|  |
| --- |
| **제주콘텐츠코리아랩 <재주실험실>**  **OOO(개인/팀/기업) 사업계획서** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **팀 명** | 스튜넷 아이디어 | | |
| **성명** | 송주리 | **생년월일** | 1997년 11월 14일 |
| **아이디어명** | J. UIDE | | |

1. 아이디어개요

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **목적**  **및 추진배경** | 1. 여행 계획에서 가장 큰 영향이 미치는 것은 정보량과 방향성. 2. 정보량이 많아도 여행까지 실천하지 못하는 이유는 복잡성. 3. 복잡하다고 생각하는 이유는 다른 문화(언어 포함)의 차이점. 4. 코로나 이후로 갈 수 있는 여행지 제한성. | |
| **아이디어**  **소개** | 사이트에서 특정 집단(여행을 즐기는 사람 혹은 단체, 한국 문화에 대한 관심이 많은 사람, 힐링하고 싶은데 처음 해보는 여행을 계획하는 사람)들에게 편리함을 제공하여 제주도로 관광을 유도. | |
| **국내외 목표시장** | 해외 여행사(중국, 일본, 미국)을 목표.  제주도에서 계절별로 개최하는 축제를 통해 판매를 유도. | |
| **이미지** | 그림 6  **시작페이지**  안내문구에 따라서 하단에 있는 바에 있는 언어를 선택한다.   * 선택하면 언어별로 메인 페이지가 나온다.   그림 8  **메인페이지**  언어를 “한국어”로 선택하면 나오는 메인 사이트. 텍스트를 클릭하면 필요한 정보를 얻을 수 있는 다른 사이트가 열린다. | 그림 22   1. 일정짜기 2. 일정짜기2 3. 일정짜기3 4. 예약하기 5. 소셜네트워크 제주도 역사   그림 23   1. 제주도 명소 2. 제주도 맛집 3. 제주도 뉴스 |
| 메인 페이지 | 메뉴별 세부 페이지 |

2. 환경분석

2-1) 경제•사회 환경분석

제주특별자치도 그리고 제주관광공사의 협력으로 만들어낸 제주특별자치도 방문관광객 실태조사 (심층조사/정성조사)보고서를 참고했습니다. 해당 보고서에는 관광을 중점으로 제주도에 관광하는 사람들 위주로 설문조사해서 나온 결과입니다. 심층 조사 같은 경우에는 내국인들을 핵심적으로 조사한 결과를 나타나지만 정성조사 같은 경우에는 내국인들과 외국인들로 나뉘어서 분석한 결과를 나타냅니다. 외국인은 중국, 대만, 말레이시아를 중점으로 조사했습니다.

내국인 그리고 외국인들의 공통적으로 나온 긍정적인 결과로는 숙박비가 싸고 좋았다는 점, 그리고 자연적인 풍경이 아름다웠다는 점입니다. 반면 부정적인 결과로는 음식값이 너무 나간다는 점이며 교통이 어려워한다는 점이었습니다. 하지만 제주특별자치도 지방대중교통계획안에서 나타난 통계에서는 대중교통 수단 분담률은 10.1%~11.5%로 큰 변화가 없었지만 제주지역 내국인 방문객의 대중교통(버스&택시 포함) 이용비율은 17.3%에서 25.0%까지 증가된 사례가 있었고 제주지역 외국인 방문객의 대중교통 이용비율이 10.3%에서 27.1%까지 증가된 사례가 있을 정도로 교통에 대한 문제점은 서서히 풀려가고 있는 중입니다.

반면 개별적으로 봤을 경우 문제라고 지적하는 부분은 나라별로 달랐습니다. 내국인들 같은 경우 여행을 다니는 동료에 따라서 그리고 연령대에 따라서 달랐습니다.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 우선 고려 순위 | 결정된 예상 일정에 따라 방문지 계획 | | 방문할 곳에 대한 목표 잡고 일정 계획 | |
| 유명 관광지를 제외한 제주도만의 특징을 볼 수 있는 장소를 탐방.  (대중적인 장소를 피하려는 성향이 있습니다.) | | 목표에 따라서 여행 일정을 조정(늘림)합니다.  Ex) 여유롭게 올레길 탐방 | |
| 일정에 따른 관광 계획 패턴 | 7박 8일 이상 관광객 | 4박 5일 혹은 3박 4일 관광객 | | 2박 3일 관광객 |
| 숙소 고려한 후 관광지 고려.  유명한 장소를 피해 여행하고 싶어함.  올레길, 한라산 등반처럼 시간 소요가 많은 일정을 계획한 경우. | [지역관광 참여]  가족 동반하여 자녀를 고려한 여행 계획.  방문 횟수가 증가하면서 안 다녀봤던 지역을 방문하고 싶은 요구 증가. | [지역관광 비참여]  유명 관광지 우선 방문 계획 세움. | 최소 이동 동선으로 잡아서 힐링에 중점 둚. |

내국인들이 제주로 여행하는 이유는 *자연 환경 > 적당한 여행 일정/비용 > 좋은 인프라* 순으로 염두하기 때문입니다. 그래서 대부분 여행객들이 나타낸 기대점으로는 맛집 투어, 힐링하기 좋은 환경, 유명 장소 방문, 제주도만의 특징적인 장소를 볼 수 있다는 점이었습니다. 반면, 음식값이 많이 비싸다는 점, 유명 장소에 사람들이 번잡하다는 점, 새로움이 부족하다는 점, 렌터카가 없는 경우 교통 편의성에 대한 우려가 있다는 점을 꼽았습니다.

외국인들(중국, 대만, 말레이시아) 같은 경우에는 공통적인 긍정적인 평가는 아름다운 자연/한류라는 점, 부담스럽지 않은 거리/비용/절차/인프라라는 점, 쇼핑하기 좋다는 점을 꼽았습니다. 반면, 부정적인 평가로는 언어 소통과 문화에 차이가 난다는 점, 날씨에 걱정이 있다는 점, 그리고 인프라&콘텐츠가 부족하다는 점을 꼽았습니다.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 중국 | 대만 | 말레이시아 |
| 긍정 | * 우수한 자연풍경 * 청결함 * 친절함 * 인프라와 서비스 | * 우수한 자연풍경 * 청결함 * 우수한 호텔 시설 | * 우수한 자연풍경 * 우수한 호텔 시설 * 우수한 wifi 인프라 |
| 부정 | * 어려운 언어소통 * 불편한 교통 이용 * 다양하지 않은 쇼핑 목록 * 일부 시내엔 쓰레기통이 없어서 지저분함 | * 어려운 교통 이용 | * 종교적인 배려 부족 * 콘텐츠 다양성 부족 |

만족도를 순서대로 나열하자면 “*중국 > 말레이시아 > 대만*” 입니다. 대만 같은 경우 부정적인 평가가 적지만 반대로 나머지 두 나라에 비해서 크게 기대하거나 만족하지 않았기 때문에 만족도 조사에서 가장 낮은 만족도 수치를 나타내고 있습니다.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Helpful** | **Harmful** |
| **Internal** | **Strengths**   1. 효율적인 정보 2. 간편하고 심플한 디자인 3. 외국인들도 활용할 수 있도록 영어, 중국어, 일본어 지원 4. 정렬/나열에 집중된 체계 | **Weakness**   1. 신상 사업으로 인지도가 낮음 |
| **External** | **Opportunities**   1. 디자인에 초점 2. 경제에 민감한 고객들을 위해 가계부에 초점 | **Threats**   1. 낮은 인지도로 협력 업체 부족. |

*아이디어가 현재 경제와 사회에 적용이 될 경우 상측에 있는 swot 분석에 기재된 현상이 나타날 가능성이 높습니다.*

2-2) 시장분석 (목표고객, 시장규모 등)

제주 여행객 모집 1위라고 불리는 가자제주닷컴(사이트), 여행 플랫폼으로 유명한 트리플(모바일), 제주 여행에 대한 아름다운 사진을 공유하는 제주여행공유(사이트), 360도를 회전해서 배경을 볼 수 있는 VR 영상을 핵심으로 한 jejutovr(모바일)로 총 4 가지 부분을 관찰한 결과는 무료로 이용하여 많은 정보를 얻을 수 있다는 점이 가장 큰 특징입니다. 즉, 금액은 여행에서 가장 고려하는 부분이라는 것을 알 수 있습니다. 두번째는 정보량입니다. 경제 혹은 사회적 분석을 통해서 언급했다시피 가장 큰 장점은 아름다운 자연풍경으로 꼽을 만큼 자연적인 풍경이 제주도 여행의 목적으로 가장 비중이 큰 편입니다. 자연적인 풍경 속에서 많은 여행객(고객)들이 동행자와의 추억을 담기 위해서 사진 촬영이 잦은 장소이기도 하며, 홀로 여행했을 경우는 아름다운 풍경을 시각적으로 담아내기 위해서 찍기도 합니다. 이 부분은 제주여행공유라는 사이트를 둘러보면 알 수 있습니다. 해당 사이트에 대략 5000명이 되는 인원이 제주도 여행에 대한 사진을 공유하고, 제주의 추억이라 판단되는 개체가 대략 56,000개가 공유되었다는 것을 보아 그만큼 제주도의 모습은 아름다운 풍경이 가장 큰 영향력을 가지고 있습니다.

이러한 특징들을 중점으로 둔다면 디자인이란 결코 무시할 수 없습니다. 간편하고 아름다운 디자인으로 간단하고 영양가 있는 정보들이 담아낸 것을 선호해 보입니다. 예를 들면, JEJUTOVR랑 트리플이 있습니다. 트리플은 여러가지 다양한 지역 정보 그리고 기능이 있는 점도 있지만 디자인을 봤을 때 깔끔하고 정돈된 메뉴 디자인으로 되어있었습니다. JEJUTOVR 같은 경우, 간편한 레이아웃 형태를 띄긴 하지만 가장 대표적인 디자인을 꼽자면 푸른 색감을 이용하여 제주도의 바다가 떠오를 수 있게 푸르고 생동감이 드는 색감을 이용하였습니다.

두가지를 중점으로 취미로 여행 다니는 사람(내국인 아니면 외국인)들, 풍경을 좋아하는 사람들, 여행 정보에 어려움이 있는 사람들을 타깃으로 잡았습니다.

|  |  |
| --- | --- |
| **Product**   1. 심플한 레이아웃 2. 정렬과 나열에 집중된 심플한 디자인 3. 4가지 언어 지원(한국어, 영어, 중국어, 일본어) | **Price**   1. 장소, 관광지 예약에 따라서 다름. {업체에 따라서 다르지만 최대한 낮은 가격들을 기준*(착한가격업소, 우수관광 사업체, 모범음식점)*으로 둠.} |
| **Promotion**   1. SNS(Twitter, Instagram, Facebook, Kakaostory, Line, Weixin, Weibo, Band, Tiktok) 2. SURVEY MONKEY 3. Naver, Google, Yahoo! | **Place**   1. 인터넷 |

*아이디어 상품에 대한 4P MIX를 통해 간단한 전략을 기재했습니다.*

3. 아이디어 주요 내용

3-1) 주요 내용

1. 언어 변경(영어, 중국어, 일본어, 한국어) – 시작페이지 혹은 상단바에 존재
2. 쉽게 정보 습득 (환율, 전기코드, 문화, 축제) – 파업창
3. 물가 비교 가능 – 예약하기
4. 이동거리 계산(시간, 거리, 비용) – 일정 짜기에 존재
5. 예상 문제점을 보안하기 위해서 예비 일정표 설립 가능 – D1, D2 페이지에 들어가야 존재 \*D3 마지막 일정을 다 채우게 되면 자동적으로 D4가 추가되는 형식
6. 제주도 날씨 확인 가능
7. 가계부 기능(여행비 통합 혹은 분야별 세부 경비)
8. 일정을 이름순 정렬 가능
9. 알람 기능(메일로 경로, 교통 상황을 전송)
10. 맛집, 관광지 리뷰 확인
11. 커서로 지도를 가르키면 정보 츨력
12. 장바구니 시스템(맛집 혹은 관광지)
13. 맛집, 관광지를 가격/조회/인기/이름순으로 찾기 가능
14. 소셜 미디어 서비스(같은 여행 동지를 찾을 수 있는 시스템)
15. 시간별 여행 플래너 제공
16. 여행 일정 공유 가능
17. 체크리스트 기능(계획에 있는 단계 달성 여부-해당 일정을 연속 클릭 시 불참 표시)
18. 시각적으로 편리한 구조로, 정리된 체계적 레이아웃.

3-2) 아이디어의 창작‧창업화 전략

사용할 (외주)업체는 Insomenia랑 Wishket입니다. Insomenia의 주 특징은 웹사이트 제작 시에 간단한 제작 선택지를 줘서 최대 금액을 잡은 예상 견적과 기간을 계산해줍니다. 이를 통해 구상한 아이디어에 필요한 요소를 담아봤을 때 견적은 대략 1억 720만원이 나왔으며 기간은 11개월 소요된다는 결과가 나왔습니다. (몰론 Wishket이라는 웹사이트에서 무료로 외주 맡기려는 부분을 견적 내주기도 합니다.)

Wishket에서 세부적으로 웹사이트 디자인을 정리해서 최종본을 만들어서 프로젝트(예상 금액, 예상 기간, 외주 분야, 위치)를 등록하여 한 회사에 있는 한정된 인재를 만나서 실행하는 것이 아닌 (개개인이든 상관없이)여러 개발자가 한번에 모여서 프로젝트를 실행하도록 할 생각입니다. (WISHKET에서 사이트 운영하기 위해서 제작비, 도메인 등록비, 세팅비, 호스팅비까지 처리할 예정입니다.)

대략적으로 넉넉하게 잡는다면 사이트 제작에는 1년이라는 기간으로 잡고 지원자는 대략 3~6개월로 잡을 예정입니다. 등록 시엔 Insomenia에서 계산한 진행 기간에서 최대한 50% 기간을 단축시킬 수 있으며 가격대는 1억으로 조정하여 개발자들을 모집해서 개발시킬 예정입니다. 주 1회 미팅을 잡으며 만들어낸 아이디어 계획안을 설명하고 부족한 부분에선 회의를 걸치기도 하며 소통을 통해 아이디어를 구체적으로 만들어 나갈 계획입니다.

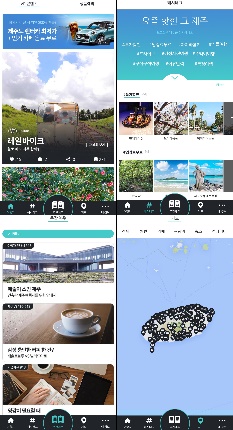
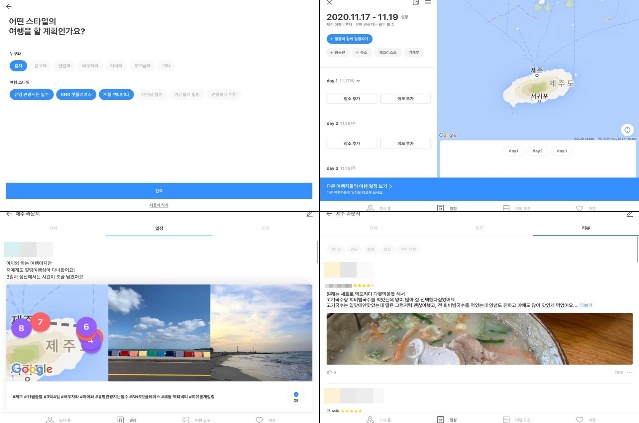
참고로 처음과 마지막으로 끝내는 것이 아닌 중간에 전체적인 형태를 다 만들어낸 기간과 피드백을 통해 수정하면서 최종 사이트를 만들 때까지 주기적인 미팅으로 수정할 예정입니다.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 분야 | 제휴 목록 | | | | |
| 항공  (타언어가 지원이 되는 사이트.) | KAYAK <https://www.kayak.co.kr/>  Expedia <https://www.expedia.co.kr/>  대한항공 <https://www.koreanair.com/korea/ko.html>  카타르항공 <https://www.qatarairways.com/ko-kr/homepage.html>  KIWI <https://www.kiwi.com/ko/>  진에어 <https://www.jinair.com/gate?dispLang=KOR>  Trip <https://kr.trip.com/>  에어아시아 <https://www.airasia.com/ko/kr>  이스타항공 <https://www.eastarjet.com/newstar/PGWHC00001?lang=KR>  제주항공 <https://www.jejuair.net/jejuair/kr/main.do>  롯데제이티비 <https://www.lottejtb.com/>  아시아나항공 <https://flyasiana.com/C/KR/KO/index?site_preference=NORMAL>  스카이스캐너 <https://www.skyscanner.co.kr/>  티웨이항공 <https://m.twayair.com/app/main>  에어서울 <https://m.flyairseoul.com/CM/ko/main.do>  플라이강원 <https://m.flygangwon.com/>  스쿠트항공 <https://www.flyscoot.com/ko>  춘추항공 <https://kr.ch.com/>  홍콩익스프레스 <https://www.hkexpress.com/ko/>  피치항공 <https://www.flypeach.com/kr>  고려항공 <https://www.wego.co.kr/airlines/air-koryo-js>  AEROFLOT <https://www.aeroflot.ru/kr-ko> | | | | |
| 숙소 | EXPEDIA  AGODA  HOTELS.COM  BOOKING.COM | | | (세부적인 목록은 수익성3-4 부분에 정렬했습니다.) | |
| 음식점 | 카카오맵 API 활용  착한가격업소  우수관광 사업체  모범음식점 | | | | |
| 렌터카 | 가자제주렌트카  굿모닝렌트카  녹원렌트카  뉴제주렌트카  대한렌트카  더세븐렌트카  떙큐제주렌트카  라인렌트카  레드캡렌트카  레인보우모빌리티  로그인렌트카  매일렌트카  메트로렌트카  발리렌트카  베스트렌트카 | 보고타렌트카  블루 렌트카  삼성렌트카  수렌트카  스마일렌트카  신동아렌트카  시유렌트카  아이랑렌트카  알프르렌트카  에이스렌트카  올레렌트카  용두암렌트카  자유렌트카  제주EV전기렌트카  제주E렌트카 | 제주OK렌트카  제주공항렌트카  제주다움렌트카  제주드림렌트카  제주렌트카  제주명품렌트카  제주사랑오렌지렌트카  제주아산렌트카  제주카카렌트카  제주평화렌트카  제주프리렌트카  제주현대렌트카  조아렌트카  타시오렌트카  타조렌트카 | | 탐라렌트카  특별한렌트카  퍼스트렌트카  퍼시픽렌트카  하이제주렌트카  한국렌트카  한라산렌트카  한불모터스  힐렌트카  KD렌트카 |

상단과 제휴를 맺어 리스트를 정렬할 예정이며 명소나 맛집 정보는 카카오맵 API를 사용할 예정입니다. 반대로 외국인들을 위한 항공 같은 경우 각 나라의 항공권에서 예약할 수 있도록 사이트를 기입할 예정이며, 나머지(관광지, 명소, 맛집)는 대리 구매를 해주거나 예약 관련 내용을 번역해서 안내문에 작성할 예정입니다.

3-3) 아이디어의 시장성 및 경쟁력

지도이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

아이디어와 같은 방향인 건 티제주닷컴, 제주도닷컴, 가자제주닷컴, 제주닷투, 와제주 여행, 제주여행사이트, 제주여행공유, jeju tovr, 트리플, 제주패스맛집, 제주시원도심문화역사투어, Most tour로 총 12 개를 관찰했더니 가장 경쟁력 있다고 판단되는 아이템은 왼쪽에서부터 제주닷컴(웹사이트), 트리플(모바일 어플), jeju tovr(모바일 어플)로 3 개입니다

첫번째로 제주닷컴 같은 경우 항공권, 관광지, 렌터카, 숙박, 패키지를 선택해서 여행할 수 있는 방면. 상단에 나만의 여행플래너라는 코너가 있습니다. 언급한 부위를 들어가면 카카오맵을 이용하여 직접 이름을 쳐서 검색하거나 관광지 혹은 맛집이랑 숙박만 보이도록 한다던가 등록한 자기 일정을 표시하도록 하는 기능이 있습니다.

두번째로 트리플 같은 경우 (기본)가이드, 항공, 호텔, 관광, 맛집, 혜택, 투어+, 라운지가 존재합니다. 가장 두드러지는 특징을 꼽는다면 3가지 아이템들 중에서 여러가지 기능을 가지고 있으며, 제주도뿐만이 아니라 여러 나라를 타깃으로 잡았음으로써 다양한 지역에 대한 여행 일정을 계획할 수 있다는 점입니다.

세번째로 Jeju tovr 같은 경우 관광지에 대한 리뷰를 중점으로 다룬 어플입니다. 즉, 해시태그를 중점으로 이용자들이 사진을 올려서 리뷰를 올리고 공유하는 방식이기도 하며 가장 두드러지는 특징은 vr 체험영상을 통해서 간접적인 여행을 느껴주게 한다는 점입니다.

디자인 측면에선 jeju tovr이 제주도의 푸른 바다가 느껴지게 만드는 디자인이 가장 인상적이었습니다. 트리플은 여러 타지까지의 여행 프로그램을 짜기 때문에 간편하고 심플하게 보여주는 디자인을 보였으며, 마지막으로 제주닷컴의 디자인은 감귤이 떠오르도록 주황색을 이용한 디자인을 나타냈습니다.

구상한 아이디어를 언급한 3가지 아이템과 비교한다면 여행 일정을 시간별로 정리한다는 점, 등록한 여행 일정을 참고하여 다음 장소로 이동하기 위한 정보를 이메일로 전송한다는 점, 선택한 지점에서 조건에 해당되는 인근 장소를 찾고자 할 수 있는 기능이 가장 두드러진 차이점이라고 생각합니다.

3-4) 수익성

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **호텔** | **콘도/리조토** | **펜션** | **게스트하우스** |
| 뉴제주호텔 | 아모렉스 | 에띠에리리조트 | 유&아이 게스트하우스 |
| 금호훼밀리호텔 | 휘닉스 섭지코지 | 이도펜션 | 예하 게스트하우스 |
| 오리엔탈호텔 | 올레리리조트 | 로긴리조트 | 그린데이 게스트하우스 |
| 호텔 휘슬락 | 켄싱턴리조트 | 라임오엔지빌 | 숨 게스트 하우스 제주공항 |
| 아이미 제주비치함덕 | 한화리조트 | 화이트캐슬 | 사계 여행 게스트하우스 |
| 해비치호텔 | 해비치리조트 | 라사니아캐슬 | 미소 게스트하우스 |
| 제주롯데호텔 | 신성리조트 | 씨에나펜션 | 제주 R 게스트 하우스 |
| 제주신라호텔 | 마린포트리조트 | 휴리조트 |  |
| 부띠끄스테이 스놉 | 다인리조트 | T아일랜드 |  |
| 호텔 리젠트 마린 | 담앤루리조트 | 제주시간여행휴양펜션 |  |
| 제주썬호텔 |  | 나디아 |  |

가자제주닷컴에서 파는 상품과 아고다에서 파는 상품에서 가져온 숙박시설 리스트입니다.

1. 호텔,콘도/리조트, 펜션 뿐만 할인 프로모션을 진행할 게 아니라 게스트 하우스까지 10~50%할인 프로모션 진행 및 5% 수수료
2. 제주특별자치도에서 2020년 4월 기준으로 여행사 통계에 따르면 597개의 여행사가 있습니다. 그 중에서 대략 2~5군데의 여행사 상품 소개 및 3% 수수료
3. 제주 농가 농산물 게시 및 3% 판매 수수료 (제주물류 사이트에서 보이는 물품 등록 업체와의 제휴)

통해서 수익을 낼 예정입니다.

3-5) 사업예산 및 자원 계획

K-Startup이라는 사이트에서 매년마다 열리는 사업 지원을 제공합니다. 2021년도 중기부 창업지원사업 패키지(예비창업패키지)를 활용하여 최소 4000만원 이상 최대 1억 이하의 금액을 지원받거나 중소벤처기업부에서 올라오는 예비창업패키지를 통해 최대 1억을 지원받을 수 있습니다. 그리고 기타사항으로 지원 받는 건 창조경제혁신센터에서 올라오는 여러 군데의 지원사업공고를 통해서 다른 지원을 알아 볼 수 있습니다. 마지막으로 관광기업지원센터에서 예비관광벤처를 통해 최소 3,000만원에서 8,000만원 정도 지원을 받을 수가 있습니다.

지원 센터에서 최소 1억 이상으로 지원을 받을 수도 있는 방법과 달리 외부 경진 대회 준비해서 입상된 금액을 모아서 활용할 계획입니다. 최대 1억 정도의 금액은 사업 실행하기 위해 사용되며 나머지 금액(사업 실행 비용에서의 여윳돈도 포함)은 1년간 자비를 활용하여 유지보수관리 비용에 쓰일 예정이며 1년 이후엔 수익을 가지고 홍보에도 집중해서 더 많은 수익을 들여오도록 할 계획입니다.

3-6) 홍보 및 판매전략

온라인에서 이루어지는 사업으로서 초반을 제외한 대면(오프라인)으로 영업하는 수단은 최소화할 생각입니다. 코로나 사태로 인한 것도 있지만 최대한 절감할 수 있도록 만들기 위합니다.

첫번째로는 가장 가까운 가족(이국 가족)들 혹은 동료들을 통해서 알파 버전을 테스트하도록 권하면서 피드백을 받고 두번째로는 한국에서 등반 클럽, 승마 클럽, 여행 클럽에 해당되는 모임의 멤버들에게 순서대로 베타 버전을 테스트하도록 권하면서 피드백을 수렴하여 고쳐나갈 예정입니다. (즉, 등반클럽 피드백 -> 개선 -> 승마클럽 피드백 -> 개선 -> 여행 클럽 피드백 -> 개선 후 첫번째 베타 버전 종결)

마지막으로 제주도민들을 대상으로 두번째 베타 버전을 테스트를 권하여 피드백 혹은 필요한 정보에 대해서 추가하여 수정할 계획입니다. (최종적으로 베타버전 종료한 뒤 하단 표를 통해 본격적으로 사업을 실행하며 홍보를 하여 이용객을 늘리는 전략을 사용할 예정입니다.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 1 번째 단계 | 2 번째 단계 | 3 번째 단계 |
| 내용 | Google SEO  **구글링**을 통해 해외 사람들이 손쉽게 유입할 수 있는 방안 중 하납니다.  Instagram, Facebook, Twitter, Weibo, Weixin, Line, Naver blog  *(인스타그램, 페이스북, 트위터 같은 경우 전세계적으로 다양한 사람들이 이용하는 sns 어플이며 웨이신 웨이보 같은 경우는 중국에서 주로 사용하는 어플입니다. 라인은 일본에서 주로 사용하는 어플입니다. 네이버 블로그는 주로 내국인들이 주로 방문해서 봅니다.)*  가격 **“해시태그”**를 활용하여 널리 퍼뜨리는 첫번째 전략이다. | Naver&Daum blog  최소한의 가격으로 멀리 퍼뜨려 자금이 모아진 경우 내국인들을 좀 더 공략하기 위해서 파워 블로그에게 광고를 맡깁니다.  Youtube, Instagram, Facebook  *전세계적으로 많이 쓰이는 사이트(혹은 어플) 중 하나이다.*  Youtube 같은 경우 커플 유튜버(국내 유튜버 혹은 국제 커플/부부 유튜버들에게 광고 의뢰)  Instagram과 Facebook 같은 경우엔 팔로워가 많은 스타에게 광고를 의뢰한다.  Monkey survey  설문을 통해서 간접 홍보. | Twitter  2 번째 단계로 벌어들인 수익으로 프로모션 광고 상품을 이용하여 다양한 나라의 사람들에게 널리 퍼뜨리는 전략이다.  Yahoo!  *미국과 일본이 대중적으로 많이 사용하는 포털 사이트 중에 하나다.*  사이트 검색 광고, 콘텐츠 검색 광고를 이용하여 퍼뜨릴 전략입니다.  Tiktok  테이크 오버 전면 광고 상품을 이용하여 홍보.  Band  띠 배너 광고 상품을 이용하여 홍보. |

평균적으로 1단계에선 드는 비용이 10만원 아래로, 2단계에선 100만원~1000만원, 3단계에선 1000만원 이상으로 쓸 계획으로 나누었습니다. 우선적으로 해외를 타깃으로 잡기 위해서 국내에서 널리 알리는 것이 우선이라고 생각하여 큰 손실을 피하기 위해서 저렴하거나 무료를 이용하여 홍보하는 것으로 선택했습니다. 그리고 2번째 단계에선 스스로가 아닌 타인에게 광고의뢰를 맡기는 방향을 선택했습니다. 마지막으로 3번쨰 단계는 한눈에 보일 수 있도록 배치할 광고 상품을 중심으로 잡았습니다. 마지막 단계에서는 포털 사이트에 알리는 것도 중요하나 국내에선 HOTEL COMBINE, AGODA, HOTELS.COM, BOOKING.COM 등 여러 업체가 있지만 가장 효과적으로 제휴 맺기 좋은 방법은 제주 여행객들이 많이 애용하는 가자제주닷컴을 활용하는 것입니다. 해당 사이트에 등록된 상품에서 우수하고 가격대비가 좋은 업체와 제휴를 맺을 예정입니다. 반면 해외에서는 JEJU MATE!, INTREPID,CULTURE TRIP, Agoda(국내에서도 사용하지만 말레이시아에서도 사용), 携程旅行(대만), 酷迩旅行社(대만), 马蜂窝(중국)라는 여행 관련 업체와 제휴를 맺어 제주도라는 장소를 널리 퍼뜨리는 전략을 세웠습니다.

3-7) 한계점‧애로사항 및 대책

|  |  |
| --- | --- |
| 한계점&애로사항 | 대책 |
| 예산 부족 현상 | 개인 명의로 은행에 대출하여 메꾸거나 개인 사비를 통해서 메꿀 생각입니다. |
| 협력 업체 부족 | 인지도가 낮아서 협력해줄 업체가 적을 경우 최저 수익분기점에 맞춰서 홍보 비용을 낮춰서 진행하고 계약 만료 후 재계약 시 홍보 비용을 높혀서 할 예정입니다. |
| 인력 부족 현상 | 경력직을 고용하는 방법도 있지만 인건비를 낮춰서 신입을 고용하여 수익에 따른 보너스 제도를 구축할 예정입니다. |

3-8) 기대효과

제주도를 한정적으로 만든 어플리케이션 중에서 국내 사람들을 위한 어플리케이션 그리고 사이트가 많이 생겼습니다. 하지만 시간별로 짜는 플래너, 등록한 일정을 참고하여 다음 장소 이동 정보를 제공하는 시스템, 선택한 지점에서 조건에 해당되는 인근 장소를 탐색하는 시스템, 예비 일정을 따로 개설할 수 있는 시스템을 계획해서 차이점을 만들어냈습니다.

기본적으로 외국인들한테도 언어 차이를 좁히기 위해서 번역 기능을 핵심으로 두기 때문에 가장 큰 문제로 다뤘던 소통 부분에선 최대한 거리를 좁힐 수 있으며, 교통 이용에 어려움을 줄이고자 메일을 전송해서 선호하는 언어로 번역되어 지도할 수 있으므로 가장 큰 문제점을 꼽았던 요소를 최대한 불만족을 줄일 수 있다고 생각합니다.

더욱 편리하고 가장 큰 문제점을 해결하는 방향으로 해당 아이디어를 추진하여 사업적으로 발전시킬 수 있다고 생각합니다.

1. 향후 추진일정

2021년도 일정

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TASK** | **M1** | | | **M2** | | | **M3** | | | **M4** | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 시장조사  *세부적 정보 탐색*  *디자인 배치 연구*  *신제품 정보 탐색*  *제주도 여행하면서 장소 탐색* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| BM개발  *BM관련 교육 수료 후 세부화*  *(PAINPOINT LEVEL,*  *MARKET SIZE,*  *SCALABILITY,*  *UNIT, ECONOMICS,*  *VISULIZATION,*  *RIGHT TIMING)* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 지원  *사업 지원 활동*  *외부 대회 참가 및 입상* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 인원모집 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 홈페이지 제작  *주1회 미팅으로 제작과정 검토* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

2022년도 일정

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TASK** | **M1** | | | **M2** | | | **M3** | | | **M4** | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 지원 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 홈페이지 제작 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 피드백  *해당 단체 피드백 수용 및 아이템 수정 2-3회* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 특허 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |