



**pension plus<sup>®</sup>**

## **Pension Sales GuideBook**

펜션 판매 가이드북



# Contents

## 1. 급성장하고 있는 온라인 숙박 시장

- 온라인 숙박 시장 동향
- 온라인 판매 채널엔 무엇이 있을까?
- 온라인에서 숙소를 파는 3가지 방법
- 온라인 판매 전 체크포인트

## 2. 온라인 숙소 판매 전략

- 온라인 판매에 적응하는 방식
- 상담 사례 1
- 우리 숙소에 맞는 가격을 찾는 방법
- 상담 사례 2

## 3. ONDA 펜션 플러스가 정답입니다



# 숙박업을 함께 하는 파트너로서 드리는 글

안녕하세요. ONDA 펜션 플러스입니다.

‘온다 온라인 펜션 판매 가이드북’은 온라인 숙박 시장에 참여하시는 중소숙박업 사장님과 업계 관계자분들을 위해 작성된 나침반입니다.

이 기획을 시작하고, 사내 피드백을 받을 때 “이 가이드북을 왜 작성하는 거예요?” “누구에게 보여주려고 쓰시는 걸까요?”란 이야기를 많이 들었는데요. 이런 물음이 나온 이유를 곰곰이 생각해 보니 그만큼 온라인 숙박 판매에 참가하는 분들이 너무나 다양하기 때문인 것 같습니다.

현재 대형 호텔과 리조트를 운영하는 서비스는 AI 기술을 포함해 날로 고도화되어 가고 있습니다. 예를 들어 객실 가격은 Revenue Management System이 AI를 통해 가장 경쟁력 있는 객실 가격을 시스템이 알아서 추천해 주고 있습니다.

또 에어비앤비 객실을 운영하는 한 지인은 IT업계에 몸담고 있어 OTA 시장이나 온라인 숙박 시장이 어떻게 돌아가는지 너무나 잘 압니다. 온라인에서 객실을 파는 건 너무나 당연한 일이고, 어쩌면 ONDA의 실무자들보다 시장을 더 잘 알고 있다고 느낄 때도 많습니다.

이런 분들에게 이 가이드북이 너무 쉽게 느껴지고, 당연한 이야기일 수도 있습니다.

하지만 실제 중소숙박업을 운영하시는 많은 분들이 필요한 기본 가이드북은 시중에서 찾아보기가 너무 힘듭니다. 또 펜션을 온라인에서 판매하려고 할 때 고도화된 AI 기능보다는 내 고민을 들어주는 친구와 같은 파트너가 더 중요하다고 생각합니다. IT 서비스에 익숙하지 않은 분들에게는 화면의 버튼 한번 클릭하기도 어려울 때가 있습니다. 이럴 때 편하게 문의하고 친절하게 답해주는 그런 서비스가 더 필요할 것입니다.

이 가이드북은 숙박업에 처음 도전하시거나 온라인 시장이 낯선 분들의 눈높이에서 작성됐습니다.

고객을 친절하게 맞이하고, 숙소를 정성스럽게 관리하는 숙박업의 본질에서는 누구보다도 진심인 분들께 그래도 최소한의 온라인 시장의 현실을 알아주셨으면 하는 ONDA의 마음을 담았습니다.

이번 가이드북을 시작으로 더 나은 가이드북, 더 나은 펜션 플러스가 되도록 더욱 노력하겠습니다. 감사합니다.

# 01 급성장하고 있는 온라인 숙박 시장

“채널 연동을 통해 매출이 70% 이상이나 상승했습니다.  
어플로 인해 어디서든 확인할 수 있어 더 좋습니다.”



# 여전히 급성장하고 있는 온라인 숙박 시장

온라인 예약 채널을 통해 숙소를 예약하는 고객들은 이렇게 이야기 합니다.

“예약 결제가 편리합니다” “내가 원하는 지역의 숙소를 검색하기 편합니다”

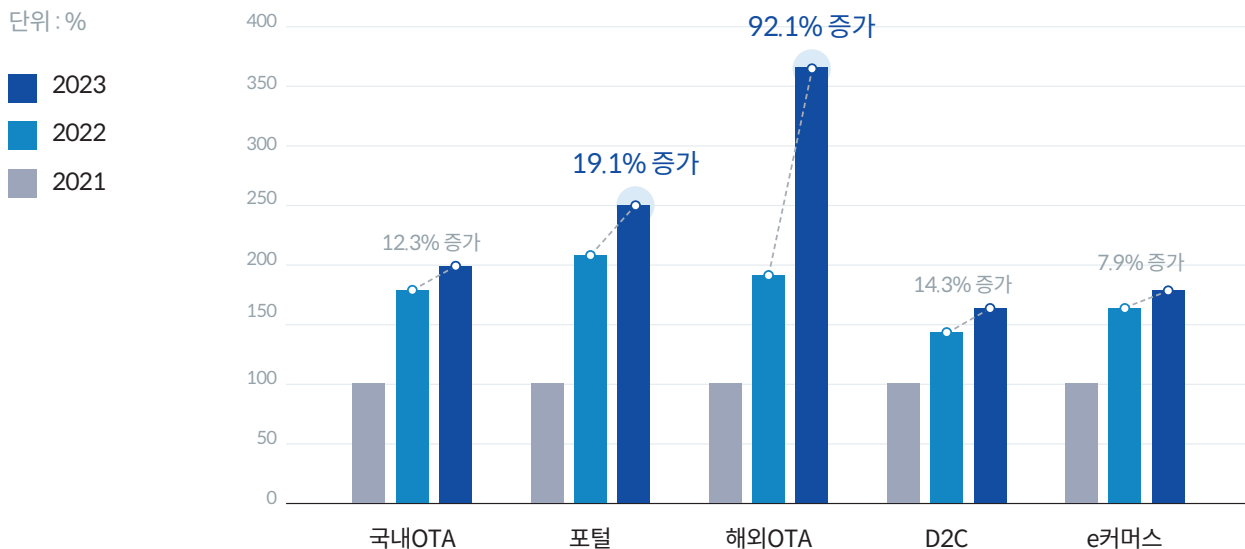
“특정 플랫폼에는 이색적인 숙소가 많아요”

숙소 홈페이지나 온라인 메신저를 통해 직접 예약하는 고객은

“궁금한 사항에 빠른 답변을 받을 수 있어서 좋아요”라고 말합니다.

온라인을 통한 숙박 예약은 이미 대세가 됐습니다.

## 2021~23년 온라인 플랫폼별 매출액 동향



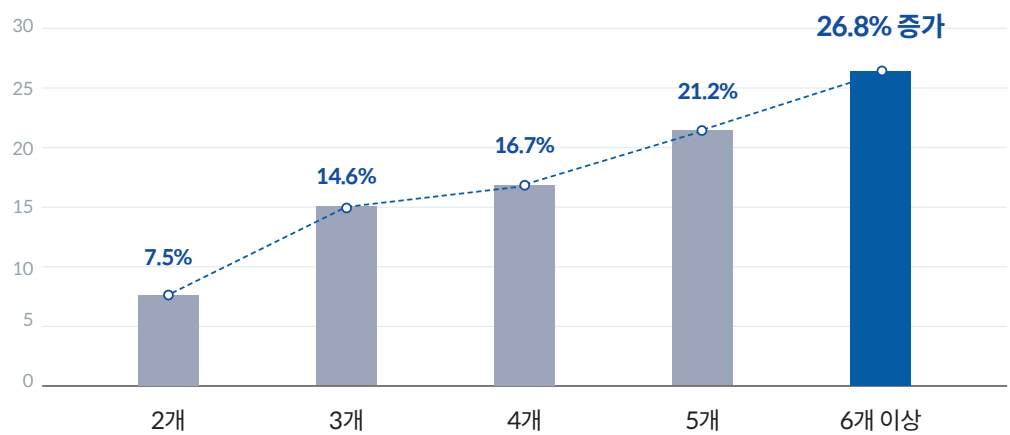
숫자도 이를 증명합니다. 중소 숙박업주들의 어려움을 해결하고자 2016년 설립된 ONDA만 해도 창사 이후 매년 30% 이상 성장하고 있고, 한국관광공사에 따르면 세계 관광산업의 온라인 유통 채널 비중은 지난 2017년 60%에서 2025년에는 72%까지 상승할 예정입니다.

한국을 찾아오는 외국인 관광객도 점차 늘어나고 있습니다. 한국관광 데이터랩에 따르면 지난해 1월 한국을 찾은 외국인 43만명 수준이었지만, 올해 1월에는 88만명으로 두배 이상 늘어났습니다.

시장이 성장하면서 시장이 복잡해지고 경쟁이 치열해지고 있는 것도 사실입니다.  
여행의 트렌드가 빠르게 변하며 이 트렌드에 발맞춰 가기 위해 끊임 없이 공부하고, 재투자도 해야 하는데  
중소 숙박업 운영자일수록 쉽지 않죠.

하지만 다양한 온라인 판매 채널에 내 숙소를 노출해야 하는 필요성은 점점 증가하고 있습니다.  
미국의 호스피탈리티 테크 기업 클라우드베즈의 자료에 따르면 판매 채널을 하나만 쓰는 숙박업체에 비해  
6개 이상을 쓰는 숙박업체의 매출이 26% 이상 높다고 합니다.

## 첫 채널 연동 후 매출 증가 변화율



기준 : 1개 채널 연동 = 0%

출처 : Cloudbeds Big Book of OTAs 재가공

다양한 채널에 우리 숙소를 효과적으로 편리하게 노출하려면 어떻게 해야 할까요?  
여행 트렌드가 이렇게 빠르게 변한다고 하는데 우리는 어떻게 대응해야 할까요?

온다(ONDA)는 ‘온라인 판매’ 하나 만큼은 가장 현실적인 해결책을 제시해 드릴 겁니다.  
ONDA는 국내 최다 온라인 판매 채널과 연동돼 있고, 글로벌 4대 OTA와도 모두 제휴돼 있습니다.  
현재도 하루 4000건이 넘는 객실 예약이 ONDA를 통해 진행되고 있죠.

**급격히 성장하고 있는 온라인 숙박 판매 시장에서 온다의 펜션 플러스,  
온라인 유통 플랫폼을 통해 전 세계 여행객과 편하게 만나 보세요.**

# 온라인에서 숙소를 파는 3가지 방법

“편의점 운영을 하면 손님이 물건을 고르고, 계산을 하면 고객 응대가 끝난다.  
인터넷 쇼핑몰을 하면 주문이 들어와서 배송이 끝나면 한 과정이 끝난다”

“이에 비해 **숙박업은 고객과의 소통 기간이 매우 길다. 예약 결제 전에도 많은 문의가 들어오고, 결제를 하더라도 취소율이 30%에 이를 때도 있다.** 숙박 당일에도 운수, 전기 등 수 많은 클레임이 발생하고 대처해야 한다.  
숙박을 마치고 돌아가도 댓글로 다시 손님을 마주할 때가 있다”

한 소상공인 온라인 카페에 올라온 글을 요약한 내용인데요. 숙소를 관리하며 온라인에서 판매까지 하는 일은 결코 쉽지 않습니다. 그래서 다양한 대안들이 제시되고 있는데요. 크게 ▲위탁 운영 ▲온라인 판매 대행 ▲직접 운영 방식으로 나눠 장단점을 설명해 보겠습니다.

## 운영대행/ 위탁운영

**장점: 예약 과정 업무 없이 숙박 업체만 관리하면 된다.**

**즉, 좋은 위탁 운영사를 만나면 큰 스트레스 없이 숙박업 운영이 가능하다.**

단점: 고객 응대가 적다는 건 운영 상 장점이지만, 고객과 숙소의 직접 접점이 없어, 응대 서비스가 어떻게 진행되는지 알기 어렵다. 잘못된 운영사를 만나면 숙소 이미지에 큰 타격을 받을 수 있다.

위탁 운영은 숙박 사업장 운영부터 판매까지 전문 사업자에게 의뢰하는 방식을 뜻하는데요.

과거 숙박업에서 위탁운영은 지분 관계가 복잡한 대형 호텔에서 소유와 운영을 분리해 전문성을 살리기 위해서나, 호텔 건물주가 경영에 신경 쓸 여력이 없는 경우에 많이 맡겼습니다.

그런데 코로나 팬데믹 기간 이후 소규모 모텔이나 펜션, 캠핑장 등을 전문적으로 위탁 운영하는 기업들이 등장하고 있습니다

이유는 여러가지인데요. 인건비가 상승하며 직접 고용 인력으로 숙소를 운영하기보다는 위탁 사업자에게 맡기는 게 더 효율적인 비용으로 운영되는 경우도 있습니다. 또 숙박업도 ‘트렌드’가 강조되면서 빠르게 시장 흐름을 따라가기 위해 전문 위탁 사업자를 찾기도 합니다.



# 온라인 판매 대행

**장점:** 대표적인 ONDA 펜션 플러스의 경우 모든 채널이 일괄로 같은 날에 정산돼 정산 스트레스가 없다.  
각 채널이 진행하는 프로모션에 손쉽게 참가해 숙소 노출을 늘릴 수 있다.

**단점:** 일반적인 경우 모든 채널에 동일한 가격이 노출돼 특정 채널에 집중하는 데 추가 작업이 필요하다.

숙박업을 영어로 Hospitality 라고 하는데요. 이 단어를 직역하면 ‘환대’가 됩니다. 손님을 대접하는 숙박업과 레스토랑업을 모두 포함하는 말이죠. 이처럼 게스트, 손님을 편안하게 지내도록 하는 게 ‘숙박업’의 본질이라 할 수 있는데요.

갈수록 온라인 판매 비중이 상승하고, 다양한 판매 채널에서 숙박 상품이 판매되면서 ‘온라인 판매’에서 전문성이 중요해지고 있습니다.



ONDA의 펜션 플러스가 가장 대표적인 ‘온라인 판매 대행’이라고 할 수 있는데요. 펜션 플러스를 통해 숙박업을 영위하는 파트너가 원하는 판매 채널에 우리 객실을 간편하게 노출하고 판매할 수 있다는 장점이 있죠.

특히 우수한 판매 대행사일수록 수준 높은 시스템 개발진과 운영 인력을 보유하고 있어, 중소 숙박업의 고질적인 문제점인 중복 예약을 막아주고 숙박업 운영 노하우를 배울 수 있다는 이점이 있습니다.

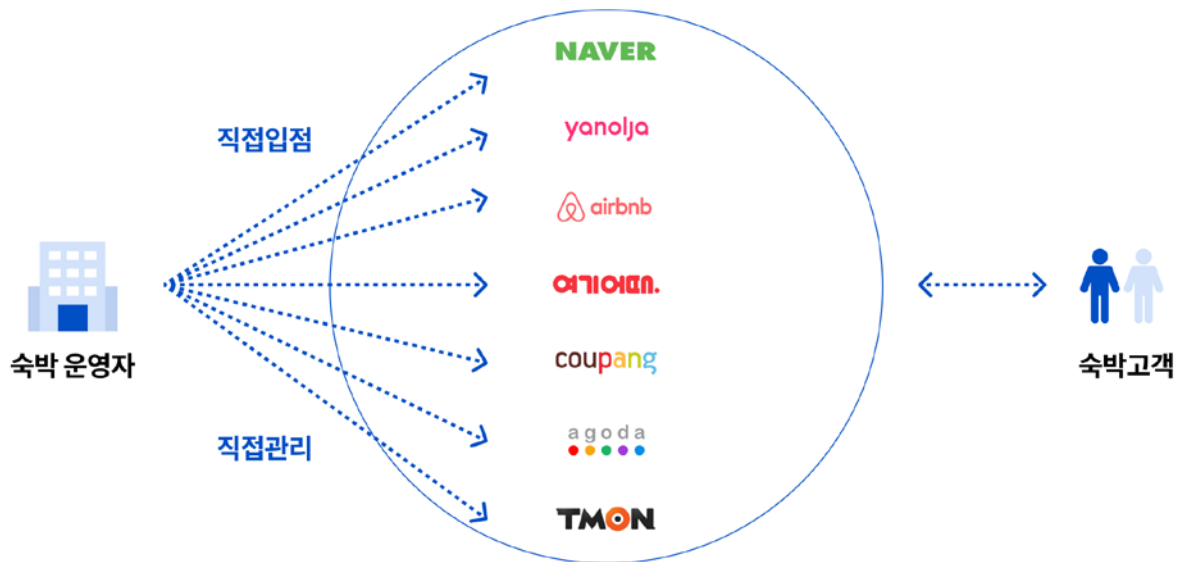
온라인 판매 대행사를 선정할 때 ▲대형 채널 판매 가능 여부와 ▲연동 채널 숫자 이 두 가지는 꼭 체크해 보셔야 합니다. 더불어 전국 숙소의 예약 현황 데이터를 가지고 있어 전체적인 숙박 시장 트렌드를 알 수 있다면 더욱 좋을 것이고요.

# 직접 판매

**장점:** 각각의 판매 채널을 독립적으로 운영하기 때문에 채널에 특화된 가격, 사진 변경 등을 능동적으로 할 수 있다.

**단점:** 두 곳 이상의 판매 채널을 사용한다면 중복 예약 방지(방막기)에 엄청난 신경을 써야 한다. 또 숙박업의 특징상 24시간 고객 상담이 들어오기 때문에 체력적/시간적 여유가 필요하다.

각각 서비스에서 직접 가입해 숙소를 직접 판매할 수도 있습니다. 에어비앤비, 네이버 등에 직접 가입해 판매하는 숙박업주분들이 실제로 많죠. 일반적으로 인터넷, 컴퓨터 사용에 능숙하고 시간적으로 여유가 있는 전업 숙박업주 분들이 선택하시죠.



제가 벤처 업계에 몸담고 있어서 그럴까요? ‘벤처 회사’를 다니면서 고향 부모님의 집을 리모델링해 에어비앤비에서 팔아주고 있다는 케이스를 종종 접하기도 합니다.

다만 숙박업에 익숙하지 않은 분들에게 추천하는 방식이 아닙니다. 실제로 숙소 매출에 도움이 안되는 고가의 광고를 집행해 후회하시는 분들도 많고, 빠르게 변하는 시장 상황에 개인이 대처하는 데는 한계가 있기 때문입니다.

# 온라인 판매 채널엔 무엇이 있을까?

온라인에서 숙소 판매를 시작하시거나, 다른 판매 채널을 알아 보려면 어떤 채널이 있는지부터 체크해야겠죠?  
온다는 하루 평균 4000건이 넘는 객실을 50개가 넘는 다양한 온라인 판매 채널로 유통하고 있는데요. 판매 채널이  
다양한만큼 특징도 다르고, 어떤 채널에선 인기 있는 숙소가 다른 채널에서는 인기가 없는 경우도 많습니다.

그럼 국내에서 숙박 판매가 주로 진행되는 주요 채널을 7개 카테고리로 나눠서 설명해 보겠습니다.



## 국내 OTA(Online Travel Agencies), 해외 OTA

OTA는 숙박, 항공권, 렌터카 등 여행 관련 서비스를 전문적으로 제공하는 온라인 서비스입니다. 우리에게 익숙한 야놀자, 여기어때, 마이리얼트립 등이 국내 대표적인 OTA 라고 할 수 있습니다. 해외 서비스로는 부킹닷컴(Booking.com) 익스피디아(Expedia) 아고다(Agoda) 등이 있습니다. 공유 숙박 플랫폼으로 잘 알려진 에어비앤비(Airbnb)도 요즘은 OTA 로 분류합니다.

## 메타서치(Meta Search)

메타서치 엔진은 여러 OTA와 객실 가격을 한 눈에 비교할 수 있게 해주는 검색 엔진입니다. 네이버 쇼핑에서 검색하면 다양한 사이트의 상품이 가격순으로 비교되는 것과 비슷하죠. 아직도 많은 고객들이 메타서치를 통해 최적의 가격을 찾은 후, 예약을 위해 해당 서비스로 이동합니다.

### 검색엔진 포털



### 이커머스



### 버티컬 커머스



## 검색엔진 · 포털

포털이나 검색엔진을 통해서도 많은 객실이 판매됩니다. 특히 지도 등 위치기반 서비스와 연계해 특정 지역 숙소를 직관적으로 찾아볼 수 있는 큰 장점이 있죠. 네이버와 구글 등도 당연히 저희 ONDA와 연계돼 손쉽게 판매하실 수 있습니다.

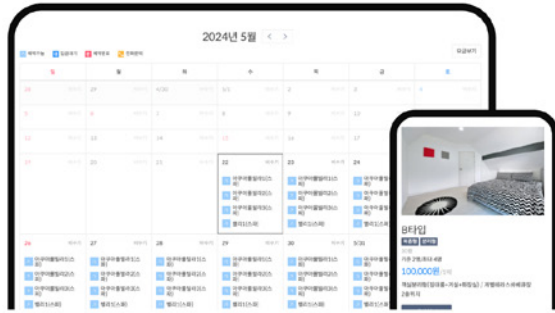
## 이커머스(e-commerce)

일반적인 온라인 쇼핑몰로 소비자들에게 가장 익숙한 곳입니다. 쿠팡, 티몬, G마켓 등 내로라하는 온라인 쇼핑몰들이 여기 해당한다고 볼 수 있죠. 아니 물건 파는 곳에서 숙박 상품도 팔아? 라고 의아해하실수도 있겠지만, 온다 내부 데이터를 보면 굉장히 많은 분들이 이커머스에서 숙박 상품을 구매하십니다.

## 버티컬 커머스(Vertical Commerce)

앞선 이커머스와는 다르게 특정 카테고리에 집중하는 온라인 판매 채널입니다. 대표적으로 키즈나 애견 대상 서비스들이 있겠죠. 온다와 연계된 서비스는 반려동물 동반 투숙이 가능한 숙소만 선별해 제공하는 반려생활, 키즈 펜션 등 유아 동반 여행 상품을 선보이는 놀이의발견 등이 있습니다.

## 홈페이지(실시간 예약창, 부킹엔진)



## 폐쇄몰



## 홈페이지(실시간 예약창)

숙박 업체 공식 웹사이트에서 직접 예약을 받을 수 있게 해주는 소프트웨어를 부킹 엔진이라고 부릅니다. 편하게 홈페이지 숙박예약창이라고도 많이 부르죠. 이를 통해 소비자는 플랫폼을 거치지 않고 숙박업소와 직접 거래할 수 있습니다. 특히 인스타그램과 같은 소셜 미디어, 이메일 마케팅 등을 통해 고객과 직접 소통하며 숙소를 운영하시는 분들은 홈페이지로 고객을 유입시켜 예약까지 연결하는 경우가 많습니다.

ONDA도 기본으로 숙박업주 분들께 제공하는 기능인데요. 직접 고객과 거래하니 플랫폼에 내야 하는 수수료가 없다는 게 큰 장점입니다(물론 카드 결제 수수료는 나갑니다)

## 폐쇄몰

회원이나 특정 조건을 충족하는 사용자만 접근할 수 있는 비공개 판매 플랫폼입니다. 예를들어 온다가 숙박상품을 공급하고 있는 교직원 공제회가 대표적인 경우인데요. 이 외에도 기업들이 직원 복지용으로 운영하는 자사몰들이 있습니다.

폐쇄몰의 숙박 판매 수는 당연히 다른 오픈된 서비스에 비해 당연히 적습니다. 하지만 소비자 입장에서는 잠자고 있는 복지 포인트를 사용해 예약을 할 수 있어 고급 숙소를 예약할 때 부담이 줄어든다는 장점이 있고요. 직원 복지 차원에서 대규모 쿠폰 행사를 진행하기도 해 특정 시즌에 많은 판매를 기대할 수 있는 장점이 있습니다.

# 온라인 판매 전 갖춰야 할 최소한의 준비

## Q) 갖춰야 하는 필수 서류가 있을까요?

A) 일반적으로 펜션이라는 숙박 형태는 법령상의 명확한 개념은 아닙니다. 주로 농촌·어촌·산지 등에서 운영되는 소규모 숙박 시설을 뜻하죠. 이런 숙박시설, 펜션, 캠핑장 등은 관할 구청 또는 시청 등에 영업 신고를 필수로 거쳐야 하는데요.

영업 신고가 완료되면 사업자 등록증이 교부되어 영업을 시작할 수 있는 상태가 됩니다.

## 숙박시설, 관광 펜션 및 휴양 펜션은 모두 펜션의 범위에 포함됩니다.

출처: 법제처

유형	해당시설	영업신고 또는 지정 등
일반펜션	숙박업소 농어촌 민박사업 시설	숙박업 신고 농어촌 민박사업자 신고
관광펜션	숙박업소 농어촌 민박사업 시설	숙박업 신고 후 관광 펜션 지정 관광펜션 지정
휴양펜션	제주도에 위치한 휴양펜션업 시설	휴양펜션업 등록

## Q) 전자상거래법상 통신판매업 신고를 해야 하나요?

A) 인터넷 쇼핑몰, 블로그, 카페 등을 통해 상품을 판매하는 경우에 필요합니다. 따라서 통신판매업 신고는 필수인데요. 다만 매출액이 8000만원 이하인 부가가치세법상 간이과세자인 경우와 직전년도 거래건수가 50건 미만인 경우는 신고 의무가 면제됩니다. 이 부분은 매년 달라질 수 있으니 최신 정보를 확인해 주세요.

## Q) 요금표는 필수 인가요?

A) 요금표는 고객에게 신뢰를 줄 수 있는 최소한의 기준입니다. 아래 기준에 따라 요금표를 마련하는 게 좋습니다. 요금표의 주요 체크 포인트는 ▲성수기와 비수기 구분 ▲ 인원수 ▲ 시설 및 서비스 ▲ 예약 시기 등을 고려해 작성합니다.

## Q) 숙소 상세 설명에 들어가야 할 요소는 무엇이 있을까요?

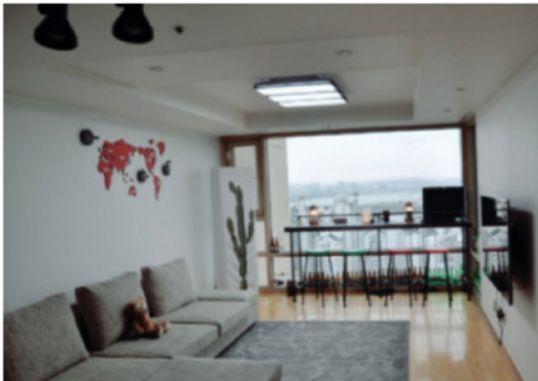
A) ▲ 위치 ▲ 시설 (객실 종류, 크기, 수용 인원, 시설 및 비품 목록, 부대시설) ▲ 가격 ▲ 서비스 ▲ 교통편 ▲ 주변 맛집 ▲ 예약 방법 ▲ 기타 정보(체크인/체크아웃 시간, 취소 규정, 애완동물 동반 가능 여부, 흡연 가능 여부 등)

## Q) 숙소 사진은 얼마나 중요할까요?

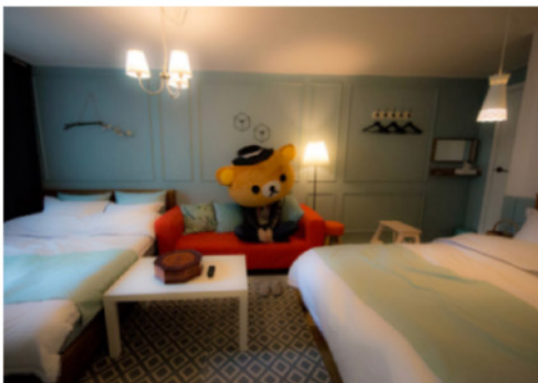
A) “여행은 감성을 파는 사업입니다”. 온라인에서 숙소를 예약할 때 사진이 숙소의 첫인상의 70% 이상을 결정하는 중요한 요인이라는 분석도 많습니다.

아래 사진은 과거 ‘매거진ON’을 통해 “숙소 예약을 이끄는 사진찍기 콘텐츠”를 연재하신 작가님이 보내주신 Before / After 사진인데요. 같은 숙소인지 의심이 갈 정도로 큰 차이를 보여주네요.

before



after





# 02 온라인 숙소 판매 전략

“사용법이 간단하고 많은 판매 채널 연동이 가능하고 요금도 다양하게  
설정 할 수 있어서 만족도가 높습니다.”





# 우리 숙소는 어떤 채널에서 잘 팔릴까?

온라인 판매의 가장 큰 장점이자 단점은 숙소를 팔 수 있는 판매 채널이 너무 많다는 겁니다.

그러다 보니 처음 판매를 시작하거나, 기존에 잘 나가던 채널에서 판매가 부진하면 어디서부터 문제를 풀어야 할지 난감할 경우가 많습니다. ONDA가 많은 분들이 궁금해하시는 여러 질문에 대해 보겠습니다.

## Q) 펜션마다 잘되는 판매 채널이 있을 것 같은데요. 우리 숙소에 맞는 판매 채널을 어떻게 찾을 수 있을까요.

A) 테마가 뚜렷하면 특정 채널과 코드가 맞을 수 있지만 절대적이진 않습니다. 결국 숙소 자체의 경쟁력을 키우고, 다양한 채널에 숙소를 노출해 고객과의 접점을 높이는 전략이 '정석'이라고 할 수 있습니다. **숙소의 위치, 금액, 부대시설 등 다양한 조건이 부합했을 때 예약률이 높아진다고 할 수 있습니다.**

물론 에어비앤비의 경우에는 감성숙소의 판매율이 높은 경향이 보입니다. 아기자기하고 따뜻한 느낌이 있는, 사진 촬영하면 예쁘게 나오는 숙소와 궁합이 좋죠. 네이버는 ONDA의 경험상 수영장, 키즈풀빌라, 애견펜션 등 테마가 있으면 조금 더 노출이 잘 되는 추세 때문에 도움이 될 수 있는 채널입니다.

경쟁이 치열한 숙소 밀집 지역의 경우엔 광고를 해야 하기 때문에 광고의 효율이 좋은 야놀자나, 여기어때에 노출하여 판매 하는 것도 하나의 전략이 될 수 있습니다.

## Q) 그럼 처음 펜션 판매를 한다면 어느 채널에 집중하는 게 좋을까요?

**처음 펜션을 운영하시는 숙박업주님이라면, 국내외 모든 채널에 오픈해야 합니다.** ONDA가 도와드릴 수 있고, 저희가 가장 잘하는 부분입니다.

아직 온라인 숙박 판매는 꾸준히 성장하고 있으며, 파트너님께서 들어보신 익숙한 판매 채널이라면 성장의 가능성이 열려 있습니다. **다시 말씀드리지만 어떤 채널에서 내 숙소가 잘 팔릴지는 그 아무도 예측 할 수 없습니다.** 많은 채널 연동해 나의 숙소와 잘 맞는 채널을 찾아야 합니다.

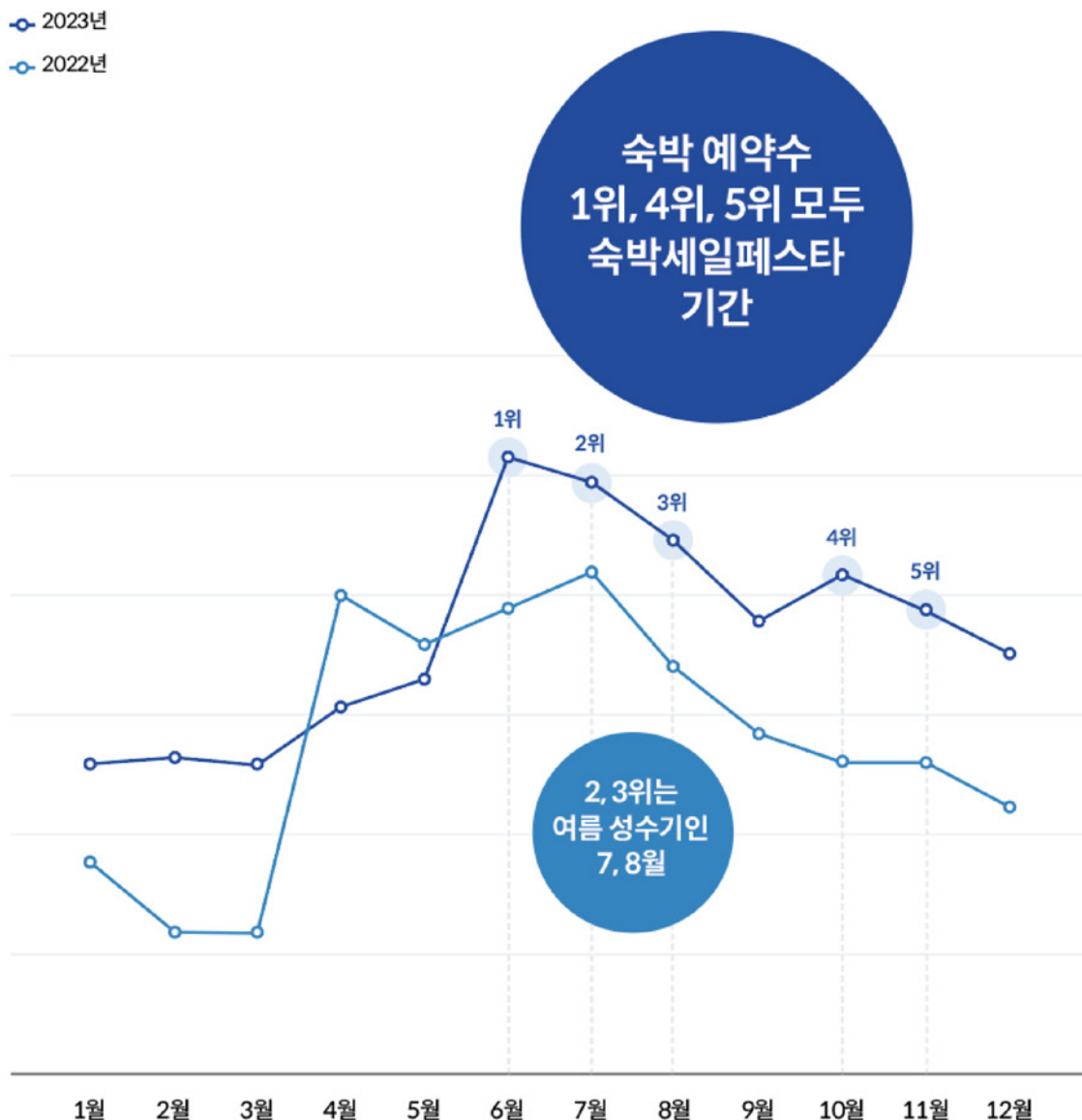
## Q) 매년 챙겨야 하는 주요 이벤트가 있을까요? 또 어떤 가격 전략을 가져가는 게 좋을까요?

대기업의 여름휴가가 점차 자유로운 연차로 변경 되는 경우가 많아 극성수기 휴가 시즌 집중도가 낮아지고 있죠. 반면 징검다리 휴일을 이용하여 여행하는 고객층은 늘어나고 있고요.

그러므로 성수기 시즌 과도한 요금 설정을 하시는 것보단, 비수기와 차등 없는 요금을 설정하여 고객들에게 바가지요금 없는 업체로 꾸준한 재방문 고객을 유치하는 것도 하나의 팁이라고 말씀드릴 수 있을 거 같습니다.

아래 그래프에서 보듯 최근에는 숙박세일페스타(숙박대전)이라는 정부사업 혜택도 적극 참여해 보시는 것을 추천드립니다. ONDA의 경우 지난해 예약수가 7,8월 극성수기보다 6월에 더 많았고 10월과 11월에도 높은 예약수를 기록한 것을 알 수 있습니다.

### 2022-23년 월별 예약 동향



# 50번이 넘는 소통 끝에 ‘답’을 찾으신 60대 파트너님

펜션플러스를 새로 찾는 많은 파트너분들은 ONDA를 통해 온라인 판매 과정을 배우고, 펜션 판매 과정에 능동적으로 참여하려는 의지가 있으신 분들이 많습니다.

특히 운영 대행(위탁운영)으로 운영하시다 더 낮은 수수료로 수익률을 높이기 위해 온다의 ‘온라인 판매 대행’인 펜션플러스를 찾으시는 분들도 많죠.

경남 해변가에서 가족과 함께 2인이서 운영하는 60대 펜션 파트너님도 예전에는 운영 대행으로 숙소를 판매했습니다. 매일 매일 문자로 오늘 오는 손님에 대한 정보만 받고, 응대를 하면 끝이었죠. 당시 객실 가동률은 비수기 기준 30%에 불과했습니다.

이 파트너님이 수익률과 예약률을 올리기 위해 ONDA를 찾아주셨는데요. 처음에는 저희도 어디서부터 설명을 해야 하는지 막막했습니다. 온다의 판매 방식인 ‘온라인 판매 대행’은 ‘위탁 운영’과는 다른 점이 많았거든요. 그래서 **ONDA는 처음 3개월 동안 무려 50번이 넘는 전화를 주고받으며 펜션플러스를 쓰는 법, 광고, 프로모션을 하는 법을 알려드렸습니다.**

특히 ‘운영 대행’과 가장 다른 점은 펜션플러스가 어디까지나 ‘판매 대행’이기 때문에, 어느 채널에서 어떤 광고를 하고 프로모션에 참여할지 파트너님이 결정해 주셔야 합니다. 자신의 숙소와 잘 맞는 채널을 찾아 전략적인 프로모션을 진행해야 하죠.

처음에는 익숙하지 않고, 어떤 채널에서 무엇을 해야 할지 막막하실 텐데요. ONDA 펜션플러스는 월초 파트너님에게 참여 가능 프로모션을 설명해 드리고, 채널 내 광고 실행 여부에 대해서도 여쭙습니다.

특히 8년여 간의 오랜 채널 판매 노하우를 통해 파트너분들에게 꼭 필요한 프로모션과 광고에 대한 상세한 안내를 해드립니다. 파트너님들은 참여 여부 결정만 하면 되는 거죠.

경남의 이 파트너님도 이 부분에 대한 설명과 이해가 떨어져 처음에는 **기존 총판 운영 대비 가동률이 더 떨어졌는데요. 저희와 손발을 맞추면서 가동률이 50% 가까이 상승했습니다.**

**이 파트너님의 가동률 상승의 또 다른 비결은 ‘해외 판매 채널’ 오픈입니다.** 현재 펜션 플러스를 쓰는 고객님들을 보면 대개 8(국내 채널) : 2(해외 채널)의 비율로 숙소가 판매되는 경우가 많습니다. 기존에 해외 채널을 안 쓰시는 분들은 추가로 20%의 고객을 더 확보할 수 있다는 거죠.

해외 판매 채널은 한국 고객이 자신이 주로 쓰는 외국 여행 앱을 사용하는 경우도 있지만, 코로나 팬데믹 종료 이후 한국을 찾는 외국인 고객이 이용하는 비중이 증가하고 있습니다. 외국인 고객 응대가 걱정돼 해외 채널 오픈을 망설인다면, 걱정 마시고 ONDA 펜션플러스를 찾아주세요. 문자 발송, 고객 상담을 도와드릴 수 있는 시스템이 이미 마련돼 있으니까요.

# 객실 가격 책정은 2년 내 ‘투자금 회수’부터

숙박업주분들이 가장 어려워하는 일 중 하나가 객실의 가격을 정하는 일입니다.

대형 호텔들은 RMS(Revenue Management System)을 합리적 객실 가격을 추적합니다.

프랜차이즈 음식점을 하거나 편의점을 운영하면 정해진 가격에 물건을 팔면 되는데, 중소 숙박업의 객실 가격을 정하는 건 오히려 숙박업주의 몫이기 때문입니다. 그래서 ONDA가 객실 가격을 결정할 최소한의 가이드를 전해드리려 합니다.

숙소의 원가를 측정하기 위해서는 **숙소를 운영하는데 들어가는 모든 비용을 측정하고 더하는 것이 가장 기본**이라 할 수 있습니다. 그 원가를 구성하는 요소는 숙소 임대료, 초기 숙소를 오픈할 때 소요된 비용 (인테리어 및 건축, 설계 소모비), 인건비, 운영비(전기세, 가스, 수도세 등) 등을 포함하게 됩니다.

**ONDA가 계산하는 금액의 전제는 24개월 안에 투자금 회수 금액을 넘긴다고 가정했기 때문에, 이렇게 발생한 모든 비용을 다 더한 후 합산된 총금액을 24로 나누어 보면 1개월 단위의 숙소 원가를 알아낼 수 있습니다.** 이제 이 원가를 바탕으로 숙소 객실 가격을 책정하고 판매에 반영하는 것이 매우 중요합니다.

기본적으로 펜션 등 중소형 숙박업체의 객실 가격은 3가지 요소를 바탕으로 정해집니다.

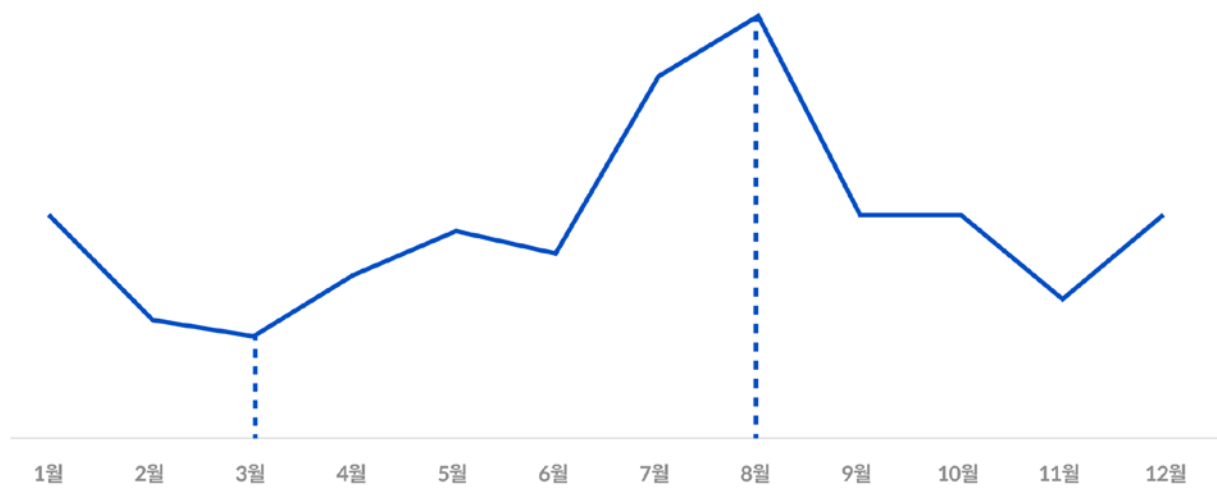
1. 가장 흔하게 가격을 정하는 방법은 우리 숙소 인근의 비슷한 수준의 객실 가격을 숙박 플랫폼에서 찾아보고 경쟁력 있는 수준에서 가격을 책정하는 방법입니다.
2. 위에서 설명한 숙소 원가를 바탕으로 우리 객실 가격이 얼마 이하로 내려가면 안 된다는 기준을 세우고 사업을 영위하시길 강력하게 추천드립니다.
3. 가격을 더할 수 있는 프리미엄을 찾아보는 것. 일반적으로 우수한 입지는 숙소 가격을 올리는 가장 중요한 요소가 됩니다. 여기에 다른 숙소와 차별화되는 부대 시설(BBQ, 수영장, 스파 / 월풀, 어메니티) 등을 더해 고객이 지불할 수 있는 가격을 플러스하는 게 좋습니다.

여기에 더해 숙소 가격을 결정하는 가장 중요한 요소가 있습니다. 성수기 / 비성수기의 가격 변동을 반영해야 된다는 거죠. 최근에는 과거와 달리 성수기와 비성수기 사이의 갭이 많이 줄어드는 추세지만, 여전히 성수기 장사가 1년 중 가장 중요합니다.

# 성수기와 비성수기의 가격 차이가 얼마나 나는지 알아보까요?

## 2023년 월별 펜션 평균 가격

출처: 온다 데이터



위 표는 2023년 ONDA를 통해 거래된 펜션 월별 평균 가격입니다. 8월이 가장 높은 가격, 3월이 가장 낮은 평균 가격을 기록했습니다. 최저와 최고 가격 차이는 44%였습니다.

같은 조사에서 풀빌라 역시 8월이 가장 높은 가격을 기록했고, 3월과 11월이 가장 낮은 가격대를 형성했습니다. 풀빌라는 펜션보다 더 많은 60% 가격 차이가 났습니다. 즉, 비성수기에 10만원에 판매되던 펜션 객실은 성수기에 14만4000원에 판매됐고, 25만원에 판매되던 풀빌라 객실은 40만원에 판매됐다는 이야기죠.

이는 ONDA를 통해 거래된 모든 숙소의 평균 데이터이기 때문에 어디까지나 참고 수치로 봐주시길 바랍니다.

또 요즘 추세는 성수기와 비성수기의 차이가 점차 좁혀지고 있습니다. 대기업의 여름휴가가 점차 자유로운 연차로 변경 되는 등 극성수기 휴가 시즌 집중도가 낮아지고 있죠. 반면 징검다리 휴일을 이용하여 여행하는 고객층은 늘어나고 있고요.

그러므로 성수기 시즌 과도한 요금 설정을 하시는 것보단, 비수기와 차등 없는 요금을 설정해 고객들에게 바가지요금 없는 업체로 꾸준한 재방문 고객을 유치하는 것도 하나의 팁이라고 말씀드릴 수 있을 거 같습니다.

이외에도 가격에 영향을 주는 요소는 많습니다. 예를 들어 비수기나 주중에 방을 놓리느니 파격적으로 가격을 낮춰서 고객을 유치할 수도 있고, 특정 판매 플랫폼에서 이벤트를 진행해 특가 정보로 판매할 때도 있습니다.

그리고 이 모든 고민을 ONDA 펜션 플러스가 함께 한다는 사실도 늘 생각해 주셨으면 좋겠습니다.

# 판매는 ‘펜션플러스’에 맡기고, 파트너님은 고객과 숙소 관리에 집중!

온라인 판매 대행 서비스 ONDA를 사용하는 가장 큰 장점은 뭘까요? 인터넷 사용에 익숙한 펜션 운영자라면 ONDA와 같은 대행 서비스를 사용하지 않고, 직접 판매 사이트에서 판매를 해야 된다고 생각할 수도 있습니다.

하지만 ‘**할 수 있는 일**’과 내가 꼭 ‘**해야 하는 일**’을 구분하고 효율적으로 일하는 것이 현실 비즈니스에서는 매우 중요한데요. 내가 식당 운영의 모든 부분을 할 수 있다고 청소부터 서빙, 음식 조리까지 모두 한다면 규모를 키우는 데 한계가 있을 수밖에 없습니다.

ONDA 초창기부터 함께한 한 파트너님은 동업자와 함께 서울, 양양 등 3개 숙소에서 40여개 객실을 운영하고 있습니다. 처음에는 서울의 게스트하우스로 시작해 지금은 지방에서도 글램핑, 독채 펜션 등 다양한 타입의 숙소를 운영하고 있죠.

오랜 기간 운영하다 보니 ‘좋은 숙소’로 입소문이 퍼져 비수기에도 객실 가동률이 70% 이하로 떨어지는 경우가 거의 없는데요. 온라인 객실 판매는 펜션플러스로 진행하고, 객실 관리 및 고객 응대에 모든 노력을 쏟을 수 있기 때문에 가능한 성과라고 합니다.

이 숙소는 주변 펜션이 저가의 이불, 컨셉 없는 인테리어로 평범하게 운영하고 있는 사이 북유럽 감성의 1000 소품을 옮겨온 듯한 펜션 인테리어를 꾸준히 청결하게 유지하고 있고, 입실도 요즘 고객 니즈에 맞게 비대면으로 진행하고 있죠.

이와 함께 이 파트너님은 ‘성수기’라고 할지라도 ‘비성수기’ 대비 객실 가격을 크게 올리지 않는 방식으로 마케팅 효과를 얻고 있습니다. 인근 숙소가 5만원 가격을 올릴 때 2만원만 올려서 가격 메리트를 통해 고객을 유치합니다.

이렇게 찾은 숙소가 다른 숙소 대비 퀄리티마저 뛰어나다면 다음에 이 지역을 찾을 때 같은 숙소를 찾지 않을 이유가 없는 거죠. 1~2년 단기간 운영하지 않고, 장기간에 걸쳐 충성 이용자를 확보하는 전략이라고 볼 수 있습니다.

이처럼 매일 다른 지역에서 평균 30개 이상의 객실을 관리하고, 꾸준히 객실의 퀄리티를 유지하기 위해서는 ‘기술’이 대체 할 수 있는 영역은 과감하게 대체 해야 합니다. 또 성수기에 비싸게 판다는 기존의 상식을 뒤집어 성수기는 숙소를 홍보하기 위한 기간으로 사용해, 좋은 입소문을 얻는다는 역발상을 배울만한 사례인 것 같습니다.



# 03

## 펜션 플러스가 정답입니다

“예약 관련 항목을 쉽게 설정할 수 있고 실시간으로 온라인 반영이 되어  
좋습니다. 매출 향상에 도움이 되는 것을 확실히 느끼고 있어요”



# 한 번의 계약으로 50개 주요 채널과 연동 중복 예약 문제 해결 완료!

NAVER

yanolja

여기어때.

airbnb

agoda

Google

kakao

allmytour

coupang

Gmarket

11

HOTEL  
NJOY

AUCTION.

노랑풍선  
YELLOW BALLOON

HOMES & VILLAS  
by MARRIOTT BONVEY

Booking.com

호텔매거진닷컴

놀이의발전

Tripbtoz

TMAP MOBILITY

TIDESQUARE

TMON

반려생활

kidsnote

WUIC

SSG.COM

Trip.com

ezwel

Hotels  
Combined

꿀스테이

SOCAR

## 1. 쉽고 편리한 예약관리

실시간 예약창, 채널 예약, 수기 예약을 한번에 관리해보세요. 예약생성, 취소, 조회, 방막기 등 다양한 기능을 편리하게 사용할 수 있습니다.

## 2. 스마트폰으로하는 간편한 관리

언제 어디서든 앱으로 예약관리가 가능합니다.  
스마트폰 하나로 예약조회,예약생성,예약취소  
방막기,방열기,객실 할인 등을 손쉽게 설정해보세요.

## 3. 통합 판매 대행

번거롭게 개별 채널에 입점하실 필요없이,  
펜션플러스 하나로 원하시는 사이트에 통합입점 및  
예약관리가 가능합니다.

## 4. 콘텐츠 | 가격 | 재고 동기화

사이트마다 들어가는 콘텐츠 수정은 이제 그만  
펜션플러스에 등록하면  
전 채널 사진,가격,재고 전체 동기화 완료!



# 해외 판매 채널 관리도 한글로! 소통이 어려울 땐 ONDA가 대신합니다



2022년 대비  
해외 OTA  
거래 성장률

92.1 %

해외채널  
매출비중 50% 이상

전체 숙소 중

32.02 %

## 1. 전 세계 주요 OTA 보유

펜션플러스를 통해 아고다, 에어비앤비는 물론 부킹닷컴까지  
업주님의 숙소를 판매해보세요.  
한번의 연동으로 입점 가능합니다.

## 2. 후불결제 NO! 선불결제 YES!

고객에게 유리한 후불결제, 숙소에서는 관리가 어렵죠.  
온다 상품은 100% 선불 결제로,  
예약과 동시에 결제가 진행됩니다.

## 3. 고객과의 메시징은 온다 전문가에게 맡기세요!

글로벌채널은 고객과 채널 메시지로만 소통해야하는 경우가 있어요.  
밤낮 없이 오는 메시지에 스트레스받지 않으시도록  
온다에서 응대해드릴게요!

ONDA

캘린더

예약목록

ONDA의 스무번째 주간리포트 도착! 🇮🇹

2025년 5월 ▾

🕒 방막기/방열기

일	월	화	수	목	금	토
26	27	28	29	30	5월 1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	6월 1	2	3	4	5	6

5월 27일 (수)

오늘

전체 방막기

전체 방열기

대

알프스

예약자  
번호

김온다

010-0000-0000



예약관리



정산목록

...

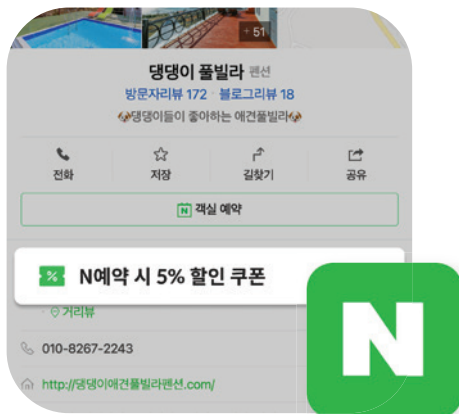
더보기

# 새로운 판매 채널에 빨리 입점하고 싶어요!

2023~24년 ONDA의 대표 신규 채널

카카오톡(메신저), 소카(모빌리티), 부킹닷컴(해외 OTA), 더케이몰(대형몰)

ONDA는 유력 신규 채널과 가장 빠른 파트너십을 맺고 있으며 주요채널 프로모션  
진행이 가능합니다.



# 수수료 80% 절감, 홈페이지 실시간 예약창

2025년 5월 < > 요금보기

화	수	목	금	토
2/28 완 가 완 가 완	3/1 완 가 완 가 완	2 완 가 완 가 완	3 완 가 완 가 완	4 완 완 완 완 완
7 완 가 완 가 완	8 완 가 완 가 완	9 완 가 완 가 완	10 완 가 완 가 완	11 완 가 완 완 완
14 완 가 완 가 완	15 완 가 완 가 완	16 완 가 완 가 완	17 완 가 완 가 완	18 완 가 완 완 완

판매채널 대비 수수료 절감

최대 80%



## 1. 채널 예약건도 연동!

다양한 채널에서 예약된 건도 실시간 연동되어  
홈페이지 달력에서도 예약완료로 노출됩니다.

## 3. 맞춤형 무료 문자발송

숙소를 예약해주신 고객에게 건네는 첫 인사, 예약 완료 문자!  
예약 완료 문자 내용이 기계적인 채널 예약 건과 달리,  
펜션플러스 예약창에서는 예약 완료 문자 내용을 맞춤 설정  
할 수 있어요.

## 2. 유지비, 설치비, 가입비 ZERO

URL 삽입으로 간편하게 시작해보세요.  
온다 달력은 유지비,설치비,가입비 없이 사용 가능합니다.

## 4. 선택형 실시간 예약창 제공

캘린더 형(달력), 날짜 검색형 등 숙소에 맞는 예약창  
사용이 가능합니다.





### 펜션플러스

- 메인화면
- 예약목록
- 객실예약
- 예약기/방명기
- 요금설정
- 정산목록
- % 부가세 신고자료
- 통계
- 파트너 문의하기
- 설정

pension plus

예약번호/예약자명/연락처

예약기

+ 예약생성

Today  
2024.4.7(일)

1  
입금대기

3  
예약완료

0  
예약취소

0  
미입금취소

### 오늘 입실

입실예약시간	예약자명	객실명	입실 체크
---	김은다 01012345678	2녀에게 반하다 상인 2	<input type="checkbox"/>
---	김은다 01012345678	2녀에게 반하다 상인 2	<input type="checkbox"/>

### 월별 객실 가동률

2024년 4월



### 공지사항

- [공지] 당일 체크인 예약 마감 설정 기능 오픈
- [공지] ONDA 펜션플러스 서비스 이용약관 변경 ...

### 서비스 가이드

로그인/비밀번호찾기  
대시보드

# 자주 묻는 질문

**Q.** ONDA Pension Plus 시스템을 쓰면 사용비가 있나요?

**A.** Pension Plus 시스템은 사용비가 없습니다.

실시간 달력 또는 채널 예약 시 발생하는 수수료만 차감 후 정산해드립니다.

**Q.** ONDA에서 진행하는 판매대행이 무엇 인가요?

**A.** 숙소가 채널 각각 직접 소통할 필요 없이, 온다에서 30여개 채널 입점과 채널 대응을 도와드립니다. 더불어 ONDA 시스템을 사용하시면 각 채널에 재고 및 가격이 연동되며 자동 방막기까지 자동으로 진행 됩니다.

**Q.** 해외채널은 수수료도 비싸고, 패널티도 부담인데, ONDA를 통해서 판매를 하면 도움을 받을 수 있나요?

**A.** 수수료와 패널티, 등록과정 또한 업주님께 부담이 되실 수 있지만, 온다HUB를 통해 연동 판매를 하시면 국내 채널과 동일하게 편안한 예약관리가 가능합니다.

**Q.** 정산주기가 어떻게 되나요?

**A.** 매주 금요일, 지난 주 월~일요일 퇴실 완료된 예약건 이 송금됩니다.  
정산 지급일이 휴일인 경우, 익 영업일 (+1 영업일)에 송금됩니다.

**Q.** 온다에 가입하고 싶은 데 어떤 서류가 필요한가요?

**A.** ONDA에 가입을 희망하시는 경우, 사업자등록증,인허가증(영업신고증, 농어촌민박 신고필증, 관광사업자,농어촌민박허가증 중 택1),통장사본, 업체사진, 요금표 이메일 주소가 필요합니다.

**Q.** 신규 오픈해서 사진이랑 홈페이지도 필요한데 ONDA에서도 제작 지원 가능한가요?

**A.** 네! 가능합니다. ONDA에서는 전문 포토그래퍼를 통한 사진촬영과 홈페이지 제작을 지원하고 있습니다.





# pension plus<sup>+</sup>

펜션플러스 상담하기



Powered by **ONDA**