평가(90%) + 입찰가격(10%)
- 기술능력평가 분야 배점한도의 85% 이상인 자를 협상적격자로 선정
- 기술능력평가 점수와 입찰가격평가 점수를 합산하여 고득점순에 따라 순차적으로 협상을 실시하여 낙찰자 결정
- 합산점수가 동일한 제안업체가 2개사 이상일 경우에는 기술능력평가 점수가 높은 제안업체를 우선협상대상자로 함
- 기타 별도로 정하지 아니한 사항은 기획재정부계약예규(제515호 2020.9.24. 일 부개정) “협상에 의한 계약 체결기준” 등 준용

※ 입찰가격을 사업예산의 95% 이상 (503,500천원)으로 제한함.

- 2) 한돈자조금관리위원회가 정한 평가기준에 의거 기술평가중 정량적(객관적) 평가는 사업담당부서에서 평가하고, 주관적 평가는 「협상에 의한 계약체결 기준」에 의거 심사위원회를 구성하여 평가한다.
- 3) 제안서 평가의 세부내용 및 결과는 비공개를 원칙으로 하며, 평가결과에 대해 제안업체는 이의를 제기할 수 없다.
- 4) 제안서 내용은 명확한 용어를 사용하여 표현하여야 하며, ‘~를 제공할 수도 있다’, ‘~이 가능하다’, ‘~을 고려하고 있다’ 등과 같은 모호한 표현은 제안서 평가 시 불가능한 것으로 평가함

나. 제안서 평가 기준

구 분	평 가 항 목		배 점	비 고
기술능력평가 (90점)	정량 평가 (10점)	○최근 2년간 유사행사 진행 실적금액 계	10점	사업부서 평가
	정성 평가 (80점)	○제안사 평가 ▶주요수행실적, 제안업체 강점 ▶사업의 전반적인 이해도 ▶전담팀 체계성, 전문성, 인력운용 적합성	10점	심사위원 평가
		○한돈 산업 및 소비현황 분석 및 마케팅 전략제시의 기획력, 타당성 (구체적 수치 및 자료 사용 시 출처 표기) ▶현황 및 향후 전망 분석, 적용, 기획의 참신성 및 적합성 ▶한돈 산업에 대한 이해도	15점	
		○기존 사업에 대한 분석(구체적 방안 및 수치) ▶기존 사업에 대한 분석의 타당성 ▶기존 사업의 보완점 제시의 적합성	5점	
		○사업 목표 및 추진 전략(구체적 방안 및 수치) ▶사업 목표의 적절성 ▶추진전략의 효율성 및 창의성	15점	
		○주요 사업별 세부실행 계획 (구체적 방안 및 수치) ①한돈물 운영방안 ▶한돈물 전반 운영 및 관리 방안 적절성 ▶한돈물 발전 방안의 타당성 ②한돈 선물세트 캠페인 운영방안 ▶선물세트 판매촉진 운영안의 적절성 ③한돈 오프라인 및 온라인 판매촉진 방안 ▶오프라인 행사 운영 전략의 적절성 ▶온라인 채널 연계 한돈 판매촉진 운영의 적절성 ▶한돈 소비촉진 위한 아이디어의 적절성 ④추가제안 ▶전략의 적절성 및 창의성 ※공통 사항 : 코로나 상황을 감안한 판매전략 수립 여부, 제안 내용 실현 가능성 및 타당성	25점	
		○가격 안정 및 위기대응 전략의 적절성	10점	
가 격 평 가 (10점)	가격 평가 (10점)	○입찰가격 평점 산식에 의한 평가	10점	사업부서 평가
총 점			100점	

※ 정량적 평가 기준 : 최근 2년간 공공기관 또는 기업에 대한 마케팅 및 세일즈 프로모션 용역 수행 실적 금액 합계

금액	795백만원 이상	795백만원 미만 ~ 636백만원 이상	636백만원 미만 ~ 530백만원 이상
배점	10	9	8

※ 입찰가격 평점 산식

- ① 입찰가격이 예정가격(예정가격을 작성하지 않은 경우에는 추정가격에 부가가치세를 포함한 금액으로 한다. “이하같다”)의 100분의 80 이상인 경우 평점 =
입찰가격평가 배점한도 × (최저입찰가격 / 해당입찰가격)
- ② 입찰가격이 예정가격의 100분의 80 미만인 경우 평점 =
[입찰가격평가 배점한도 × (최저입찰가격 / 예정가격의 80% 상당가격)]+[2 × (예정가격의 80% 상당가격 - 해당입찰가격)/(예정가격의 80%상당가격-예정가격의 60% 상당가격)]

VI 제안서 작성요령 및 서식

1. 제안서 작성방법

가. 일반사항

1) 제안서의 효력

- 주관기관이 필요시 입찰참가자에 대하여 추가 제안이나 추가 자료를 요청할 수 있으며, 이에 따라 제출된 자료는 제안서와 동일한 효력을 가진다.
- 제안서에 제시된 내용과 주관기관 요구에 의해 수정, 보완, 변경된 제안 내용은 계약서에 명시하지 않더라도 계약서와 동일한 효력을 갖는다.
- 제출된 제안서의 내용은 주관기관이 요청하지 않는 한 변경할 수 없으며, 계약 체결 시 계약조건의 일부로 간주한다.
- 사업수행인원에 관련된 사항은 반드시 포함되어야 하며, 이 사항을 변경하고자 할 때에는 사전에 주관기관과 협의 후 진행한다.
- 주관기관 자체의 중대한 사유 발생 시 본 제안서의 일부 또는 전부가 변경되거나 취소되는 경우에도 이의를 제기하지 못 한다.

2) 제안서 작성지침(권고사항) 및 유의사항

- 제안서의 구성 및 목차는 반드시 제안서 작성 목차에 의해 작성하여야 하며, 제안서의 내용을 객관적으로 입증할 수 있는 관련 자료를 첨부하여 제출한다.
 - 제안서 본문 내용은 70페이지 이내로 작성
 - 제안서는 A4 횡 방향 작성을 원칙
- 제안서의 각 페이지는 쉽게 참조할 수 있도록 하단 중앙 또는 하단 우측에 페이지 번호를 부여한다.
- 제안서의 내용은 “명확한 용어를 사용하여 표현”하여야 한다. 예를 들어, 사용 가능하다, 할 수 있다, 고려하고 있다 등과 같이 모호한 표현은 평가 시 불가능한 것으로 간주하며, 계량화가 가능한 것은 계량

화하여야 한다.

- 제안된 내용의 검토를 위하여 주관기관의 요구 시 제안사는 추가 자료를 제출하여야 한다.
- 제안서 작성과정에서 취득한 내용에 대해서는 보안을 유지하여야 한다.
- 제안서 내용에 허위 기재 사실이 발견될 시에는 업체 선정에서 제외, 낙찰취소 또는 계약해지가 된다.
- 제안요청서의 모든 조건은 제안업체에서 명백하게 배제된 경우를 제외하고는 묵시적으로 승인되어 제안서에 포함된 것으로 간주한다.
- 제안서 항목 중 해당 내용이 없는 경우는 작성항목 목차는 그대로 유지하고 내용 작성 부분에 해당사항 없음으로 기술하여야 한다.
- 제출된 제안서의 내용은 주관기관의 승인을 받지 않는 한 변경할 수 없으며 계약 체결 시 계약조건의 일부로 간주한다.
- 가격제안서는 세부 산출내역(부가세포함)을 표시해야 한다.
- 제출된 제안서는 일체 반환하지 않으며, 본 제안과 관련되는 비용은 입찰 참가자의 부담으로 한다.
- 제안사항에 관한 이견이 발생하는 경우, 제안서상에 정하지 않은 사항에 대해서는 쌍방이 협의하여 결정하되, 협의가 이루어지지 못할 경우에는 주관기관의 의견에 따라야 한다.

나. 세부 작성지침

항 목	작 성 방 법
I. 제안사 일반현황	
1. 일반현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사의 일반현황 및 주요 연혁, 최근 2년간의 부문별 매출액, 동등이상사업실적 등을 명료하게 제시하여야 한다. - 본 사업과 관련이 있는 2년 이내의 동등이상사업실적 제시
2. 조직 및 인원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사의 조직 및 인원현황을 제시하여야 한다. (재직자)
3. 수행조직 및 업무분장	<ul style="list-style-type: none"> ○ 본 사업을 수행할 조직 및 업무분장 내용을 상세히 제시하여야 한다. - 용역책임자는 임원급으로 제시
4. 참여인력 및 이력사항	<ul style="list-style-type: none"> ○ 본 사업을 수행할 참여인력에 대한 이력사항을 제시하여야 한다. - 성명, 소속, 최종학력, 해당분야 근무경력, 보유 자격증 현황, 본 사업 참여임무, 근무경력 및 기술경력, 목표투입공수(M/M), 최근 2년간 주요경력(유사사업) - 제안서 제출일 기준으로 참여인력 재직 증빙(4대보험납입 등) <ul style="list-style-type: none"> ※ 단, 서비스 지원인력, 외부 자문인력 등 통상적인 인력이 아닌 경우는 제시하지 말 것 ※ 제안요청 내용과 연관 없는 불필요한 학력사항이나, 자격사항은 배제
II. 현황 분석	
1. 한돈산업 및 소비현황 분석 / 마케팅 전략제시	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한돈 산업과 소비 현황 및 환경 분석 ○ 한돈 온오프라인 마케팅 전략 제시 (코로나 상황 반영) ○ 한돈물 홍보방안 및 온라인 물 연계 판매촉진 방향 제시
2. 기존 사업에 대한 분석	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기존 사업에 대한 분석과 그에 대한 보완점을 기술 (구체적 제시)
III. 한돈 판매촉진 통합 운영	
1. 사업목표	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사는 현황 분석을 바탕으로 본 제안의 목적, 범위, 전제조건 및 제안의 특징 및 장점을 요약하여 기술하여야 한다. 목표시스템 구성도 및 구성 체계를 제시하여야 한다.
2. 추진전략	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사는 사업을 효과적으로 수행하기 위한 추진전략(위험요소 고려 창의적이고 타당한 대안)을 제시하여야 한다.
3. 세부실행 계획	<ul style="list-style-type: none"> ○ 제안사는 사업수행을 위한 구체적 실행 방법을 실현가능성을 명확히 하여 다음의 사업별로 각각 운영 방법을 제시하여야 한다.(각 사업별 요구사항 참조) 3-1 한돈물 운영 (구체적 방안 제시) 3-2 한돈 선물세트 캠페인 운영 (구체적 방안 및 목표 제시) 3-3 한돈 오프라인 및 온라인 연계 판매촉진 행사 3-4 추가 제안 3-5 가격 안정 및 위기대응 전략
IV. 예산운용 계획	
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전체 사업별 예산 산출 내역(부가세 포함 가격 표시)