

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 4월 일

전남 체류형 여행상품 개발 계획서

여행사명	(유)뉴월드관광	대표자명	황미정		
상품 개요	◎ 여행상품명 : "레트로 감성 & 노을 힐링 투어" ◎ 여행상품가격 : 1인: 70,000원 ◎ 특이사항 : 드라마세트장 → 1960~80년대 레트로 체험 와온해변 → 한국 최고의 노을 감상 힐링 (레트로 / 인생샷 / 슬로우 여행 / 노을) ◎ 여행사명(연락처): 뉴월드관광 / 061-721-2117 ◎ 상품이미지 : 800px 이상 해상도의 JPG 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	숙소	비고
	1일차	09:00~09:10	순천역 집결		버스
		09:40~13:00	드라마세트장 체험		교복/복고의 상대여(옵션)
		13:00~14:00	중식		
		14:00~18:30	와온해변 이동 및 활동 (일몰감상)		버스 (노을명소)
		19:40	귀가		

3. 상품가격(1인 기준)			
상품 일정 (상품 코스)	구 분		견적금액(원)
	식사	1일차 중식(꼬막정식)	25,000
	체험	드라마촬영장	3,000
	교통	순천 일원	20,000
	가이드	가이드비	10,000
	기타	여행자 보험	2,000
	합계		60,000
	여행사 수수료		10,000
	최종 1인당 상품 가격		70,000

구 분		견적금액(원)
식사	1일차 중식(꼬막정식)	25,000
체험	드라마촬영장	3,000
교통	순천 일원	20,000
가이드	가이드비	10,000
기타	여행자 보험	2,000
합계		60,000
여행사 수수료		10,000
최종 1인당 상품 가격		70,000

모객 목표	- 2026년 6월 ~ 2026년 12월 유치목표: 총 500명 ○ 산출근거 【 6월 × 40명 (상품런칭 / 초기홍보) 】 【 7월 × 70명 (여름 휴가 시즌) 】 【 8월 × 90명 (성수기 최대 수요 집중) 】 【 9월 × 80명 (성추석 연휴 활용) 】 【 10월 × 90명 (성가을 관광 피크) 】 【 11월 × 70명 (단풍 시즌 유지) 】 【 12월 × 60명 (연말 감성 여행) 】 ☞ 핵심 ※ 7~10월 = 수요 집중 구간 ※ 6월 = 시장테스트 ※ 11월~12월 = 감성 콘텐츠 전환
홍보 마케팅 계획	- 온라인 마케팅 전략 ◦ 소셜미디어 캠페인 Instagram, Facebook, YouTube ◦ 해양 및 드라마세트장에서의 생생한 사진과 동영상 공유 ◦ 해변 및 세트장 관련 할인을 위한 해시태그 캠페인 (#순천여행, #드라마 세트장체험) ◦ 참여 고객이 촬영한 사진을 공유하고, 최우수 사진 선정 시 상품 제공 ○ 블로그 및 인플루언서 협업 ◦ 여행 관련 블로거와 인플루언서에게 초대해 리뷰를 작성하도록 유도 ◦ 블로그 포스트 및 유튜브 영상 제작을 통한 상품 홍보 ○ 검색 엔진 최적화(SEO) ◦ 관련 키워드(예: 드라마세트장, 순천 와온해변 등)를 중심으로 웹사이트 최적화 ◦ 유용한 관광 정보 및 팁을 담은 블로그 글 작성으로 검색 유입 증가 도모 - 오프라인 마케팅 전략 ○ 관광 정보 센터 협력 ◦ 지역 관광 정보센터와 협력하여 팸플릿 배포 및 쿠폰 제공 ◦ 지역 숙박업체와 제휴하여 관광 패키지 판매 ○ 이벤트 및 박람회 참가 ◦ 여행 및 관광 박람회 참가하여 상품 홍보 및 예약 모집 ◦ 특별 이벤트(예: 사진 콘테스트, 시즌별 행사) 개최하여 지역 사회의 관심 유도 ○ 지역 커뮤니티 기반 홍보 ◦ 지역 신문, 라디오 방송, 지역 커뮤니티 웹사이트를 통한 광고 ◦ 지역 학교 및 단체와 협력하여 단체 여행 패키지 제공

판매 실현 가능성	- 핵심 관광지 활용 ◦ 순천 드라마세트장 (레트로 체험 / 가족 + 커플 핵심 콘텐츠) ◦ 와온해변 (노을 특화 / 감성 관광 핵심) - 타겟 고객 전략 ◦ 가족 단위 (여름방학 / 체험형 관광 + 키즈, 부모 패키지) ◦ 커플 / 친구 (주말여행 / SNS 목적) 핵심키워드 #인생샷+노을+감성 ◦ 외국인 관광객 (K-드라마 / 한국감성) 핵심키워드 # "K-drama filming location + sunset" - 6월런칭 ◦ 계정 개설 및 콘텐츠 20개 업로드, 해시태그 집중 #순천여행 #드라마세트장 #와온해변노을 - 7월~8월 확산 ◦ 릴스/숏폼 주 4회 업로드 ◦ 광고 집행 (월 50만원 수준) ◦ 콘텐츠 유형 → 노을 타임랩스, 커플 브이로그, 체험 영상 - 9월~10월 피크 ◦ "인생샷 챌린지 이벤트" / 사용자 콘텐츠 리그람 - 11월~12월 감성시즌 ◦ 겨울 노을 콘텐츠 / "연말 여행 추천" 영상 - 인플루언서 협업 ◦ 6~7월 집중 초청 / 마이크로 인플루언서 10명 / 중형 2~3명 ◦ 기대 효과(초기 바이럴 확보) - SEO & 블로그 ◦ 월 10개 이상 콘텐츠 발행, 네이버 블로그 집중 ◦ 핵심키워드 (순천 드라마세트장, 순천 와온해변, 순천 당일여행)
----------------------	---