

반응형 사이트 구현

팀 프로젝트 _ 기획서



1팀 김지민, 박기문, 박상준, 성가빈, 장봉준

- 목차

1 아이템 선정

2 요구사항 및 서비스 모델

3 자사 분석

4 경쟁사 분석

5 트렌드 도출

6 타겟 설정

7 콘셉트 도출 (마인드맵, 어피니티 다이어그램, 디자인 플랜)

8 기획의도

1. 아이템 선정



아이템 선정

The logo for Myrealtrip, featuring the word "Myrealtrip" in a stylized, bold, black font. The "M" is particularly large and has a unique, rounded shape.

<https://www.myrealtrip.com/>

마이리얼트립 (여행예약 종합 플랫폼)

> 개선방향

1. PC/모바일 통합 반응형 구조로 개선

: 사용하는 기기에 적합한 구성과 느낌을 줄 수 있도록 만들고, 유지·관리도 더 편하게 함

3. 디자인 개선으로 보기 편하고 예쁜 사이트로 변경

: 정돈된 색상, 여백, 아이콘, 애니메이션 등을 통해 더 세련되고 보기 좋은 디자인을 제공

2. 사용하기 쉬운 구조로 변경

: 메뉴나 콘텐츠를 쉽게 찾고 사용할 수 있게 구성해서 사용자 만족도를 높임

4. 콘텐츠 구성 방식 다양화

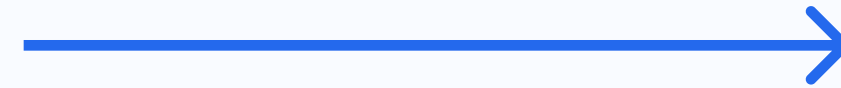
: 지금처럼 반복적인 배치 말고, 콘텐츠 성격에 맞는 레이아웃으로 다양하게 구성해서 더 흥미롭게 보이게 함

2. 요구사항 및 서비스모델



요구사항 및 서비스모델

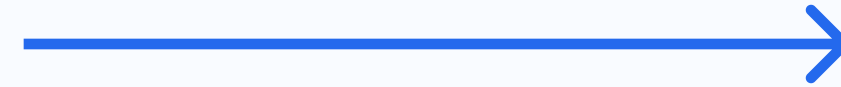
사전 정보 부족으로
여행 일정 짜기가 막막함



● 여행지 맞춤 큐레이션

- 고객의 여행 기간, 테마(맛집, 자연, 힐링 등) 취향을 기반으로 한 추천 콘텐츠 제공
- 사용자 맞춤 인기 여행지 Top5

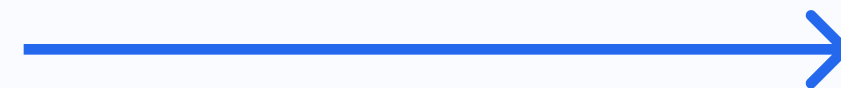
여행지 정보나 실제 경험담을
보고 결정하고 싶음



● 후기 기반 신뢰형 상품 리스트

- 별점 높은 순 정렬
- 실제 이용자 후기 기반 블로그 / 브이로그 등의 추천 콘텐츠 노출
- '베스트' 등 네임태그 시스템 도입
- 인기 여행지에 대한 생생한 팁 / 후기 / 코스 구성

나만의 테마 / 취향 여행을
찾고 싶음

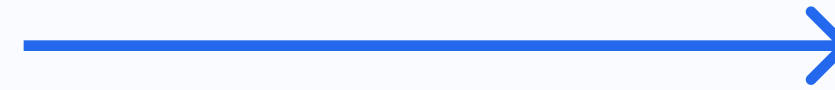


● 테마 기반 여행 카테고리 제안

- '혼자 여행', '커플 추천', '비건 여행', '미식가 코스' 등 감성적 카테고리화
- 테마에 맞는 로컬 가이드 or 코스 자동 연결
- 시즌별 큐레이션 (ex. 여름 바다 여행, 6월 추천 여행지 등)

요구사항 및 서비스모델

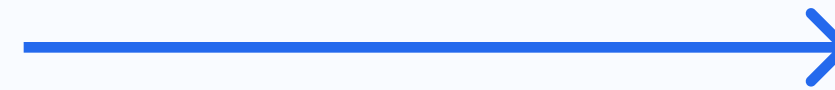
궁금한 것을 쉽고 빠르게
문의하고 싶음



● 실시간 채팅(특상담) 서비스

- 1:1 TALK 버튼을 고정하여 언제든지 상담할 수 있도록 함

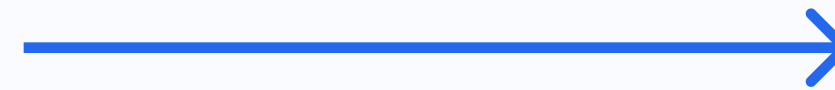
합리적인 가격에
좋은 여행 상품을 찾고 싶음



● 할인딜 / 라이브 특가 콘텐츠 운영

- 기간 한정 특가, 실시간 라이브 콘텐츠 운영
- 긴급 특가 시 홈 또는 앱 푸시 노출
- "오늘의 특가", "놓치면 후회하는 특가" 등 시선 끄는 타이틀
- 타임세일, 한정 수량 표시로 긴박감 조성

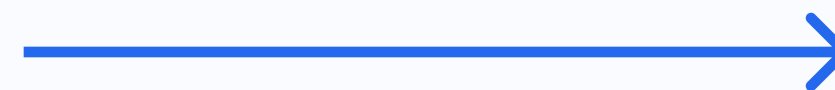
필요한 정보(상품)만
빠르게 확인하고 싶음



● 간략하게 정리된 카테고리, 통합된 예약 서비스 제공

- 카테고리를 큰 틀로 나누어 간략하게 정리, 세부 메뉴는 아래에 배치
- 다양한 서비스의 예약 기능을 한 곳에서 통합적으로 제공

글보다는 사진으로 한 눈에
여행지의 생동감을 느끼고 싶음



● 적극적인 미디어, 다양한 디스플레이 방식 활용

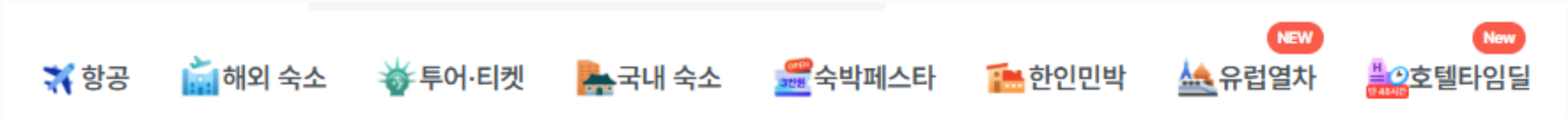
- 큰 사진과 영상으로 여행에 대한 생동감 연출
- 과도한 텍스트 사용을 절제하여 미디어에 더 집중할 수 있도록 함

3. 자사 분석



자사분석

> 장점

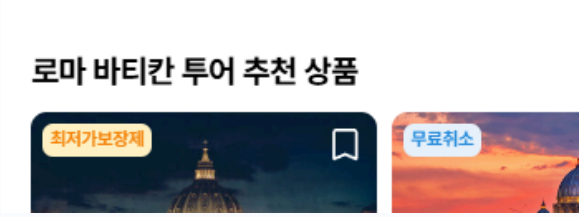
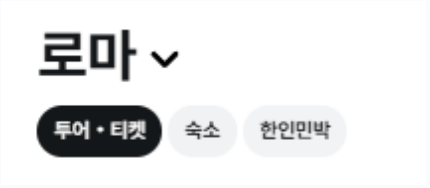
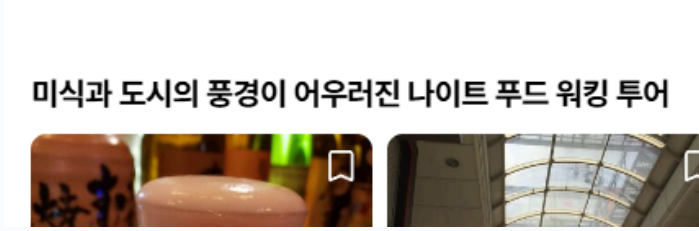
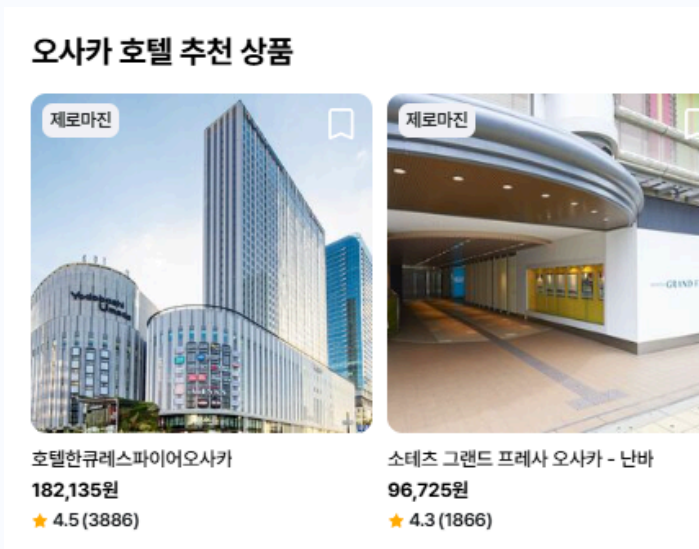
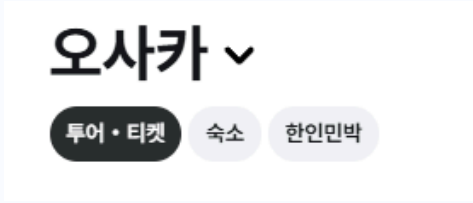


1. 직관적인 아이콘 사용

: 카테고리를 상징하는 아이콘을 텍스트와 함께 사용함으로써 한 눈에 기능을 쉽게 파악할 수 있어 사용자 접근성이 높음

2. 세부적이고 다양한 콘텐츠 구성

: 메인 페이지에서 여행지별 세부적인 테마의 상품과 다양한 여행 정보를 폭넓게 제공



자사분석

> 장점

실시간 베스트 상품



즉시 확정

OSAKA AMAZING PASS

스마트폰 하나로
전철·버스 무제한 승차와 각종
시설에서 할인 및 특전 포함!



즉시 확정

오사카 주유패스 1일권 / 2일권 (디지털권/즉시사용)

30,100원

★ 4.8 (12684)



즉시 확정

오사카 주유패스 1일권 / 2일권 (디지털권/즉시사용)

34,000원

★ 4.5 (940)

3. 실시간 베스트 상품 상단 배치

: 트렌드 있는 상품을 상단에 배치하여 노출을 늘리고 사용자의 구매를 효과적으로 유도

나트랑

숙소

투어 · 티켓



1 나트랑 해적 호핑투어 (무제한 음료&맥주, 스노클링, 스피드보...)

10% 61,200원



2 나트랑 미니비치 스노클링 호핑투어 (머드온천)

10% 22,500원



3 나트랑 빈원더스 입장권

20% 13,200원

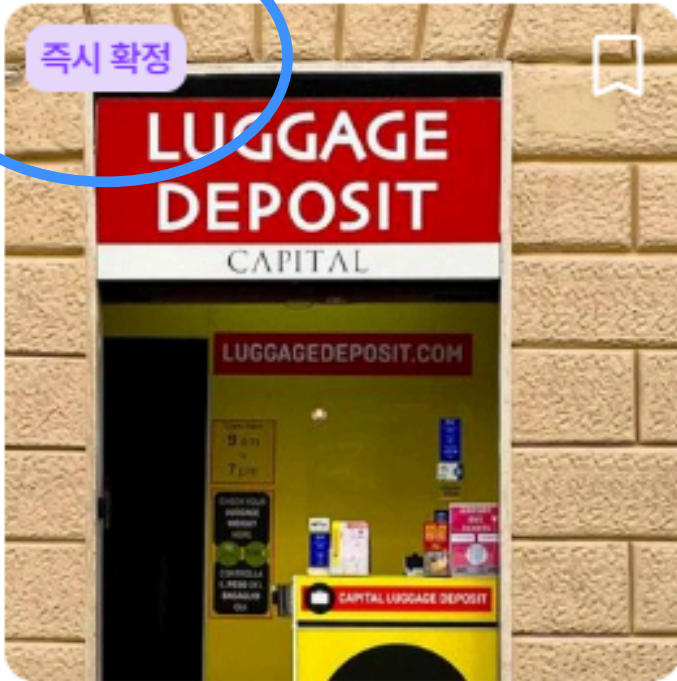
4. 탭 전환형 티켓/숙소 선택 기능

: 여행지를 선택하면 티켓/숙소로 나뉜 탭을 제공하여
각 항목별 높은 순위의 상품 정보를 편리하게 확인 가능

자사분석

장점

즉시 확정



로마 테르미니역 물품 보관소 이용권

11,000원

★ 4.5 (2)

즉시 확정



24시간 자전거 대여 서비스 (이탈리아)

19,700원

★ 5.0 (1)

제로마진



비스타 워커힐 서울

428,646원

★ 4.6 (1109)

5. 네임태그를 활용한 핵심 정보 전달

: 상품 썸네일에 '무료 취소', '즉시 확정'등의 태그를 달아 필요한 정보를 쉽게 파악 가능

6. 여행 정보 SNS 활용

: 운영하는 SNS에 어떤 콘텐츠를 게시하는지 메인 페이지에서 알려주며 많은 사람들이 찾도록 함

마이리얼트립의 여행 정보



마이리얼트립 페이스북 페이지 >

마이리얼트립 페이스북 페이지에서 각 여행지 별로 정리된 유용한 정보와 여행자분들을 위한 이벤트를 확인해보세요.



마이리얼트립 인스타그램 >

세계 곳곳에서 활동중인 마이리얼트립의 가이드님과 여행자들이 보내주신 아름다운 사진을 감상해보세요.

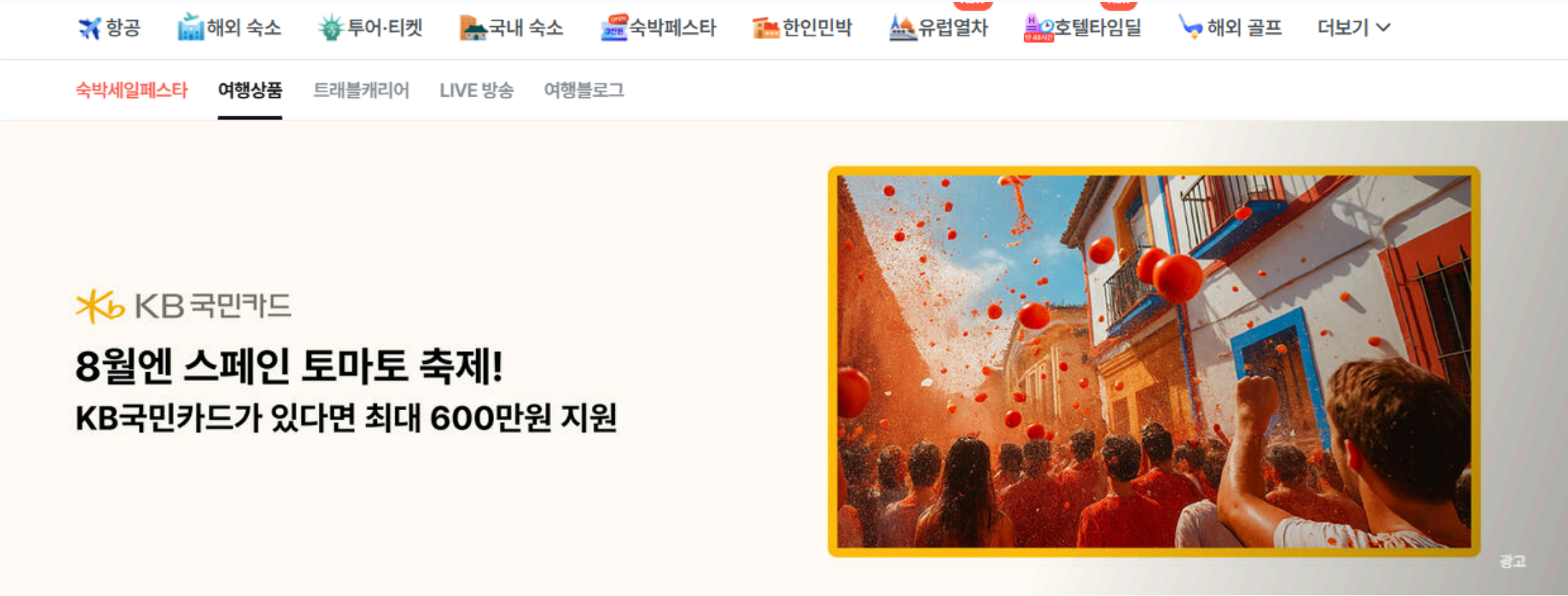


마이리얼트립 네이버 블로그 >

마이리얼트립의 네이버 블로그에서 리얼생생 여행정보, 여행 후기, 추천 가이드 정보를 확인해보세요.

자사분석

단점

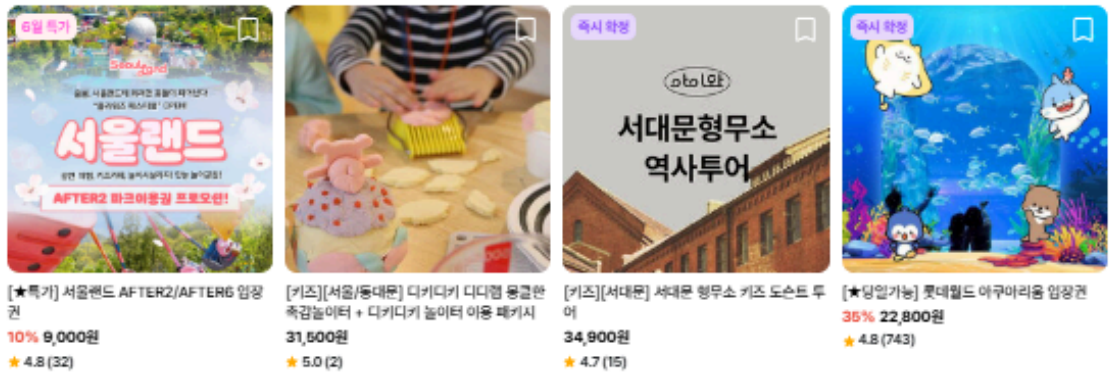


1. 비주얼 메인 활용 부족

: 메인 페이지에 가장 먼저 보이는 대표 이미지가 광고 이미지로, 사이트를 나타내지 못함

비주얼 메인은 눈에 띄지 않는 곳에 위치하고 과도한 콘텐츠를 담고 있어 활용도가 떨어짐

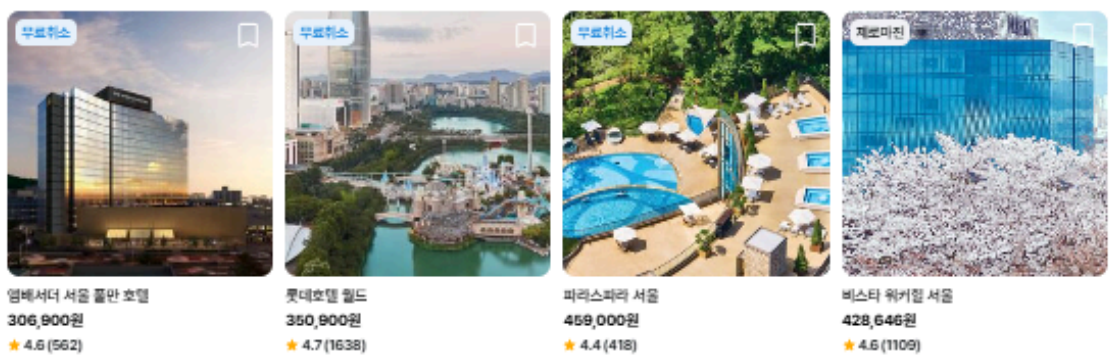
서울 급상승 상품



여행자님을 위한 추천 상품



서울 호텔 추천 상품



실시간 베스트 상품



2. 반복되는 콘텐츠 레이아웃

: 많은 콘텐츠량에 비해 그것을 전달하는 방식이 부족하여

사용자로 하여금 복잡함을 느끼게 함

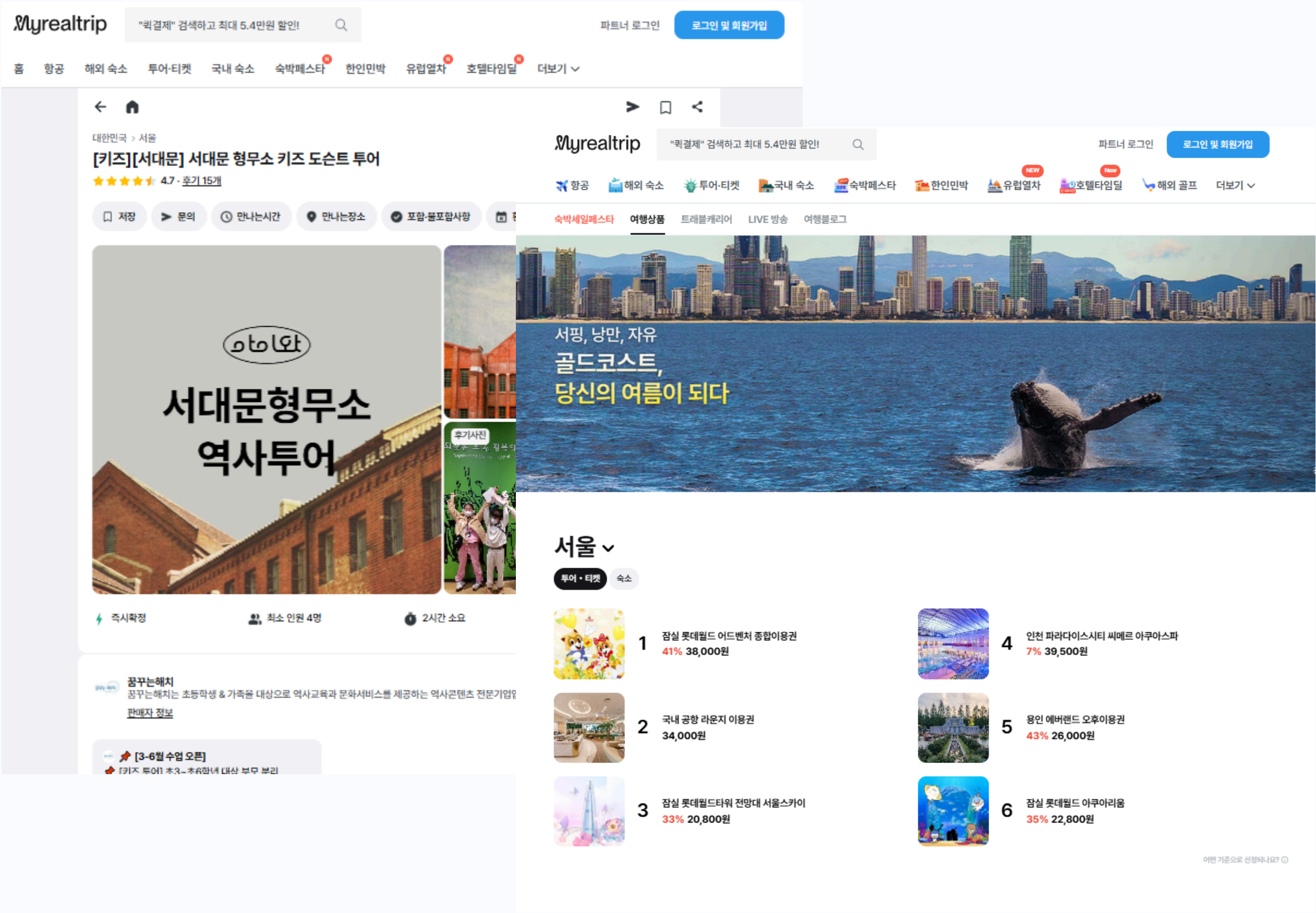
자사분석

> 단점



3. 시인성이 낮은 저장 버튼

: 상품 썸네일의 저장 버튼이 단순한 흰색 아이콘이라 하얀 배경 이미지 위에서는 보이지 않음

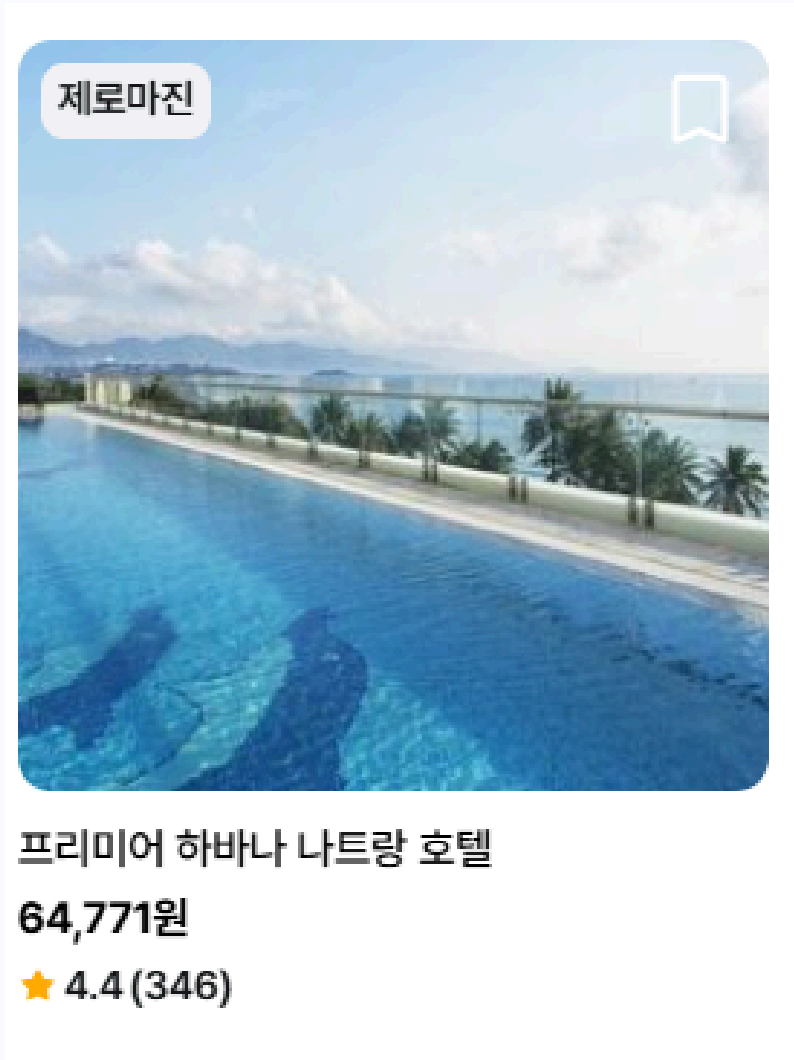
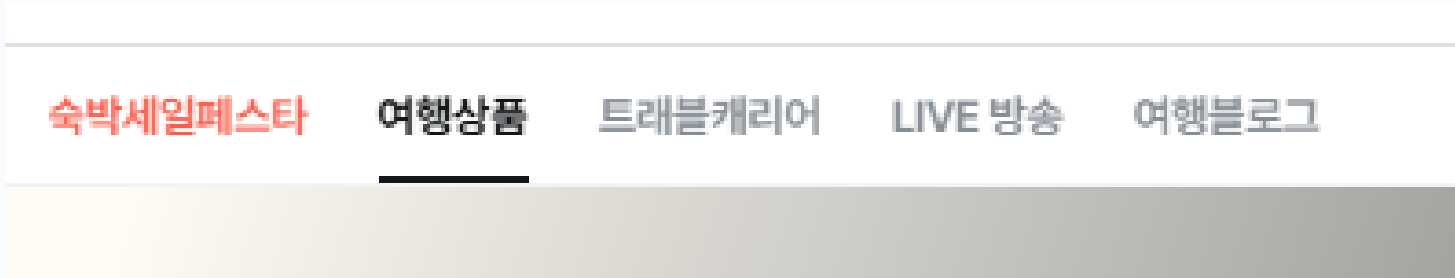


4. 어색한 레이아웃과 UI

: 데스크탑 화면에서 PC형 UI와 모바일형 UI 구조를 혼용하여 어색한 느낌을 줌

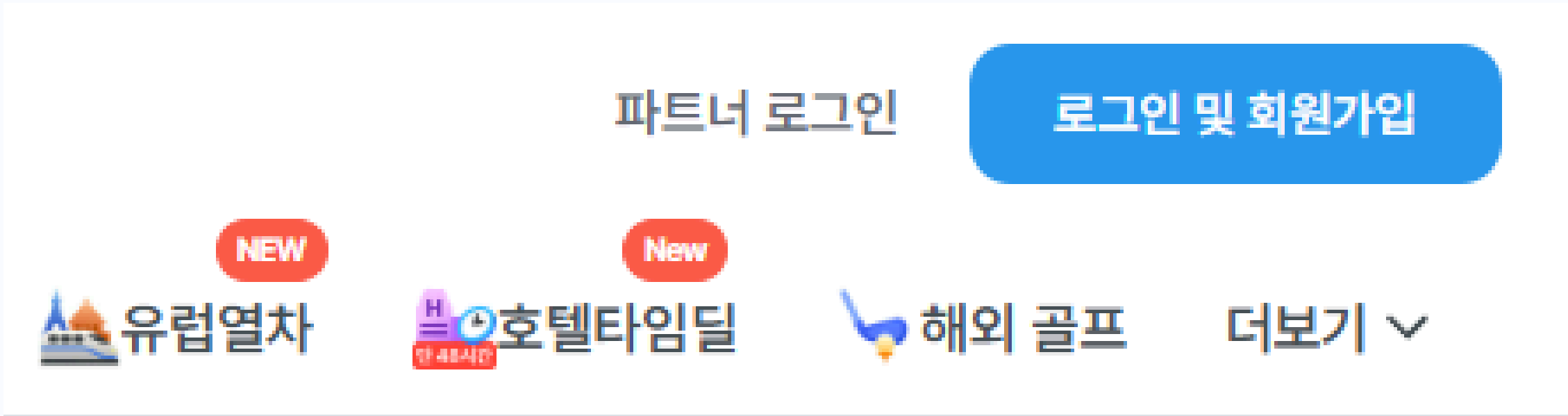
자사분석

> 단점



5. 주요 콘텐츠의 낮은 접근성

: 메인 페이지의 주요 콘텐츠를 탭 안에 숨겨놓아 눈에 띄지 않고, 직접 클릭하지 않으면 해당 정보를 발견하기 어려워 접근성이 떨어짐



6. 메인 컬러 부재 및 무질서한 색상 사용

: 명확한 브랜드 컬러 없이 다양한 색상이 혼재되어 있어 통일감 부족



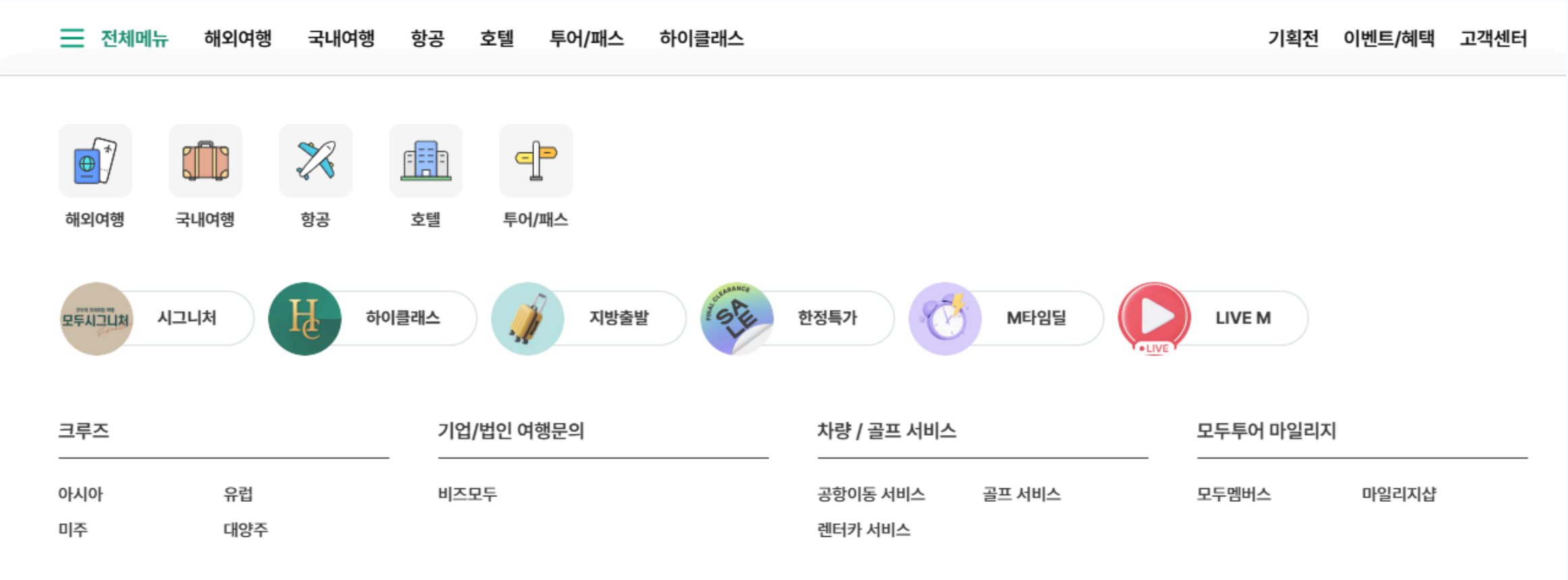
4. 경쟁사 분석

정보구조 / 네비게이션 / UI / 마케팅&디자인 / 콘텐츠

경쟁사 분석

1. 정보구조

모두투어



- 전체메뉴, 각 메뉴 아래 나오는 메뉴 호버 시 스르륵 **페이드인 되는 풀다운 메뉴**
 - 1단으로 큰 메뉴들을 구성하였으며, 세부적인 내용은 아래로 드롭되게 하여 깔끔하고, 심플하지만 많은 정보를 분류할 수 있어 **편리성 제공**
- **해외여행 / 국내여행 별도 카테고리**로 구성
 - 해외, 국내 중 여행을 가는 곳에 맞춰 **정보를 쉽게 찾을 수 있음**
- **항공 / 호텔 / 투어 · 패스로 크게 나누어진 메뉴구성**
 - 클릭 시 각 서브메뉴로 페이지 이동되어 **원하는 정보와 기능을 이용할 수 있음**

경쟁사 분석 1. 정보구조

하나투어

전체메뉴

베스트

해외여행

항공

호텔

항공+호텔

투어/입장권

국내여행

테마여행

제우스

맞춤여행

하나LIVE

여행기획전

이달의 혜택

해외여행

해외여행 홈

항공

항공예약

호텔

해외호텔

국내숙박

항공+호텔

내암대로 항공+호텔

에어텔

투어/입장권

투어/입장권 홈

현지투어+

연계서비스

하나투어상품권

하나트래비즈

맞춤여행

하나투어 기프트카드

여행자보험

테마여행

망글링 투어

해외골프

허니문

크루즈

트래킹/레저

제우스

MICE

국내여행

제주여행

내륙여행

올통도/섬

내나라여행

국내골프

제주도엔터카

특가여행

타임세일

하나LIVE

여행 더보기

하나백 2.0

하나 셀렉션

하나키트

우리끼리

혜택/이벤트

이벤트

할인/혜택

여행기획전

SAFETY&JOY

개런티 프로그램

마일리지 클럽

포켓 와이파이

☰

전체메뉴

베스트

해외여행

항공

호텔

항공+호텔

투어/입장권

국내여행

테마여행

제우스

맞춤여행

하나LIVE

여행기획진

이달의 혜택

해외여행 홈

동남아/대만/서남아

일본

유럽/아프리카

중국/홍콩/몽골/중앙아시아

괌/사이판/호주/뉴질랜드

미주/하와이/캐나다/중남미

지방출발

태국

방콕

파타야

푸켓/끄라비

치앙마이/차양라이

아유타야

칸차나부리

코사무이

필리핀

보라카이

세부

보홀

마닐라

클락

팔라윈(코론)

베트남

다낭

나트랑

달랏

푸꾸옥

하노이/하롱베이

호치민

무이네(판티엣)

사파

동허이

캄보디아

시엠립(양코르와트)

프놈펜

말레이시아

코타키나발루

쿠알라룸푸르

인도네시아

발리

바탐

라오스

방비엥

루앙프라방

비엔티안

대만

타이베이

타이중

가오슝

타이난

인도

네팔

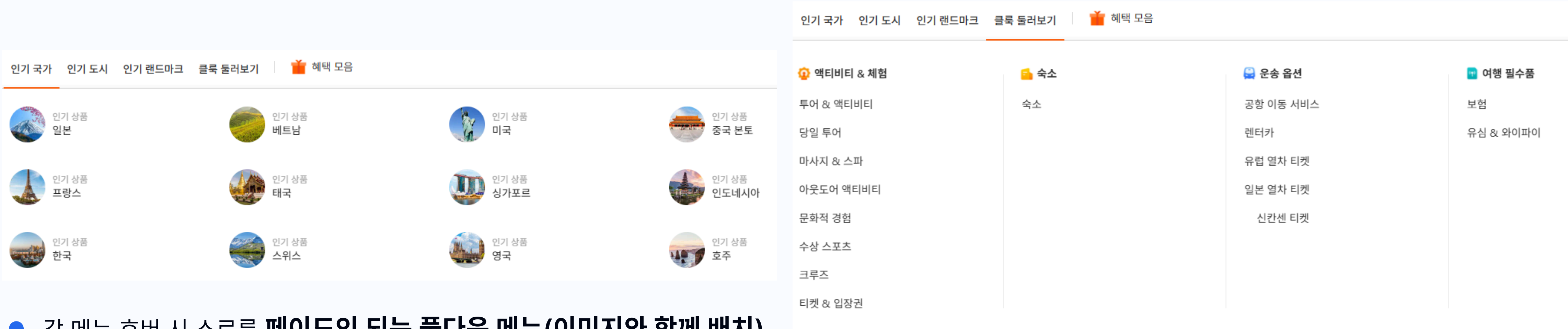
스리랑카

- 전체메뉴, 각 메뉴 아래 나오는 메뉴 호버 시 스크롤 **페이드인 되는 풀다운 메뉴**
 - 1단으로 큰 메뉴들을 구성하였으며, 세부적인 내용은 아래로 드롭되게 하여 깔끔하고, 심플하지만 많은 정보를 분류할 수 있어 **편리성 제공**
- **해외여행 / 국내여행 별도 카테고리 구성** - 각 서브 메뉴로 지역
 - 해외, 국내 중 여행을 가는 곳에 맞춰 **정보를 쉽게 찾을 수 있음**
- 항공 + 호텔의 **합쳐진 메뉴 존재**
 - '내맘대로', '에어텔' 등의 니즈를 원하는 사람에게 도움이 되며, **다른 사이트와 차별점을 줄 수 있음**
- 제우스 - **럭셔리 여행 전문 사이트**로 페이지 이동
 - 럭셔리 호텔, 크루즈 여행 등의 고급스럽고 특별한 여행을 원하는 사람들의 니즈에 맞출 수 있음

경쟁사 분석

1. 정보구조

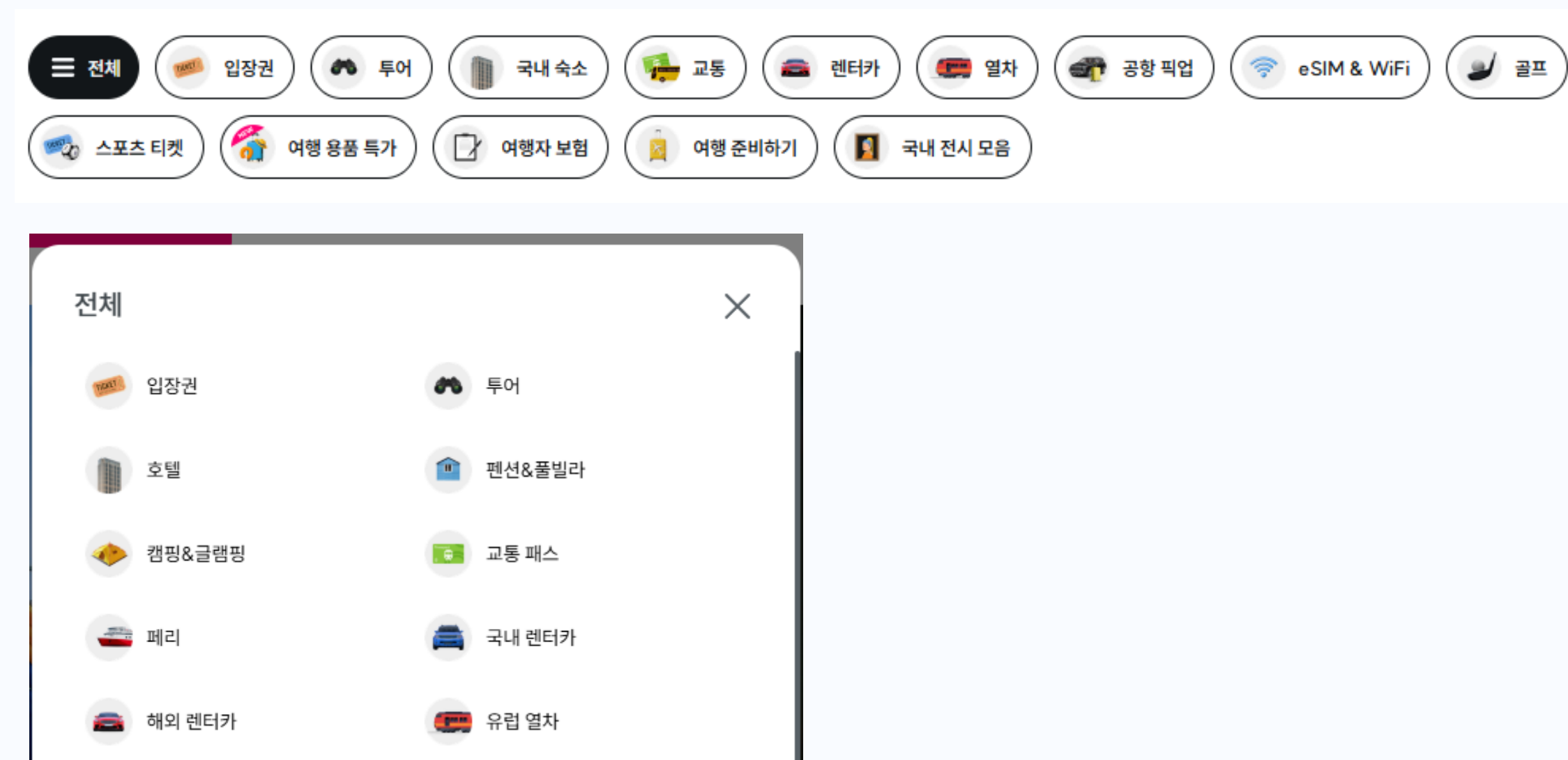
클룩



- 각 메뉴 호버 시 스크롤 **페이드인 되는 풀다운 메뉴(이미지와 함께 배치)**
 - 서브메뉴에 이미지와 함께 나와 각 나라의 이미지를 더 알기쉽게 함
- **해외여행 / 국내여행 분류 X**
 - 인기국가 / 도시 / 랜드마크로 분류하여 해외여행 / 국내여행의 범주를 고르지 못해 **국내여행의 정보를 찾기가 어려움**
- **혜택모음 카테고리 배치**
 - 현재 진행 중인 이벤트가 정리되어있는 카테고리가 존재하여 **혜택에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있음**

경쟁사 분석 1. 정보구조

와그



- 메인페이지에서는 **비주얼메인 아래에 위치**해있는 메뉴(아이콘 이미지 사용)
 - 익숙한 위치에 존재하지 않아 **사이트에 들어왔을 때 메뉴를 찾게되며**, 아이콘의 색상이 다양하고 글씨가 작아 **보기 불편함**
 - ‘전체’ 버튼을 눌러야만 전체 메뉴가 하단에서 올라와서 **한 번에 보기 힘들**
- **서브페이지에서는 상단에 위치**한 메뉴
 - 메인페이지와 다른 위치에 존재하여 **혼란을 줄 수 있음**
- **더보기 메뉴**
 - 공항 픽업, 이심 & 와이파이, 골프, 여행자 보험 등의 콘텐츠로 **분류기준을 알 수 없음**

경쟁사 분석

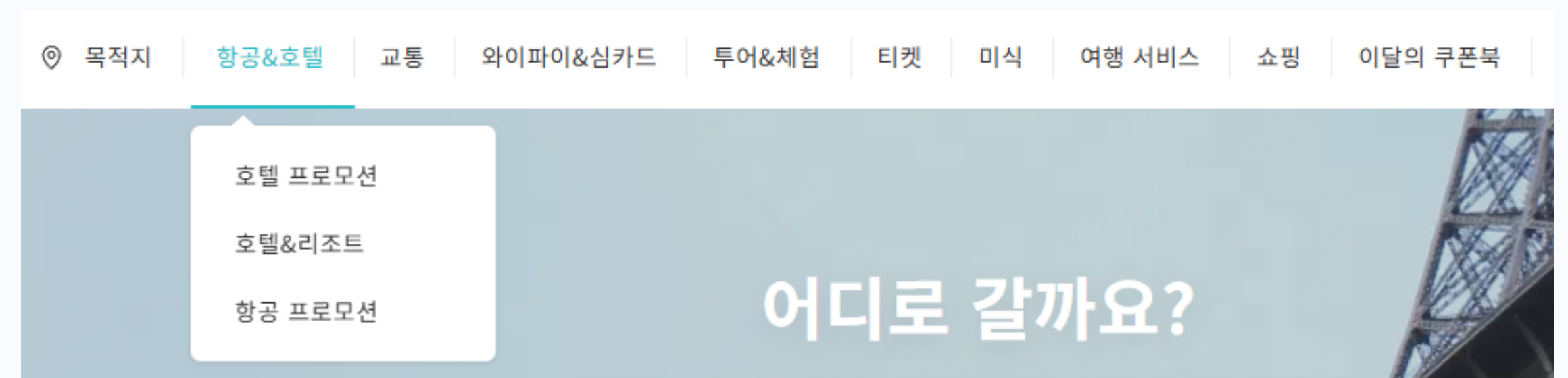
1. 정보구조

kkday



- **목적지 호버 시 별도로 드랍되는 인기여행지 메뉴**
 - 인기여행지를 **이미지와 함께 별도로 볼 수 있어 편리함**

- **개별 메뉴로 하나씩 드랍되는 서브메뉴**
 - 각 메뉴에 어떤 것이 있는지 **확실하게 구분**되어 편리함, 하지만 **한 번에 모든 메뉴를 볼 수 없는 단점**이 있음

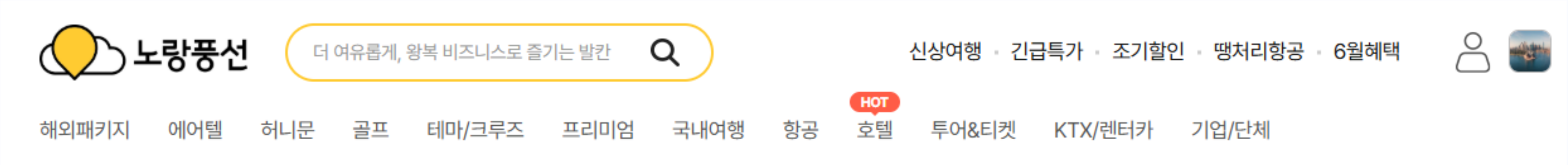


- **해외여행 / 국내여행 분류 X**
 - 항공 & 호텔의 큰 틀로만 나누어져있어 안에 들어가야 찾을 수 있어 불편함

경쟁사 분석

1. 정보구조

노랑풍선



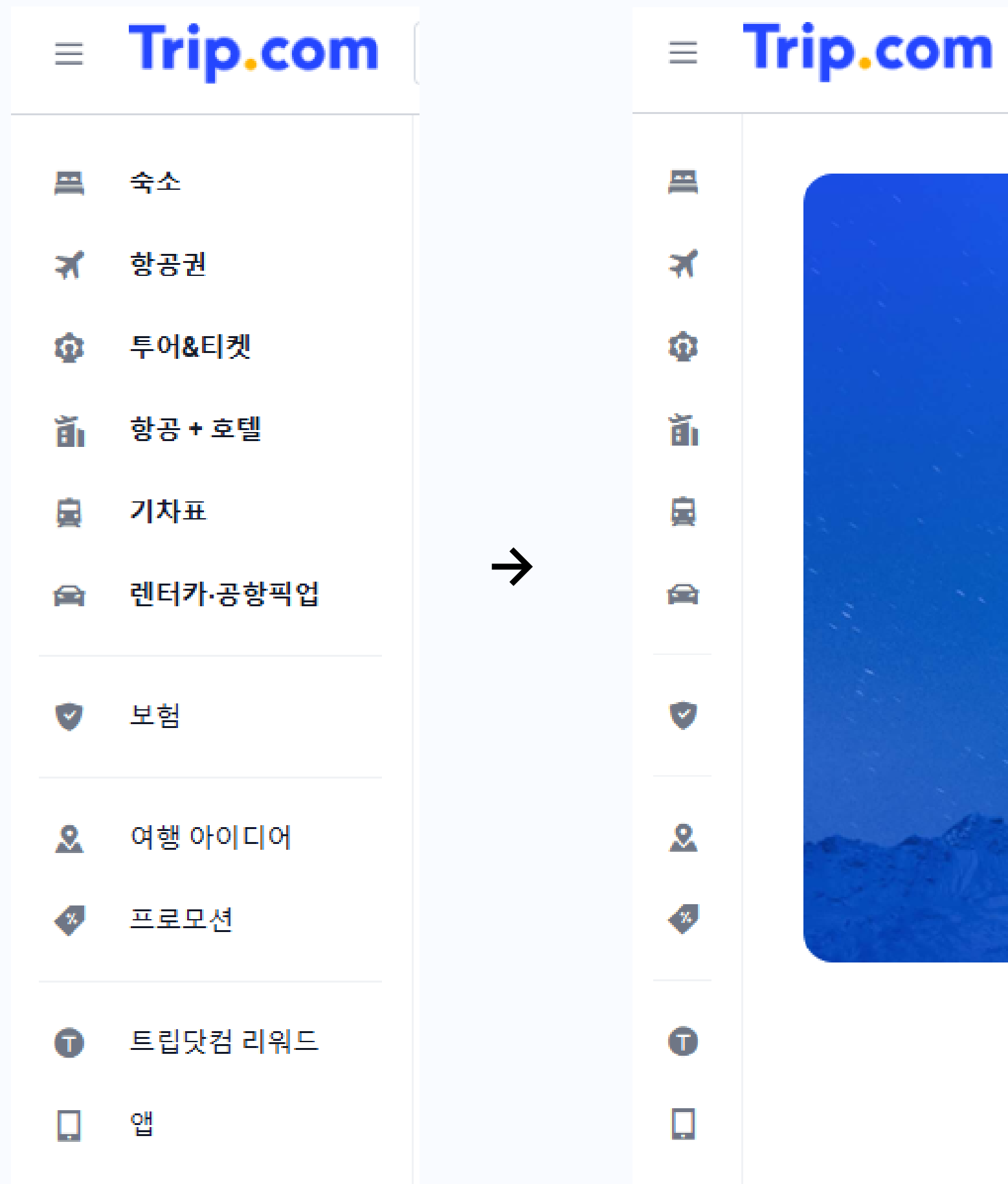
- 전체메뉴, 각 메뉴 아래 나오는 메뉴 호버 시 스르륵 **페이드인 되는 폴다운 메뉴**
 - 1단으로 큰 메뉴들을 구성하였으며, 세부적인 내용은 아래로 드롭되게 하여 깔끔하고, 심플하지만 많은 정보를 분류할 수 있어 **편리성 제공**

- **검색창 우측에 강조되어야 할 특가, 혜택 등 배치**
 - 가장 관심이 있을 특가, 할인 내용을 잘 보이는 곳에 배치하여 **쉽게 찾을 수 있도록 하여 사용성을 높임**
- **해외여행 / 국내여행 분류 X**
 - 항공 & 호텔의 큰 틀로만 나누어져있어 안에 들어가야 찾을 수 있어 불편함

경쟁사 분석

1. 정보구조

트립닷컴

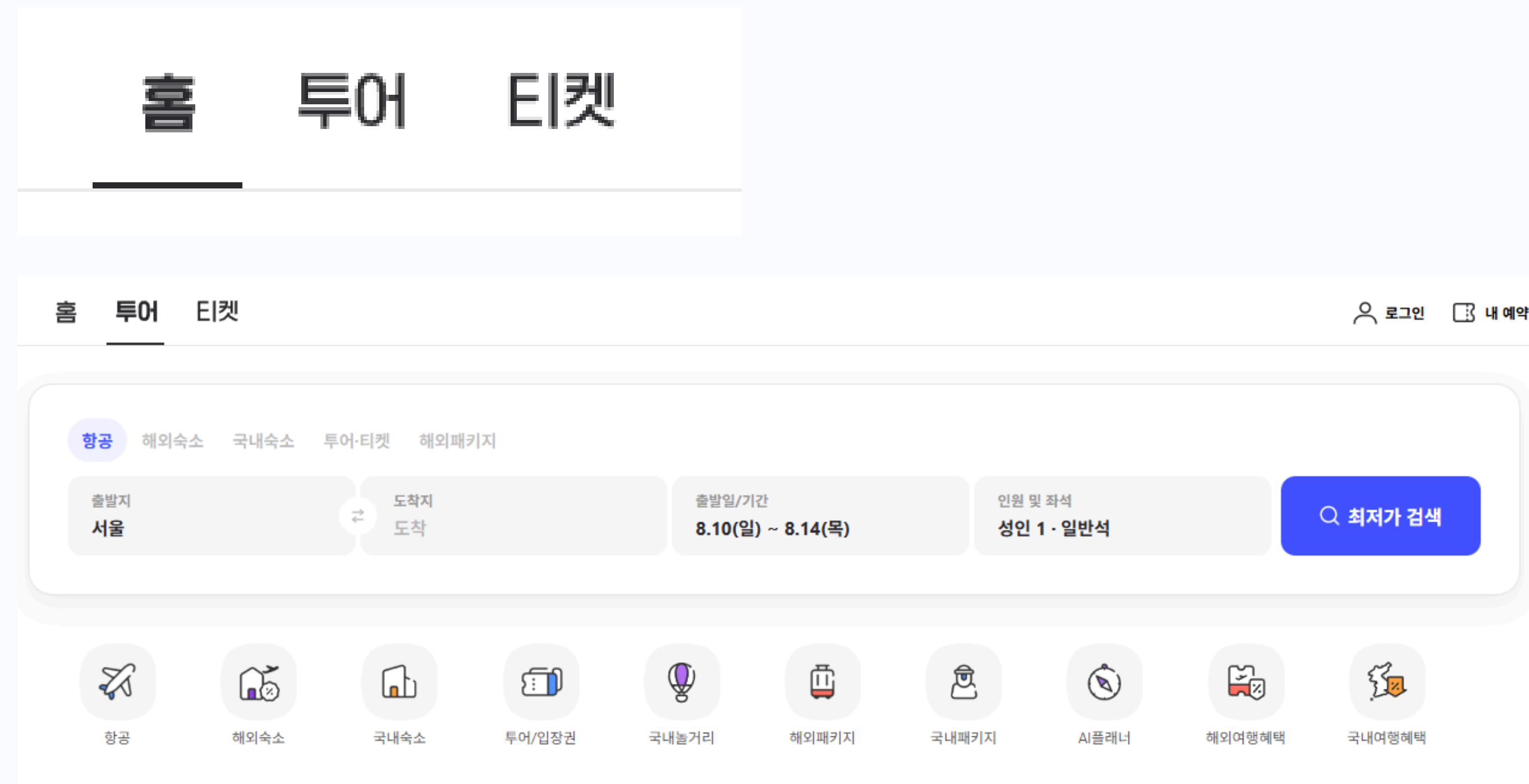


- 햄버거 버튼이 있는 **좌측 메뉴 형식** (닫혀있는 상태에서도 호버 시 열림)
 - PC보다는 **모바일 홈페이지같은 인상으로 낯선 느낌**을 주며, 햄버거 버튼으로 열고 닫기가 가능하여 닫은채로 필요할 때만 열어 사용하여 편리할 수 있음
- **해외여행 / 국내여행 분류 X**
 - 항공 & 호텔의 큰 틀로만 나누어져있어 안에 들어가야 찾을 수 있어 불편함
- **여행 아이디어 메뉴**
 - 트립 가이드 / 트립 베스트 메뉴로 인기 여행지, 블로그 글 콘텐츠를 소개하고, **어떤 여행을 해야할지 고민되는 사람들에게 도움이 될 수 있음**

경쟁사 분석

1. 정보구조

NOL 인터파크



- 메인페이지에서 3개의 카테고리만 배치 됨 (홈/투어/티켓)
 - 심플한 구성으로 이루어져 **보기에는 깔끔**하지만,
원하는 정보를 찾기에 불편함
- 서브페이지에서 메타포 형식의 메뉴만 존재
 - 메인페이지와 동일하게 상단 및 좌측 메뉴가 없으며,
모든 메뉴를 한 번에 알기가 어려움
 - 아이콘과 함께 있어 **텍스트를 보지않아도 대략적인 기능을 파악할 수 있다는 장점**이 있음

경쟁사 분석

2. 네비게이션

모두투어

지금 모두에서는



[50억 페스타] 참여
하러 가기



[UP TO 90%] 거저
가는 득템찬스



새로운
모두멤버스
쿠폰

신규회원 할인쿠폰



[면세점 혜택] 설레는
여행, 또 다른 즐거움



[얼리버드 할인 특별
전] 일본vs중국

인기검색어 3 발리

1 장가계

2 몽골

3 발리

4 다낭

5 백두산

6 나트랑

7 대마도

8 괌

9 푸꾸옥

10 보홀

- 깔끔한 디자인과 중요한 이벤트를 가시성 좋게 배열
- 검색창 옆에 인기 검색어를 배치해서 **현재 인기있는 정보를 한눈에 파악**할 수 있고 hover시 펼쳐진 인기 검색어를 통하여 원하는 정보를 한눈에 파악할 수 있음

경쟁사 분석

2. 네비게이션

하나투어

고객님,
어떤 여행을 꿈꾸시나요?

패키지

호텔

어디로 떠나세요?

2025.06.17 ~ 2025.06.18

객실1 · 성인 2명

숙소 검색

고객님,
어떤 여행을 꿈꾸시나요?

패키지

호텔

어디로 떠나세요?

출발지 전체

여행시작일 선택

항공권은
있어요

우리끼리만
여행할래요

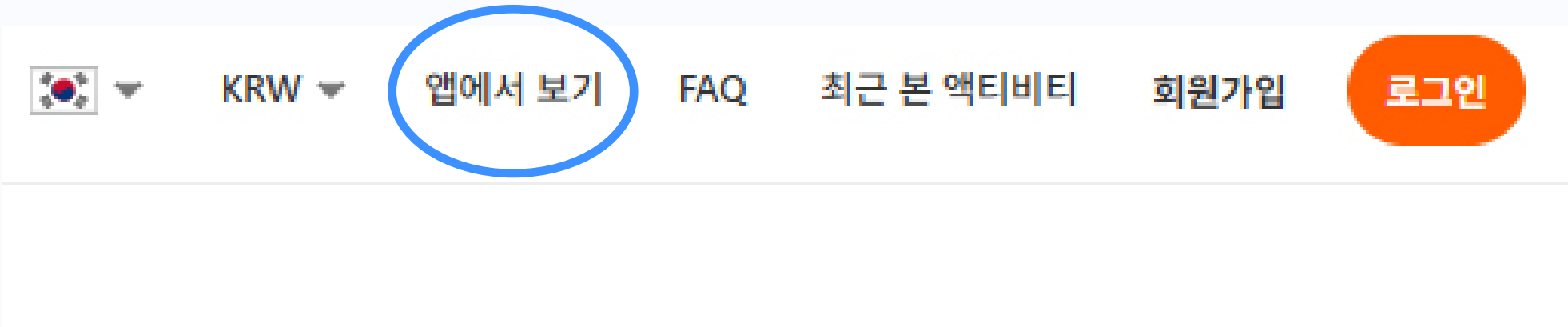
패키지 검색

- 검색창을 두가지 카테고리를 통하여 **간편하게 원하는 여행 탐색가능**

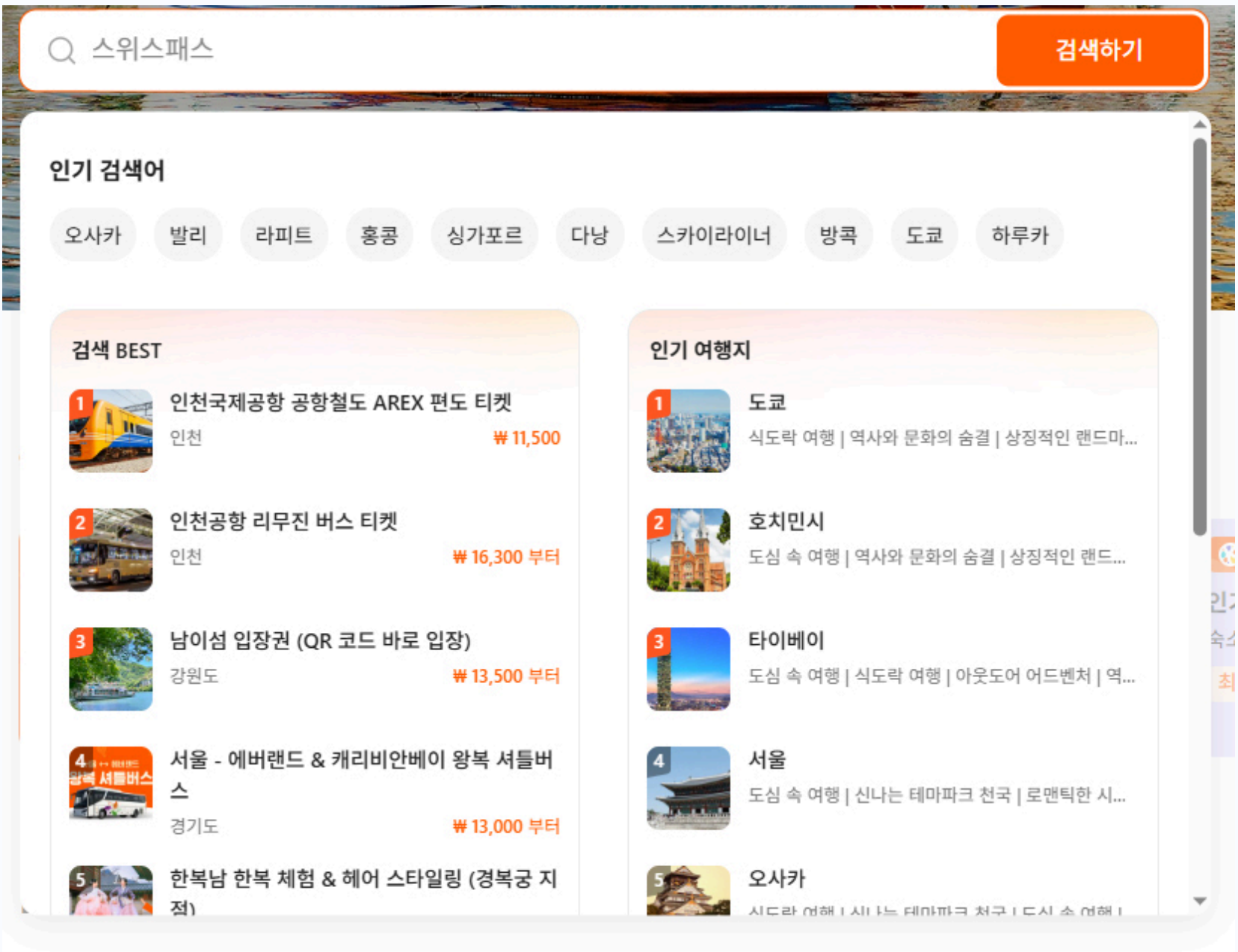
경쟁사 분석

2. 네비게이션

클룩



- 앱을 보기를 통하여 간편하게 이동 가능할 수 있다.

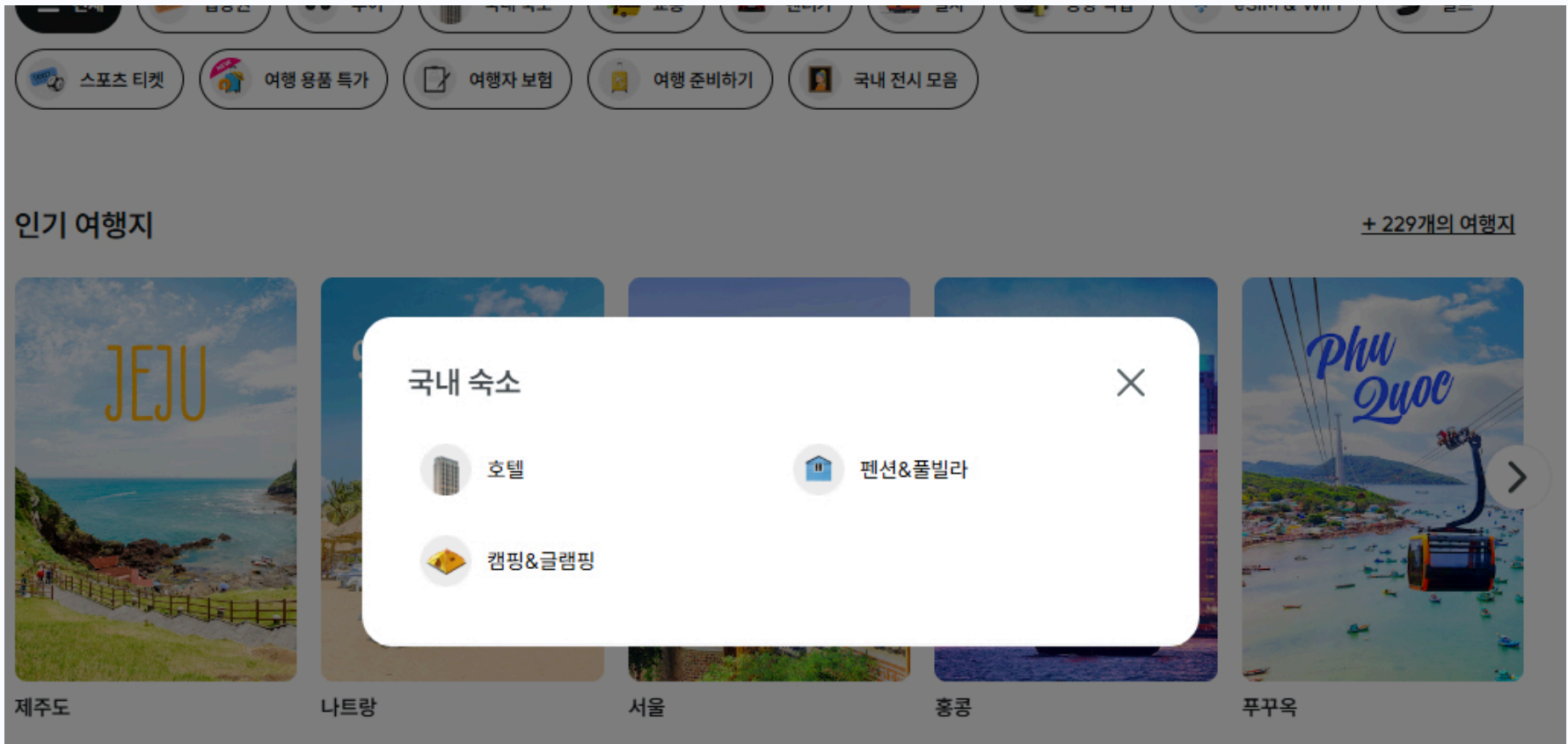


- 검색창에서 검색하려고 할 때, 이미지와 함께 현재 어떤 정보가 가장 활발히 사용되는지 확인함으로 유저에게 편리성 제공

경쟁사 분석

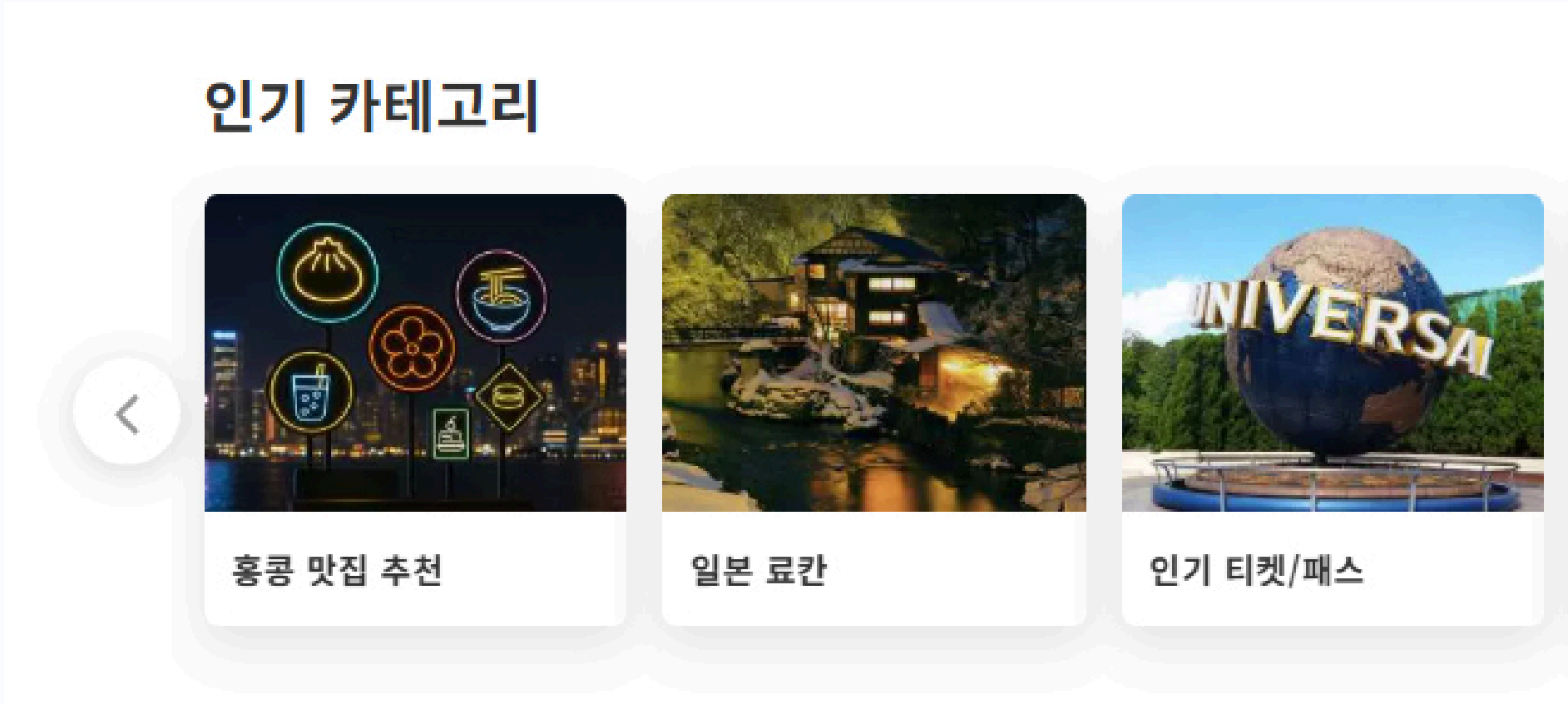
2. 네비게이션

와그



- 카테고리 내에 작은 카테고리를 따로 만들어서 메뉴를 뒤적거리며 찾아보지 않아도 원하는 정보 메뉴에 들어갈 수 있음

kkday

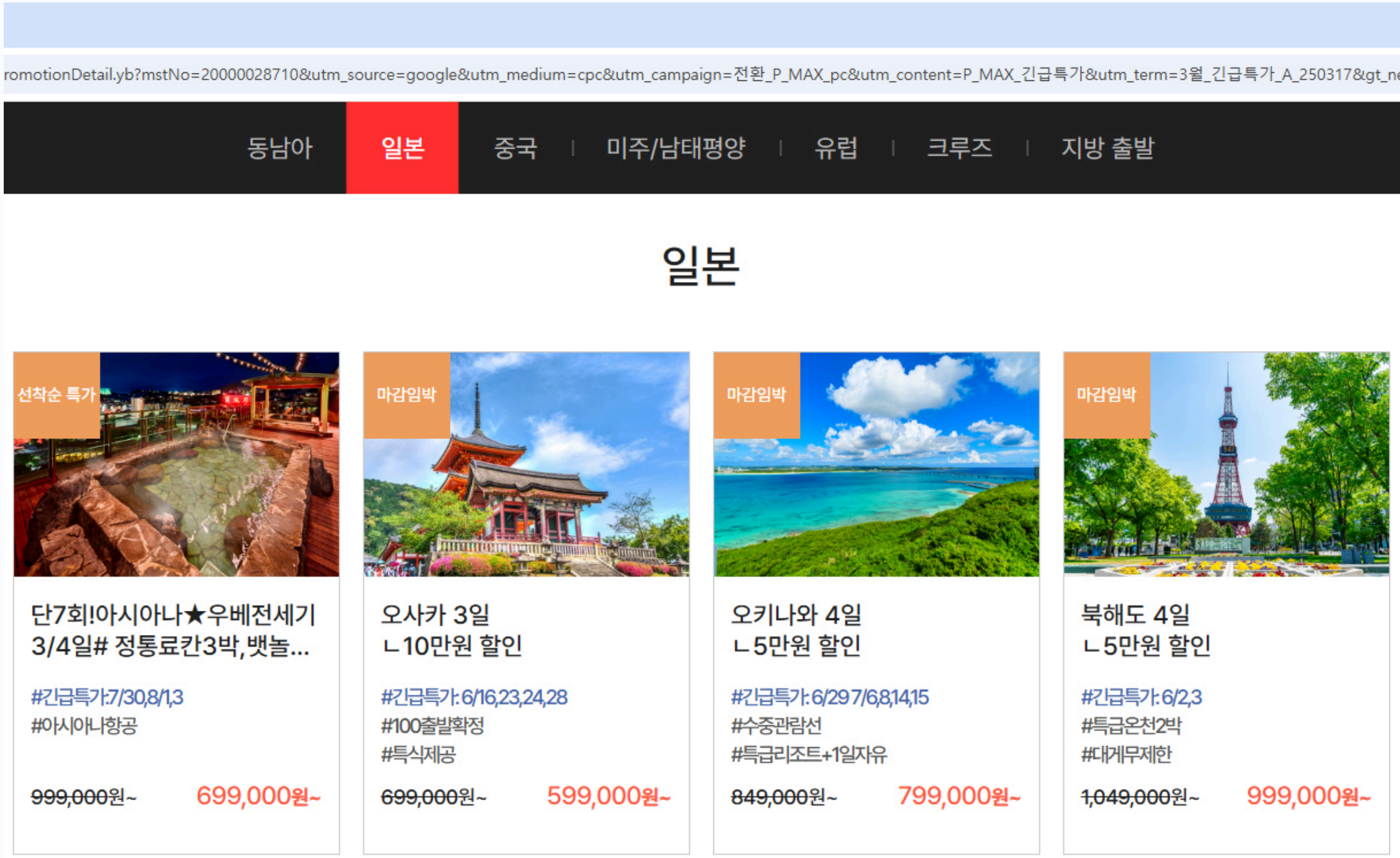


- 인기카테고리를 따로 분류하여 자신이 원하는 인기있는 정보를 빠르게 탐색가능

경쟁사 분석

2. 네비게이션

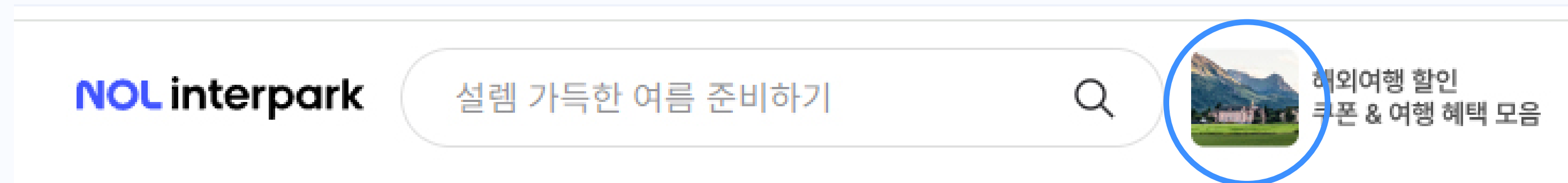
노랑풍선



- 네임태그(마감임박)을 사용하여 좀 더 많은 정보를 간단하게 제공하고 메뉴를 고정하여 원하는 섹션으로 이동이 쉽게함

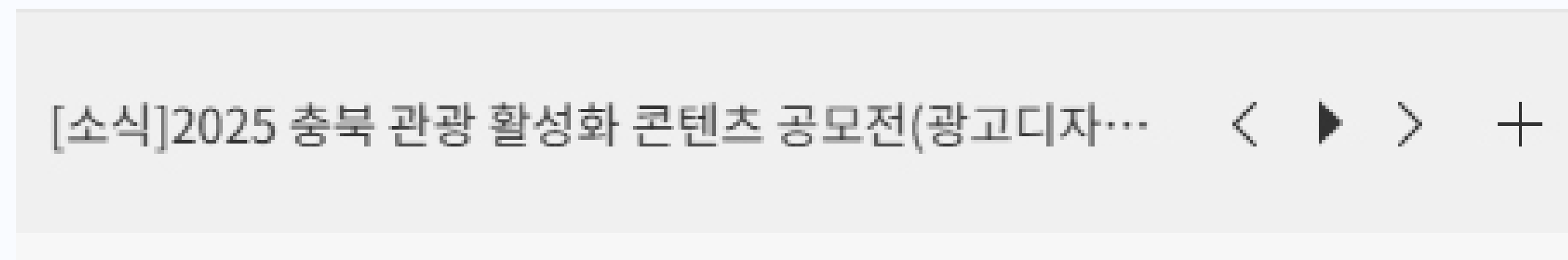
경쟁사 분석 2. 네비게이션

NOL 인터파크



- 검색창 옆에 비주얼적인 요소를 추가하여 **유저에게 필요할법한 주요 이벤트 및 정보제공**

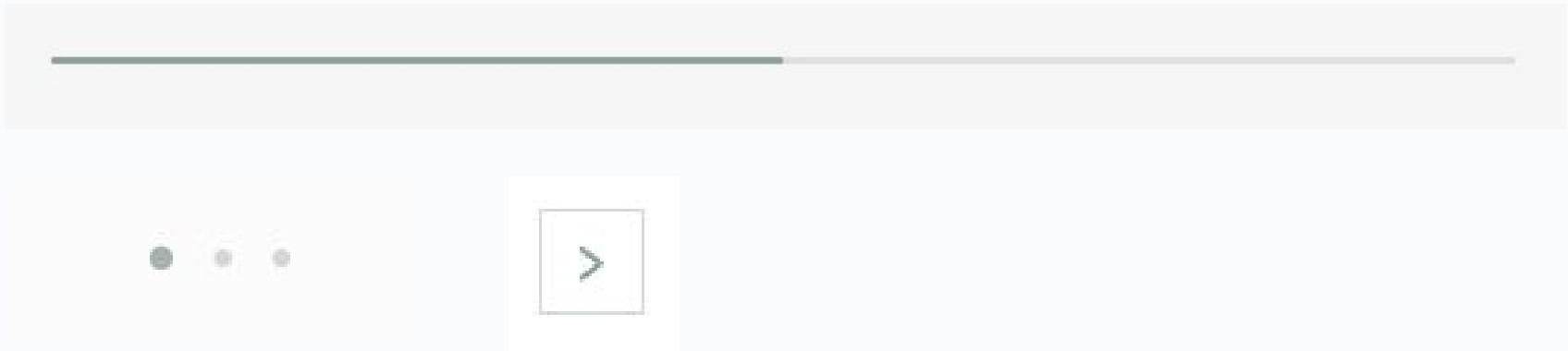
대한민국 구석구석



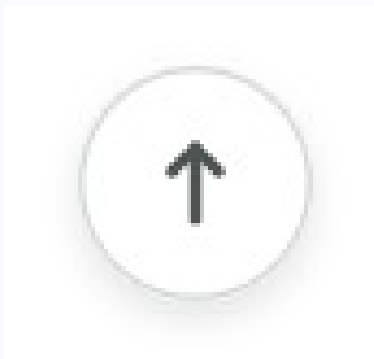
- 공지사항을 애니메이션 식으로 넘겨가면서 보여줌으로 **다양한 정보를 확인 가능**

경쟁사 분석 3. UI

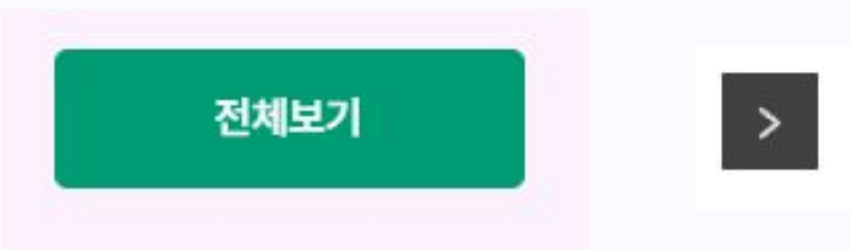
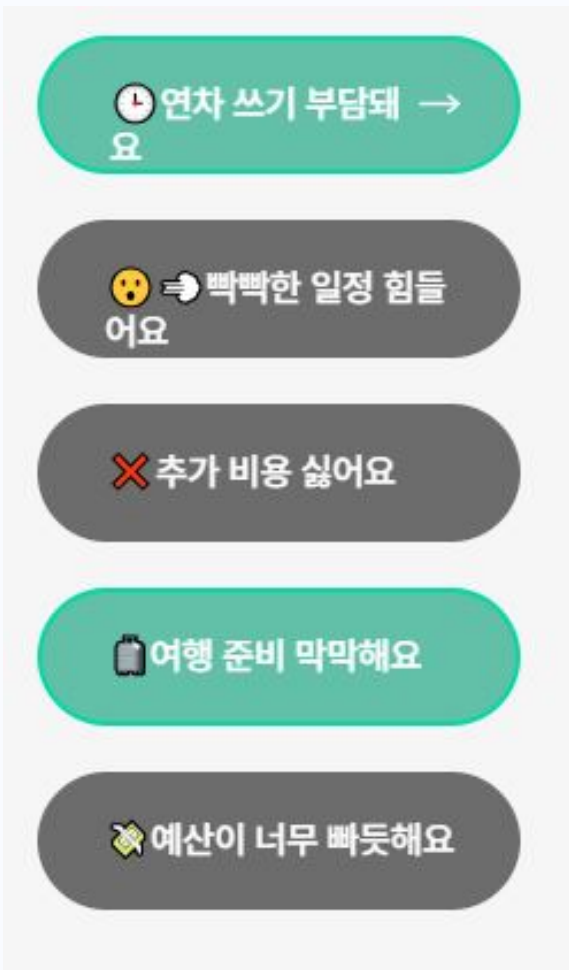
모두투어



- 가로 콘텐츠에 **네비게이터** 또는 **페이지네이션**을 사용하여 슬라이드 가능한 콘텐츠임을 바로 알 수 있음



- 스크롤 시 **탭버튼**을 표시하여 최상단으로 쉽게 이동 가능



- 버튼과 탭에 **마우스를 올릴 때 스타일이 변경**되어 사용자가 무엇을 클릭하려고 하는지 알 수 있음
- hover 혹은 선택한 버튼에 주로 메인 컬러를 사용하여 집중력을 높임

경쟁사 분석 3. UI

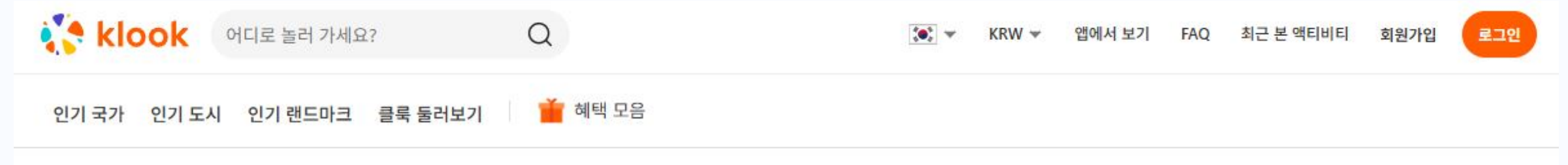
하나투어



- 가로 콘텐츠에 **네비게이터**를 사용하여 슬라이드 가능한 콘텐츠임을 바로 알 수 있음
- 탭버튼이 화면 우측 하단이 아닌 **중앙**에 위치 간혹 콘텐츠를 가려 방해가 되는 경우가 있음



클룩



- 두 단의 헤더가 모두 상단에 **고정**되어 검색 기능과 카테고리 메뉴를 쉽게 사용가능



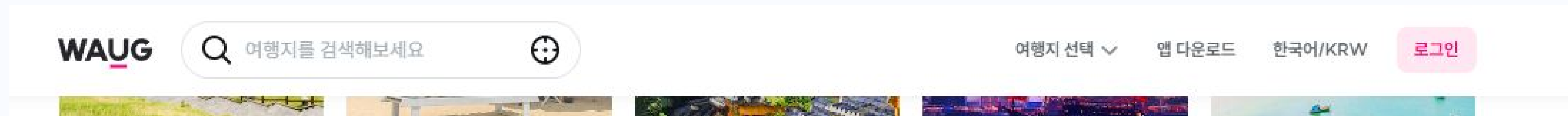
- 가로 콘텐츠에 **네비게이터**를 사용하여 슬라이드 가능한 콘텐츠임을 바로 알 수 있음



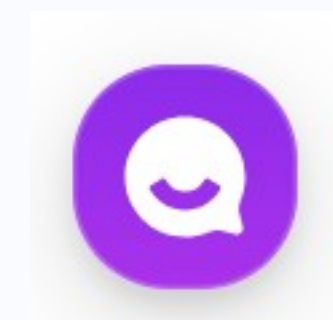
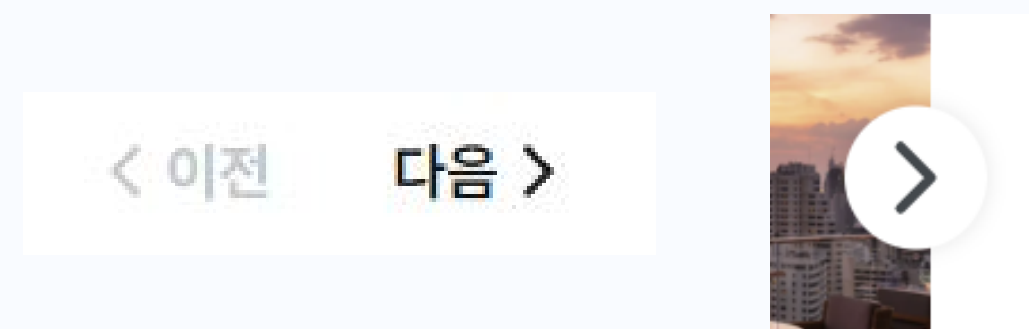
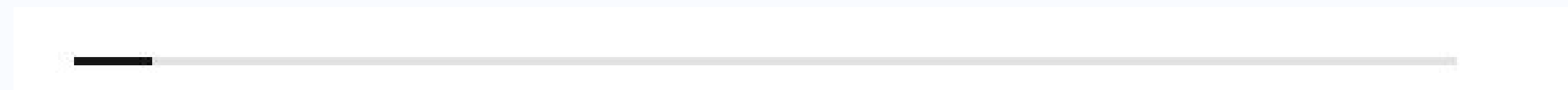
- 페이지를 절반 정도 스크롤 한 지점부터 **탭버튼**이 나타남 그 이전에는 탭버튼의 존재를 알 수 없어 불편

경쟁사 분석 3. UI

와그



- 헤더 상단 고정으로 언제든지 검색 가능

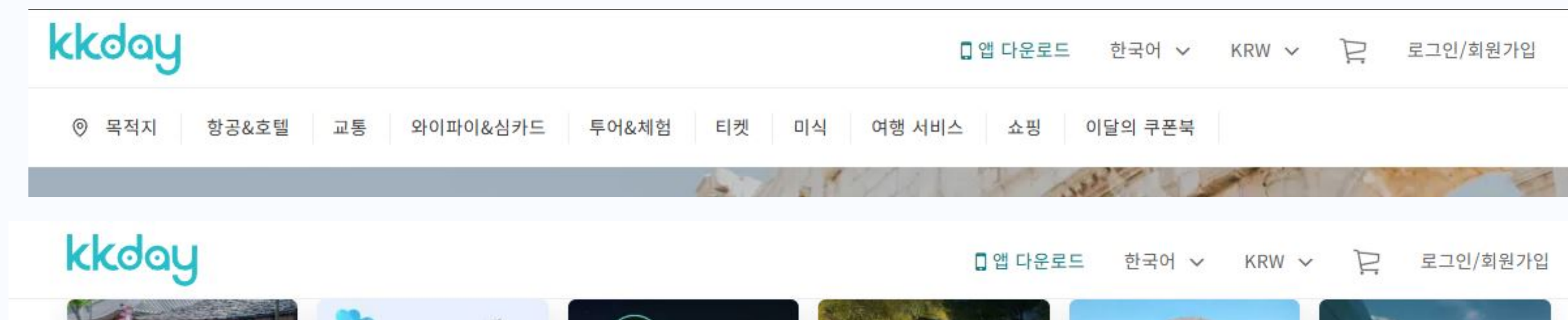


- 가로 콘텐츠에 네비게이터 또는 페이지네이션을 사용하여 슬라이드 가능한 콘텐츠임을 바로 알 수 있음

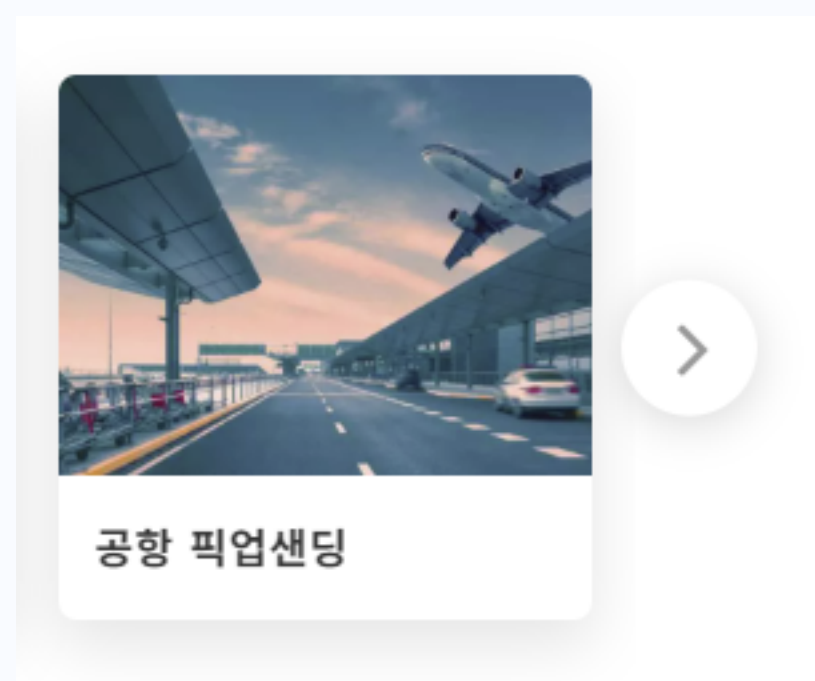
- 탭버튼 없이 상담 버튼만 존재

경쟁사 분석 3. UI

kkday



- 헤더 두 단 중 상단이 **고정**되며
GNB는 고정되지 않음



- 가로 콘텐츠에 **네비게이터**를
사용하여 슬라이드 가능한 콘텐츠임을 바로 알 수 있음



- 스크롤 시 **탭버튼**을 표시하여
최상단으로 쉽게 이동 가능

경쟁사 분석 3. UI

노랑 풍선

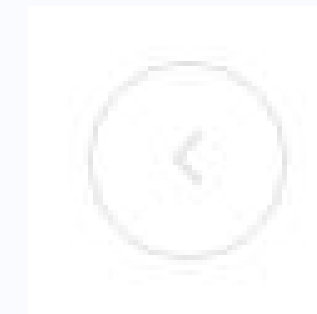
여름엔 여기 바다로 출발 방학시즌 유럽 가깝게 힐링

성인자녀 아동&청소년 커플 친구

- 공통된 디자인의 탭을 사용하여 **통일성** 향상



- 스크롤 시 **탭버튼**을 표시하여 최상단으로 쉽게 이동 가능
아래로 스크롤 시에는 숨겨져 있다가 위로 스크롤 시에 드러나
화면을 최대한 방해하지 않음



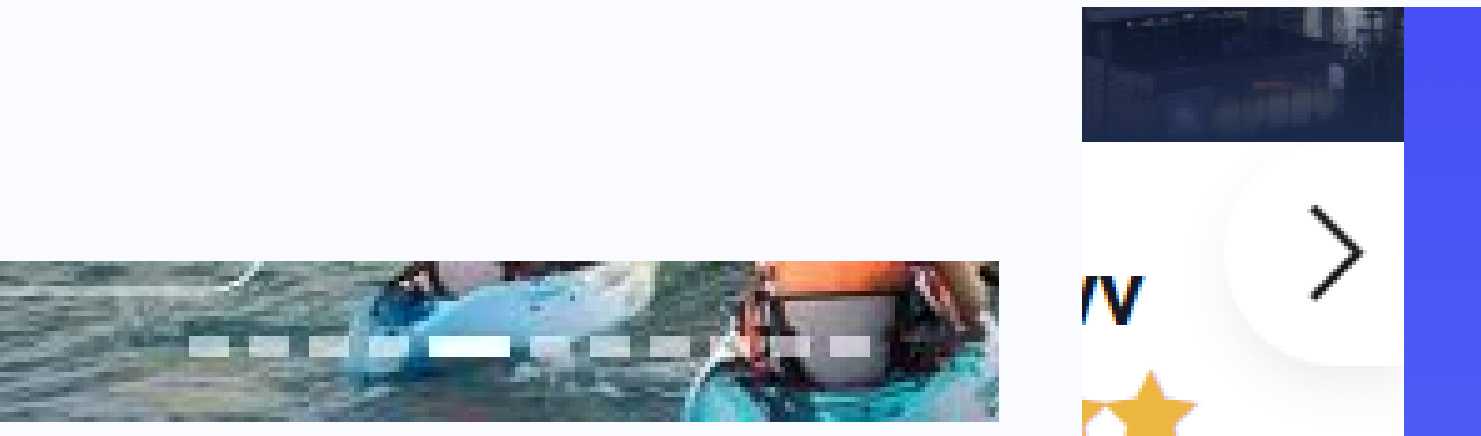
- 가로 콘텐츠에 **네비게이터**를
사용하여 슬라이드 가능한 콘텐츠임을 바로 알 수 있음
- 선택 불가능한 네비게이터는
다른 스타일을 적용해 쉽게 알아볼 수 있음

경쟁사 분석 3. UI

트립닷컴



- 화면 우측 하단에 **탐버튼**과 함께 AI, 상담 버튼을 제공



- 가로 콘텐츠에 **네비게이터** 또는 **페이지네이션**을 사용하여 슬라이드 가능한 콘텐츠임을 바로 알 수 있음

여행지
도시, 공항, 지역, 랜드마크, 호텔 이름으로 검색

체크인
6월 11일(수)

1박

체크아웃
6월 12일(목)

여수

인 >

Q 검색

- 버튼과 탭에 마우스를 올릴 때 스타일이 변경되어 사용자가 무엇을 클릭하려고 하는지 알 수 있음

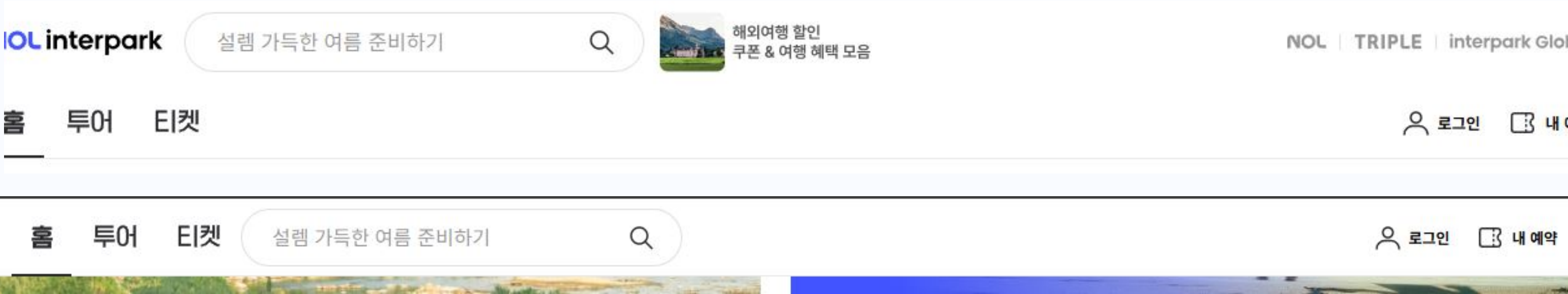
로그인 및 모두 청구하기

지금 확인하기

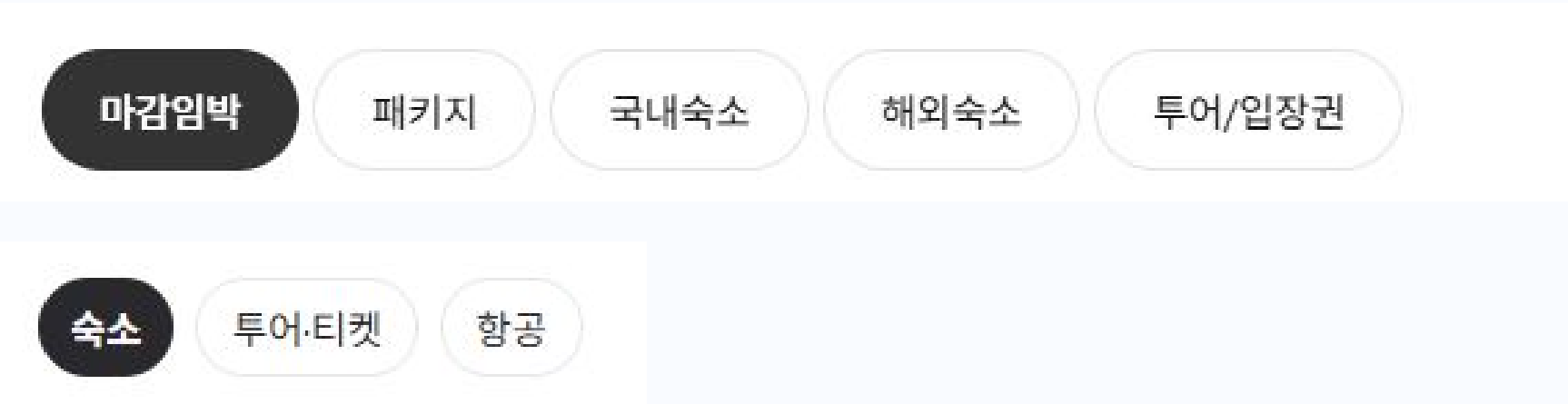
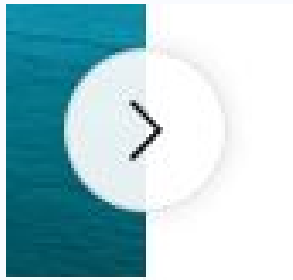
- 공통된 버튼 스타일을 이용해 **통일감**을 줌

경쟁사 분석 3. UI

NOL 인터파크



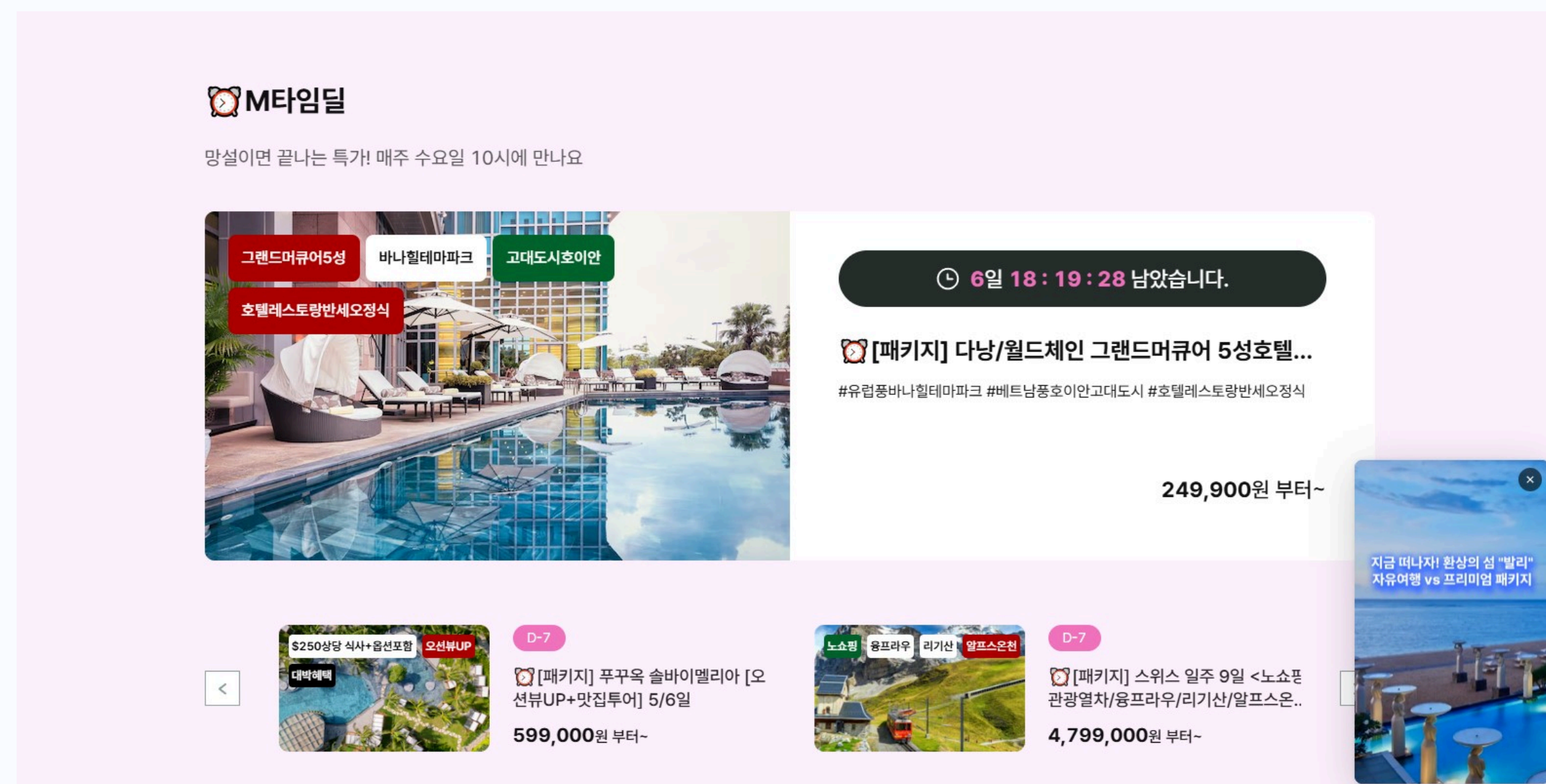
- 헤더 두 단 중 하단이 고정
검색 박스가 아랫단으로 내려와 **언제든 검색** 기능을 사용할 수 있어 편리



- 가로 콘텐츠에 **네비게이터** 또는 **페이지네이션**을 사용하여 슬라이드 가능한 콘텐츠임을 바로 알 수 있음
- 공통된 탭 스타일을 사용해 통일감을 줌

경쟁사 분석 4. 마케팅 / 디자인

모두투어

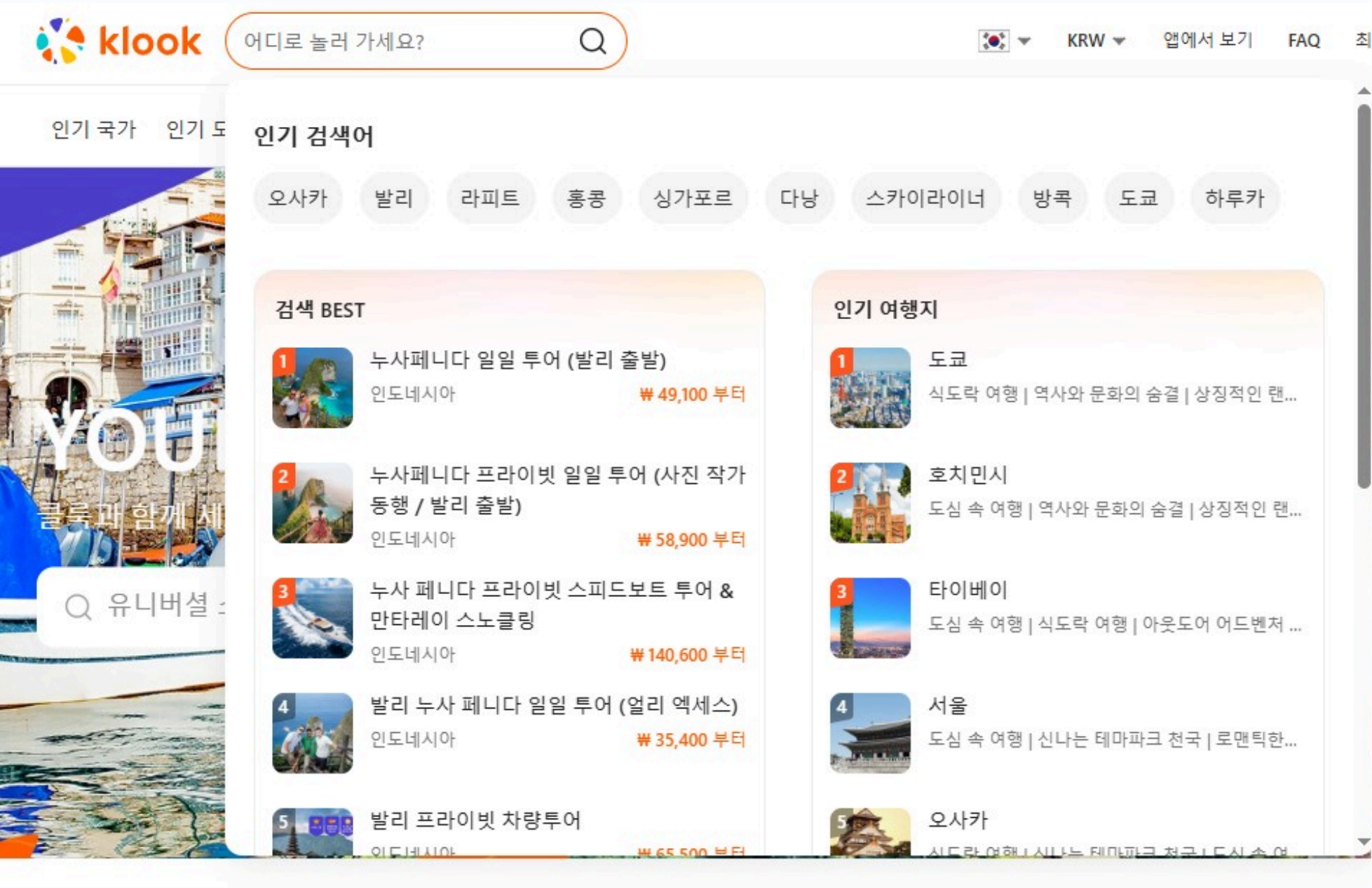
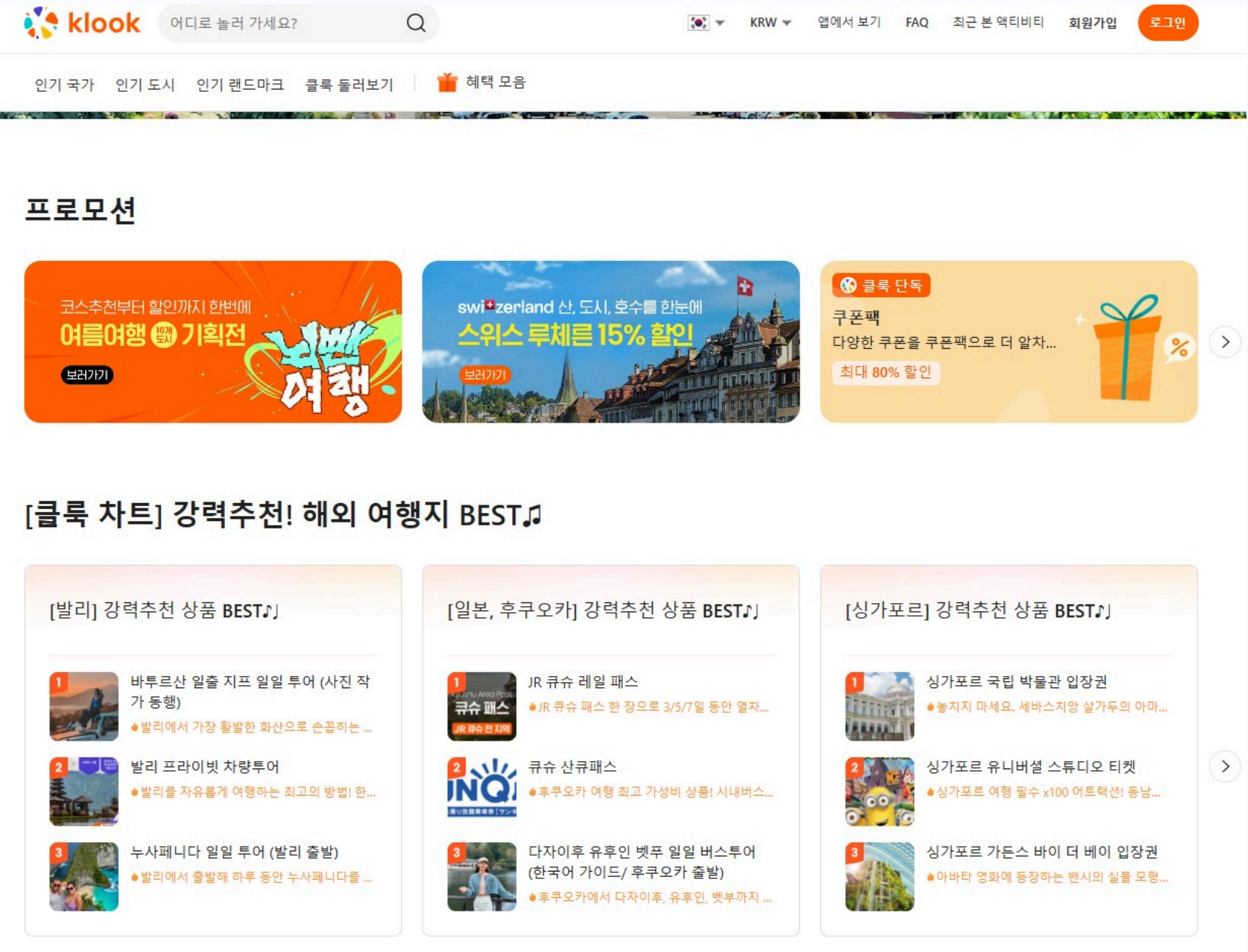


- 메인배너에 **동적인** 이미지를 사용하여 사이트에 들어오자마자 5초안에 어떤 사이트인지 확인 가능
- 사이트를 구경하는데 방해가 많이 되지 않는 오른쪽 하단에 **광고배너** 배치

경쟁사 분석

4. 마케팅 / 디자인

클룩



- 브랜드의 **메인 색상**을 자잘한 포인트마다 **과하지 않게 적용**하여 보기 편한 사이트를 제작함과 동시에 브랜드만의 색을 확실하게 보여줌

경쟁사 분석

4. 마케팅 / 디자인

와그



- 아이콘들을 활용해서 카테고리들을 구분하기 쉽게 제작

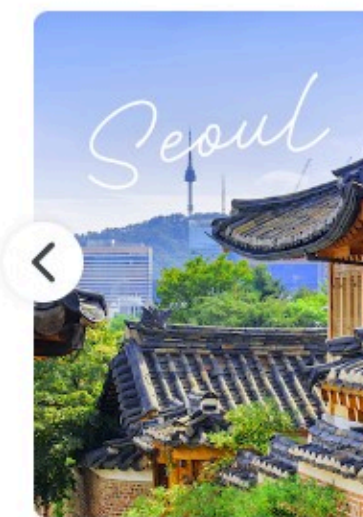
검색

도시, 상품명으로 검색해 보세요



내 주변 여행 검색

인기 여행지



서울



홍콩



푸꾸옥



오사카

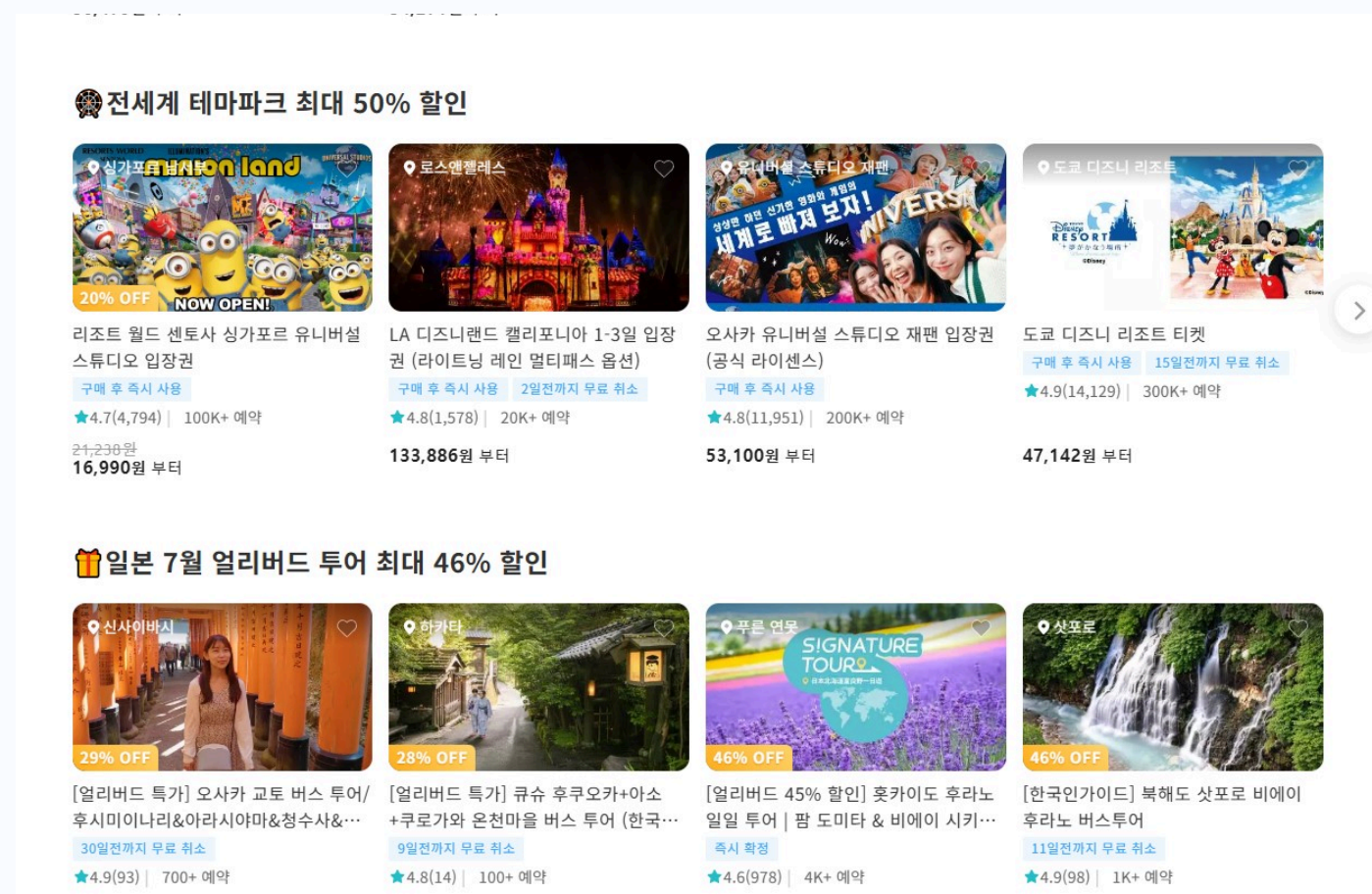
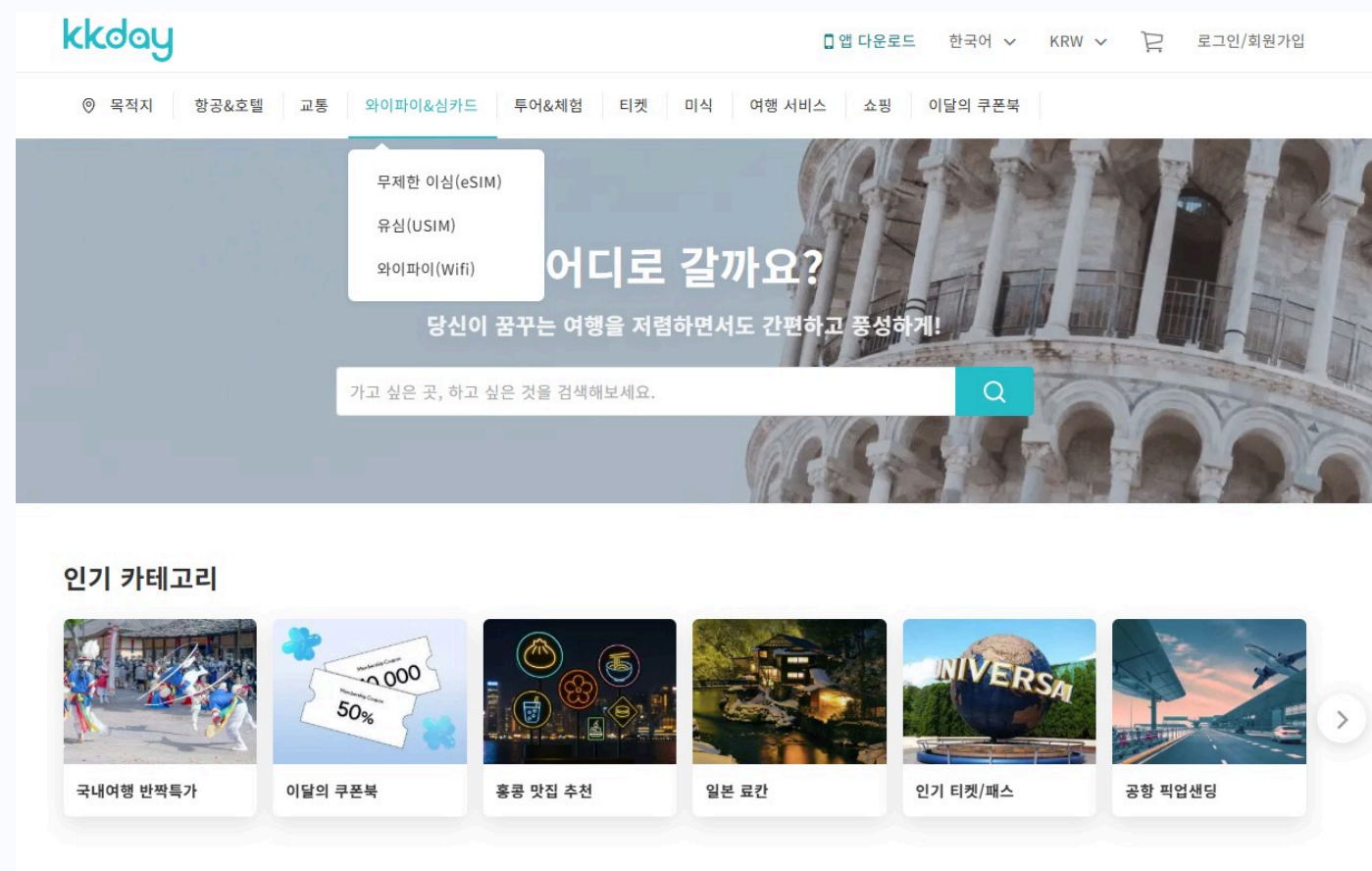


타이베이

- 검색창 클릭시 바로 검색페이지로 이동되며 인기 여행지들이 아래에 바로 뜨게 만들어 사람들이 많이가는 여행지들을 보기 좋게 제작

경쟁사 분석 4. 마케팅 / 디자인

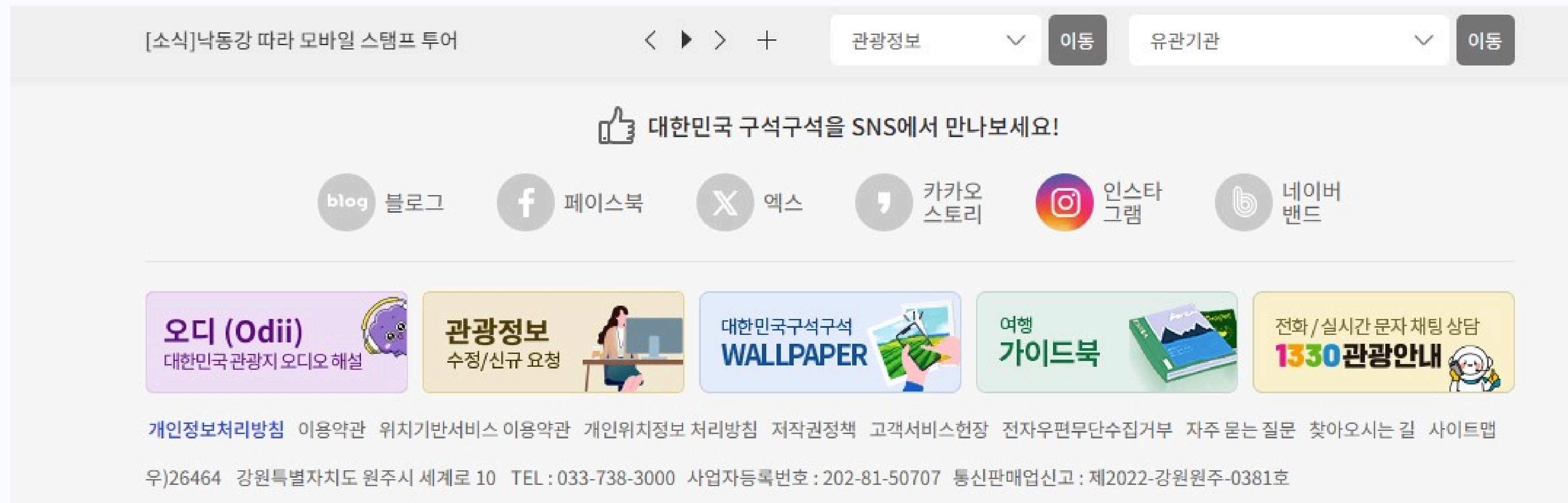
kkday



- 인기카테고리를 사람들이 좋아할 만한 알고리즘을 이용한 **트렌디한 디자인** 및 심심하지 않은 광고배너를 제작하여 관심을 끄
- 클룩과 마찬가지로 포인트들에 **브랜드색**을 사용하여 브랜드만의 색 **확실하게 표현**
- 마우스 호버 시에 **간결한 색**에서 브랜드의 **메인색으로 변경** 및 유심과 같은 꼭 필요한 상품들을 잘 보이는 곳에 배치

경쟁사 분석 4. 마케팅 / 디자인

대한민국 구석구석

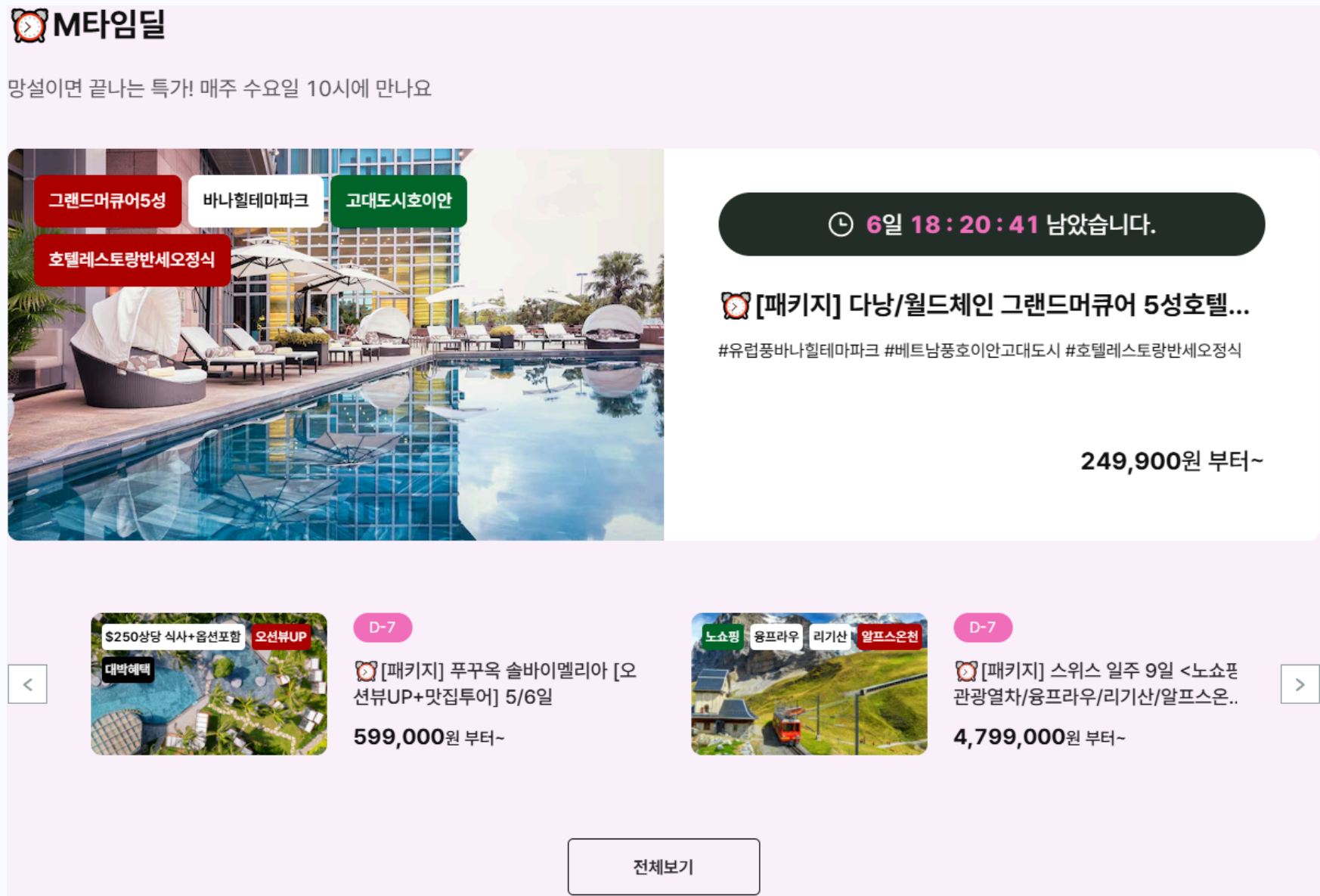


- 푸터 부분에 **sns와 블로그 등을 바로 연결**시켜 두어 sns를 활용한 실제 방문 후기를 보는 데에 **접근하기 쉬움**
- 마우스 호버 시 sns만의 **고유색** 넣어 **익숙하고 편한 느낌**을 줌

경쟁사 분석 5. 콘텐츠

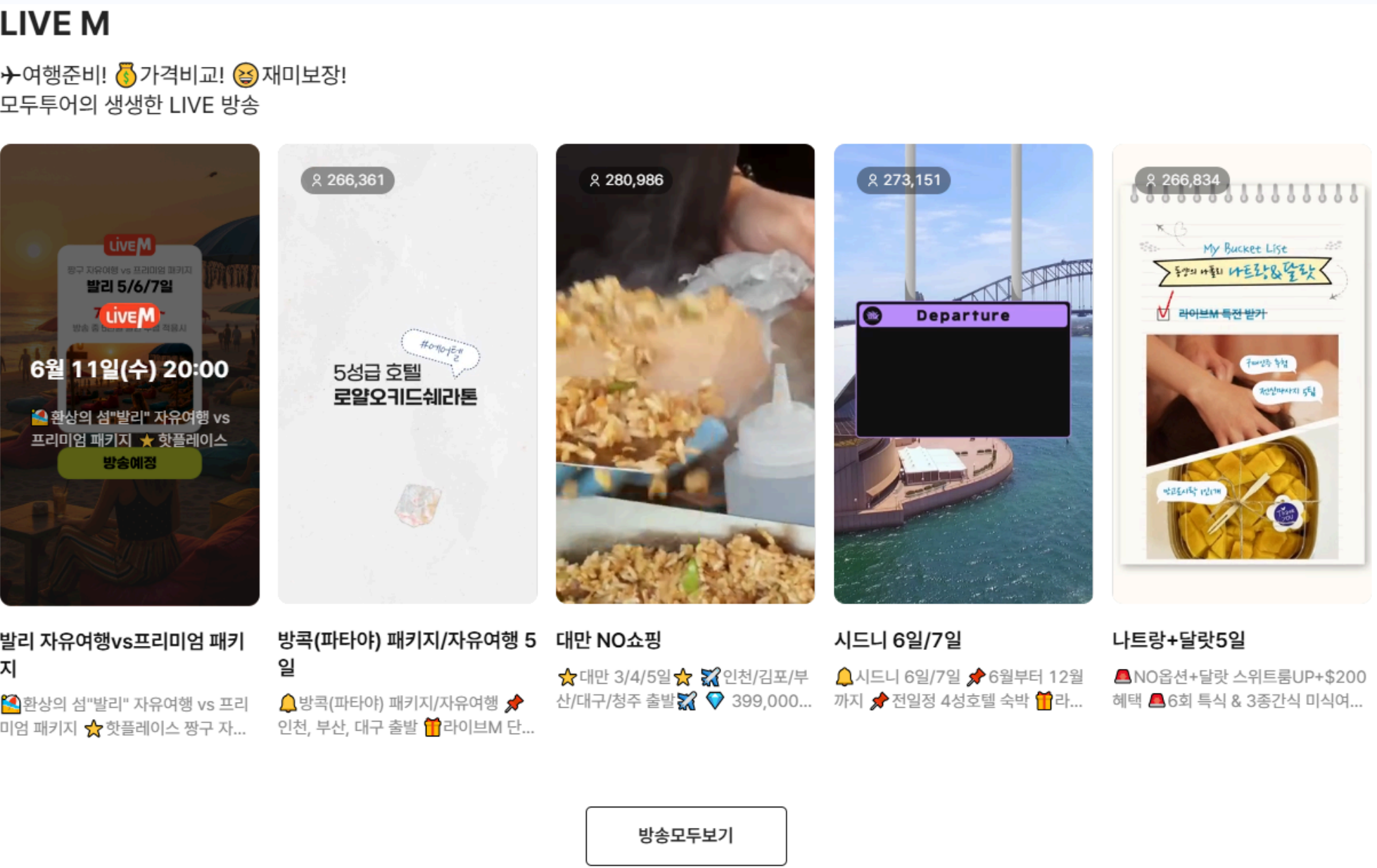
모두투어

타임딜



- **타임딜** 기능은 고객이 웹페이지를 탐색할 때 유용한 정보로 **이목**을 끌기 쉬움
타이머가 있어서 긴박함을 주어 시선을 집중

LIVE



- **LIVE** 콘텐츠는 다른 정적인 콘텐츠와의 밸런스를 맞춰주어 보다
다채로운 분위기를 연출

경쟁사 분석 5. 콘텐츠

모두투어

여행지 추천

여행을 망설이는 고객님에게

🕒 연차 쓰기 부담돼 →
요

😓 ⇒ 뻘뻘한 일정 힘들
어요

❌ 추가 비용 싫어요

📅 여행 준비 막막해요

💸 예산이 너무 빠듯해요



[3박4일] 후라노/비에이/북해도 ★특식제공
#대게무제한특식 #노미호다이 #온천호텔1박 #라벤더농원 #...
999,000원 ~

[2박3일&3박4일] 북경
#연차 걱정 NO!NO! 북경 하이리...

하나투어

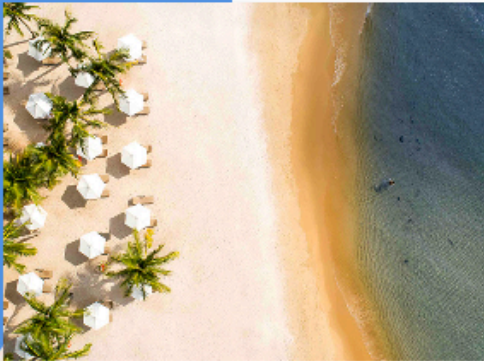
나의 퍼스널
여행 스타일은 ?

● 블루 글한 여행지

● 옐로우 햇살 여행지

● 그린 힐링 여행지

● 레드 핫한 여행지



패키지
푸꾸옥 5,6일
#가성비 #4인출발
314,200 원~



에어텔&패키지
괌 5,6일
#휴양& 물놀이 #베스트셀러
629,000 원~



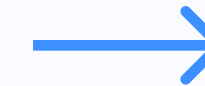
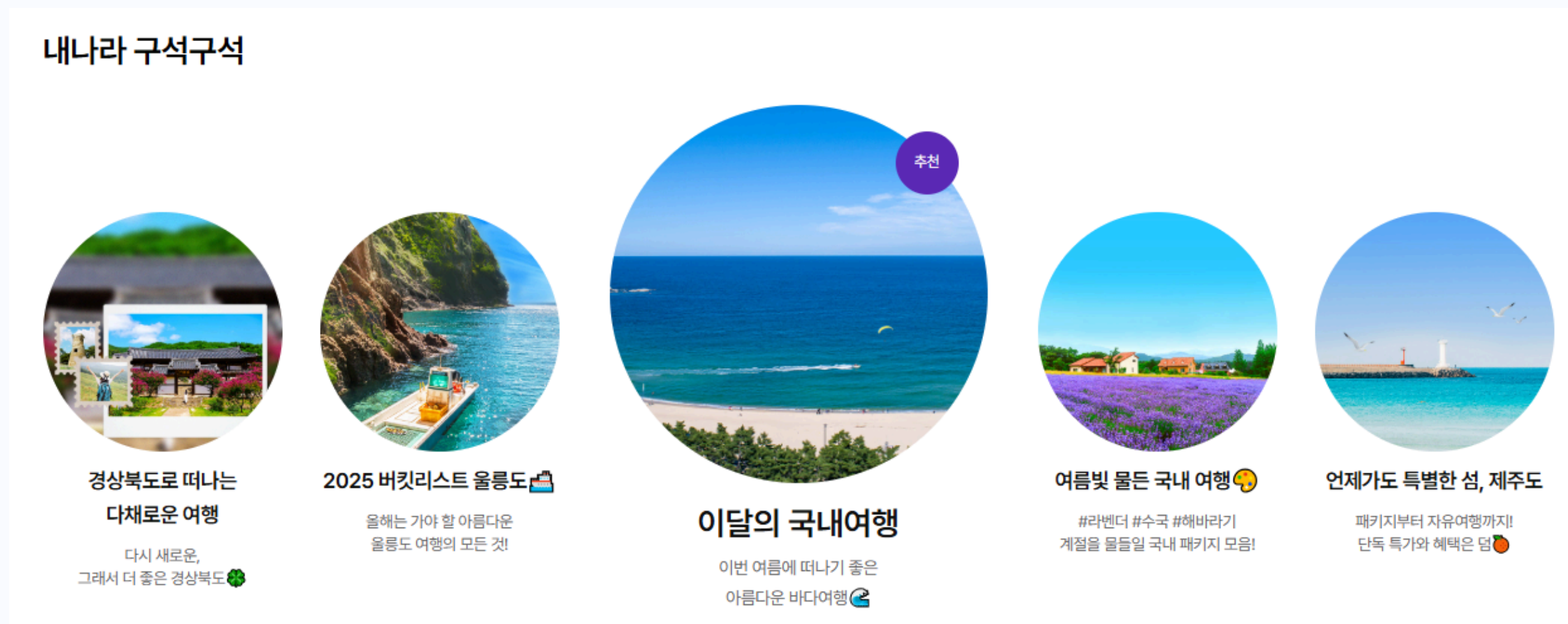
패키지
세부 5,6일
#제이파크 #물놀이
669,000 원~

- 비슷한 성격을 가진 섹션이 많아 자칫 따분할 수 있는 **여행지 추천** 콘텐츠를 한곳에 묶어 태그 느낌으로 분류해 **다양성**을 확보

경쟁사 분석 5. 콘텐츠

하나투어

내나라 구석구석



- 여행 가이드 느낌의 콘텐츠로 단순히 상품판매의 범주를 벗어나 여행 잡지를 읽는것 같은 소소한 재미를 줌

경쟁사 분석

5. 콘텐츠

클룩

비주얼메인



- 자칫 밋밋할수 있는 **예매, 검색창**에 뒷배경을 주고 창 주위를 어둡게 해줌으로서 **자연스러움** 연출

와그

영상콘텐츠

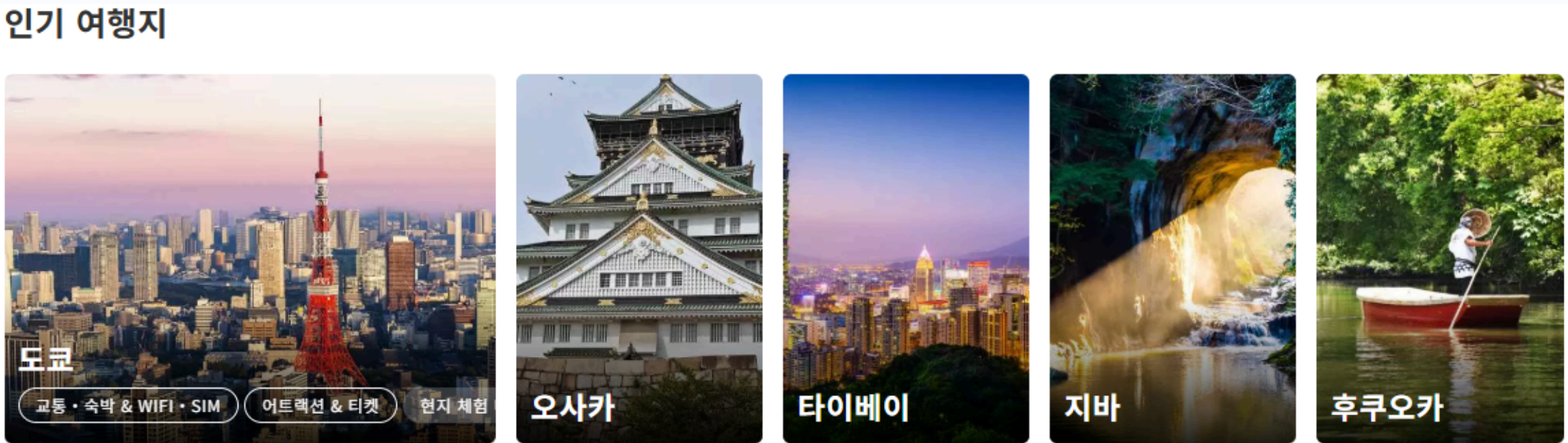


- 생동감있는 **영상으로** 현장감을 더해 여행지에 대한 **설렘**을 한층 더 증가 시켜주고 사이트에 **생동감**을 줌

경쟁사 분석 5. 콘텐츠

kkday

인기여행지



- 글자 보다는 훨씬 직관적이고 설렘을 줄 수 있는 **사진**을 돋보이게 구성
호버시 각 사진 크기 커짐

트립닷컴

메인페이지 상단

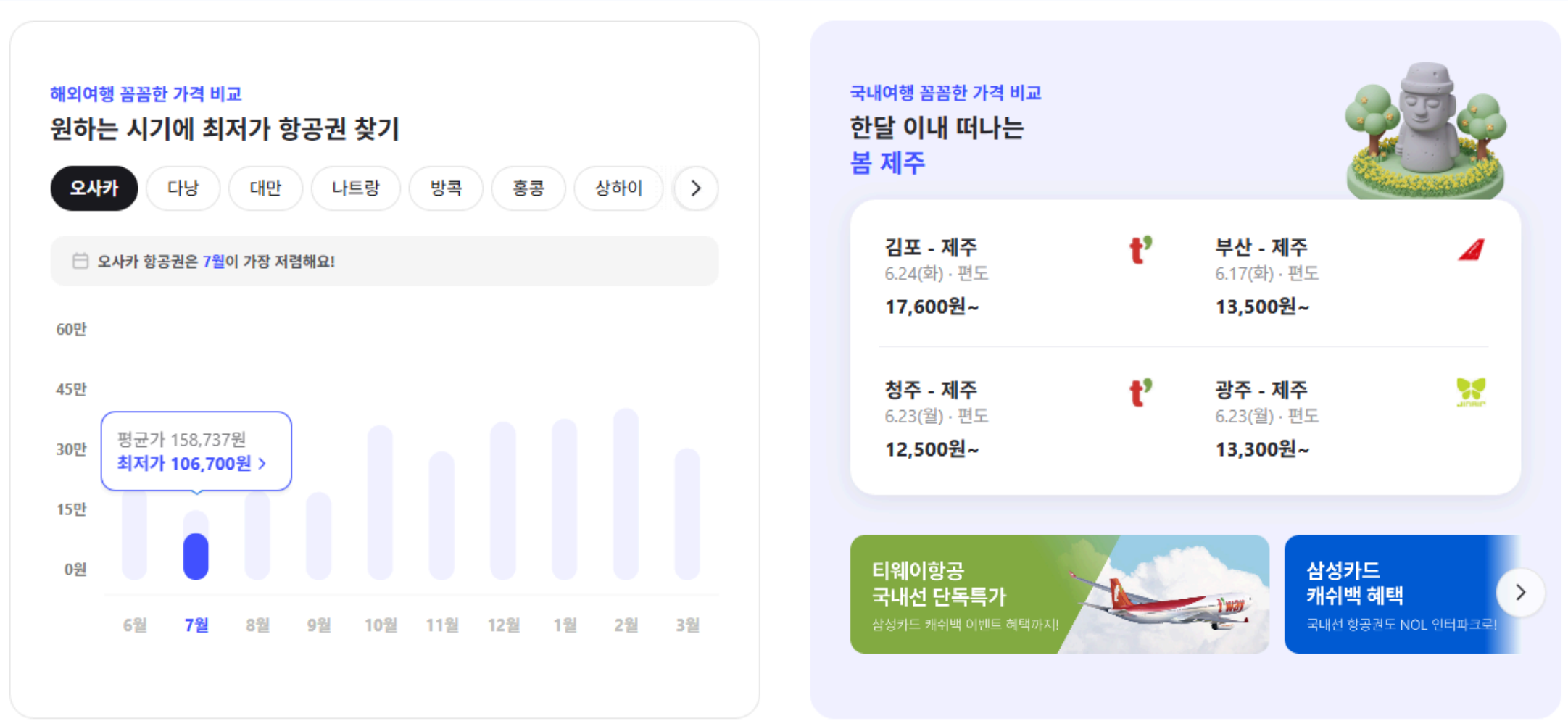


- 다양한 **예약정보**를 한 공간에서 손 쉽게 얻을 수 있게끔하여
편리성을 챙겨줄 수 있음

경쟁사 분석 5. 콘텐츠

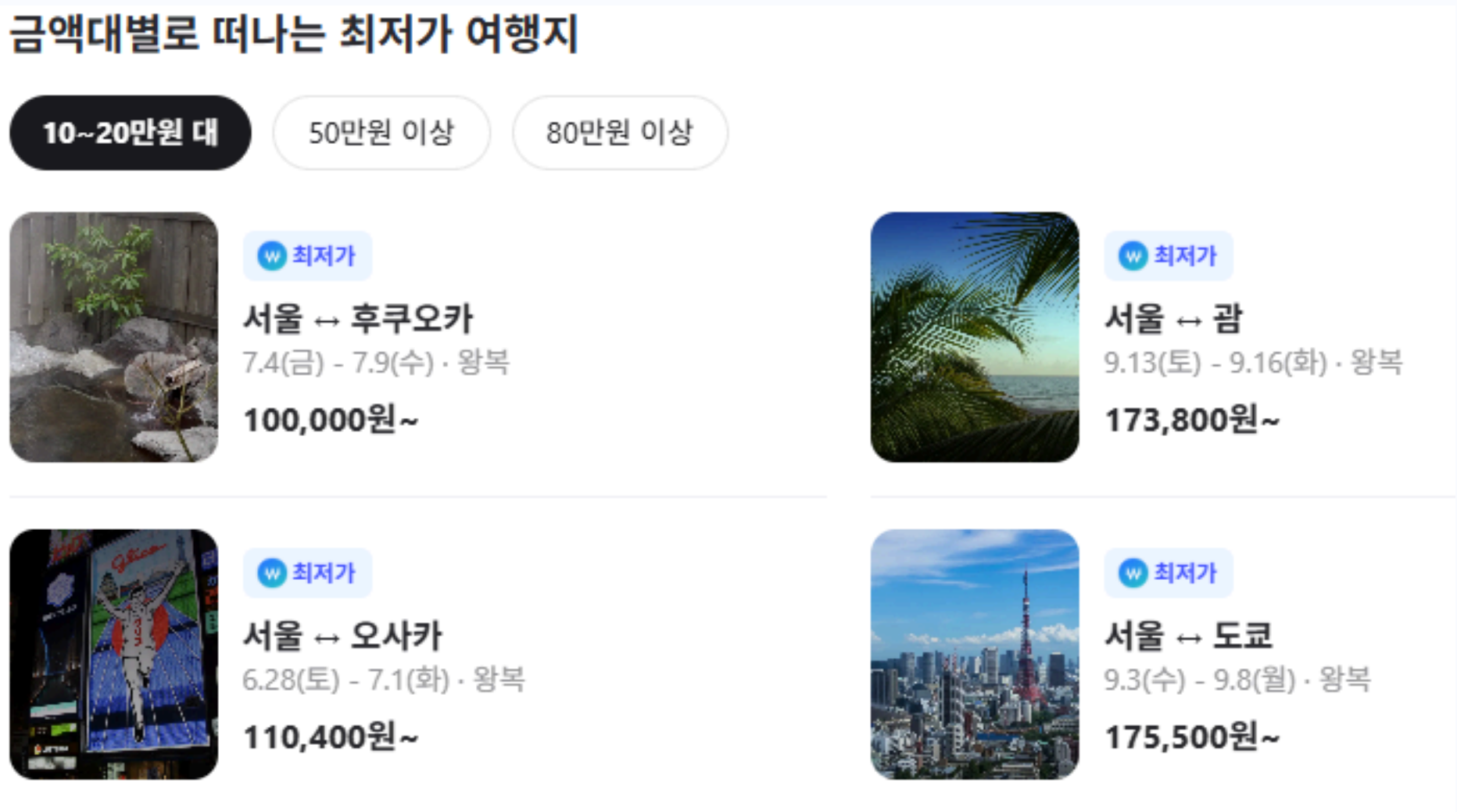
인터파크놀

항공권 가격비교



- 합리적인 가격의 항공권을 찾을수 있는 시기를 시각적으로 안내
여행 경비 부담이 다소 큰 사회 초년생들을 겨냥한 유용한 콘텐츠

금액대별 최저가 여행지

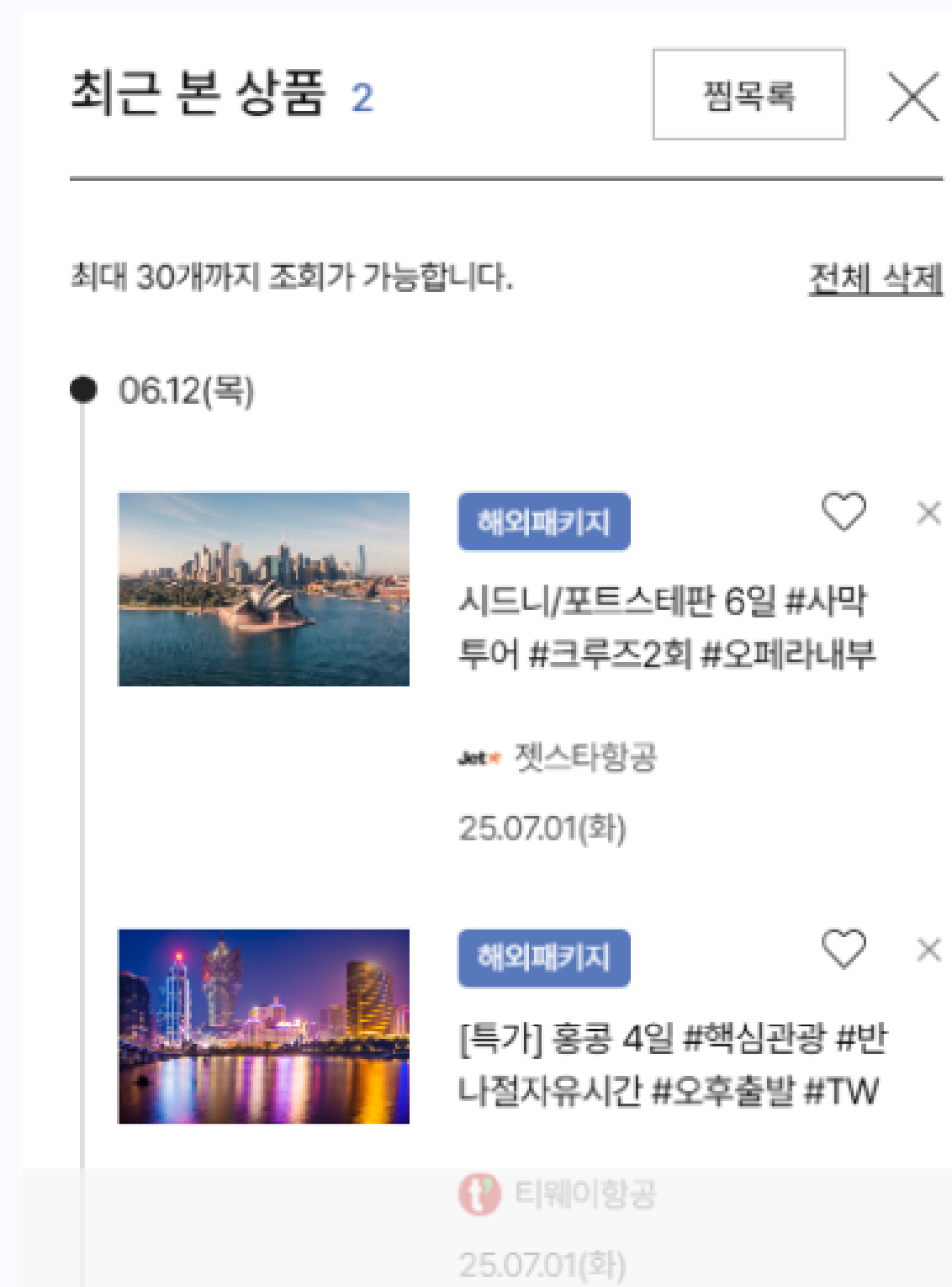


- 금액대별 탭을 통하여 원하는 금액대별로 편리하게 찾을 수 있음

경쟁사 분석 5. 콘텐츠

노랑풍선

최근 본 상품



- 상단 아이콘을 눌렀을 때 오른쪽에서 들어오는 드로어로 **최근 본 상품**을 배치하여 창을 다 켜두지 않더라도 **추후에** 자신이 봐둔 상품을 **효율적**으로 찾을 수 있음

5. 트렌드 도출



트렌드 도출

● 정보구조

1. 간략화된 카테고리 구성

● 네비게이션

1. 이미지 및 직관적인 아이콘 적극 활용
2. 검색창 적극활용 - 인기검색어 등 다양한 기능을 추가한 많은 콘텐츠 활용

● UI

1. 통일된 스타일의 탭과 버튼을 사용
2. 마우스 호버 시 색상 변경

● 마케팅/디자인

1. 메인컬러 적극 활용 및 트렌디한 배너
2. 한정특가 마케팅 - 특정 시간대만 구매 가능한 특가딜로 구매 긴장감 유도
3. 유튜브, 인스타그램 등 SNS 알고리즘을 통한 적극 홍보 및 상품 통합 탐색
ex) 6월에 가기 좋은 여행지 Top 5 → 관련 상품 노출

● 콘텐츠

1. 개인화 강화

맞춤 추천 알고리즘 - 고객의 검색/예약 기록 기반으로 맞춤 여행 상품 추천
스타일 기반 추천 - “혼자 여행 좋아하는 사람에게 어울리는 코스”,
“힐링 중심 여행” 같은 감성적 분류
고객별 콘텐츠 - MZ세대, 3040 부모, 시니어 등 타겟별 콘텐츠 구성

2. 현지 중심 콘텐츠 증가

로컬 가이드 중심 상품 - 여행지 주민이 직접 진행하는 투어 강화
여행 가이드 콘텐츠 - 지역별 특색을 살려 지역에서 느낄 수 있는 새로운 경험을 제공
체험 중심 패키지 - 쿡킹 클래스, 사진 투어, 자전거 코스 등 경험형 위주

3. 생동감있는 미디어 활용

큰 이미지 및 영상콘텐츠 활용 - 현장에 대한 사실감을 적극적으로 높임
애니메이션 및 다양한 슬라이더 사용 - 여행의 동적인 이미지를 강화

4. 다양한 타겟을 겨냥한 카테고리 제공

탭과 필터링 기능으로 다양한 고객층이 각자 찾고 싶은 정보를 빠르게 얻을 수 있음

6. 타겟 설정



타겟 설정

- **메인타겟 : 바쁜 일정 속에서도 자유로운 여행을 추구하는 2-30대(MZ세대)**

1. 다양한 취미를 가지고 있으며

: 다양한 분야의 취미를 갖고 도전 해보며 이에 대한 열정이 많음

2. 가성비를 챙기고

: 현재 본인의 여건에 따라 알맞게 즐기며 쓸 수 있는 여행을 선호

3. 바쁜 일정 속에서 자유여행을 추구하며

: 지치고 바쁜 일상 생활 속에서 조금이라도 자유를 만끽하고 작게나마
일탈을 느끼고 싶어 함

4. 후기, 트렌드, 경험 공유를 중요하게 생각하고

: 유행에 가장 민감한 세대라고 할 수 있으며 이에 따라 SNS나 후기와 같은 다른 사람의
경험을 통하여 좋은 것은 같이 경험하고자 하는 심리가 존재

5. 디지털 친화적이며

: 하루의 일상생활을 대부분을 스마트기기에 의존한다고 해도 과언이 아닐만큼
스마트기기에 대한 의존도가 매우 높음

6. 새로운 사람들과 경험을 원하는

: 낯선 사람들과 교류하고 관계를 맺는 것을 즐기고 다양한 문화와 음식,
자연을 경험하고 싶어하는 호기심과 탐험심이 가득함

타겟 설정

- 메인타겟 : 바쁜 일정 속에서도 자유로운 여행을 추구하는 2-30대(MZ세대)



1 거주지 밖 이동량 높음
문화를 탐미하고 새로운 여행지를 발굴하고자 하는 적극적 특성 반영



2 카페거리, 시장골목, 해변 등 인기 관광목적지 선호 경향 뚜렷



맛집, 카페 위주의 '핫플'
서촌(서울), 보장동 카페거리(경기 용인), 나혜석거리(수원) 등



빠지지 않는 필수 관광코스 지역시장
부평 광동시장(부산), 동진시장(서울 연남동), 국제시장(부산) 등



해변관광지
해운대해수욕장(부산), 안목해변(강릉), 월정리해변(제주) 등

TRAVEL PULSE

2024년

함께하는 경험이 MZ세대의 새로운 사랑의 언어

- 여행은 사람들을 가깝게 만들어 서로를 연결해주는 창구
- 10명 중 9명은 가족·연인 등 사랑하는 사람과 함께하는 여행 선호

아태지역에서는

SNS는 여행 경험 공유에 필수

96%의 여행자들은 SNS에 여행 콘텐츠를 활발하게 업로드

10명 중 8명 SNS 추천 참고해 여행 상품을 예약한 경험

사랑하는 사람과 더 가까워지기 위한 새로운 모험

65%의 여행자들은 자주, 짧게 떠나는 여행 선호

10명 중 7명 아시아의 새로운 여행지를 적극적으로 찾을 계획

비용보다 '체험' 우선

5명 중 3명 여행 예산의 절반을 '체험'에 투자할 의향 있음

아태지역 여행자 선호 체험

- 테마파크
- 자연&아웃도어 액티비티
- 박물관&유적지 등 문화체험

가장 여행하고 싶은 계절 '봄'
한국인은 '가을' 선호

아태지역 여행자 절반 가까이는 2024년 1분기 여행을 계획

5명 중 3명 여행 계획 시 날씨와 계절의 영향을 받는다고 응답

Klook과 Milieu가 아시아 13개 시장을 대상으로 진행한 Klook Travel Pulse 설문 기준 (2024.1)

타겟 설정

- **서브타겟 : 여행을 통해서 건강과 젊음을 유지하고자 하는 4-50대 (X세대)**

1. 남은 여생을 여유롭게 즐기고 싶어하고

: 베이비 부머시대로 이른 나이에 결혼하여 일과 육아에만 몰두한

이들은 남은 여생을 자신이 원하는 여행을 하며 여생을 즐기고 싶어함

2. 비즈니스와 같은 출장을 자주 가며

: 어느정도 사회적 위치에 오른 이들은 해외미팅과 같이 출장을

자주 가게 되는데 이에 출장과 함께 남는 시간에 여행을

즐기고 오는 이들이 늘어나고 있음

3. 미디어를 통하여 자유여행을 입문하고자 하고

: 다양한 SNS, TV를 통하여 자유여행에 대한 새로움을 느끼고

도전하고자 하는 이들이 늘어나고있음

4. 편의성을 중요시하며

: 복잡한 것을 선호하지 않고 더욱이 잘 사용하지도 못함

5. 건강과 젊음을 유지하고자 하고

: 여행은 스트레스 해소에 도움이 되고, 대사 활동을 활발하게 하여

건강 증진에 긍정적인 영향을 미침

6. 여행에 있어 다양한 목적을 가지고 있는

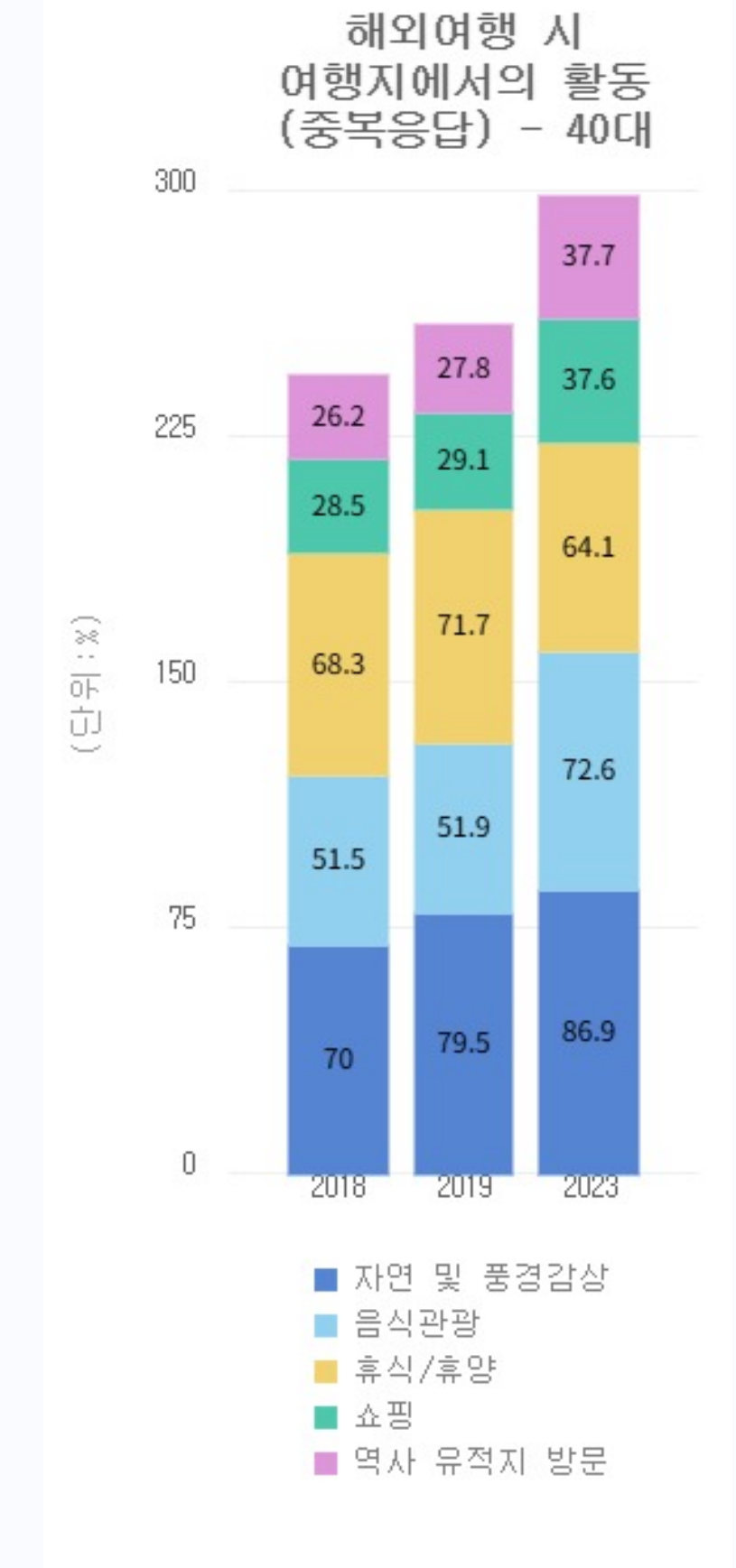
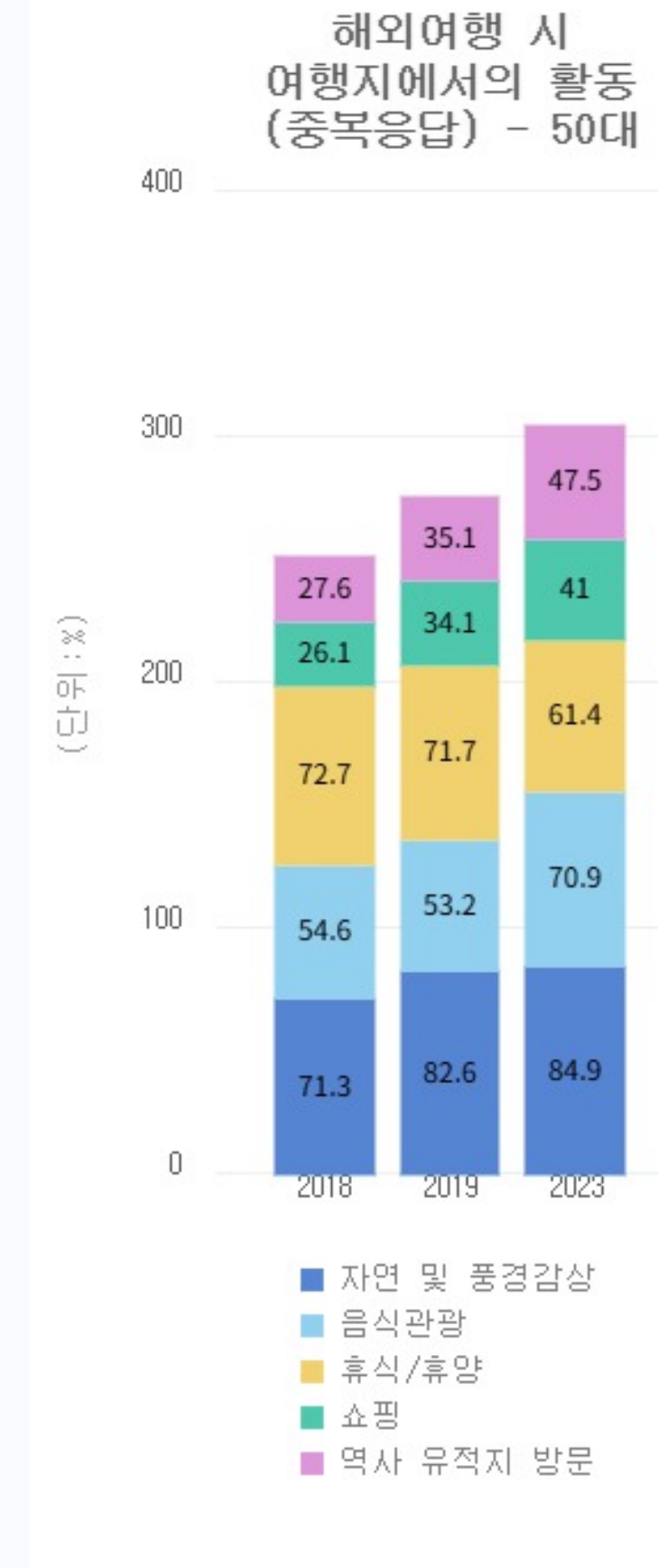
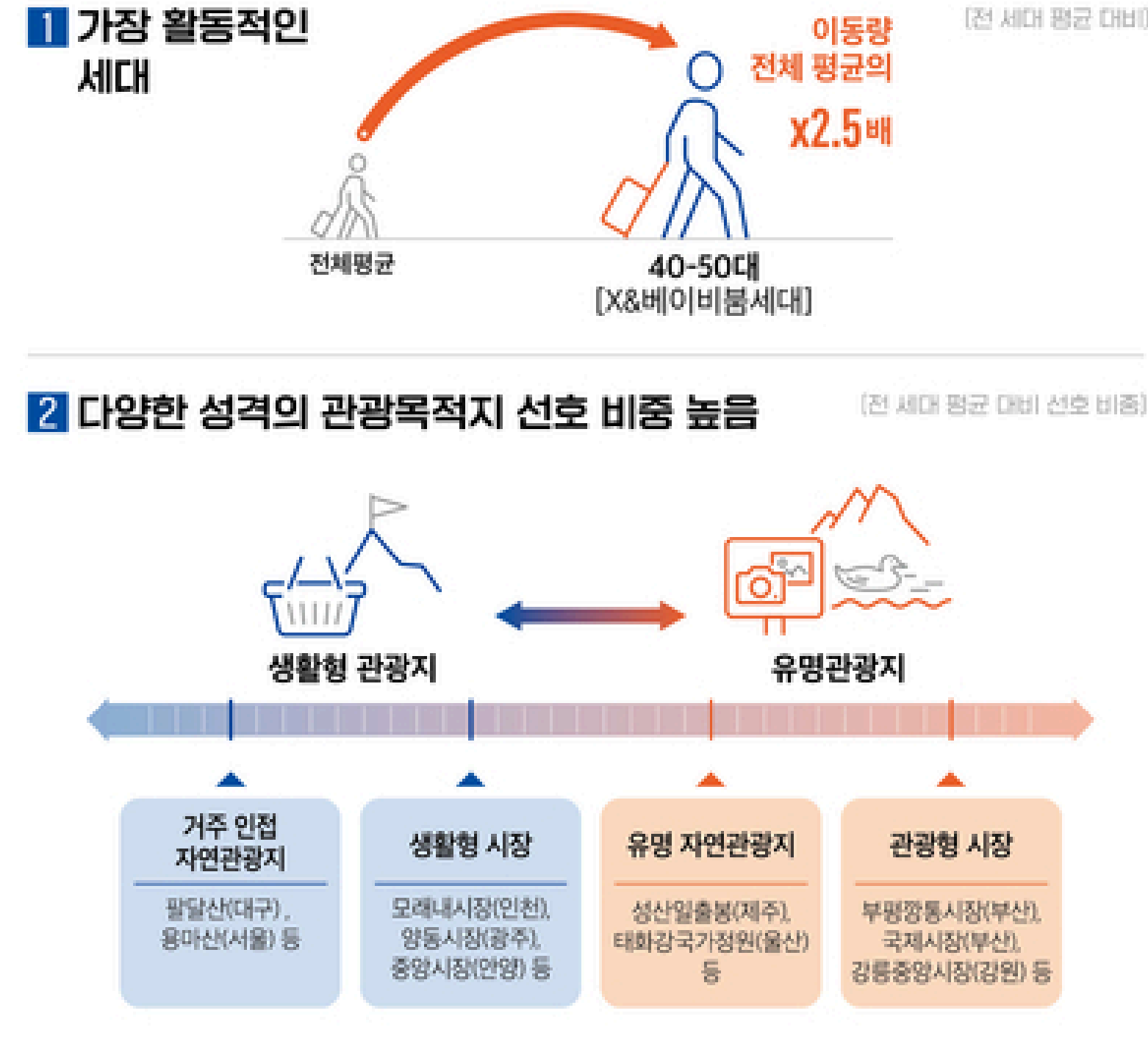
: 국내 여행은 여가와 건강, 종교적 이유로 선택되고 해외여행은

다른 문화 경향, 일상 탈출, 이국적인 음식 탐방 등 다양한 이유로 선택될 수 있음

타겟 설정

- **서브타겟 : 여행을 통해서 건강과 젊음을 유지하고자 하는 4-50대 (X세대)**

40-50대 여행 목적의 다양성 증가

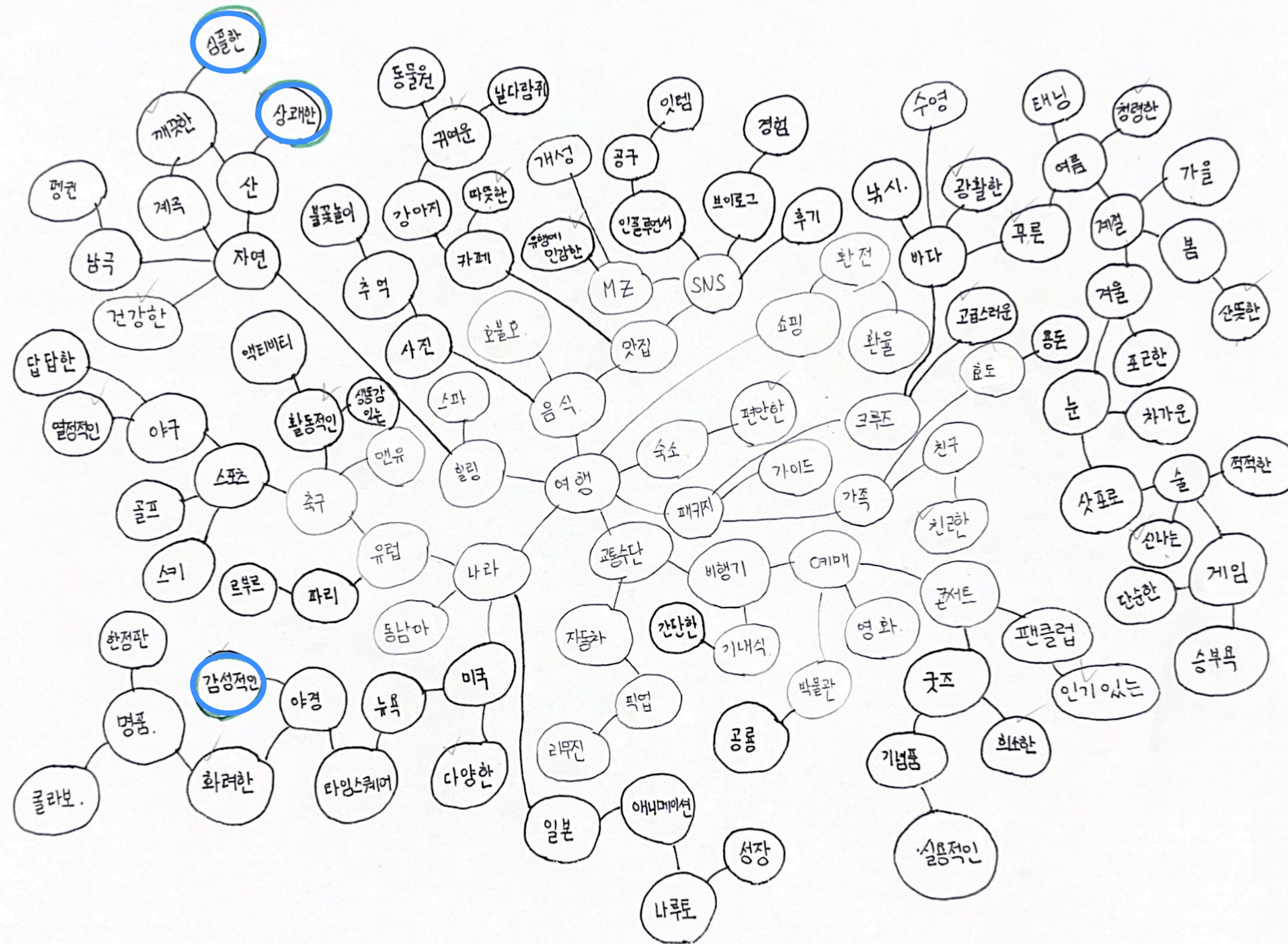


7. 콘셉트 도출



마인드맵 / 어피니티 다이어그램 / 컬러 플랜 / 폰트 플랜

콘셉트 도출 마인드맵(Mindmap)



#심플한

불필요한 텍스트 사용을 **절제**하고,
아이콘 및 컬러의 통일과 적절한 레이아웃 배치로
심플하게 **보기 편한** 사이트

#상쾌한

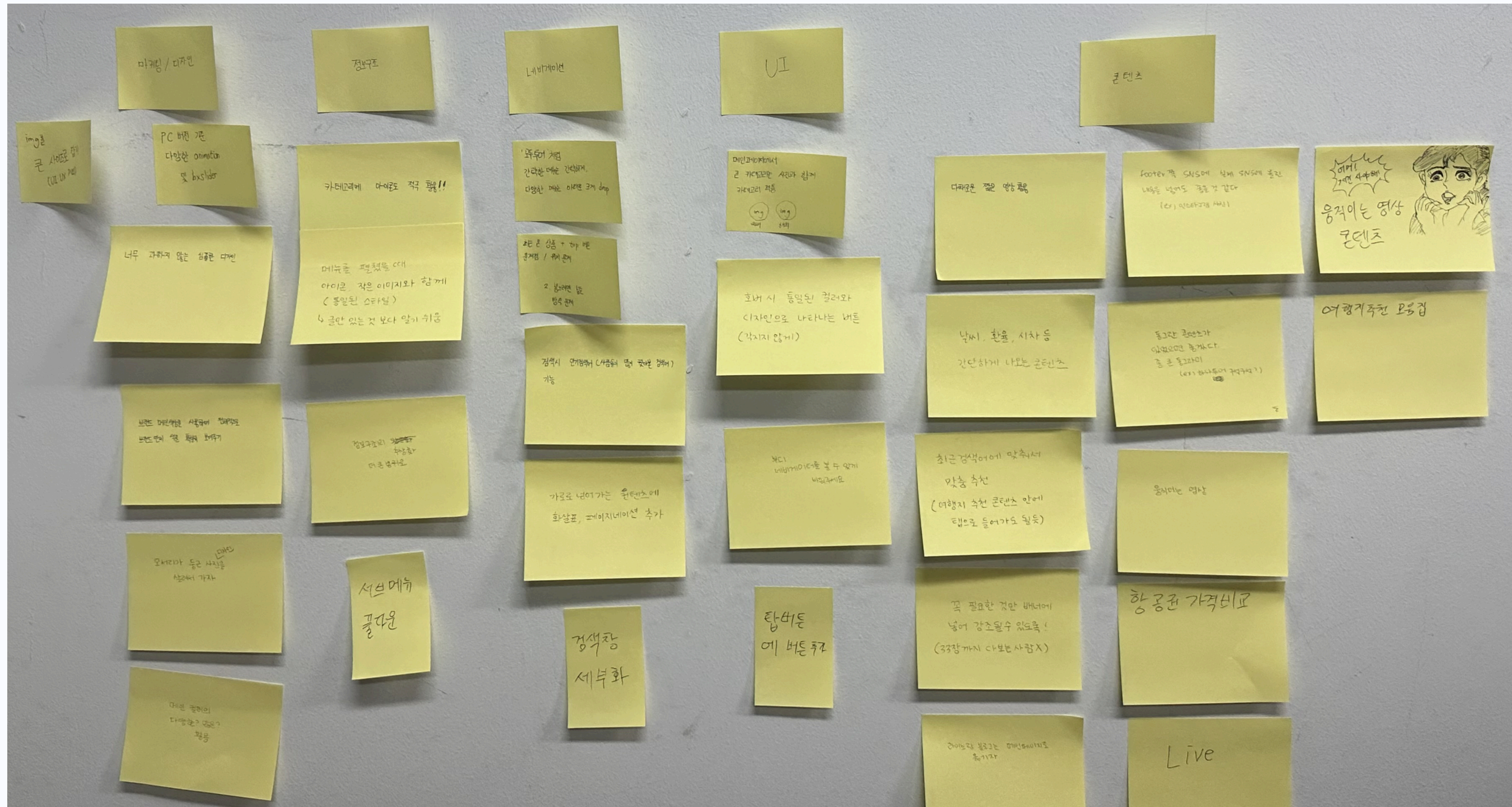
메인컬러인 **푸른색**을 사용하여 전체적인 사이트를
상쾌한 분위기로 디자인

#감성적인

큰 이미지와 동영상 콘텐츠 등 **미디어를 적극 활용**하여
여행의 분위기를 더 **생동적**으로 느낄 수 있도록하여
감성을 자극하는 콘텐츠

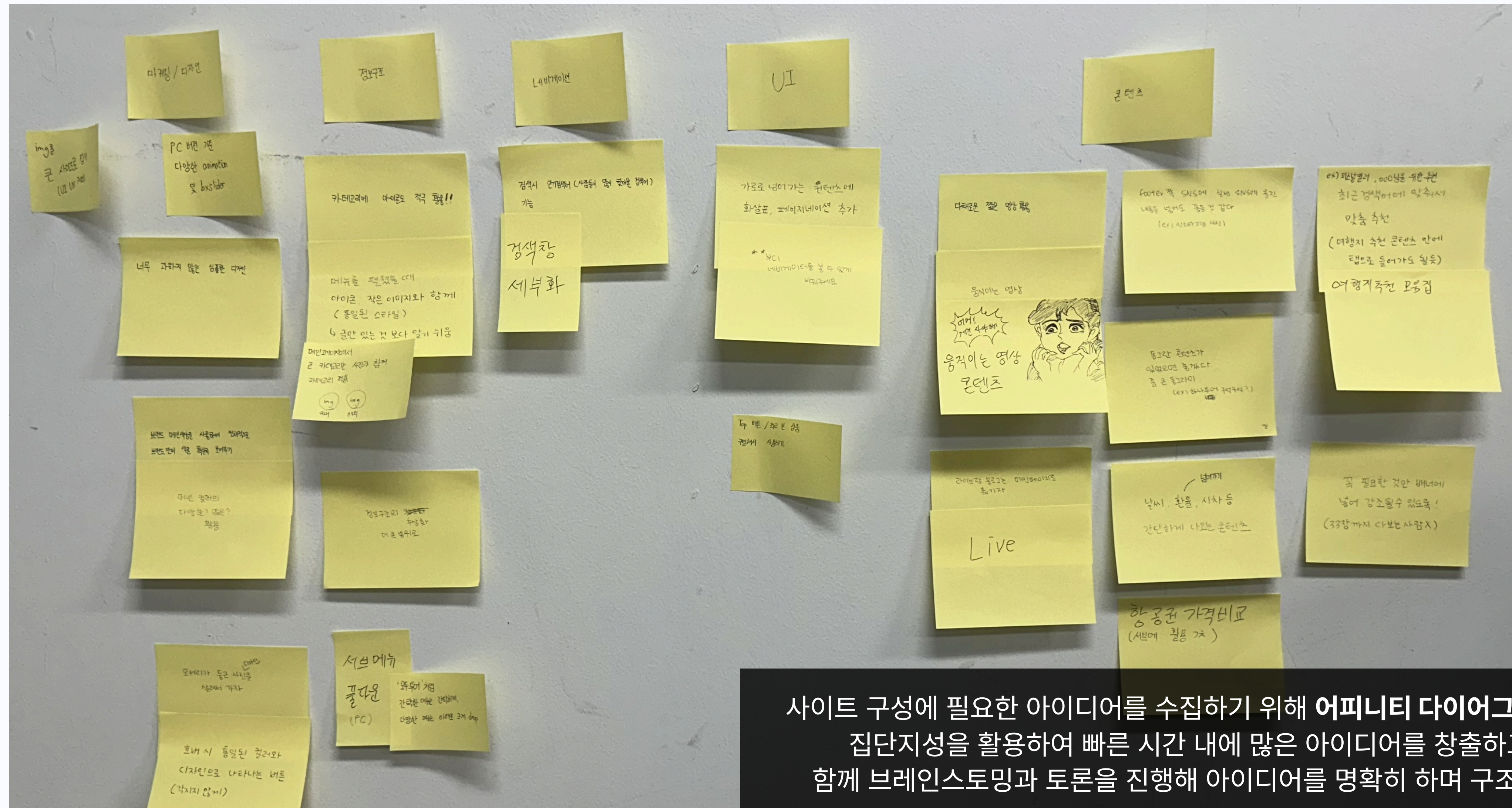
콘셉트 도출 어피니티 다이어그램(AffinityDiagram)

< 토론 전 - 아이디어 제시 >



개념 도출 어피니티 다이어그램(AffinityDiagram)

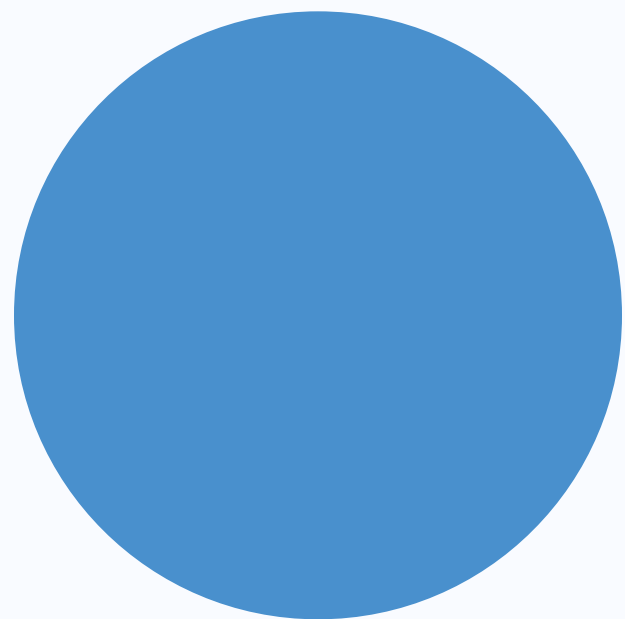
〈 토론 후 - 아이디어 정리 〉



사이트 구성에 필요한 아이디어를 수집하기 위해 **어피니티 다이어그램 활용**
집단지성을 활용하여 빠른 시간 내에 많은 아이디어를 창출하고
함께 브레인스토밍과 토론을 진행해 아이디어를 명확히 하며 구조화함

콘셉트 도출 컬러 / 폰트 플랜

> 컬러플랜



포인트컬러
#4991CE

기존 사이트 버튼 컬러를 참조하여
메인컬러 없이 여러 색상을 썼던 기존과 다르게
통일감을 제공하기 위해 하나의 컬러를 지정

> 폰트플랜

| Pretendard

진짜 나다운 여행 - Myrealtrip	—————	Light
진짜 나다운 여행 - Myrealtrip	—————	Regular
진짜 나다운 여행 - Myrealtrip	—————	Medium
진짜 나다운 여행 - Myrealtrip	—————	SemiBold

기존에 사이트에 사용 중이던,
심플한 느낌을 주는 Pretendard 폰트를 그대로 사용

8. 기획의도

기획의도

“

기존의 문제점이었던 정적인 콘텐츠 구성과
단조로운 레이아웃을 재구성하며
직관적이고 사용성이 높은 기능을 제공.



또한, 자유로운 여행을 추구하는 메インタ겟인 2-30대와
여행을 통해서 건강과 젊음을 유지하고자 하는 4-50대가
모두 편하게 사용할 수 있는 사이트로 리뉴얼.

”

Thank You

