

# 웹 크롤링을 통한 상품비교 분석

가림

유럽 상품

IT미래전략부문

여승은 사원

# I. Intro

---

## 1. 분석목적

가림

! 상품 비교 및 자사의 전략적 포지셔닝 분석

## 2. 분석범위

: 2019년 2월~4월

서유럽, 동유럽, 지중해, 스페인, 북유럽 (인도, 아프리카 지역 제외)

## 3. 분석방법

:

가림

약 3,860건의 행사 상품 데이터 분석

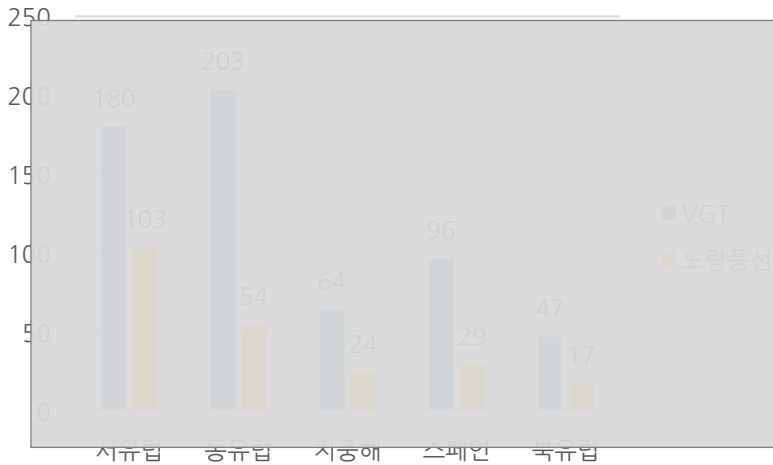
## II. 요약

구분	가림		
마스터상품 수	590	227	259%
행사상품 수	15,645	3,860	405%
평균 상품가	1,942,697	2,273,870	85%
출발확정행사 수	2,838	1,232	230%
출발확정행사 비율	18%	가림	-14%
예약인원(출발확정행사)	51,529(허수 포함)	25,733(허수 포함)	423%
출발확정상품수당 평균 예약인원	18명	20명	90%
유럽지역 직원수	약 80명	61명(2019년 1월 기준)	131%

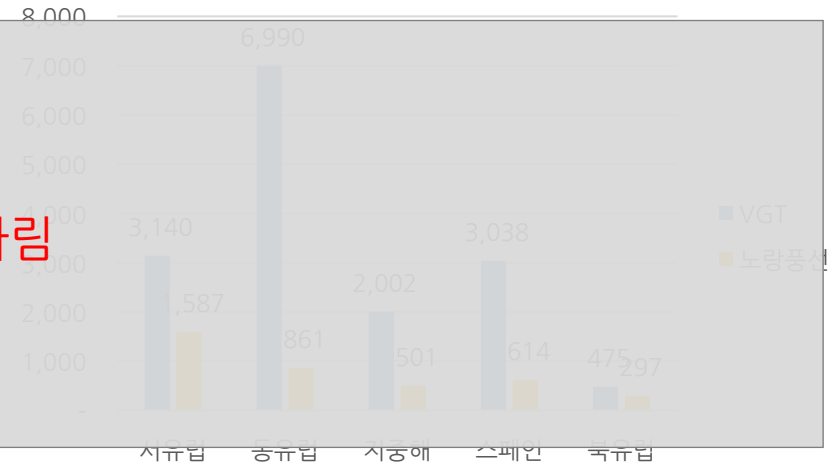
- 노랑풍선 대비 **출발확정 행사비율이 낮음**
- 노랑풍선 대비 직원 한 명 당 **관리하는 행사 수가 약 3배 많음**

# Ⅲ. 비교 분석 (지역별 상품 분석)

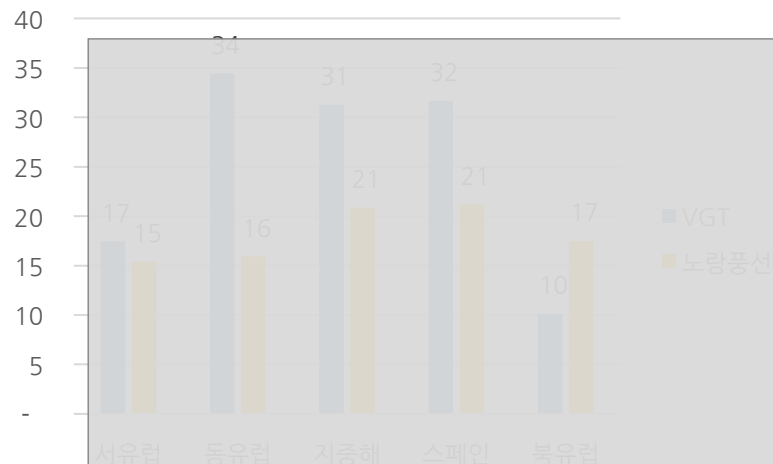
지역별 마스터 상품 개수 (2~4월)



지역별 행사 상품 개수 (2~4월)



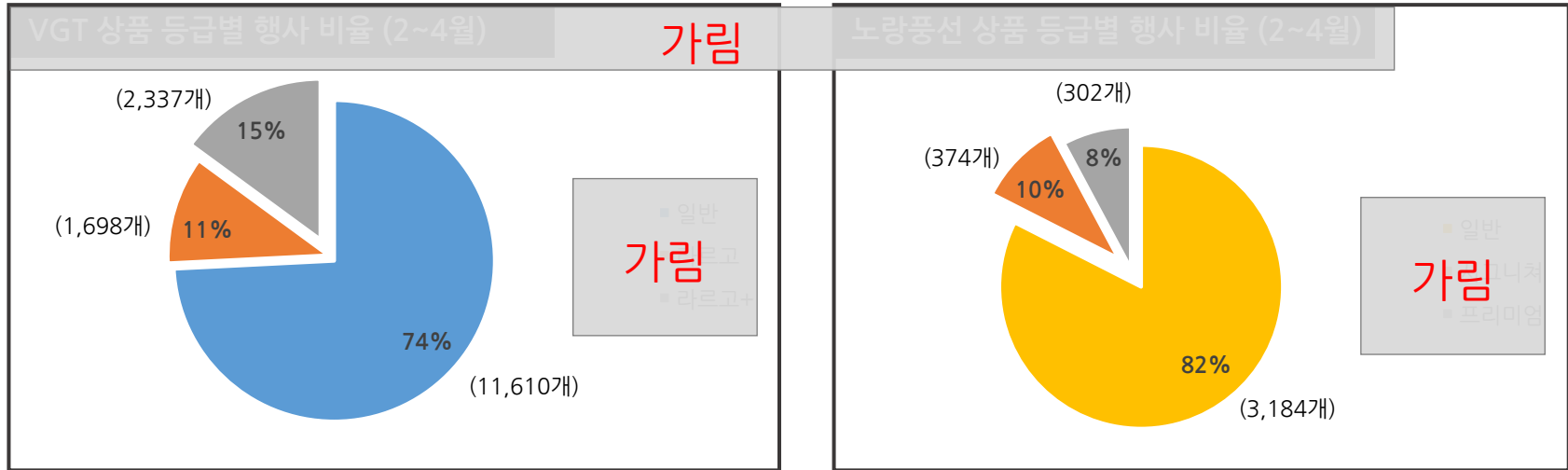
마스터당 행사 개수 (2~4월)



- 마스터 상품 전체 개수 : VGT - 590개, 노랑풍선 - 227개
- 행사 상품 전체 개수 : VGT - 15,645개, 노랑풍선 - 3,860개
- **가림** 마스터 당 행사 상품 수 : VGT - 27개, 노랑풍선 - 17개
- 마스터 생성 기준 : VGT, 노랑풍선 차이 없음(전수조사 기준)

가림

### Ⅲ. 비교 분석 (상품 등급)

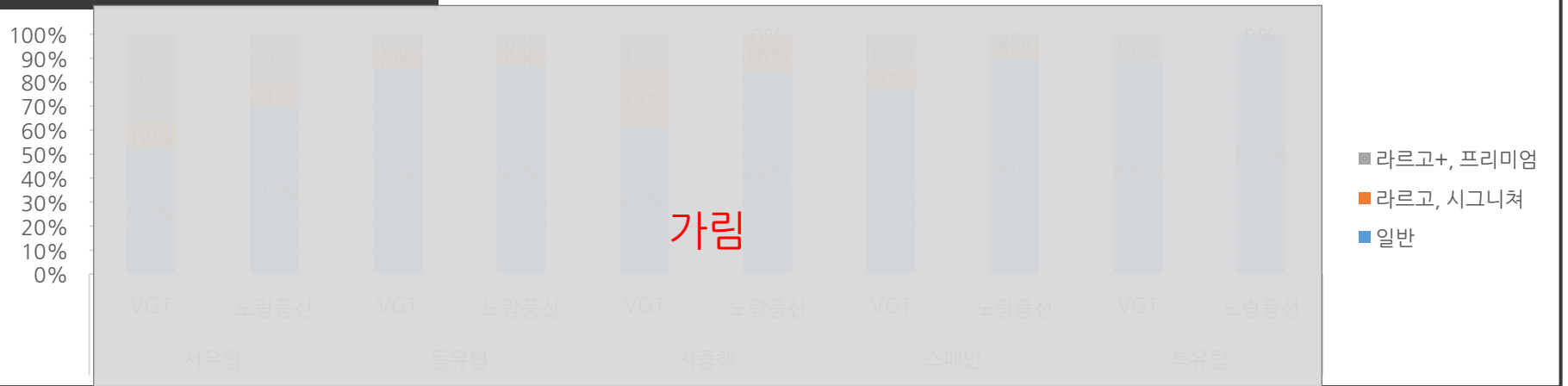


- 시그니처 : 한 나라만 집중적으로 여행하는 상품
- 프리미엄 : 항공, 숙박, 일정 등을 최상위로 업그레이드한 상품

- 양사 모두 일반 상품의 행사 비율이 높음
- VGT의 라르고 상품은 11%, 노랑풍선의 시그니처는 10%
- VGT의 시그니처 상품은 15%, 노랑풍선의 프리미엄은 8%

# Ⅲ. 비교 분석 (지역별 상품 등급)

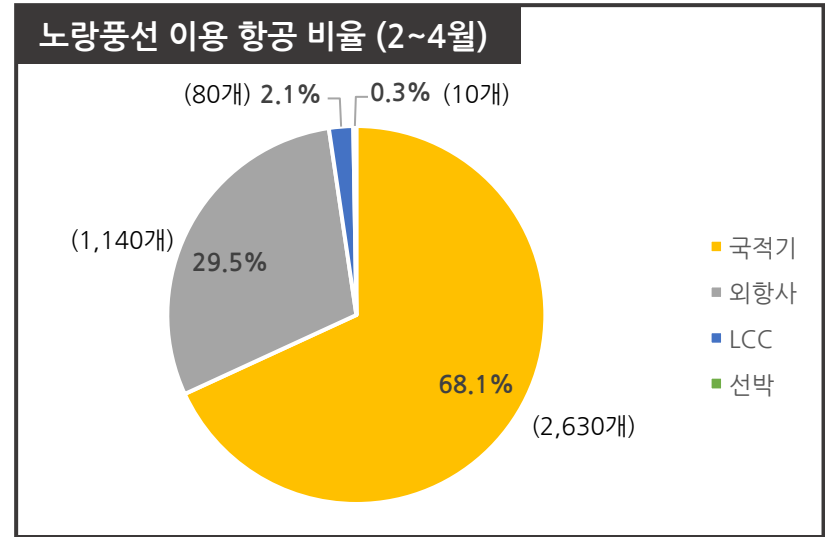
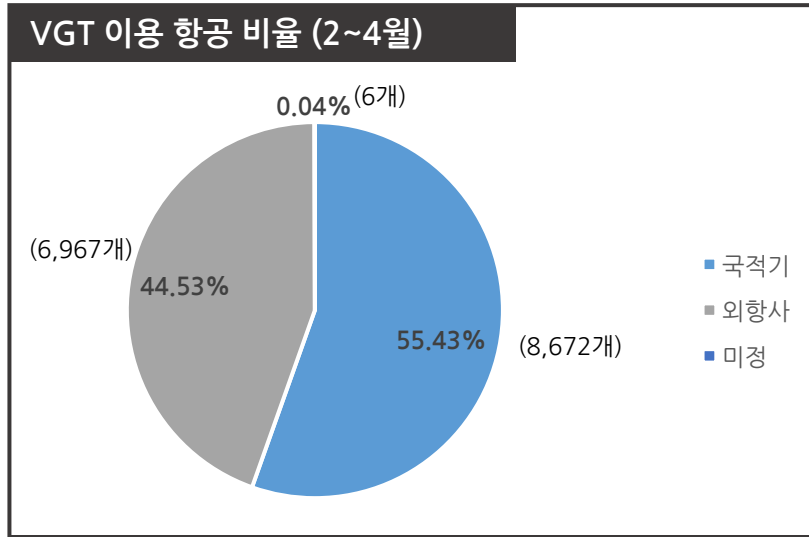
지역별 상품 등급 행사 비율 (2~4월)



지역	일반 (VGT)	일반 (노랑)	라르고 (VGT)	시그니처 (노랑)	라르고+ (VGT)	프리미엄 (노랑)
서유럽	1,635	1,112	376	308	1,129	167
동유럽	5,976	801	588	40	426	20
지중해	1,233	422	468	-	301	79
스페인	2,345	552	266	26	427	36
북유럽	421	297	-	-	54	-

- 브랜드 상품 마스터 개수 : VGT - 207개, 노랑풍선 - 36개
- 양사 모두 서유럽과 지중해를 중심으로 브랜드 상품 구성
- 북유럽 : 지역 특성상 타 지역에 비해 일정이 여유로운 편 -> 라르고 상품 특성을 살릴 수 없는 지역

### Ⅲ. 비교 분석 (항공)



- VGT의 경우, 국적기와 외항사를 균형적으로 취항
- 노랑풍선의 경우, 국적기를 이용하는 비율이 높음

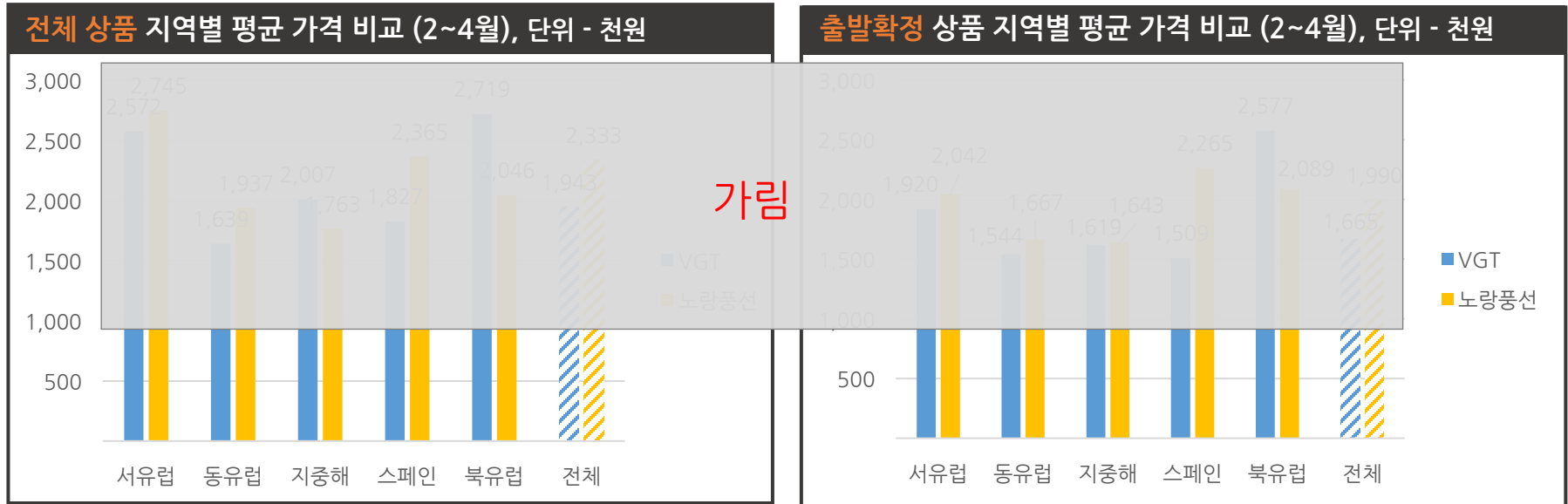
# Ⅲ. 비교 분석 (지역별 항공)

## • 행사 기준 지역별 이용항공

구분	서유럽		동유럽		지중해		스페인		북유럽	
	VGT	노랑풍선	VGT	노랑풍선	VGT	노랑풍선	VGT	노랑풍선	VGT	노랑풍선
대한항공	1,462	646	1,979	92	763	114	505	178	166	63
아시아나항공	1,002	607	2,065	529	486	195	219	136	5	50
KLM항공	34	31	63	-	-	-	-	26	-	-
독일항공	95	-	829	22	10	-	282	6	-	-
러시아항공	3	-	64	-	-	21	159	9	161	42
에미레이트항공	89	4	456	-	294	79	339	-	-	-
에어프랑스	30	18	-	-	-	-	-	1	-	-
에티하드항공	62	-	25	-	162	24	365	-	14	-
영국항공	128	-	-	6	-	-	-	-	-	-
이태리항공	146	57	1	-	-	-	-	-	-	-
중국국제항공	-	12	-	-	26	-	-	-	-	-
체코항공	-	-	805	49	가림		-	-	-	-
카타르항공	25	85	418	75	42	29	130	63	25	-
터키항공	21	95	75	23	187	39	291	7	13	13
폴란드항공	-	-	100	35	-	-	-	-	21	-
핀란드항공	38	32	97	30	5	-	743	188	35	2
우즈베키스탄항공	-	-	12	-	27	-	-	-	20	-
시베리아항공	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17
제주항공	-	-	-	-	-	-	-	-	-	51
이스타항공	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29
DBS (선박)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
미정	5	-	1	-	-	-	-	-	-	-



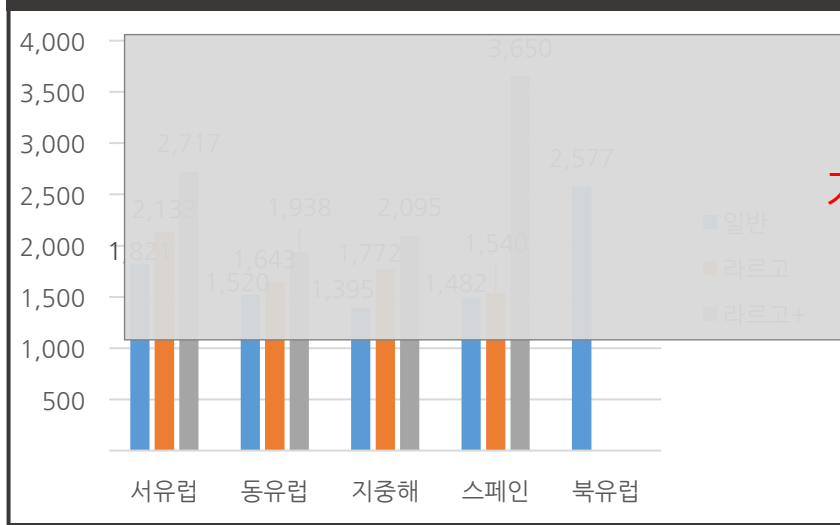
### Ⅲ. 비교 분석 (지역별 상품가격)



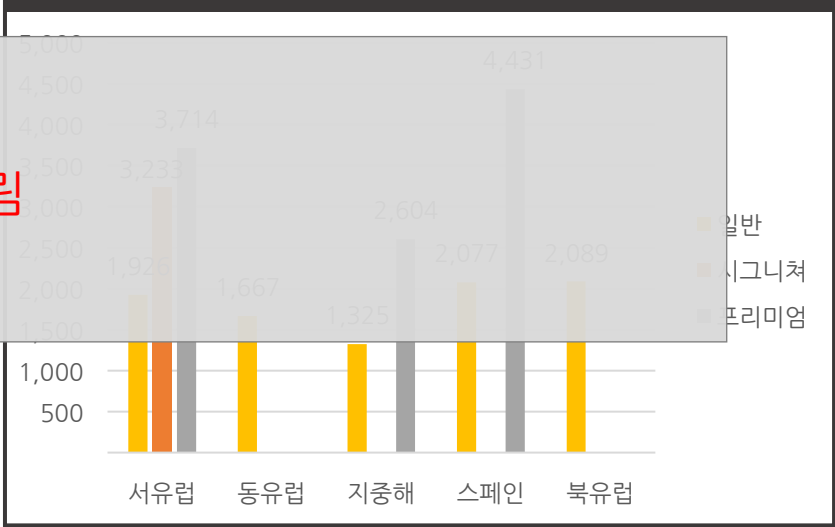
- 양사 모두 **출발확정 상품 평균 가격**이 전체 상품 가격보다 **낮아짐**
- 실제 출발하지 않는 미끼상품을 노출시킨 뒤, **예약이동 유도**
- **북유럽** 지역만 노랑풍선 대비 자사의 **상품 평균 가격이 높음**

### Ⅲ. 비교 분석 (지역별 상품가격)

VGT 출발확정 상품 등급별 가격 비교(2~4월), 단위 - 천원

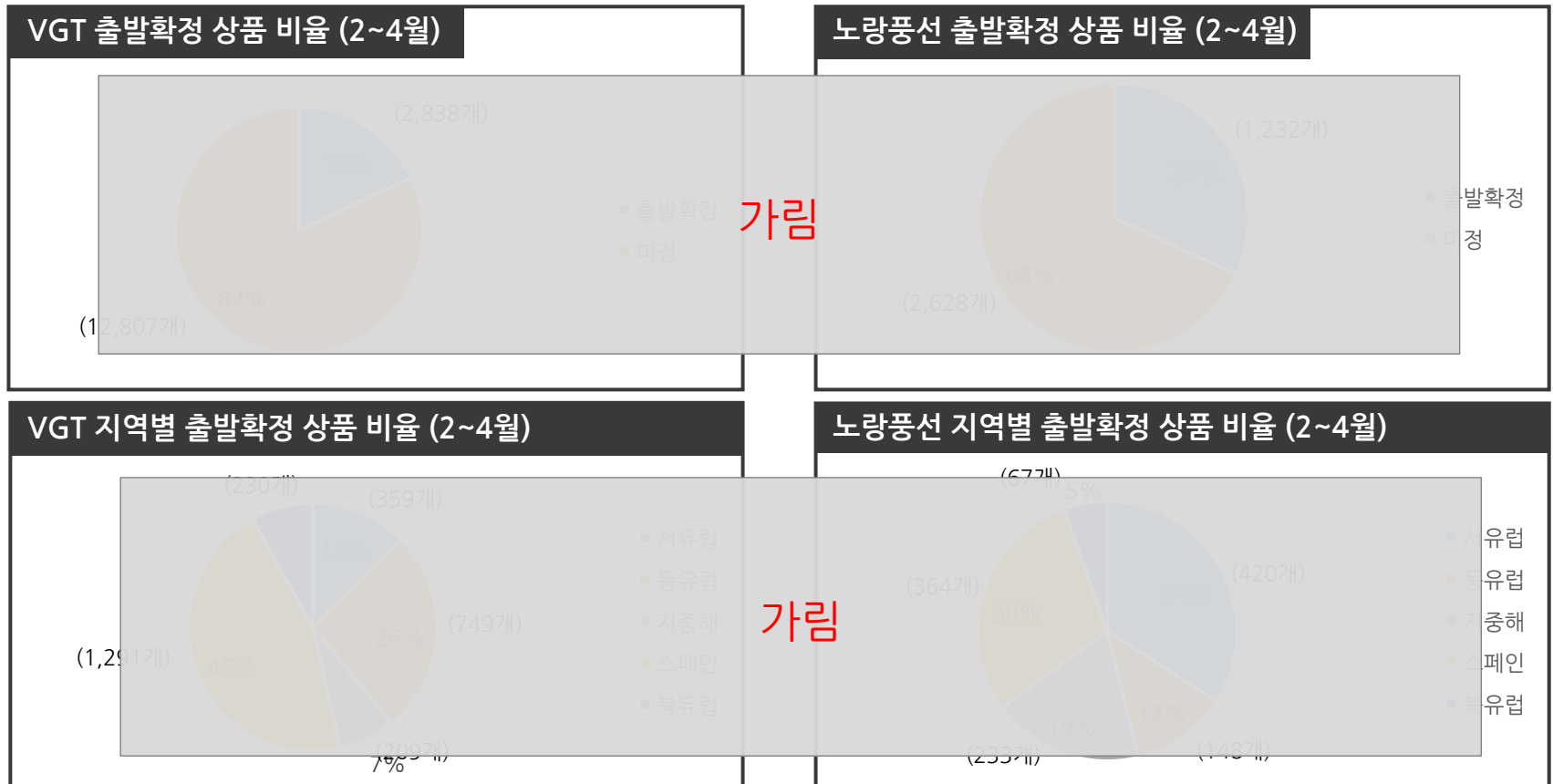


노랑풍선 출발확정 상품 등급별 가격 비교(2~4월), 단위 - 천원



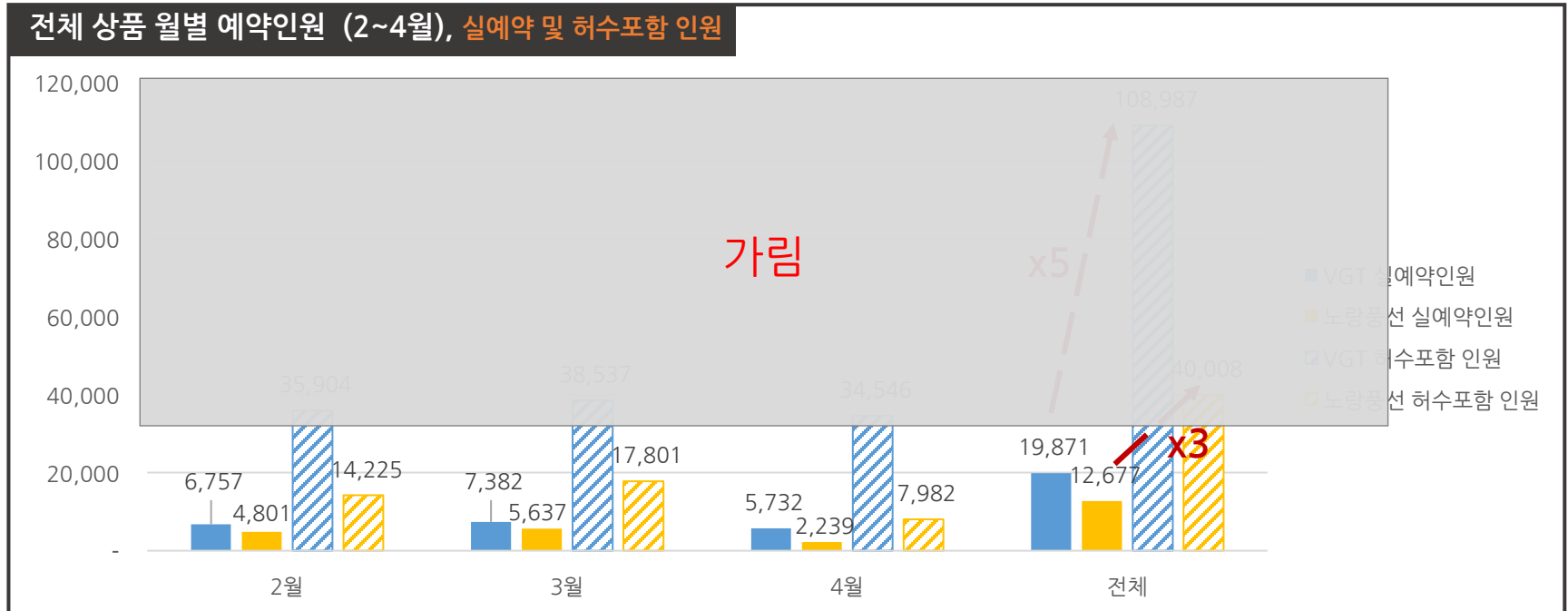
- VGT의 경우, 북유럽을 제외하고 브랜드 상품을 효율적으로 운영 중
- 노랑풍선의 경우, 서유럽을 제외하고 실제 출발하는 시그니처 상품 없음

### Ⅲ. 비교 분석 (지역별 출발확정 상품)



- 자사 출발확정 상품의 경우 **노랑풍선에 비해 약 14%↓**
- VGT : 스페인 > 동유럽 > 서유럽 > 북유럽 > 지중해
- 노랑풍선 : 서유럽 > 스페인 > 지중해 > 동유럽 > 북유럽

### Ⅲ. 비교 분석 (월별 예약인원)



- 출처 : VGT 실예약인원, 허수예약 - 사내D.B,
- 노랑풍선 실예약인원 - 기획감사팀, 허수예약 - 크롤링데이터

- VGT의 실예약인원이 약 1.5배 높음
- VGT의 허수인원은 실예약인원의 약 5배, 노랑풍선은 약 3배
- 주기적인 허수 운영에 대한 크롤링 필요

## IV. 시사점

---

### 과다한 행사 수

- 동일한 일정의 마스터상품을 중복 생성, 정형화되지 않은 기준으로 무분별한 상품 생성
- 마스터가 많을 경우, 모바일 상에서 상품을 찾는데 어려움 발생
- 마스터상품 및 행사 생성에 대한 체계적인 운영안 필요

### 허수운영

- 허수운영을 통한 모객으로 예약 이동 및 취소 증가 -> 고객 불만 발생, 브랜드 이미지 하락
- 노랑풍선 대비 허수운영 비율에 비해 모객 성과가 저조
- 무분별한 허수운영이 아닌 확실한 가이드라인을 정립할 필요성

### 지역별 관리

- 북유럽 : 실제로 라르고+ 출발확정 상품이 없음, 대부분이 예약이 일반상품에 집중되고 있음
- 북유럽 지역은 라르고+의 비율을 축소하고 일반상품에 집중 및 가격경쟁력을 강화할 필요성