

보령 지역의 축제 활성화 전략

우주기획

목차

1. 개요
2. 추진 계획 및 전략
3. 추진 계획 결과 및 개선사항

1. 개요



Festival

관광지역 축제
활성화



Create Marketing

데이터 분석을 통한
맞춤형 마케팅



Friendly service

친절한 고객 서비스

2. 추진 계획 및 전략

Who?

대상자 조사
관광공사 및 타 업체
고객정보 분석

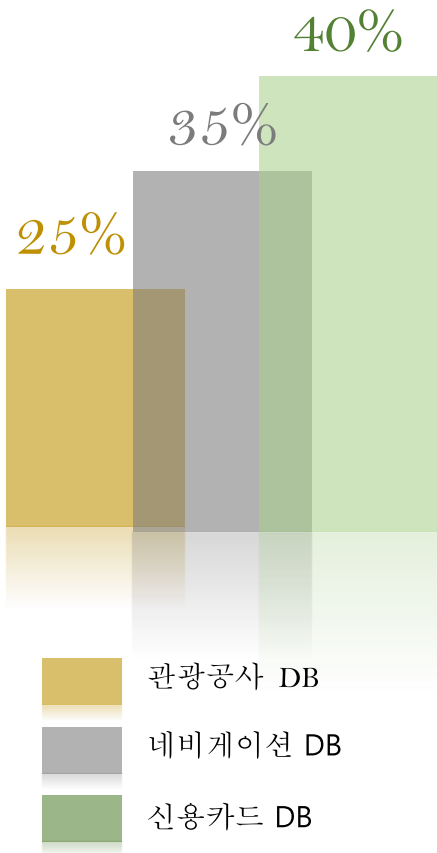
Why?

데이터분석을 통한
축제와 지역 상권
홍보 전략

How?

데이터 수집 및 분석을
통한 홍보 전략 및
고객 맞춤형 서비스

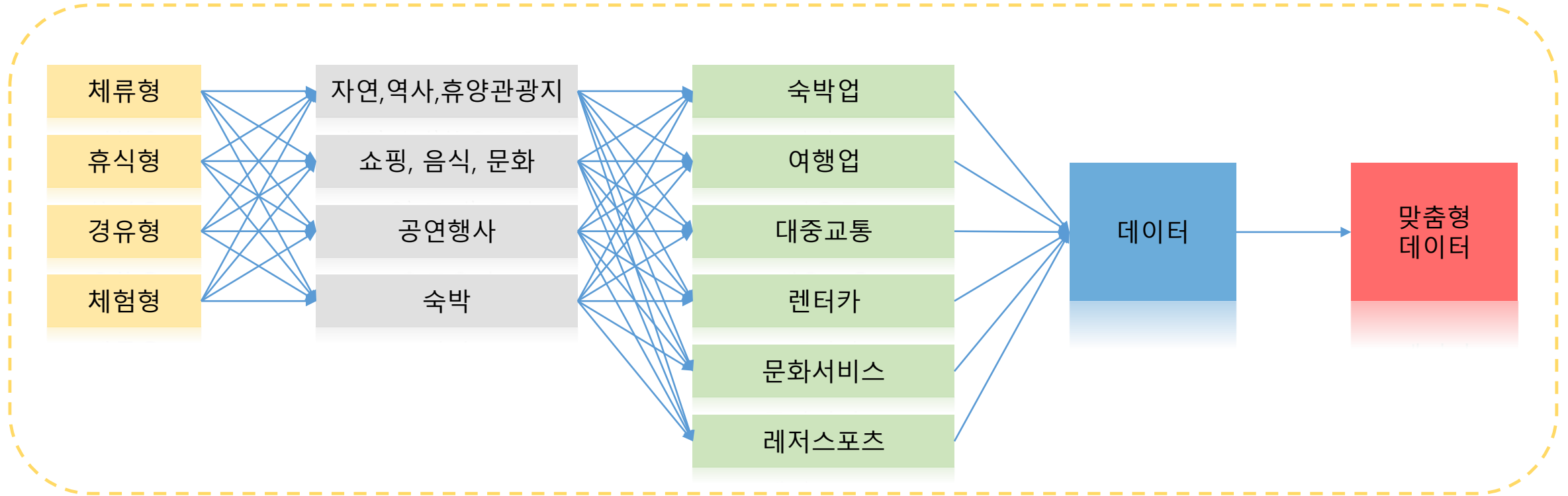
2. 추진 계획 및 전략



1. 축제 방문자
2. 관광활동유형
3. 관광 유형에 따른 소비

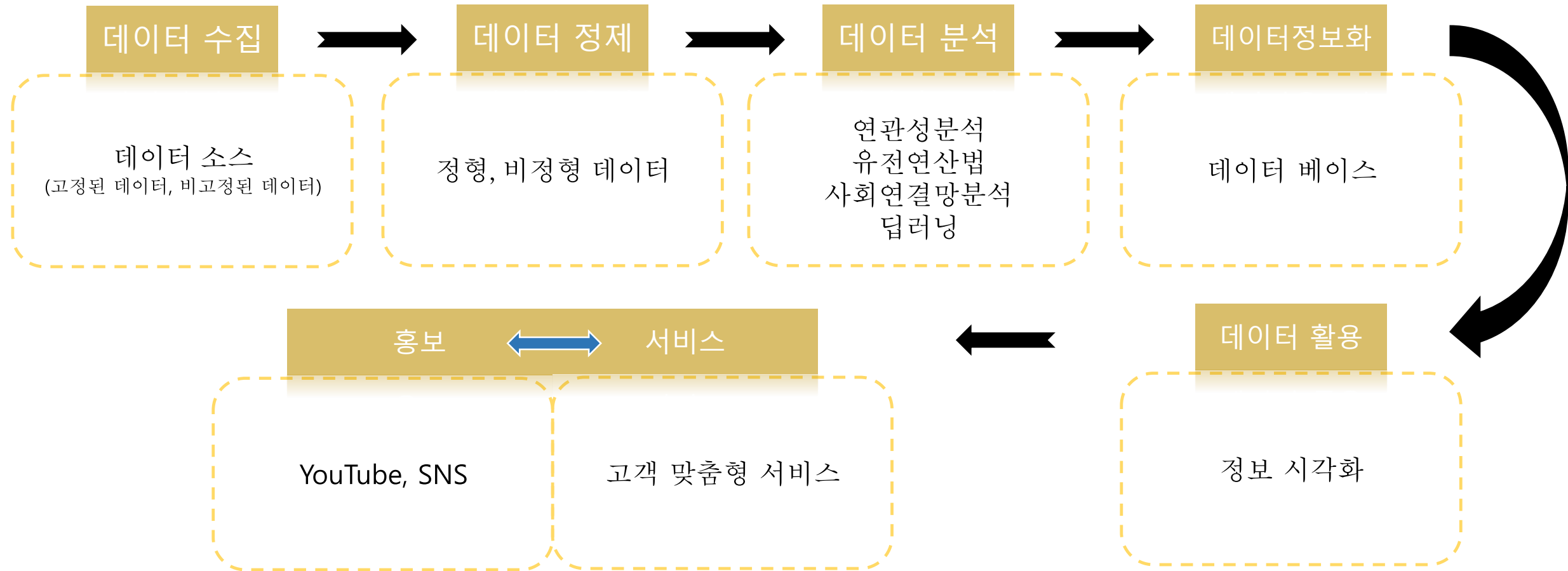
| 구분 | 카테고리 | 내용 | 데이터 범위 | 데이터 개수 |
|-------|--------------|------------------------|----------------|------------|
| 관광공사 | 체류형 | 체류시간이 길고 숙박 비율이 높음 | 연 단위, 월 1회(갱신) | 100,000 이상 |
| | 휴식형 | 체류시간이 짧고 숙박 비율이 높음 | 연 단위, 월 1회(갱신) | 100,000 이상 |
| | 경유형 | 체류시간이 짧고 숙박 비율이 낮음 | 연 단위, 월 1회(갱신) | 100,000 이상 |
| | 체험형 | 체류시간이 길고 숙박 비율이 높음 | 연 단위, 월 1회(갱신) | 100,000 이상 |
| 네비게이션 | 자연,역사,휴양관광지 | 바다, 섬, 절, 탑, 온천, 유원지 등 | 2018년~ | 100,000 이상 |
| | 쇼핑, 음식, 문화 | 농수산시장, 미술관, 한식, 일식 등 | 2018년~ | 100,000 이상 |
| | 공연행사 | 축제 및 공연장, 극장 등 | 2018년~ | 100,000 이상 |
| | 숙박 | 호텔, 펜션, 캠핑장 등 | 2018년~ | 100,000 이상 |
| 신용카드 | 숙박업 | 호텔, 콘도 등 | 2018년~ | 100,000 이상 |
| | 여행업 | 관광여행업 | 2018년~ | 100,000 이상 |
| | 대중교통 | 철도, 고속버스 | 2018년~ | 100,000 이상 |
| | 렌터카 | | 2018년~ | 100,000 이상 |
| | 문화서비스(음식,쇼핑) | 기념품점, 대형할인점, 한식, 주점 등 | 2018년~ | 100,000 이상 |
| | 레저스포츠 | | 2018년~ | 100,000 이상 |

2. 추진 계획 및 전략



데이터 변화를 분석하여 앞으로의 현황에 대해서 예측이 가능함

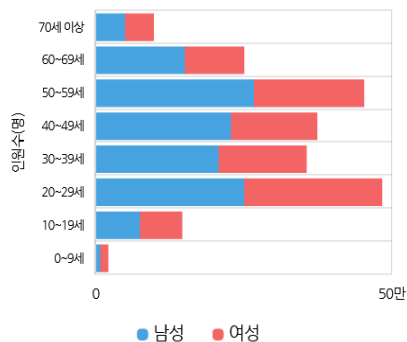
2. 추진 계획 및 전략



2. 추진 계획 및 전략

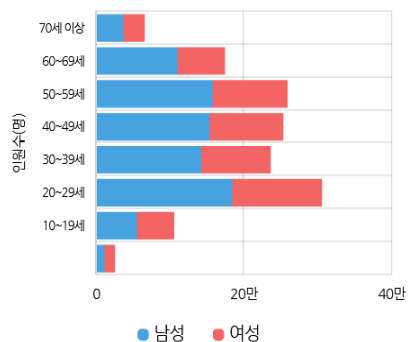
보령

성연령별 방문자 분포

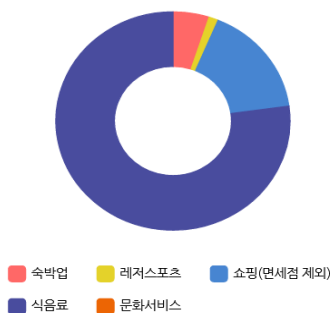


순천

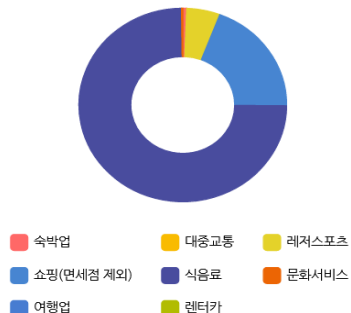
성연령별 방문자 분포



신용카드 소비액 유형별 분포



신용카드 소비액 유형별 분포



비교대상 : 순천만 갈대축제기간

더 적은 체류시간
더 적은 액티비티 지출
더 적은 여성 방문자
더 적은 50대 장년층 방문자

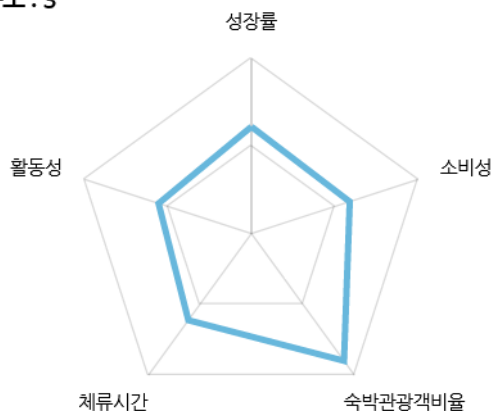
2. 추진 계획 및 전략

보령

우리지역 관광진단

← 홈으로

규모: 3

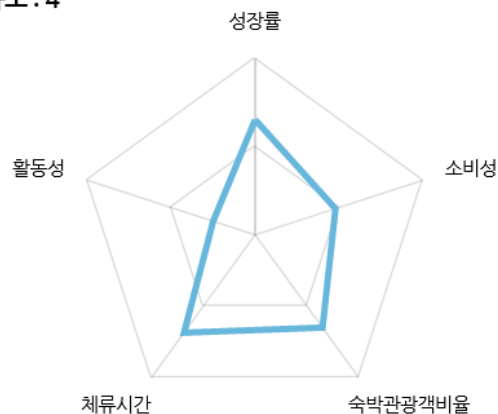


순천

우리지역 관광진단

← 홈으로

규모: 4



비교대상 : 순천만 갈대축제기간

더 적은 체류시간
더 적은 액티비티 지출
더 적은 여성 방문자
더 적은 50대 장년층 방문자

2. 추진 계획 및 전략

협력기관(후원사)

메인 스폰서

- 한국중부발전

후원

- 문화체육관광부
- 한국관광공사
- 충청남도
- NH농협

기타 스폰서

- 삼육식품
- 대천관광협회

코로나 관광상품(온라인)

1. 집콕머드체험키트

- 각종 머드 체험 관련 장비

2. 집콕머드라이브인더월드

- 라이브 스트리밍으로 실시간 온라인 체험

3. 테이스트오브보령

- 웨프 쿠키쇼

4. 보령체험종합세트 온라인

- 알차게 떠나는 보령여행

5. 머드옥션 '경매의 달인'

- 보령의 농특산물, 무료 숙박권 온라인 경매 이벤트

6. 비밀 코드를 찾아라 '머드시크릿코드'

- 실시간 접속자만 받을수있는 할인 비밀 코드

기존 관광상품(오프라인)

1. 머드 스프레이 샤워부스

- 1인 머드 체험
- 장소: 노을광장/머드광장
- 체험비: 2천원(현장결제)

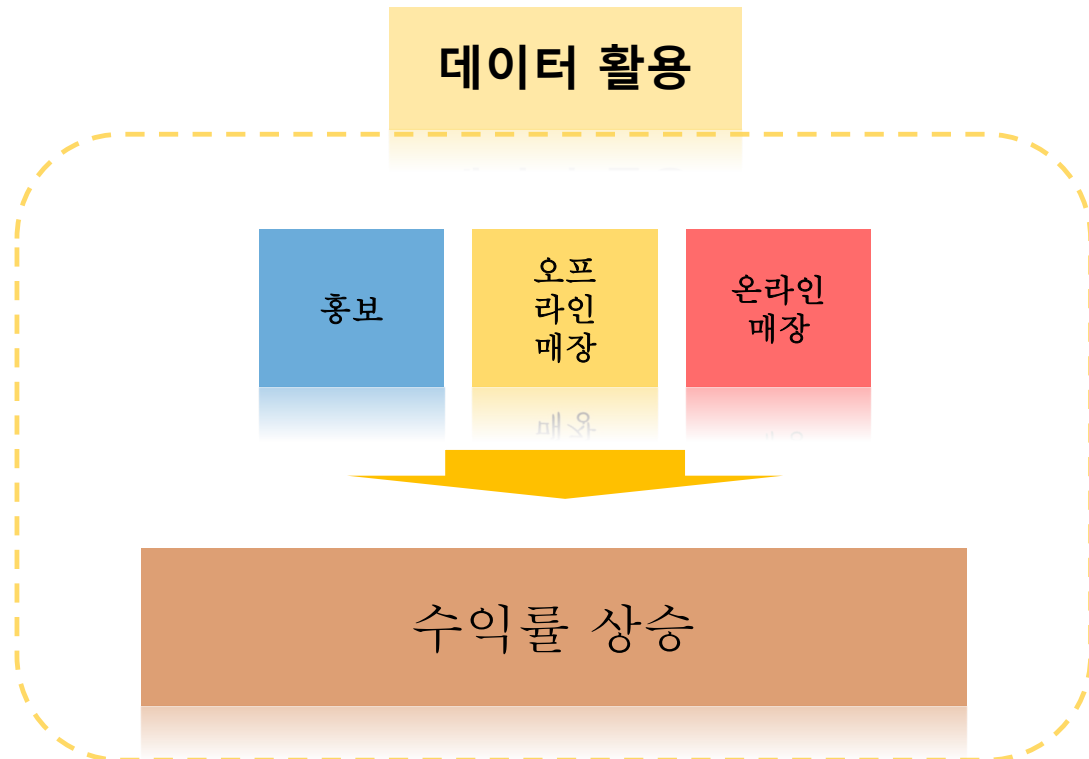
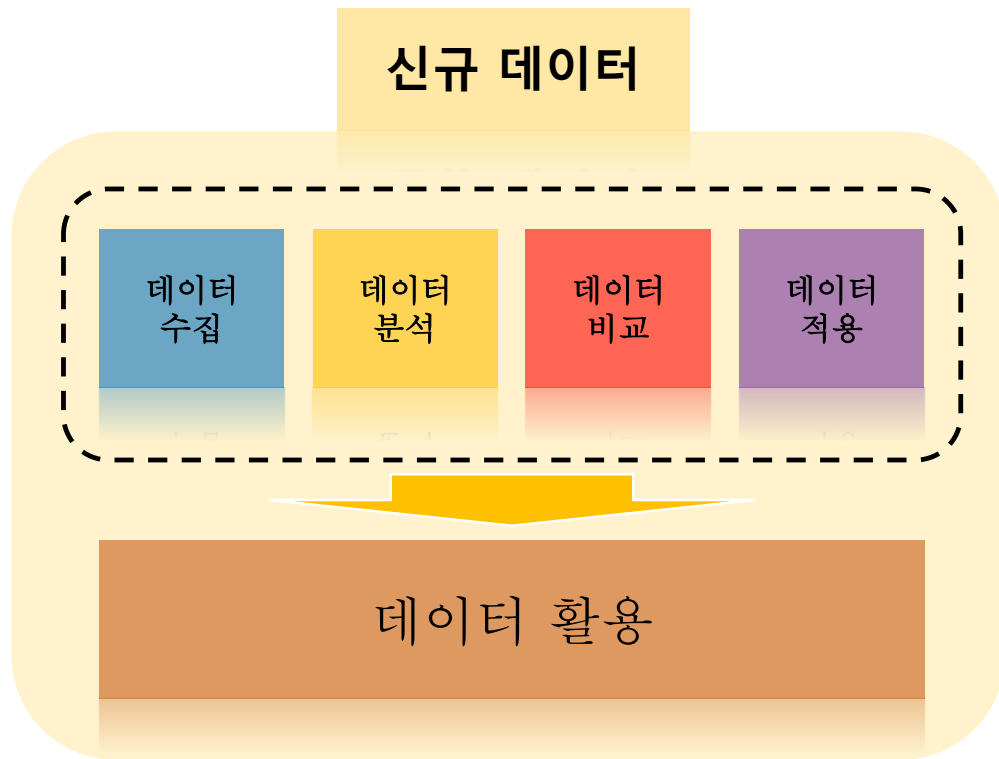
2. 머드 비치 케어

- 해변에서 즐기는 천연 머드팩
- 장소: 대천해수욕장
- 체험비: 8천원(현장결제)

3. 블랙이글스에어쇼

- 축제 축하 에어쇼
- 장소: 대천해수욕장

2. 추진 계획 및 전략

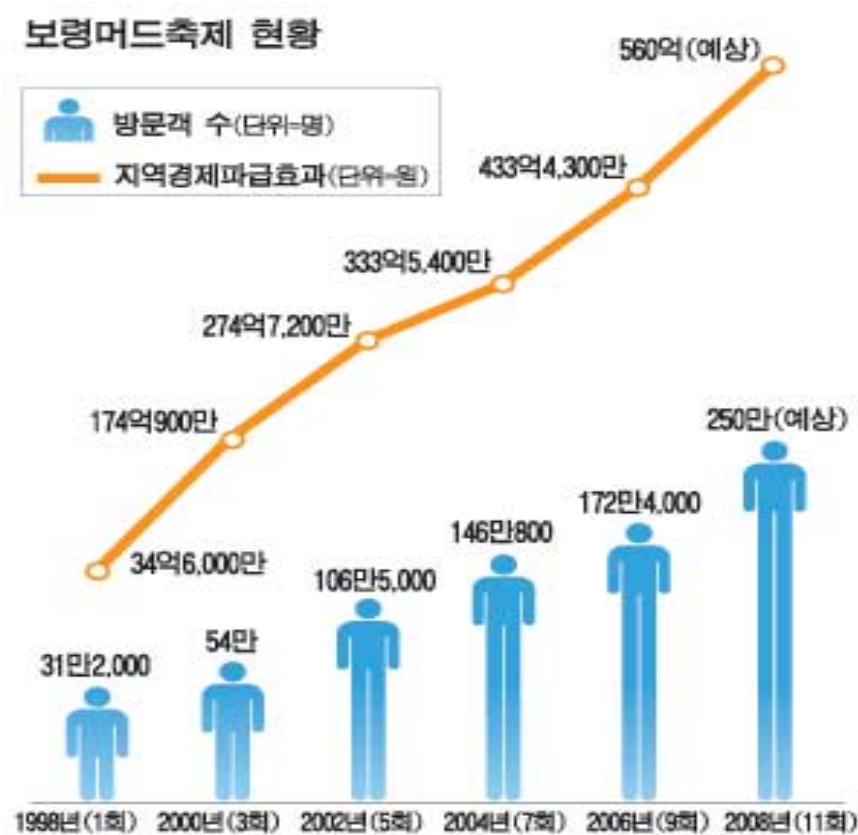


3. 추진 계획 결과 및 개선사항

현재 방문자와 수익금액 과 앞으로의 기대 수익에 대한 예측 변화량?

보령머드축제 방문객 현황 비교

<과거>



<현재>

| 숫자로 보는 보령머드축제 | | | | |
|---------------|---------------|------------------------|---------------|---------------|
| 구 분 | 제22회 (2019) | 제21회 (2018) | 제20회 (2017) | 제19회 (2016) |
| 개최시기 | 7.19~28(10일간) | 7.13~22(10일간) | 7.21~30(10일간) | 7.15~24(10일간) |
| 전체 방문객 | 181만753명 | 183만1000명 | 568만8000명 | 399만5000명 |
| 외국인 방문객 | 38만7501명 | 29만8000명 | 62만2000명 | 43만9000명 |
| 외국인 비율 | 21.4% | 16.3% | 11% | 11% |
| 비온 날 | 10일 중 7일 | 없음 | - | - |
| 유료입장(객) 수입 | 3만7899명(-) | 3만9469명 (4억7236만 원) | 5억3885만 원 | 5억3223만 원 |

* 머드축제 결산자료 및 보도 자료 참조

3. 추진 계획 결과 및 개선사항

원인

방문자 감소 및 수익률 감소

방문자는 왜 감소하였는가?
수익률은 왜 감소하였는가?



결과

데이터 추가 및 새로운 데이터를
통해서 원인 분석 후 피드백 제공

감사합니다