



땡큐 캠핑 마케팅 솔루션 제안서\_유현종

# CONTENTS

---

## OVERVIEW

기업소개

## AS-IS

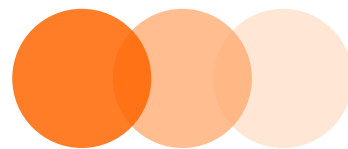
시장환경분석  
경쟁사분석  
자사 차별점  
고객분석  
고객 페르소나  
고객 여정 분석 및 문제점 도출

## TO-BE

솔루션목표  
솔루션제시

## ACTIVE PLAN

세부일정



# 01. OVERVIEW

---

기업 소개

Thank You

“감사합니다.”

Camping

“캠핑”

Thank  Camping



## Thank Q Camping

캠핑 관련 서비스 및 숙박시설 데이터를 한데 모은 캠핑 플랫폼  
캠핑장 검색부터 예약까지 제공하는 원스톱 플랫폼





## 전국 캠핑장 정보 검색

전국 2500개의 캠핑장 정보를 제공



## 실시간 예약 서비스

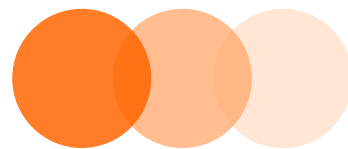
450여개 캠핑장 실시간 예약서비스



## 캠핑 이벤트 개최

다양한 캠핑 프로그램 실시





## 02. AS-IS

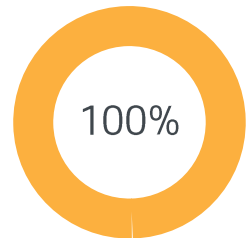
---

시장환경분석  
경쟁사분석  
자사 차별점  
고객분석  
고객 페르소나  
고객 여정 분석 및 문제점 도출

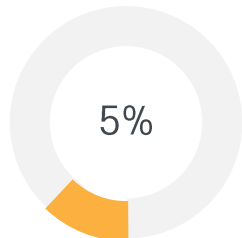


- ✓ 코로나19에 장기화로 소규모로 안전하게 즐길 수 있는 차박,글램핑, 캠핑을 선호
- ✓ 해외 여행객은 감소하고 국내 여행객은 증가하였다.
- ✓ 2019년 대비 국내 캠핑 인원은 100만명 이상 증가하였다.

■ 국내 출국인 기준



코로나19 이전  
내국인 해외여행

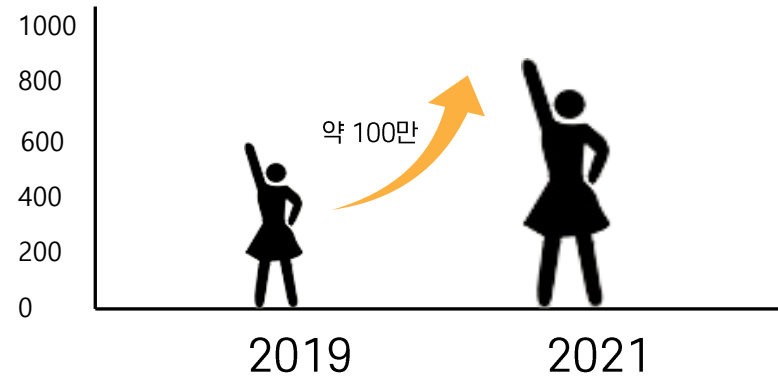


코로나19 이후  
내국인 해외여행

출처: 한국관광공사

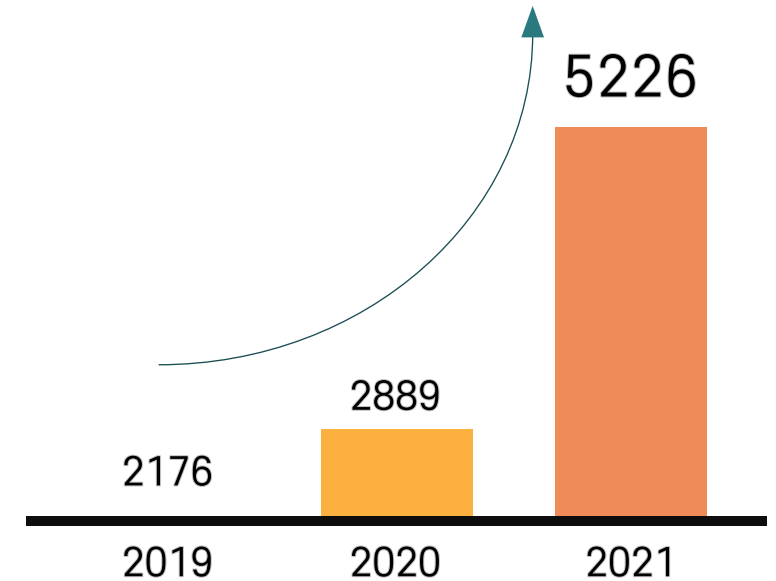
코로나 시대 여행객 추이

■ 기준: 만명



출처: 통계청

2019년 대비 국내 캠핑 인구 변화



출처: 해시태그랩 '캠핑' 검색 추이  
(단위: 1000건\_2021.12.31기준)

인스타그램 캠핑 해시태그 증가





- ✓ 국내 앱스토어 1위 숙박 어플 및 캠핑 전문 서비스 어플을 경쟁사로 선정
- ✓ 캠핑에 집중된 기능 과 다양한 콘텐츠를 제공한다는 점을 어필할 전략 필요

## 야놀자



캠핑을 포함한 다양한 숙박업체 제공

01 캠핑에 대한 전문성/콘텐츠 부족

02 글램핑 카라반 형태의 사이트 제공

## 캠핑톡



캠핑 전문 예약 어플리케이션

01 예약 제공을 하는 업체가 한정적

02 다양하지 못한 콘텐츠  
(현재 예약 기능만 제공)



- ✓ 원하는 장소의 빈자리를 예약할 수 있는 **빈자리 알림 서비스** 제공
- ✓ 오프라인 투어 및 **캠핑용품 렌탈** 서비스 운영









## 오프라인 행사 개최

다양한 체험 및 투어  
캠핑스쿨 개최



## 캠핑용품 렌탈 서비스

장비 보관이 어렵고 여유가 없는  
사람들을 위한 장비 렌탈 서비스

	<b>텐트사이트</b> 사이드주차 / 전기사용 / 자리지정 / 파쇄석(7m*8m) / 오토캠핑	 빈자리알림	40,000
	<b>25평형 민박</b> 자리지정방2/주방/거실(기준10인/최대30인_오토캠핑	 빈자리알림	200,000
	<b>방갈로</b> 자리지정3m*3m (단독/바닥난방)오토캠핑	 빈자리알림	50,000

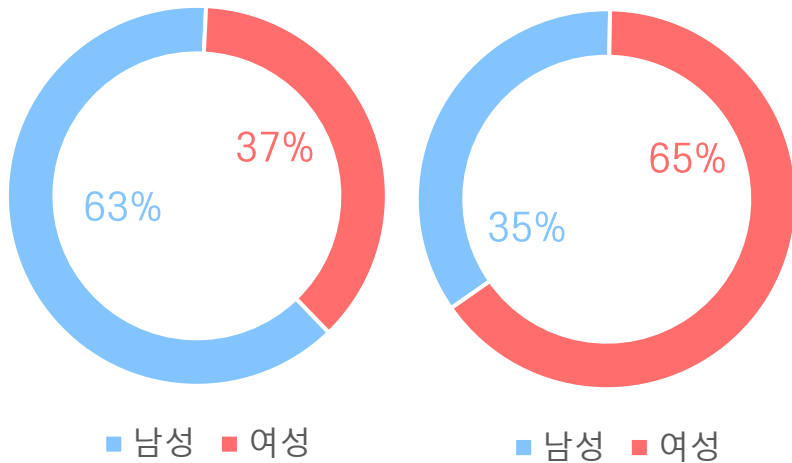
## 빈자리 알림 서비스

빈자리가 나올 경우  
알림을 통한 빠른 예약 가능



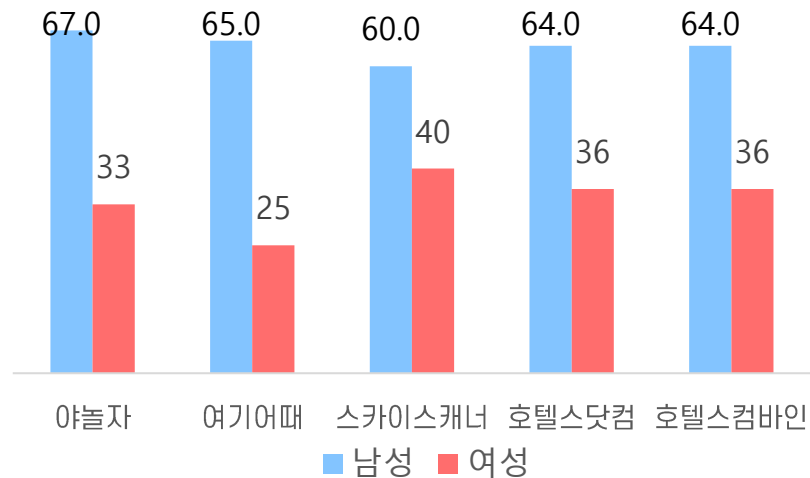
- ✓ 캠핑에 관한 검색 데이터는 **남성**이 높지만 글램핑 검색량은 **여성**이 높음
- ✓ 연령별 추이는 20~40대로 비교적 **연령대 분포가 골고루 분포**
- ✓ 숙박 어플 사용자의 경우 남성의 비율이 높음
- ✓ 3040 남성 여성을 메인 타겟, 20대 남녀를 서브 타겟으로 선정

성별에 따른 데이터 검색 비율  
캠핑(좌)/글램핑(우)



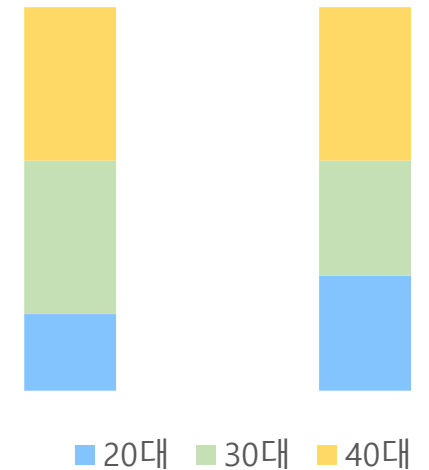
출처 : 네이버 데이터랩 '캠핑/글램핑' 검색 추이  
(단위 : 2021.12.31기준)

숙박 어플 이용자 성별 비율



출처 : 2021년 앱 트렌드 리포트\_다이티  
(단위 : %\_2021.04.07기준)

연령별 캠핑(좌) / 글램핑(우)  
검색추이

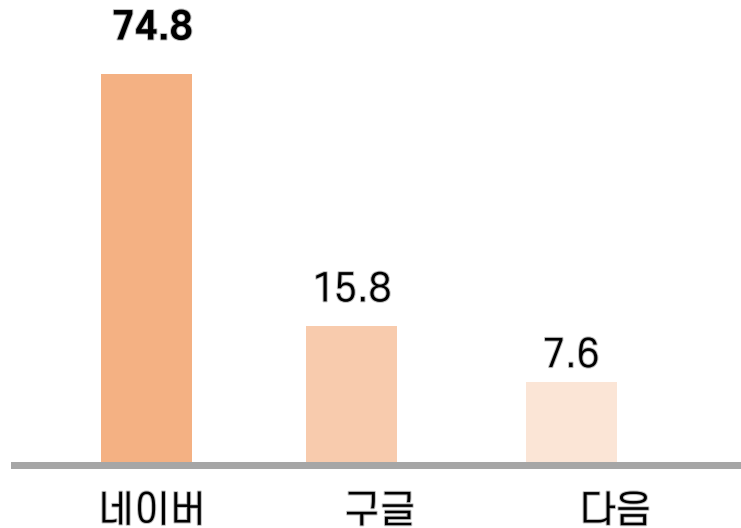


출처 : 네이버 데이터랩 '캠핑/글램핑' 검색 추이  
(단위 : 1000건\_2021.12.31기준)



- ✓ 20대~40대 에서 주로 정보를 얻는 채널은 네이버이고 구글, 다음에서도 정보를 탐색
- ✓ 2030이 자주 사용하는 SNS는 인스타그램이며 40대는 밴드를 주로 이용
- ✓ 영상으로 볼 수 있다는 점이 SNS/유튜브를 통해 정보 탐색 하는 주요 이유

주 타겟층 검색 엔진  
이용 분석



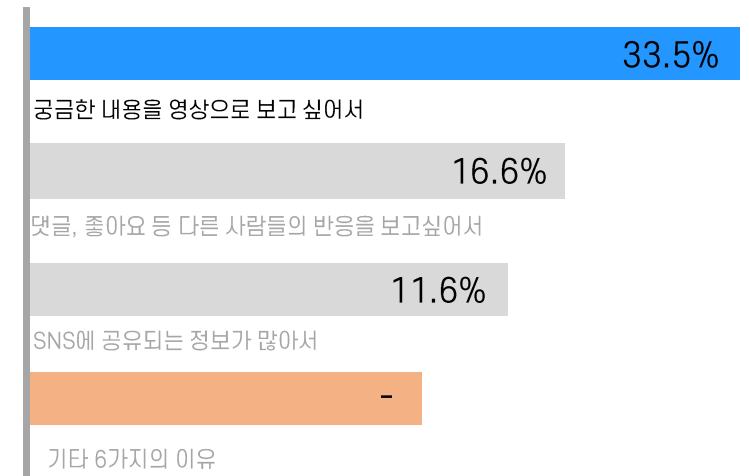
출처 : 오픈서베이 소셜미디어·검색 포털  
트렌드 리포트 2021  
(단위 : %\_1천명\_2021.03월기준)

SNS 이용  
현황분석

	20대	30대	40대
1위	(501만 7,263명)	(451만 2,998명)	(467만 3,910명)
2위	(339만 1,023명)	(279만 655명)	(309만 763명)
3위	(168만 9,323명)	(233만 4,458명)	(258만 5,065명)

출처 : 닐슨 코리아클릭2021년 1분기  
포털&SNS보고서  
(단위 : 건\_2021.04월기준)

SNS 트렌드  
이용 분석



출처 : 오픈서베이 소셜미디어·검색 포털  
트렌드 리포트 2021  
(단위 : %\_1천명\_2021.03월기준)



## 유승호

나이 36  
 성별 남자  
 직업 의사  
 취미 여행, 등산, OTT 시청

경제적 자립

모던한 성격

신혼

매우 긍정적

최근 결혼을 하여 와이프와 여기저기 돌아다니는 재미에  
 푹 빠져 있다. 직업상 평일 주말 할 것 없이 일을 하는 바람에  
 좋아하는 캠핑도 자주 못한다. 캠핑장 예약을 할 시간이 없어  
 항상 찾아보면 원하는 자리도 없어 여행 계획을 세우지 못한다.  
 캠핑 프로그램을 개최하는 어플은 따로 없을까?



## 김고은

나이 25  
 성별 여자  
 직업 디자이너  
 취미 여행, 쇼핑, 맛집 탐방

자취

활발한 성격

인스타 러버

매우 긍정적

나는 최근 서울로 이사 온 고은이다. MBTI는 ENFP이고  
 내 직업은 시각 디자이너이다! 직업상 야근이 잦아 평일에는  
 놀지 못해 주말이면 새로운 곳을 찾아 놀러다니며 맛있는 것을 먹는다.  
 남자친구와 여행을 다니고 인스타그램에 사진을 올리는 것을 매우 좋아하고  
 요즘 유행하는 캠핑과 글램핑에 관심이 많다. 다양한 숙박 어플이 많은데  
 캠핑예약과 정보들을 얻을 수 있는 어플은 따로 없을까?



## 문제점1 낮은 시장 점유율로 인한 인지도 부족

- ✓ 주요 타켓층이 자주 이용하는 검색엔진을 통한 블로그 후기 마케팅 진행
  - ✓ 하지만 캠핑 어플 검색시 낮은 점유율 및 인지도로 인한 앱정보(네이버)가 노출되지 못함
  - ✓ 네이버 사이트 검색시 가시성이 용이 하지 못함
- ➔ **인지도 상승 및 리뷰 확충**을 통한 앱 마켓 상위 노출 및 검색화면 개선 필요

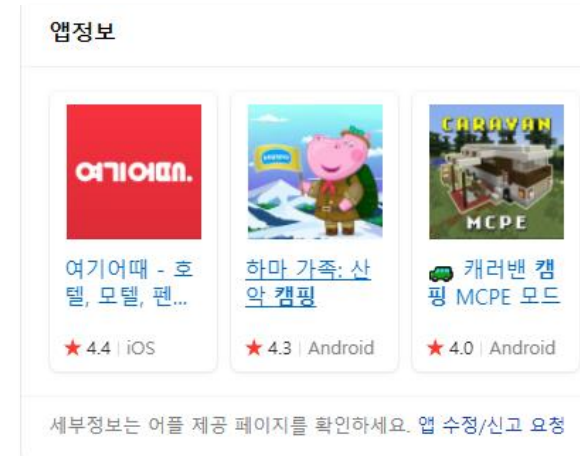
### 네이버 블로그 후기



### 네이버 '캠핑캠' 검색창



### 네이버 앱정보 검색





## 문제점2 낫선 브랜드 로고 및 광고의 부재

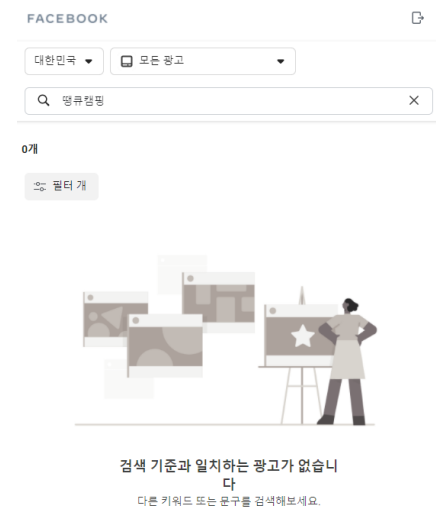
- ✓ 2030대 타겟층이 주로 이용하는 SNS 광고는 전혀 이루어 지지 않는 상황
  - ✓ 캠핑 전용 어플이지만 처음 접하는 소비자들에게 전달이 잘 이루어지지 않음
- ➔ SNS 광고 집행 및 브랜드 로고 개선을 통한 확실한 메시지 전달 필요

### 타 경쟁사의 광고



출처 : 야놀자

### 현재 땡큐캠핑 광고현황



경쟁사 대비  
주목성 낮은 로고



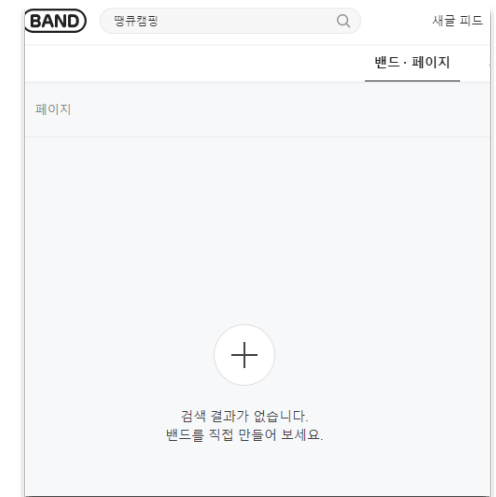
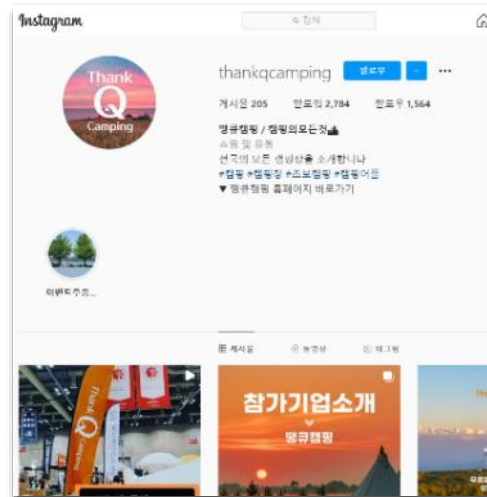
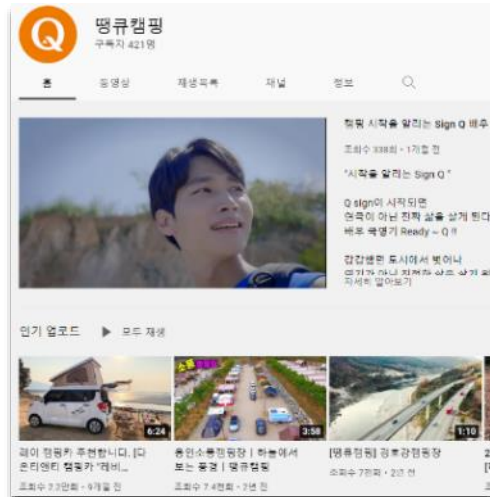


## 문제점3 소극적인 SNS 채널 활용

- ✓ 유튜브, 밴드, 인스타등 SNS채널을 운영중이나 활용성이 매우 낮음.
  - ✓ 40대가 주로 이용하는 BAND의 경우 마케팅 채널을 전혀 활용하지 못함
  - ✓ 블로그의 경우 가장 활발하게 운영중이나 콘텐츠의 구분이 어려움
- ➔ SNS 채널별 콘텐츠 전략이 필요

### YOU TUBE & INSTAGRAM

### BLOG & BAND







## 문제점4 다소 적은 제휴 업체와 한정된 결제 서비스 제공

- ✓ 전국 캠핑장 정보 및 실시간 예약 서비스를 제공하나 제휴 업체가 적다
- ✓ 다양한 결제 방식을 제공하지만 업체마다 상이하다 (계좌이체 방식이 주를 이루고 있음)
- ✓ 너무 느린 로딩 속도, 벽돌현상으로 인한 이탈
- ➔ 프로모션을 통한 **제휴 업체 확대**, **카드결제 방식** 을 통한 이탈률 최소화 필요

### 실시간 예약 서비스 결제수단

### 실시간 예약 서비스 미제공 업체

### 어플 로딩화면



첫째

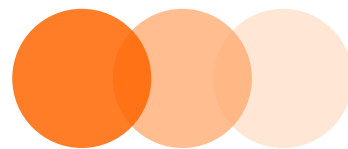
낮은 인지도 개선 및 연관 콘텐츠 구성 필요

둘째

SNS 채널별 전략 및 광고 필요

셋째

프로모션을 통한 제휴 업체 확대 및 결제 방식 개선



## 03. To-Be

---

솔루션 목표  
솔루션 제시



# 3040 남녀 타겟

## 캠핑 전용 어플 인지도 증대 및 편의성 개선

### 브랜드 인지

캠핑 전용 어플리케이션 땡큐캠핑  
인지도 증대



INSTAGRAM DA광고



NAVER 브랜드 검색 광고

### 탐색/고려

브랜드 차별점이 담긴 채널별 콘텐츠 전략



NAVER POST



INSTAGRAM 이벤트 기획



YOUTUBE 범퍼 광고



NAVER BAND

### 구매의도 형성

제휴 업체 확대, 로고 개선을 통한  
전환 효율 개선



TQC 로고 개선



TQC 비즈니스센터



TQC 제휴 확대



## 솔루션1 SNS광고 및 검색 페이지 개선

- ✓ 플레이스토어/앱스토어 등 리뷰 이벤트를 통한 땡큐캠핑 어플리케이션 상위 노출
- ✓ 인스타그램/페이스북 광고를 통한 브랜드 노출 강화로 인지도 상승/관여 유도
- ✓ 브랜드 탐색을 위해 검색 포털을 이용한 고객을 대상으로 유입을 유도
- ✓ 오늘의 특가, 할인이벤트와 같은 프로모션을 구성하여 흥미를 유발

### 어플리케이션 리뷰 이벤트



### 인스타 그램 광고



### 네이버 브랜드 검색 광고

#### 땡큐캠핑 홈페이지



- ✓ 경쟁 업체인 **여기어때**의 경우 **네이버 포스트**를 이용해 웹 과 모바일 모두 콘텐츠에 쉽게 다가갈 수 있도록 제공
- ✓ 콘텐츠 별로 시리즈를 정리하여 원하는 정보를 찾기 쉬우며 다양한 콘텐츠를 한눈에 보기 편함
- ✓ 반면 팅큐 캠핑의 경우 모바일 & 웹 모두 콘텐츠의 구분이 어렵고 **가시성이 좋지 않음**
- ✓ 콘텐츠를 주제별로 정리하고 핵심 메시지는 강조하여 콘텐츠의 전달력 향상 필요





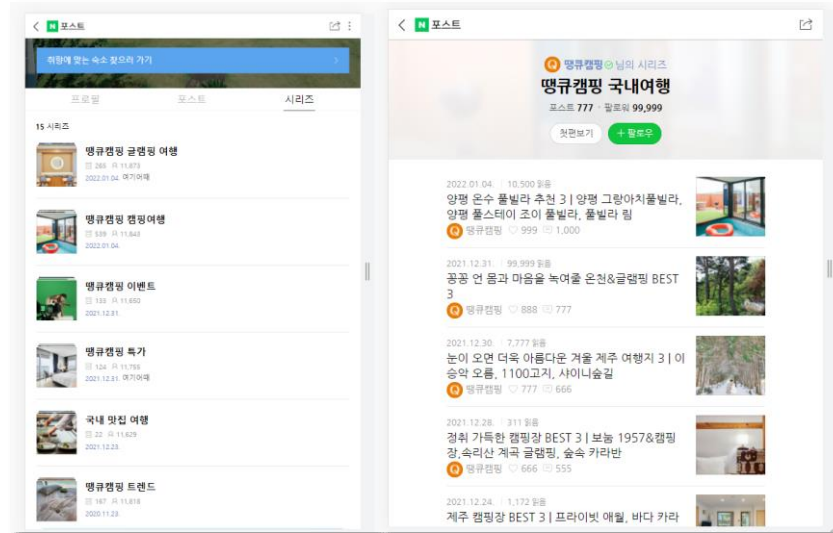
## 솔루션2-1 콘텐츠 개선

- ✓ 콘텐츠를 주제별로 정리하여 콘텐츠의 전달력 향상
- ✓ 포스트 콘텐츠 선정시 캠핑 트렌드 또는 친근한 문구로 재미있는 형태의 페이지를 구성
- ✓ 캠핑 관련 포스트를 통해 소비자들의 참여율(구독/팔로워)을 높여 네이버 검색 화면 개선

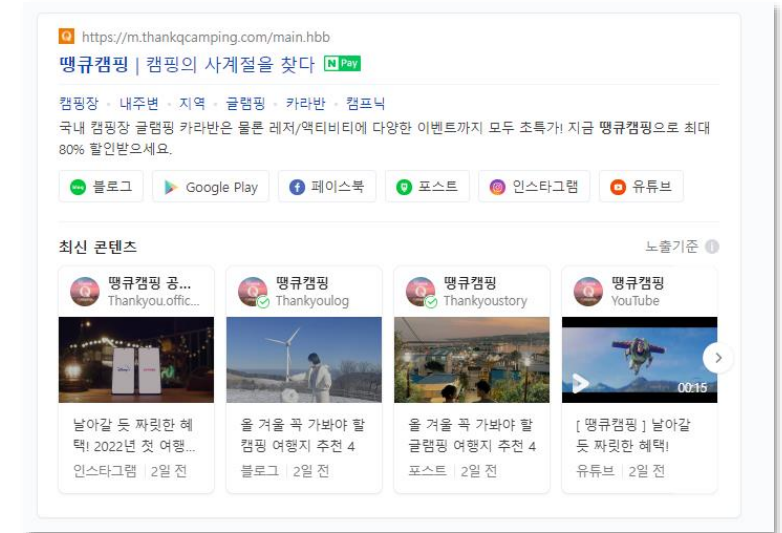
네이버 포스트(예시)



네이버 포스트 시리즈(예시)



네이버 검색 화면(예시)







## 솔루션3 벤치마킹을 통한 채널별 콘텐츠 개선

- ✓ 타 경쟁사의 경우 상황에 어울리는 숙박 장소 등을 인스타그램을 통하여 소개
- ✓ 소비자들의 참여를 유발하는 챌린지, 이벤트를 진행하여 이탈률을 줄이고 사용율을 높임
- ✓ 하지만 평규캠핑의 경우 설명 또는 썸네일 없이 현장 사진만 게시
- ✓ 전달하고자 하는 메시지가 강조되고 흥미를 유발 할 수 있는 콘텐츠가 필요

### 타 경쟁사 INSTAGRAM



출처 : 여기어때\_INSTAGRAM



출처 : 아날자\_INSTAGRAM

### 자사 SNS



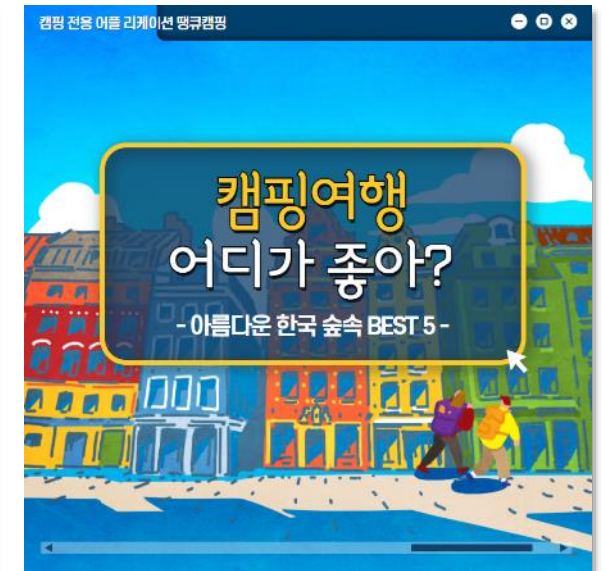
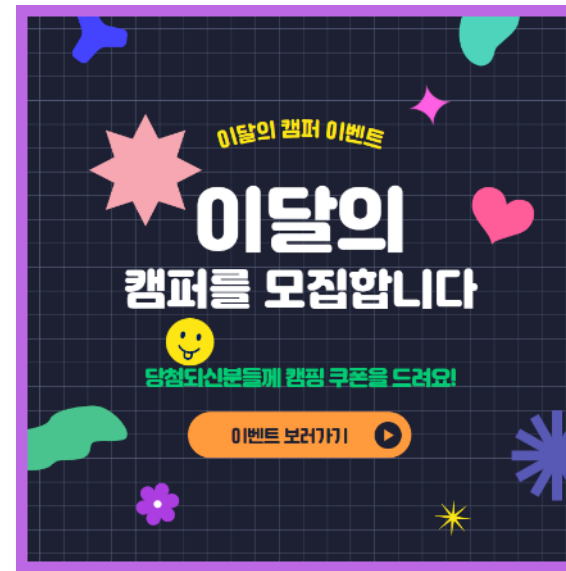
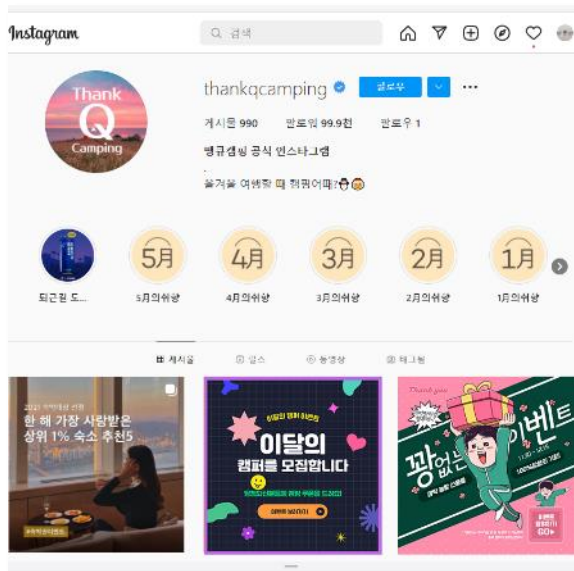




## 솔루션3 벤치마킹을 통한 채널별 콘텐츠 개선

- ✓ 캠핑 이벤트 및 다양한 숙소 정보를 업로드 하여 소비자의 관심을 유도
- ✓ 태그 이벤트를 진행하여 엔드미디어 활성화
- ✓ 이벤트 및 콘텐츠의 핵심 메시지는 최상단에 배치, 강조하여 주목도를 높임

### 자사 SNS 이벤트 예시





## 솔루션4 유튜브 콘텐츠&광고 집행 및 밴드 운영

- ✓ 건너뛸 수 없는 범퍼 광고를 진행하여 광범위한 고객에게 브랜드 노출 필요
- ✓ 캠핑 서비스 인지를 위해 짧고 기억하기 쉬운 메시지 전달
- ✓ 캠핑 관련 동영상 콘텐츠를 구성하여 메인 타겟에게 다양한 정보 전달
- ✓ 40대 타겟팅을 위한 네이버 밴드 채널 운영

### 타사 YOUTUBE 광고

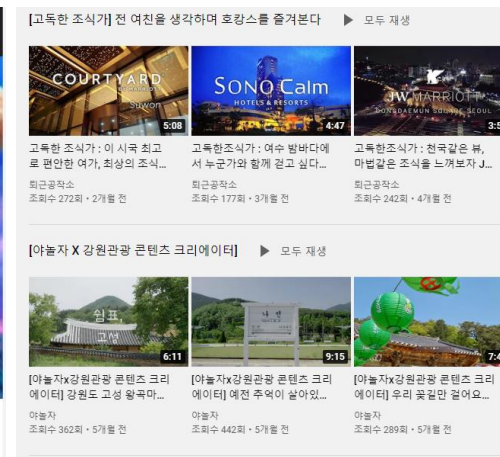


출처 : 여기어때\_YOUTUBE



출처 : 야놀자\_YOUTUBE

### 타사 YOUTUBE 콘텐츠



출처 : 야놀자\_YOUTUBE

### 타사 NAVER 밴드



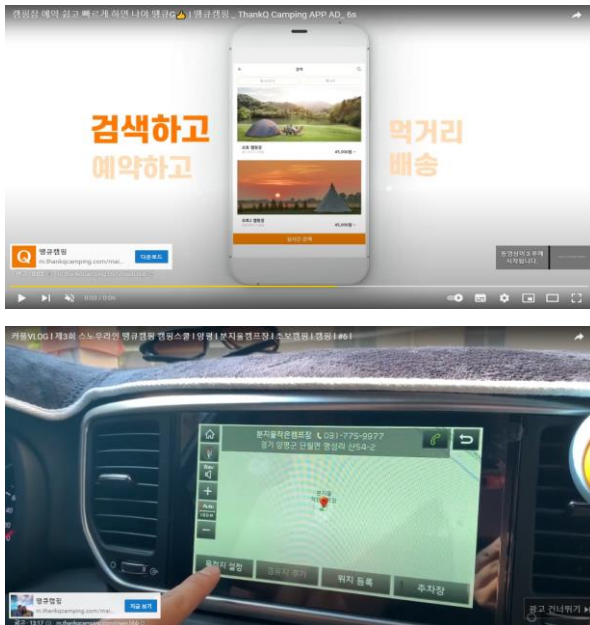
출처 : 호텔스컴바인\_네이버밴드



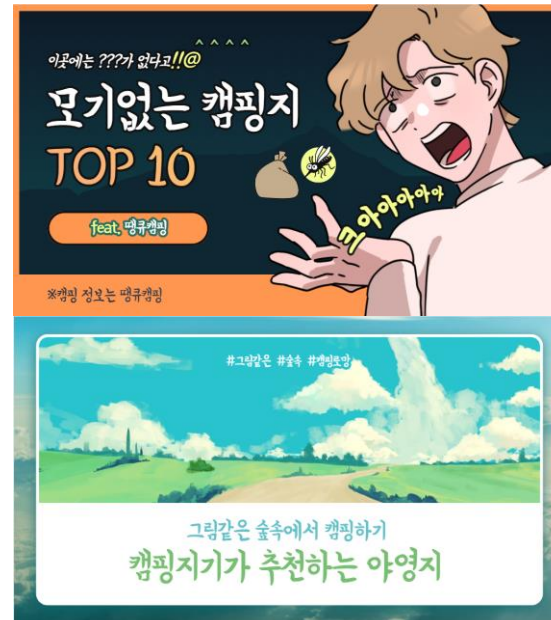
## 솔루션4-1 밴드 운영 및 유튜브 콘텐츠&광고 집행

- ✓ 캠핑 체험을 담은 브이로그, 자사의 핵심 메시지를 녹여낸 **유튜브 광고**를 통한 브랜드 노출
- ✓ **브랜드 메시지를 녹인 동영상 콘텐츠**를 제작하여 캠핑 정보 제공
- ✓ 메インタ겟이 자주 이용하는 네이버 밴드 채널을 개설하여 홍보/소통을 통해 친밀감을 생성 유도

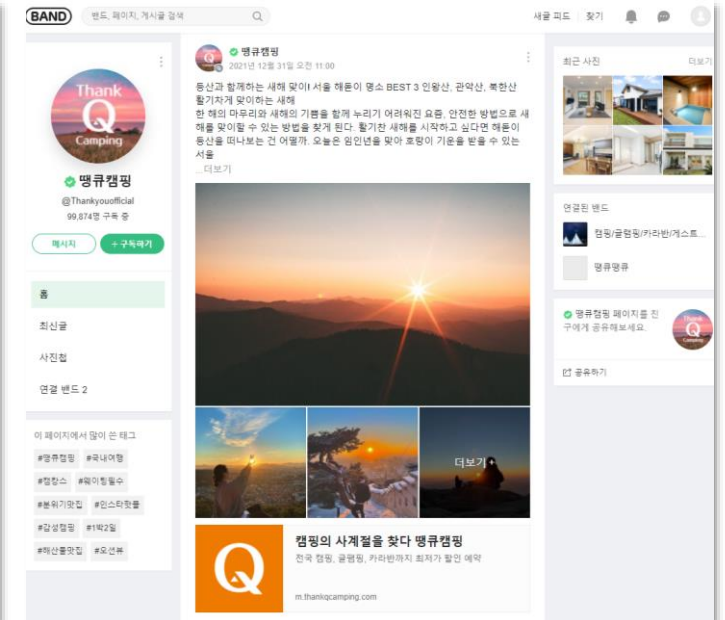
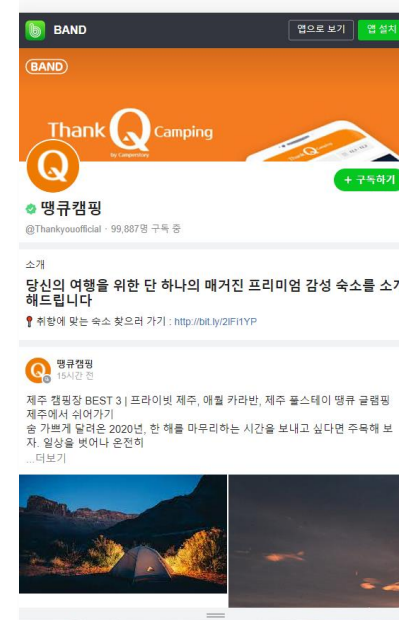
### YOUTUBE 광고(예시)



### YOUTUBE 콘텐츠(예시)



### NAVER POST 개선 화면(예시)





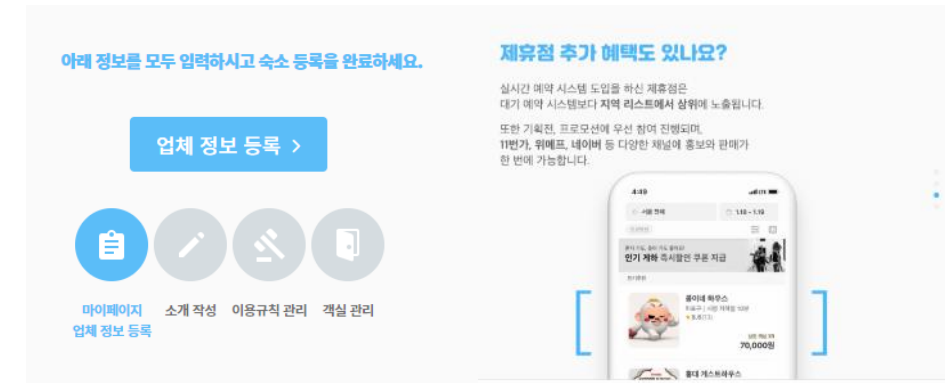


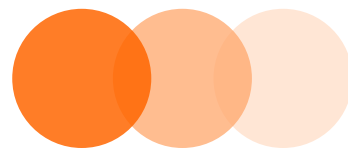
## 솔루션5 제휴 업체 확충 및 브랜드 로고 개선

- ✓ 직관적인 로고 디자인을 통한 어플리케이션 사용자 유입
- ✓ 비즈니스 센터를 개설하여 제휴점에게 필요한 다양한 정보를 제공
- ✓ 온라인 입점 방식, 추가 혜택 제공을 통해 제휴 전환 가능성 극대화
- ✓ 실시간 예약 시스템의 장점 어필 → 더 많은 제휴 업체 도입 → 이탈 최소화

### 로고 디자인 개선

어플리케이션 사용자 유입





## 04. Action Plan

---

세부 일정



2022

## JANUARY

S	M	T	W	T	F	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
		인스타그램 콘텐츠 개선 & 네이버 밴드, 포스트 개설				
9	10	11	12	13	14	15
	비즈니스센터 개설 및 비즈니스센터 브랜드 검색 광고 집행					
16	17	18	19	20	21	22
	브랜드 로고 개선		리뷰 이벤트 및 브랜드 검색광고 집행			
23	24	25	26	27	28	29
	인스타그램 광고 및 유튜브 범퍼광고 집행					
30	31					

~ 22.01.03 SNS 콘텐츠 제작

~ 22.01.08 SNS 콘텐츠 적용

인스타그램, 네이버 BAND, 네이버 포스트 콘텐츠 적용

~ 22.01.15 비즈니스 센터 및 브랜드검색광고

비즈니스센터 개설 및 안정화 작업, 비즈니스 센터 브랜드 검색 광고 등록

~ 22.01.19 브랜드 로고 제작

브랜드 로고 제작 및 페이지, 어플 반영 작업

~ 22.01.22 이벤트 및 팽큐캠핑 브랜드검색광고

어플리케이션 스토어 리뷰 이벤트 및 '팽큐캠핑' 브랜드 검색 광고 집행

~ 22.01.28 인스타 그램, 유튜브 광고 집행

인스타그램 DA광고, 유튜브 범퍼광고 세팅 및 집행

E.O.D