

접수번호

※기재금지

「전남 체류형 여행상품 개발 지원」 여행상품 개발 계획서

[작성 시 유의사항]

- 본 “상품개발계획서”는 한글(HWP) 파일, **최대 A4 4매**로 작성
- 제목을 제외한 본문은 11포인트, 줄 간격 140으로 작성
- 파란색 안내문**은 이해를 돕기 위한 문구이므로 작성 시 삭제
- 도표, 그림 등 자유롭게 활용**하여 상품계획서 작성 가능
- 상품개요 및 이미지**는 「전남관광재단 홈페이지」에 게시되므로 정확하게 작성해 주시기 바랍니다.
- 관광상품 운영에 필요한 인허가 사항 등 관계 법령 필수 준수, 법령 위반으로 발생하는 모든 책임은 창작사에 귀속
- 문의처: 재단법인 전남관광재단 해외마케팅팀(061-802-2152)

2026년 04월 29일

전남 체류형 여행상품 개발 계획서

여행사명	지리산씨협동조합 (소재 시군명)	대표자명	임현수	
상품 개요	◎ 여행상품명 : 지리산길 걷:수다 ◎ 여행상품가격 : 50,000 ◎ 특이사항 : #구례당일 #구석구석구례탐방 #수다 #구례역사 #구례이야기 #숲이야기 ◎ 여행사명(연락처): 지리산씨협동조합 / 061-937-9944 ◎ 상품이미지 : 사진 파일 3장 별도 제출			
상품 일정 (상품 코스)	1. 상품조건			
	상품 전체일정	☐ ()박 ()일 ☒ 당일투어 (최소 4시간 이상)		
	전남 소재 숙박 수	☒ 미해당 ☐ 1박 ☐ 2박 ☐ 3박 이상 ()박		
	전남 소재 유료 입장 관광지 및 체험 이용 건수	☒ 1건 이상 ☐ 2건 이상 ☐ 3건 이상 ()건		
상품 일정 (상품 코스)	2. 상품일정표			
	상품일정표			
	일자	시간	방문지	비고
	1회차	09:30~10:00	구례공용버스터미널	집결 및 출발(버스)
		10:10~11:30	오미마을	옛마을의 생성과정, 지리적 특성에 따른 풍수
		11:30~12:00	문화쉼터	공연
		12:00~13:30	점심식사	
		13:30~14:40	오미마을 숲	운조루의 역사 및 숲이야기 프로그램 종료(버스)
	14:40~15:00	구례공용버스터미널	해산	

상품 일정 (상품 코스)	3. 상품가격(1인 기준)																								
	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">구 분</th><th>견적금액(원)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>식사</td><td>1회차 중식</td><td>12,000</td></tr> <tr> <td>체험</td><td>운조루 역사박물관 및 운조루 탐방</td><td>1,000</td></tr> <tr> <td>강사</td><td>운조루의 역사 및 나무이야기</td><td>15,000</td></tr> <tr> <td>기타</td><td>공연비</td><td>12,000</td></tr> <tr> <td colspan="2">합계</td><td>40,000</td></tr> <tr> <td colspan="2">여행사 수수료</td><td>10,000</td></tr> <tr> <td colspan="2">최종 1인당 상품 가격</td><td>50,000</td></tr> </tbody> </table>		구 분		견적금액(원)	식사	1회차 중식	12,000	체험	운조루 역사박물관 및 운조루 탐방	1,000	강사	운조루의 역사 및 나무이야기	15,000	기타	공연비	12,000	합계		40,000	여행사 수수료		10,000	최종 1인당 상품 가격	
구 분		견적금액(원)																							
식사	1회차 중식	12,000																							
체험	운조루 역사박물관 및 운조루 탐방	1,000																							
강사	운조루의 역사 및 나무이야기	15,000																							
기타	공연비	12,000																							
합계		40,000																							
여행사 수수료		10,000																							
최종 1인당 상품 가격		50,000																							
	※ 표 작성 시 줄 추가 가능																								
모객 목표	- 2026년 6월 ~ 2026년 12월 유치목표: 총 360명 (산출근거: 30명/1회 X 12회 X 6개월 = 총 360명)																								
홍보 마케팅 계획	■ 타겟 확장 및 외부 홍보 전략 - 광역 단위 온라인 마케팅: 인스타그램 및 페이스북 타겟 광고를 설정하여 인근 도시 및 수도권 거주자 중 '트레킹', '국내 여행', '치유/힐링' 키워드 관심층에게 집중 노출 - 여행 전문 플랫폼 입점: '마이리얼트립', '프립(Frip)', '네이버 예약' 등 외부 여행/액티비티 플랫폼에 상품을 등록하여 외부 유입 채널 다각화 - 바이럴 마케팅: 여행 전문 인플루언서나 블로거 초청 팸투어를 진행하여 포털 사이트 내 '주말 나들이'나 '이색 체험' 검색 시 상위 노출 유도 ■ 오프라인 및 연계 마케팅 - 교통 거점 홍보: 주요 기차역, 시외버스터미널 내 광고판 및 리플렛 비치 - 기업 및 단체 제휴: 워크숍이나 사내 동호회 활동을 찾는 외부 기업·단체들을 대상으로 '견수다' 연계 맞춤형 패키지 제안서 발송																								

판매 실현 가능성	■ 상품 판매유지 계획의 구체성 - 현재 운영 중인 '견수다'의 높은 만족도가 입소문을 통해 외부로 확산되고 있으며, 이는 상품의 대외적인 공신력을 뒷받침함 - 12회차라는 넉넉한 운영 횟수를 활용해 계절별로 코스와 테마를 변경하여 외부 관광객의 재방문 및 지속적인 흥미 유도 가능 ■ 판매실적 목표에 따른 상품 판매가격의 적정 여부 - 계획서에 명시된 1인당 50,000원의 가격은 외부 대행 플랫폼의 유사한 '데이 투어' 상품들과 비교했을 때 충분한 가격 경쟁력을 갖춘 - 식사부터 교통, 전문 강사까지 포함된 '올인원(All-in-one)' 구성은 외부 방문객들이 별도의 계획 없이도 참여할 수 있는 강력한 구매 요인임 ■ 저가-덤핑상품 근절 노력을 위한 개선 노력 - 단순 저가 물량 공세가 아닌, 지역의 특색을 담은 독점적 콘텐츠를 제공함으로써 상품의 프리미엄 이미지 구축 - 외부 유입 시 발생할 수 있는 품질 저하를 방지하기 위해 강사 및 서비스 매뉴얼을 표준화하여 일관된 고품질 경험 제공
--------------	---