

가자가자

즐거운 캠핑 속 새로운 휴식

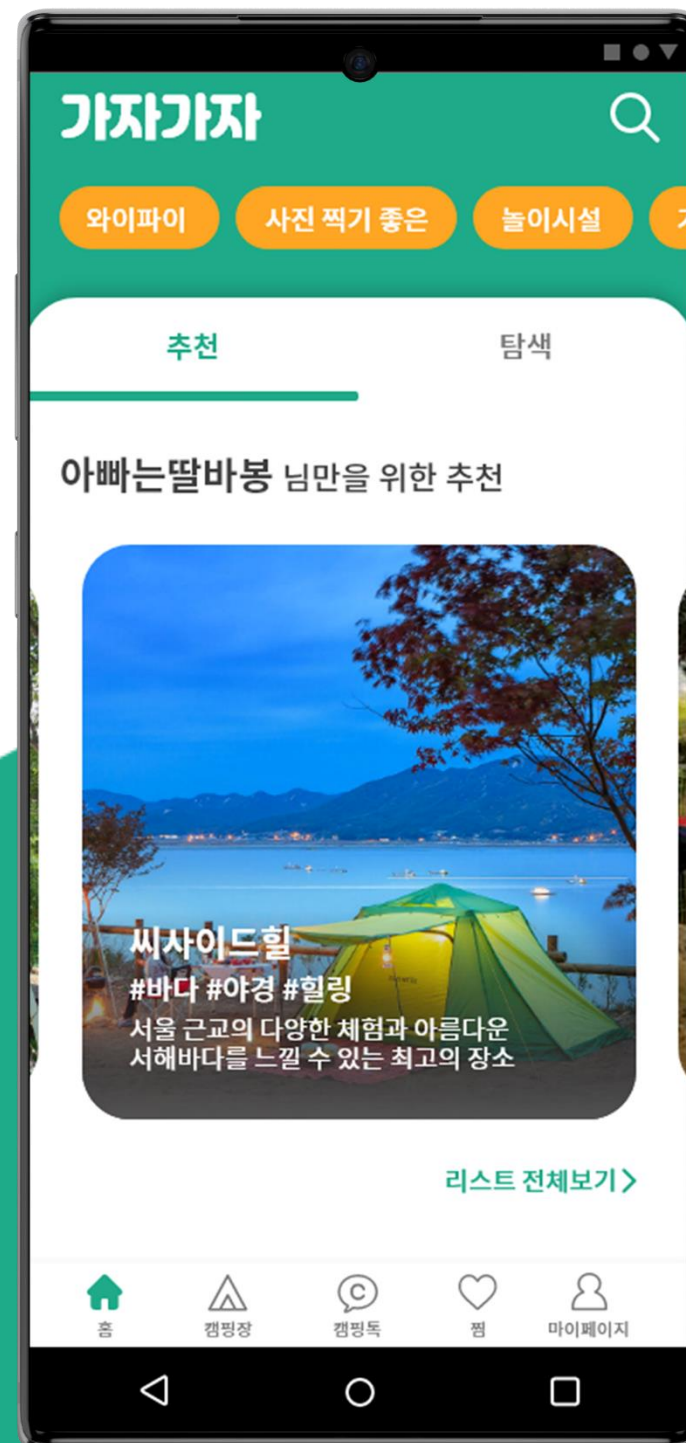
일찍끝내조

팀장 윤주호 **팀원** 강혜린 신다영

Device

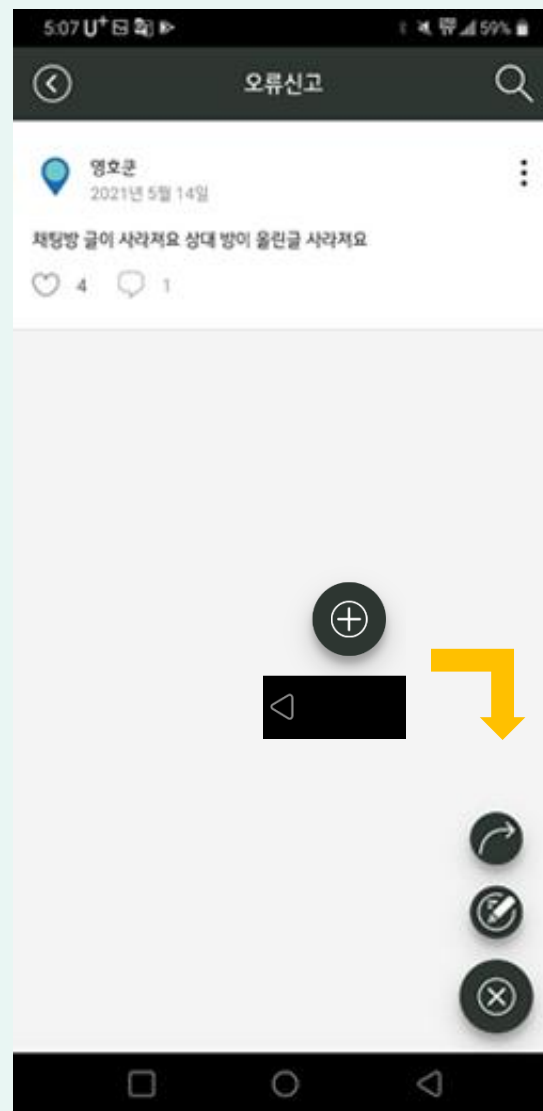
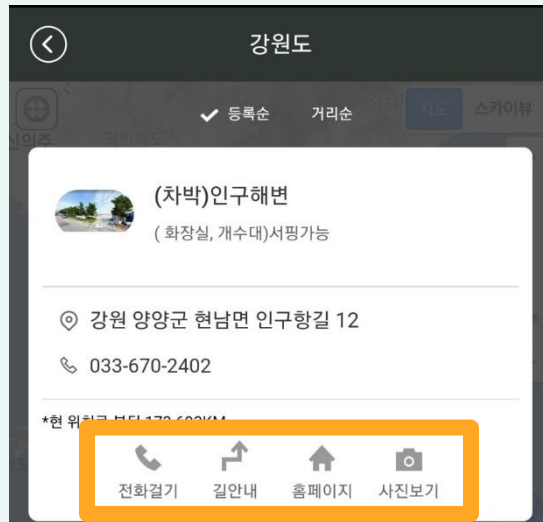
기종 안드로이드 갤럭시 노트 10

크기 412 x 869



Analysis

Before



ABOUT

가자가자는
차박,노지, 캠핑,
맛집 등을
직관적으로 빠르게
찾아볼 수 있게
도와주는 어플이다.

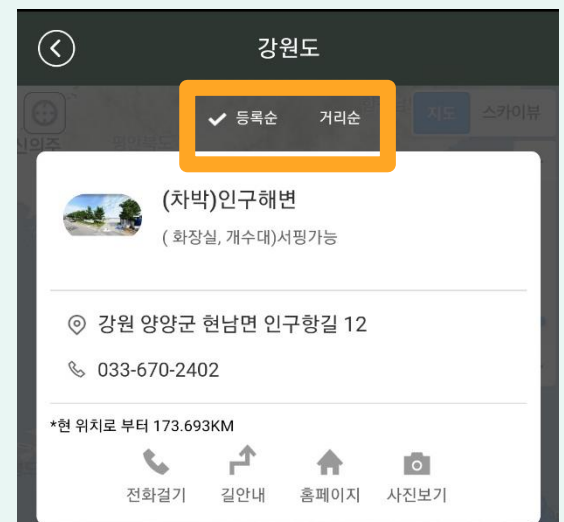
장점 “ 직관적인 아이콘 ”

아이콘의 크기가 큼직하고 콘텐츠와
알맞은 아이콘이어서 알아보기 쉽다.

단점

“ 불필요한 숨김 버튼 ”

각 게시판에 들어가면 숨김
버튼(+버튼) 내에 ‘공유하기’와
‘글쓰기’버튼이 있다. 그러나
‘공유하기’버튼의 경우에는
게시판(외부)가 아니라 각
게시글 내부에 있어야 한다.
그러면 같이 숨겨지는 글쓰기
버튼만 남게 되므로 숨김 버튼이
불필요해진다.



“ 지도 리스트 순서 ”

지도에서 리스트를 열면 등록순으로
나오는데, 어플의 특성 상 인기
순으로 보여주는 것이 사용자에게
더욱 편의를 줄 것이다.

Analysis

User's Needs

★★★★★ 21/3/11

나의 노지 지도에 표시,메모 해 둘수있으면 좋겠어용^^

리뷰가 도움이 되었나요?

예

아니요

“ 지도에서의 즐겨찾기 기능”

“ 화장실 유무, 주변 즐길거리
등의 설명 추가,
캠핑장마다 댓글 기능”

★★★★★ 21. 4. 12.

좋은 어플 감사합니다 개선사항 요청합니다 1. 주변 화장실 유무도 같이 나왔으면 좋겠어요 2. 주변 즐길거리 있는지 같이 나왔으면 좋겠어요 3. 각 사이트별로 댓글을 달아서 사이트에 대한 정보 공유가 있었으면 좋겠어요 차박 초보인데 어플 도움 많이 받고 있어요!!

리뷰가 도움이 되었나요?

예

아니요

★★★★★ 21. 4. 5.

지도 검색 기능도 있으면 좋겠습니다. 항상 감사합니다.

리뷰가 도움이 되었나요?

예

아니요

“ 지도에서의 검색 기능”

Analysis

Similar Applications



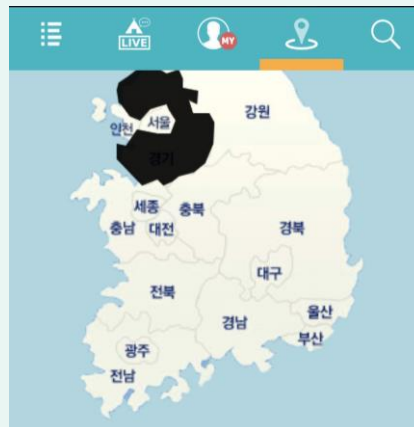
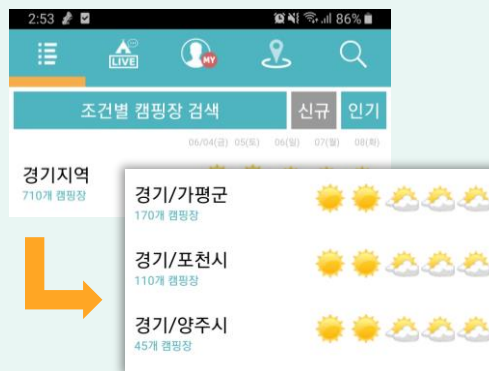
“ 썸네일에서 정보 제공 ”

연박 할인 여부, 카드 결제 여부, 평일/주말 숙박 가능 여부 등을 직접 눌러보지 않아도 썸네일에서 알 수 있도록 한다.



“ 검색 기능 ”

검색 시 숙박구분/지역 뿐 아니라 가격, 규모, 부가시설 등을 선택하여 쉽고 빠르게 원하는 캠핑장을 찾을 수 있다.

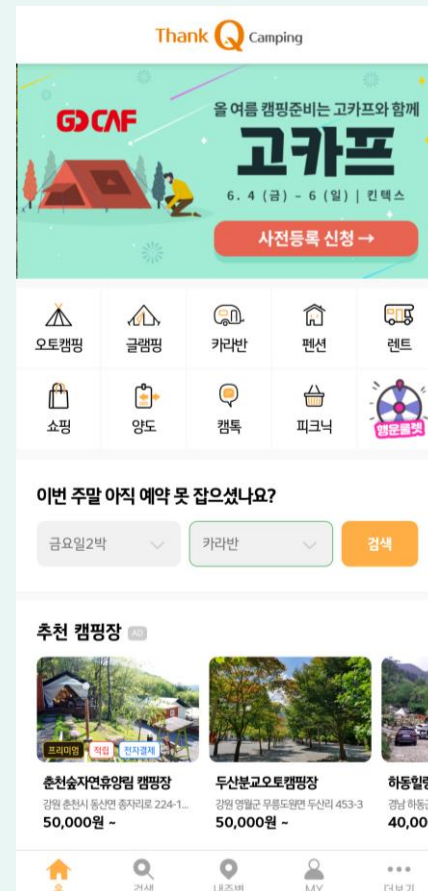


“ 다양한 방법으로 캠핑장 찾기 ”

큰 지역에서 작은 지역으로 차례적으로 위치를 정해 캠핑장을 찾거나, 지도상 지역에서 찾거나, 특정 키워드를 지정해 캠핑장을 찾을 수 있다.

Analysis

Similar Applications

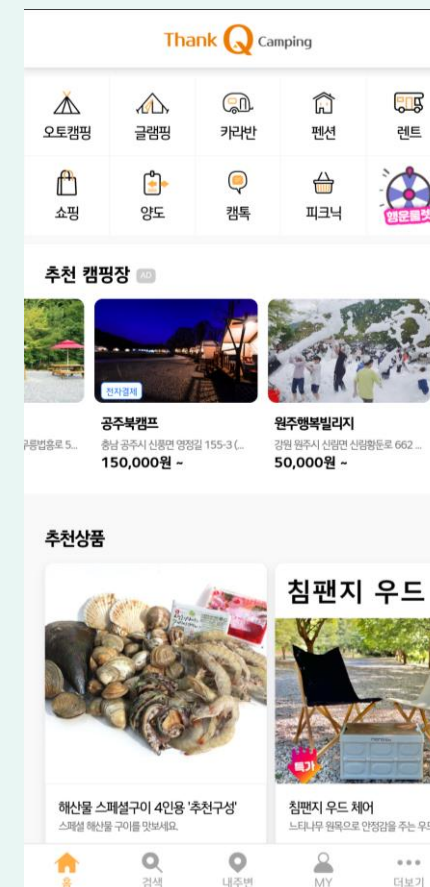


“ 일괄 검색 기능 無 ”

검색 기능이 있지만
캠핑/글램핑/카라반/펜션 등을
한번에 볼 수 있는 선택지가
없어서 관계없이 여행을 가고
싶은 이용자에게 불편을 초래할
수 있다.

“ 혼잡한 메인 페이지 ”

메인 페이지가 너무 난잡하여
이용자들에게 불편함을 줄 수 있다.



Research

User
increasing



2019년 기준 우리 국민
여과활동을 살펴보면, 휴가 중
가장 많이 한 여과활동으로 약
16.0%가 '캠핑'으로 응답할
정도로 높은 관심을 보이고
있었습니다.

자료: 문화체육관광부(2020),
2019 국민여과활동조사.

1. [T]RAVEL : Target(여행객)

[환경]

- 여행 소비자는 코로나와 경제난으로 이중고를 겪고 있음. 어디로든 떠나고 싶지만, 쓸 돈도 없고 갈 곳도 마땅치 않으며 사회적 책임을 다하기 위해 욕구를 참는 딜레마 상태임.

[현상]

- 모두에게 여행이 어려워지면서 시장은 역대 최악의 수준으로 위축되고, 주 소비층에 큰 변화가 생김.
 - 건강에 민감하고, 감염병에 취약한 50-60대 장년층은 더 크게 위축된 반면, 기존 해외여행의 큰손이었던 여성/20-30대가 국내로 눈을 돌리며, MZ세대의 중요성이 더욱 커짐.
- 이동을 최소화하며 생활권에서 즐기는 '여가형 여행'이 대세로 자리 잡음.

[전망]

- 여가형 여행이 지속되며 외지인 유입은 어려워지고, 지역민과 근거리 지역 거주자들의 중요성이 더욱 커짐.
- 코로나 이후 더욱 심각해진 경제 양극화는 여행 시장의 양극화로 이어질 것임. 해외여행이 불가능한 상황에서 시장은 '갈망층'과 '포기층'으로 나뉘었으며, 인구 특성으로는 2030세대-화이트 컬러 vs. 50대 이상-저소득층의 계층 격차가 확대되어 과거와 같은 수준으로의 회복은 쉽지 않을 것으로 예상됨.

Reference

캠핑산업현황 통계조사
주요 내용 요약

<https://blog.naver.com/kcci2020/221899161298>

가치있는 관광데이터
같이누리는 관광지식

<https://blog.naver.com/kcti0/222337098727>

- ▶ 2017년 이후로 캠핑 이용자가 꾸준히 증가하기 시작
- ▶ 코로나로 인해 해외 여행이 불가해지고 경제난으로 인해 국내 여행이 증가하면서 이로 인해 캠핑 이용자도 증가

Research

Needs & Results by user class



9. 캠핑을 가는 이유

▲ 캠핑을 가는 이유를 살펴보면, '가족이나 친구들과 더 많은 시간을 보내기 위해'가 39.8%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '휴식을 취하기 위해'가 28.7%, '스트레스 감소를 위해'가 16.2%, '정서적 안정을 위해'가 12.9% 등의 순으로 나타났음



Reference

캠핑산업현황 통계조사
주요 내용 요약

<https://blog.naver.com/kcci2020/221899161298>

가치있는 관광데이터
같이누리는 관광지식

<https://blog.naver.com/kcti0/222337098727>

계층별 결과

- 계층별로 캠핑 이용률을 살펴보면, 30대(21.0%), 화이트칼라(20.5%), 월 가구 소득 400만원 이상(400만원~500만원 미만 : 19.0%, 500만원 이상 : 20.2%) 계층에서 높음
- 캠핑 이용률을 세부적으로 살펴본 결과, '숙박' 캠핑은 40대(15.3%), 화이트칼라(14.7%) 계층에서 높았고, '당일' 캠핑은 30대(6.4%), 400만원~500만원 미만(5.3%) 계층에서 상대적으로 높게 나타남
- 한편, 캠핑 비이용자는 60세 이상(96.8%), 농업/임업/어업(98.7%), 가정주부(93.7%), 무직/기타(93.3%), 월 가구 소득 200만원 미만(100만원 미만 : 99.0%, 100만원~200만원 미만 : 94.8%) 계층에서 높음

Research

Gender / Age & Companion

[표 4-3] 응답자 특성

구분		사례수(명)	구성비(%)
전체		2,000	100.0
성별	남자	1,125	56.2
	여자	875	43.7

[표 4-5] 캠핑이용자 연령대 비율 (단위 : %, %p)

구분	2018	2019	증감률
19-29세	7.6	22.2	14.6%p
30대	39.0	27.7	-11.3%p
40대	14.9	29.6	14.7%p
50대	23.5	17.7	-5.8%p
60세 이상	15.0	2.7	-12.3%p

2) 동반자 유형

▲ 동반자의 유형은 '가족'이 74.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 '친구' 30.0%, '연인' 16.9%, '혼자' 5.9% 등의 순으로 나타남



[그림8] 동반자 유형 (중복응답, 단위:%)

Reference

2019년_기준_캠핑관광_이용객_실태조사_보고서

<https://kto.visitkorea.or.kr/viewer/view.kto?id=73339&type=bd>

Research

Percentage of app users

통계분류(1)	통계분류(2)	2017
		스마트폰 등 모바일앱(어플)
전체	소계	1.7
성별	남자	1.8
	여자	1.6
연령	15~19세	2.6
	20대	3.7
	30대	2.1
	40대	0.7
	50대	1.1
	60대이상	0.1
직업	전문관리	2.6
	사무	0.7
	서비스판매	1.4
	농어업	0.5
	기능노무	3.6
가구소득	50만원미만	
	50만~100만원 미만	
	100만~200만원 미만	
	200만~300만원 미만	2.9
	300만~400만원 미만	0.7
	400만~500만원 미만	1.9
	500만~600만원 미만	1.8
	600만원 이상	2.5
학력	초졸이하	
	중학교(재/졸)	0.3
	고등학교(재/졸)	1.1
	전문대(재/졸)	2.4
	대학교(재/졸)	2.5
	대학원(재/졸)	

▶ 통계청에 따른 숙박관광 앱 사용자의 경우 20~30대가 가장 높게 나타났으며, 직종은 전문 관리/기능 노무, 가구 소득의 경우 200만원 이상, 학력은 전문대/대학 재/졸업자 이상이가장 높게 나타났다.

Reference

2019년 기준 캠핑관광 이용객 실태조사 보고서

<https://kto.visitkorea.or.kr/viewer/view.kto?id=73339&type=bd>

Research Results

많은 이용자들의 캠핑 목적은 가족들과 혹은 지인들과 시간을 보내기 위해서 이거나 휴식을 즐기기 위함이다.

캠핑장 주 이용층은 중위소득층의 20~30대이며, 성비는 남성이 조금 높으나 큰 차이를 보이지는 않는다.

어플 이용자들의 나이 대 또한 20-30대가 주임으로 휴식과 가족과의 캠핑을 원하는 30대 가족을 메인 타겟으로 선정하였다.

Persona



평일에는 바쁘게 일해서 함께 시간을 보낼 수 없는
가족들과, 주말에는 함께 **자연** 속에서 캠핑으로
힐링하며 즐거운 **추억**을 쌓고 싶지만...

캠핑장의 자세한 정보를 찾는데 시간이 너무 많이 들고
피곤하다.

김윤호 **나이** 38세

직업 환경직 공무원

가족관계 배우자, 딸(8세)

거주지 천안시 전세 투룸

소득 연 3500만 (가구 소득 연 6000만)

가치관 가족과의 시간은 항상 소중한 법이다.

성격 사교성이 좋고 활발하다.
활동성이 많아 외부 활동을 즐긴다.
조금 충동적인 면이 있다.



페르소나 Needs

- 가족들과 도심 속이 아닌 자연에서 시간을 보내고 싶다.
- 가족들과 가는 캠핑이니 만큼, 후회 없는 캠핑을 다녀오고 싶다.
- 캠핑장의 정보를 한 군데서 빠르게 찾고 간단하게 예약할 수 있기를 원한다.
- 캠핑장을 다녀온 사람들의 후기를 확인할 수 있기를 원한다.

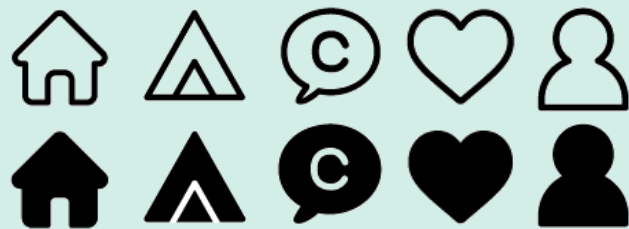
UX 비전

즐거운 캠핑 속 새로운 휴식

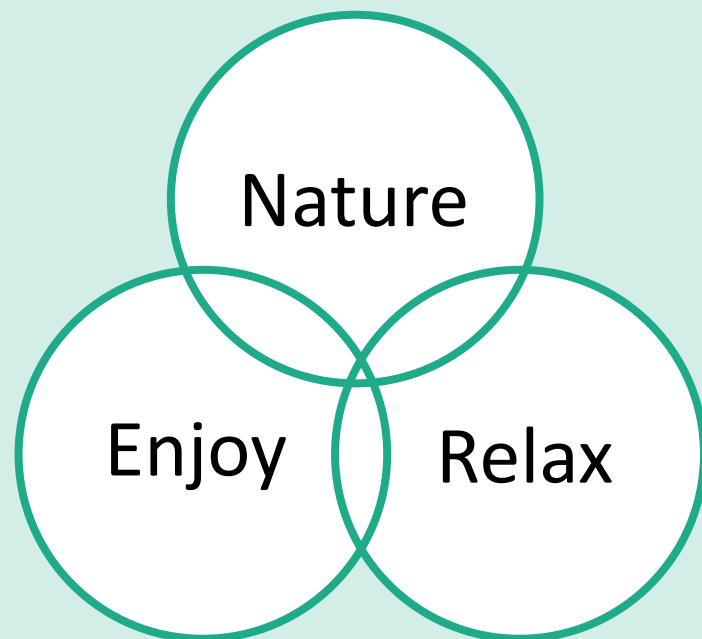
꼭 막힌 도심 속, 바쁜 업무에 지친 현대인들을 위한,
단조로운 일상에서 벗어난 새로운 휴식

Overview

Icon



Keyword



Color



Typography

여기어때
잘난체

Noto
Sans
KR

Roboto

가자가자
즐거운 캠핑 속 새로운 휴식

가자가자
즐거운 캠핑 속 새로운 휴식

GOGO
New Relaxation in the
Enjoyable Camping

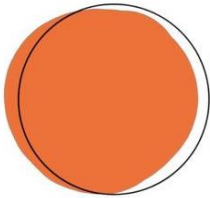
DESIGN CONCEPT

이 어플은 캠핑과
차박을 위한 위한
컨텐츠가
존재하지만 디자인
요소가 최신
트렌드와 맞지
않고, UI디자인의
경우도 이용자에게
불편함을 주는
부분이 많아
개선 방안을
찾고자 했다.

Mood board



happy!

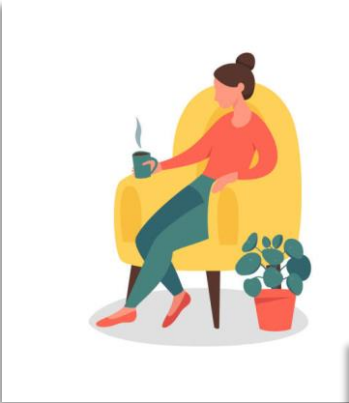


들어봐 고운 새들의
저 노랫소리

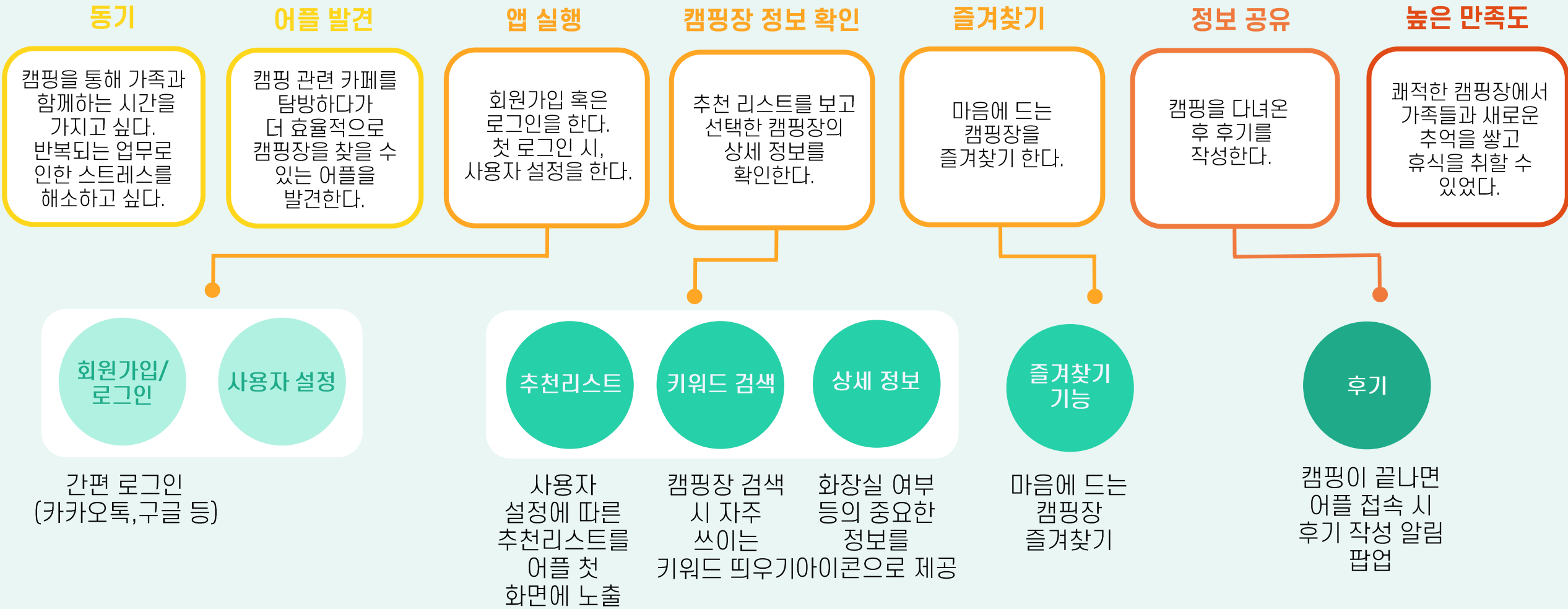
느껴봐 맨발에 닿는
풀의 싱그러움

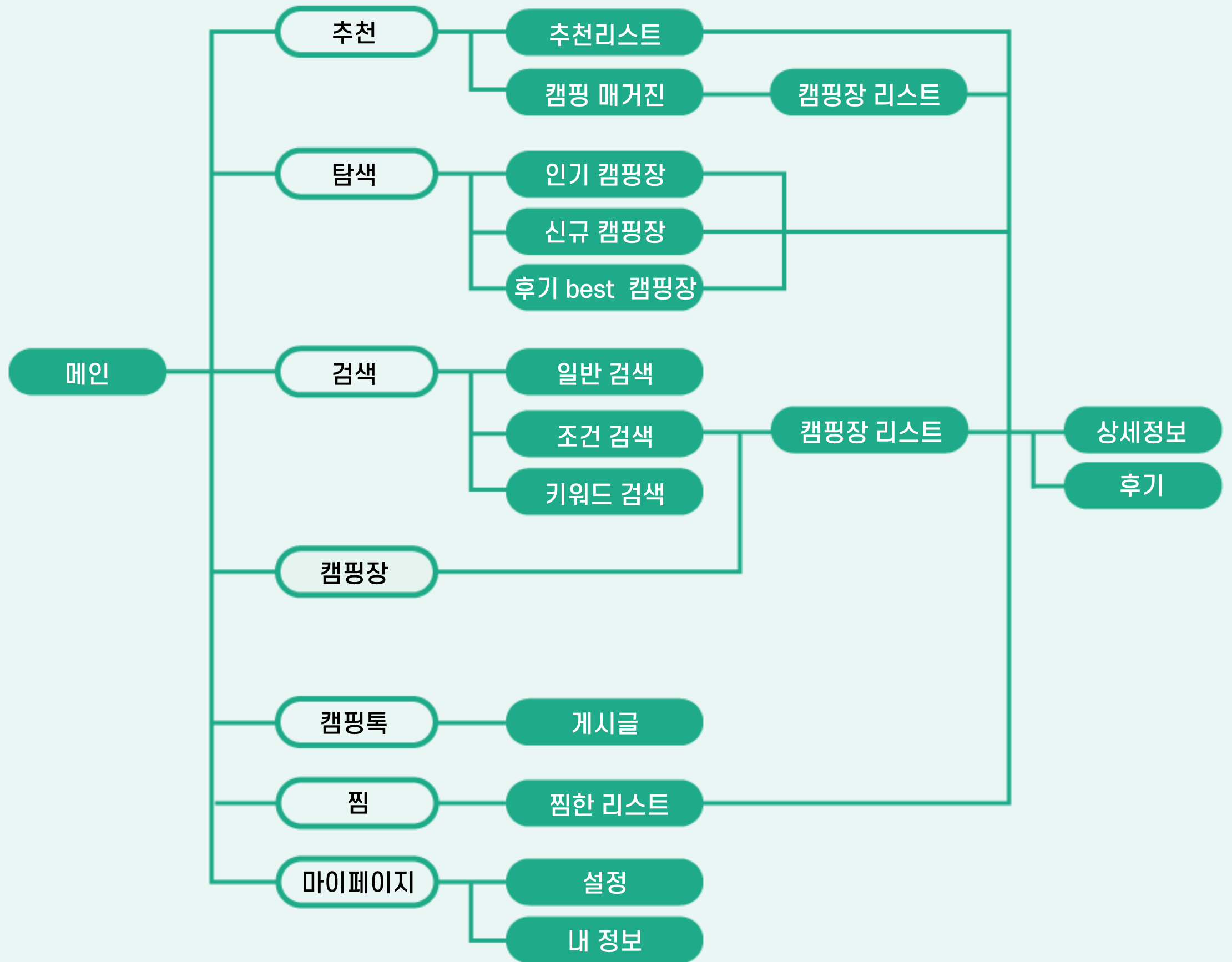
지금 난 태어나서
가장 자유로운 춤을 춰

유아-숲의 아이



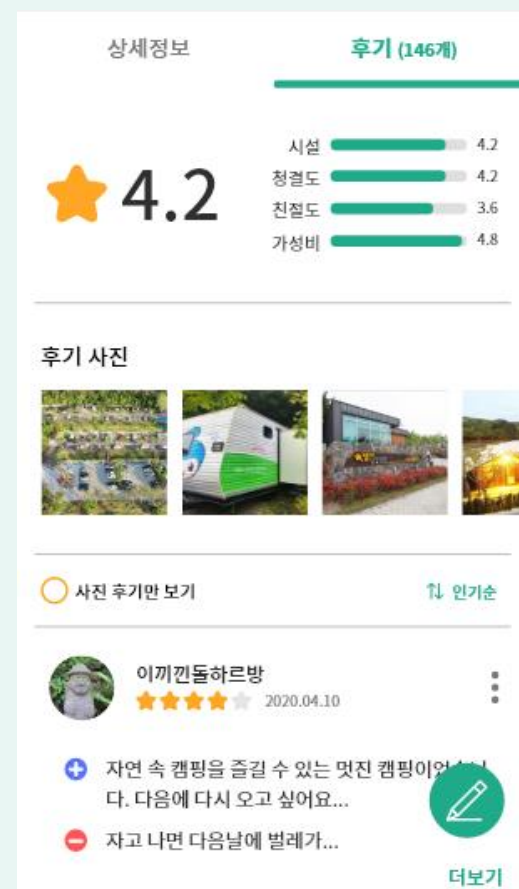
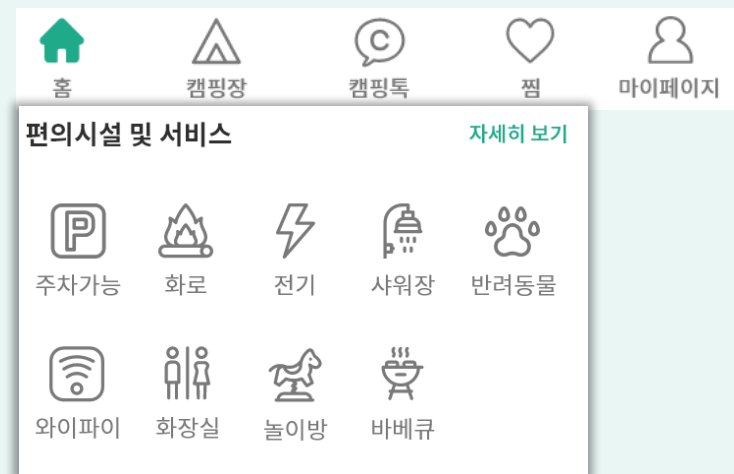
UX FLOW





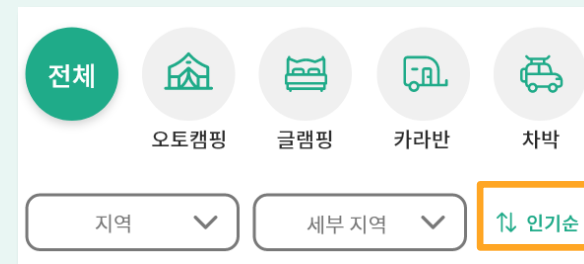
After

“ 직관적인 아이콘 ”

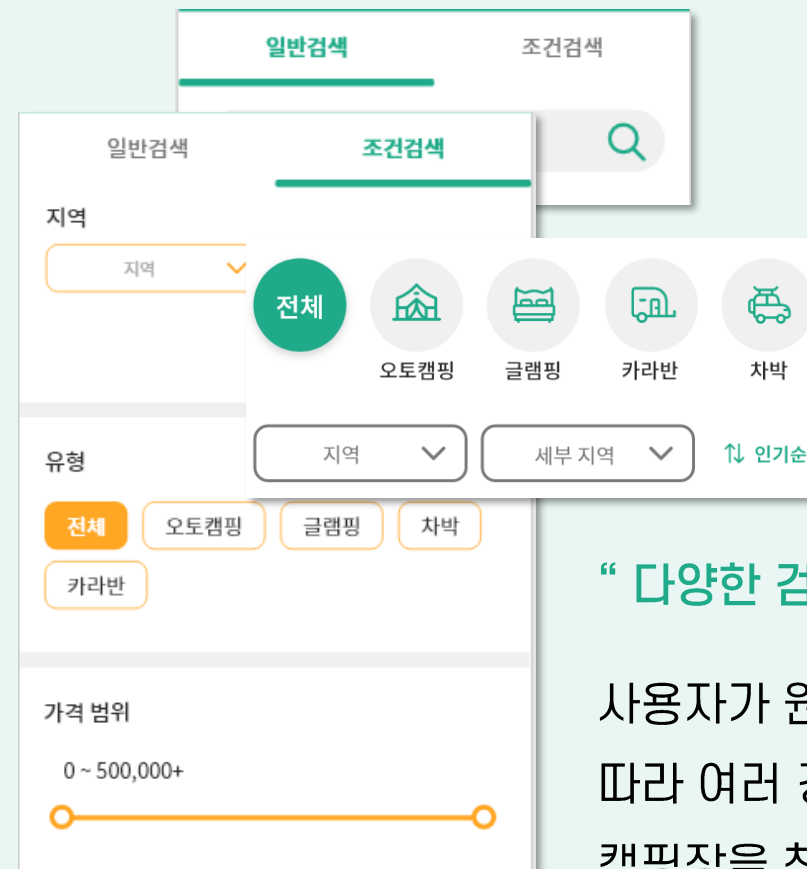


“ 후기 정보 ”

캠핑장 정보 내에 후기를 통해 더 사실적인 정보를 빠르게 얻을 수 있다..



“ 인기순 우선의 리스트 순서 ”



“ 다양한 검색 경로 ”

사용자가 원하는 조건에 따라 여러 경로로 캠핑장을 찾을 수 있다.



“ 깔끔한 메인 페이지 ”

Prototype

<https://xd.adobe.com/view/a9a19404-6aef-400e-a2d7-381256720e5c-fcf2/screen/70a53dcf-fb41-4bf9-be89-3db78fe6572f?fullscreen>



QnA