

---

# 2026 탁구 디비전리그 홍보 업체 선정 과업지시서

---

과업명	2026 탁구 디비전리그 홍보 업체 선정			
담 당	발주기관	대한탁구협회	전화번호	02-420-3052
			이메일	kttadivision@naver.com
	담당부서	국내사업팀		

# 1

## 과업 안내

1. 사업명 : 2026 탁구 디비전리그 홍보 업체 선정

### 2. 추진 배경 및 필요성

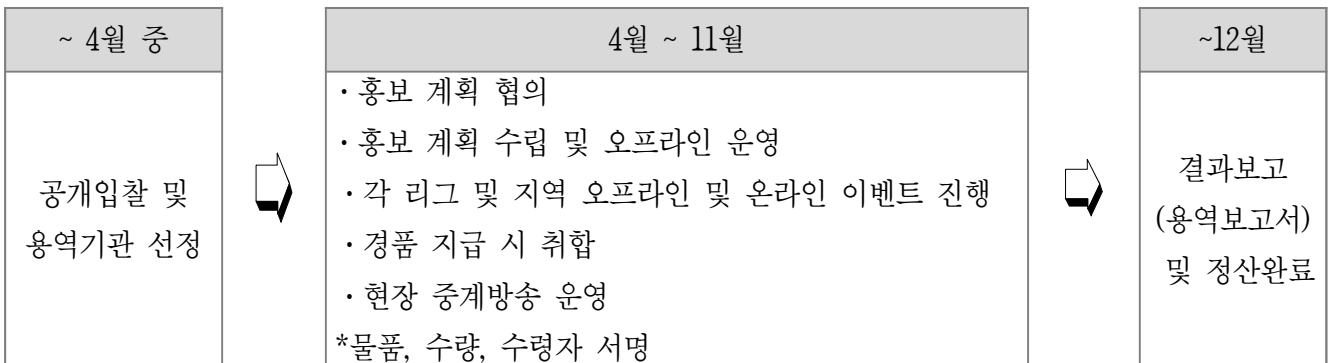
- 2026 탁구 디비전리그의 원활한 운영과 대회 인지도 제고를 위해 체계적이고 전문적인 홍보 추진이 필요함.
- 대회 규모 확대 및 전국 단위 사업으로서의 위상 강화를 위해, 홍보 기획·디자인·제작 전반을 통합적으로 수행할 수 있는 전문 홍보 업체의 역할이 중요함.
- 통일된 홍보 전략과 일관된 디자인을 기반으로 온·오프라인 홍보물 제작을 추진함으로써 사업의 공신력을 높이고, 참가자 및 일반 국민의 관심과 참여를 유도하고자 함.
- 이에 홍보 전문성과 안정적인 수행 능력을 갖춘 업체를 선정하여, 2026 탁구 디비전리그 홍보를 효율적이고 체계적으로 추진하고자 함.

### 3. 사업 예산

- 디비전 리그 : 190,000,000원 (부가세 및 기타비용 모두 포함)

### 4. 사업추진일정 \*진행과정에 따른 일정 변동이 생길 수 있습니다.

- 추진일정(안) : 계약체결일로부터 계약서에 명시된 날짜까지



## 과업세부사항

## 1. 대회 운영 지원 및 인력 구성

## 가. 기본 원칙

용역사는 본 사업의 원활한 운영을 위하여 전담 인력을 구성하고, 대회 운영·홍보·콘텐츠 제작·이벤트 운영이 유기적으로 수행될 수 있도록 한다.

## 나. 인력 구성 (최소 기준)

## ① 총괄 운영 책임자(PM) 1인

사업 전반 총괄 관리 및 발주기관 대응  
사업 일정, 성과 및 품질 관리 수행

## ② 현장 운영 인력 2인 이상

경기장 조성 및 철수 지원

운영 물품 및 집기 관리

현장 상황 대응 및 운영 지원

## ③ 홍보/콘텐츠 제작 인력 1인 이상

사진 및 영상 촬영

콘텐츠 편집 및 SNS 업로드 수행

## ④ 이벤트 운영 인력 1인 이상

현장 이벤트 및 프로모션 운영

참가자 참여 유도 및 현장 분위기 조성

※ 대회 규모 및 운영 상황에 따라 발주기관 요청 시 인력 추가 배치 가능

※ 세부 인력 운영 계획은 발주기관과 협의하여 조정 가능

## 2. SNS 채널 운영 및 콘텐츠 제작

## 가. 채널 운영

인스타그램, 유튜브, 블로그 등 공식 SNS 채널 상시 운영

채널별 특성에 맞는 콘텐츠 기획 및 업로드

## 나. 콘텐츠 제작 기준

## ① 일반 콘텐츠: 월 15건 이상

## ② 숏폼 콘텐츠: 월 6~8건 이상

## 다. 콘텐츠 구성

경기 하이라이트 및 주요 장면

선수 및 동호인 인터뷰

리그 소개 및 참여 유도 콘텐츠

챌린지, 밈(Meme) 등 참여형 콘텐츠

## 라. 운영 기준

참여 유도 중심 콘텐츠 기획 및 제작

조회수, 도달률, 참여율(좋아요, 댓글, 공유 등) 기반 성과 관리

마. 기타 사항

대한탁구협회 공식 캐릭터 ‘딱구’ 활용 홍보 추진

※ 세부 콘텐츠 기획 및 운영 방향은 발주기관과 협의하여 조정 가능

### 3. 중계방송 시스템 구축 및 운영

가. 중계 대상

전국대회 주요 경기

나. 인력 구성

전문 캐스터 1인

전문 해설위원 1인

다. 촬영 장비 구성 (총 6대 이상)

고정캠: 경기장 전체 화면

팔로잉캠: 선수 움직임 및 경기 흐름 촬영

네트캠: 근접 플레이 촬영

해설캠: 중계석 및 인터뷰 촬영

예비캠: 현장 스케치 및 비상 대응

라. 송출 방식

실시간 스코어 CG 적용

유튜브 등 SNS 채널을 통한 실시간 스트리밍

마. 운영 기준

중계 영상은 하이라이트 및 SNS 콘텐츠로 활용 가능하도록 관리

주요 경기 장면은 클립 영상으로 재가공 활용

※ 세부 중계 구성 및 연출 방식은 발주기관과 협의하여 조정 가능

### 4. 홍보·이벤트 기획 및 운영

가. 온라인 이벤트

연 4회 이상 운영

참가 인증, SNS 참여형 챌린지 등 기획

레이팅 활성화를 위한 리워드 프로그램 기획

나. 오프라인 이벤트

대회 현장 체험형 프로그램 운영

이벤트 부스 및 참여형 프로그램 기획

다. 운영 기준

참여율 및 참여 건수 등 정량지표 기반으로 운영 성과 관리

현장 이벤트와 SNS 참여가 연계되도록 구성

라. 사후 관리

당첨자 선정 및 경품 발송  
고객 응대 및 개인정보 관리

※이벤트 운영 방식은 발주기관과 협의하여 조정 가능

## 5. 대회 현장 홍보 및 인프라 지원

### 가. 홍보 운영

현장 홍보부스 및 포토존 기획·운영  
현장 인터뷰 및 스케치 등 콘텐츠 제작

### 나. 물품 지원

대회 운영용 복합기, 테이블, 의자 등 설치 및 운영

### 다. 시설 지원

공인 탁구대 설치 지원  
경기장 바닥 매트 시공 및 철수

### 라. 운영 기준

현장 운영에 지장이 없도록 사전 준비 및 점검 수행  
참가자 및 관람객 편의성을 고려하여 운영

※세부 구성 및 설치 범위는 발주기관과 협의하여 조정 가능

## 6. 홍보영상 제작 및 언론 홍보

### 가. 홍보영상 제작

리그 참여 유도 목적의 메인 홍보영상 제작  
SNS 및 광고 활용을 고려한 다양한 형식의 영상 제작

### 나. 광고 운영

타겟 맞춤형 온라인 광고 집행  
광고 성과는 노출수, 클릭률, 전환율 등 정량지표 기반으로 관리

### 다. 언론 홍보

보도자료 작성 및 배포  
기자단 간담회 지원  
기사 모니터링 및 결과 보고

※홍보 방향 및 메시지는 발주기관과 협의하여 조정 가능

## 7. 우수 참가자 및 우수 시·도 시상

### 가. 시상 구성

① 우수 참가자  
최우수 선수(MVP)  
우수 선수상  
페어플레이상

베스트 퍼포먼스상 등

② 우수 시·도

최우수 운영 시·도

우수 운영 시·도

홍보 우수 시·도

나. 평가 기준

경기 성적 및 참여 실적

리그 참여율 및 지속 참여도

SNS 성과(조회수, 참여율 등) 기반 홍보 기여도

운영 성과 및 현장 평가 결과

다. 시상 운영

전국대회 종료 후 통합 시상식 개최

상장 및 부상 제공

수상자 인터뷰 및 콘텐츠 제작

라. 사후 활용

우수 사례 콘텐츠 제작 및 홍보 활용

차년도 사업 홍보 자료로 활용

※세부 평가 기준 및 시상 규모는 발주기관과 협의하여 조정 가능

## 8. 차년도 사업 연계 홍보

가. 추진 목적

2026년 사업 성과 확산 및 2027년 참여 유도

나. 주요 내용

리그 성과 및 우수 사례 홍보

하이라이트 및 재가공 콘텐츠 제작

참여 후기 및 인터뷰 콘텐츠 제작

다. 추진 시기

2027년 1분기 내 추진

라. 운영 기준

참여 전환을 목표로 홍보 전략 수립 및 실행

콘텐츠 성과는 조회수, 도달률, 참여율 등 정량지표 기반 관리

※세부 홍보 계획은 발주기관과 협의하여 조정 가능

## 9. 데이터 기반 운영 및 성과관리

가. 데이터 수집 및 관리

참가자 정보, 참여 경로(SNS, 지인, 오프라인 등), 콘텐츠 반응 데이터 등

사업 운영 전반에 대한 데이터를 체계적으로 수집·관리

나. 성과 분석

콘텐츠별 성과(조회수, 참여율 등) 분석  
참여 유입 경로 분석을 통한 효과적인 홍보 채널 도출

다. 전략 개선

분석 결과를 기반으로 홍보 및 이벤트 전략을 지속 개선  
성과가 낮은 영역은 보완 계획 수립 및 실행

라. 결과 보고

월별 및 분기별 성과 리포트 제출  
차년도 사업 개선 방향 도출을 위한 데이터 기반 보고서 작성

※세부 계획은 발주기관과 협의하여 조정 가능

**10. 신규 참여 유입 확대 전략**

가. 타겟 설정

신규 동호인, 미참여 탁구장, 유소년 등 타겟군 설정

나. 유입 프로그램 기획

첫 참가 유도 이벤트 (첫 참가 혜택, 체험형 리그 등)  
지인 추천 프로그램 등 참여 확산 구조 설계

다. 전환 관리

SNS 및 오프라인 이벤트 참여자를 실제 리그 참가로 전환할 수 있도록 관리  
참여 전환율을 주요 성과지표로 설정

라. 시·도 연계 지원

시·도 협회 및 지역 운영주체와 협력하여 지역 단위 참여 확대 지원

※세부 계획은 발주기관과 협의하여 조정 가능

**11. 탁구장 네트워크 구축 및 활용**

가. 네트워크 구축

전국 주요 탁구장 대상 협력 네트워크 구축  
리그 참여 및 홍보 거점으로 활용

나. 협력 프로그램 운영

탁구장 대상 리그 안내 및 참여 독려  
현장 홍보물 배포 및 이벤트 연계 운영

다. 정보 수집

탁구장 운영 현황, 이용자 특성 등 기초 데이터 수집

라. 지속 운영

네트워크를 차년도 사업 및 리그 확대 기반으로 활용

※세부 계획은 발주기관과 협의하여 조정 가능

- \* 사업계획서에는 작업절차 및 내용에 기초하여 자세한 추진방안을 제시
- \*\* 사업계획서에는 본 사업을 수행할 조직 및 업무분장 내용을 상세히 제시
- \*\*\* 과업 파악, 점검 등을 위하여 협회의 요구 시 요청자료 즉시 보고
- \*\*\*\* 보고 시 도출된 보완사항은 협회와 협의하여 성실히 반영하고, 보고에 수반된 비용은 과업수행자가 부담
- \*\*\*\*\* 방송시스템 문제 발생 시 즉시 조치를 취해야 하며 협회에 사후 보고서 필수 제출

○ 결과보고 및 사후관리

구분	역할
결과 보고	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 성과 보고서 제출 주기               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예: 캠페인 종료 후 7일 이내, 또는 매월 1회 등</li> <li>- 보고서 형태: PPT, PDF, 대시보드 등</li> </ul> </li> <li>2. 성과 지표(KPI) 명시               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 노출 수, 클릭 수, 전환율, 도달률, 참여율, 보도자료 게재 건수 등</li> <li>- 홍보 채널별 데이터 (SNS, 언론보도, 인플루언서 등)</li> </ul> </li> <li>3. 채널별 퍼포먼스 분석               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 어떤 채널이 성과가 좋았는지, 왜 그랬는지 분석</li> <li>- 타겟과의 적합성 평가</li> </ul> </li> <li>4. 성과 비교 자료               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계획 대비 실제 성과</li> <li>- 경쟁사 또는 업계 평균과의 비교 (가능한 경우)</li> </ul> </li> <li>5. 이슈/리스크 보고 및 대처 사례               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍보 과정에서 발생한 문제점과 대응방안</li> </ul> </li> <li>6. 캠페인 콘텐츠 리스트 및 자료 공유               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사용된 이미지, 영상, 문구 등 전체 리스트</li> <li>- 저작권 문제 발생 방지를 위해 공유 필요</li> </ul> </li> </ol>
사후관리	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 성과 모니터링 기간 지정               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예: 캠페인 종료 후 1~2주 간 모니터링</li> <li>- 네거티브 이슈 발생 시 대응 포함</li> </ul> </li> <li>2. 언론/온라인 반응 추적 및 보고               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기사 모니터링, 댓글 추적, SNS 반응 요약 등</li> </ul> </li> <li>3. 위기 대응 프로세스 마련               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 만약 부정적 이슈가 발생할 경우, 어떤 프로세스로 대응할지</li> <li>- 비상 연락 체계 포함</li> </ul> </li> <li>4. 콘텐츠 재활용/연장 활용 전략 제안               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제작된 콘텐츠를 어떻게 추가로 활용할 수 있을지 제안</li> <li>- 예: SNS 리마케팅, 추가 보도 요청 등</li> </ul> </li> <li>5. 고객 피드백 및 인사이트 제공               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 반응 분석, 캠페인 인지도, 브랜드 인식 변화 등</li> </ul> </li> <li>6. 차기 캠페인 방향성 제안               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이번 성과를 기반으로 한 향후 전략 방향 제안</li> </ul> </li> </ol>

○ 사업추진체계 역할

구분	역할
대한탁구협회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제안내용 확인</li> <li>• 리그 진행 날짜 및 장소 확인</li> <li>• 시·도협회 커뮤니케이션 및 협조 요청</li> </ul>
주관사업자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시·도 별 효과적인 과업 제안</li> <li>• 과업에 필요한 인력 선발</li> <li>• 결과보고서 작성 및 제출 (외장하드)</li> <li>• 사후관리 (시청률 분석 자료 제출 (협회 보관용, 기타 협회 요청 자료 등))</li> </ul>

### 3 과업수행 일반사항

#### ○ 기본내용

- 계약상대자는 본 과업을 수행함에 있어 신의성실의 원칙에 따라 본 계약의 목적을 달성할 수 있도록 제반 업무를 적극적으로 수행해야 함
- 계약상대자가 제시한 내용이 요구수준에 합당하지 않거나, 과업 목적 달성에 필요한 경우, 협회의 시정요구에 따라 보완해야 함
- 본 과업 내용과 관련하여 문구, 용어의 해석 및 과업의 범위 등에 대하여 협회와 계약상대자간에 이견이 있을 때에는 상호 협의 하에 결정해야 함
- 협회는 필요한 경우 과업의 세부내용을 변경할 수 있으며, 계약 상대방은 부득이한 사유가 없는 경우 이에 응하여야 함
- 계약상대자는 최종 결과물 제출 전까지 협회가 요구하는 수정사항이 있을 시 이에 대해 상호 협의 하에 교정·보완해야 함
- 과업수행에 사용하는 자료는 가장 최근의 것을 사용하여야 하며, 그 근거를 명확히 제시하고, 자료는 공신력 있는 기관의 자료를 활용해야 함
- 본 과업에 참여하는 실무총괄책임자(PM) 과업을 효율적으로 수행할 수 있도록 관련 분야 2년 이상 경력자로 인력을 구성해야 함
  - \* 계약 후 실질적으로 투입될 인원이어야 하며, 불일치 시 계약 해제의 근거가 될 수 있음
- 본 계약을 수행함에 있어 계약상대자가 관계법령 또는 본 계약 내용 및 관련사항들이나 과업수행지침 등을 위반한 경우 계약해제 할 수 있음
  - \* 본 계약 해제시에는 해제 당시에 계약상대자가 본 과업과 관련하여 보유 또는 사용하고 있는 자료 일체를 협회에 대가 없이 제출 및 귀속시켜야 하며, 본 과업과 관련된 문서, 사진, 영상, 기록물 등을 훼손해서는 아니 됨
- 전염병(코로나19 등) 확산 시 정부 방역지침에 따라 유동적으로 행사를 준비하고 운영하여야 함
- 계약상대자는 해당 사업에만 100% 전담할 수 있는 AE(account executive, 광고대행 책임자)를 최소 1명 배치해야 한다.

#### ○ 저작권 및 소유권

- 본 계약과 관련하여 사용된 사진 및 일러스트, 폰트 등의 자료는 초상권, 저작권 등의 관련 제반 법령에 위배됨이 없어야 하며, 이와 관련된 모든 법적 책임 및 배상 책임 등은 계약상대자에게 있음
- 제안서 작성과정에서부터 과업수행 중 협회에서 제공 및 취득한 제반 정보, 자료 등은 본 계약의 목적 외에 사용하여서는 아니 되며, 과업이 종료될 시 자동 폐기해야 함
- 용역수행 결과 생산된 각종 자료와 보고서 등 성과품은 협회 소유이며, 협회의 승인 없이 제3자에게 제공하거나 본 과업의 목적 이외에 사용할 수 없으며, 과업완료시 협회에 모두 완성품 및 원본파일로 제출해야 함