

상생의 시장경제를 지키는

# 브릿지경제

## 남해 살아가기, 여행 상품 만족도 높아

2박 3일 반패키지 상품 '여행이 필요할 때, 남해'  
생활형 관광상품 호평...새로운 콘텐츠 발굴로 이어져

정도정 기자

최종 기사입력 2023-12-09 09:19



문화체육관광부 공모사업인 생활관광 활성화사업으로 추진되고 있는 남해 살아가기 여행 상품 '여행이 필요할 때, 남해'가 98%의 높은 만족도를 보여줬다. 남해군 제공.

문화체육관광부 공모사업인 생활관광 활성화사업으로 추진되고 있는 남해 살아가기 여행 상품 '여행이 필요할 때, 남해'가 98%의 높은 만족도를 보여줬다.

남해관광문화재단에서 추진하는 '여행이 필요할 때, 남해'는 생활 인구를 늘리고자 기획된 2박 3일의 반패키지 여행 상품이다

이번 만족도 설문조사는 150여 명의 참가자를 대상으로 진행됐다. 그 결과 참가자의 약 98% 이상이 본 상품을 주변에 추천하고 싶다고 밝혔다. 또한 약 95% 이상이 전반적으로 만족한다는 답변을 내놓았다.

특히 남해각 해설투어, 비누 만들기, 그리고 지역민과 함께하는 원데이클래스를 포함한 필수 체험 프로그램에 대한 만족도가 높게 나타났다.

생활관광 사업은 남해 여행의 콘텐츠를 다변화하고 그 지평을 넓혀 나가는 데에도 기여할 전망이다.

우선, 독일마을과 다랭이마을 등 삼동면과 남면에 집중돼 있던 남해 여행지를 남해읍과 이동면 일대로 변화·분산했던 점이 눈에 띈다.

특히 그동안 관광객의 발걸음이 뜸했던 미국마을을 활성화할 수 있는 계기가 됐다.

미국마을 5개 펜션과 연계해 필수 숙박 장소로 지정했으며, 미국마을이 있는 이동면을 중심으로 식음료 쿠폰인 소비쿠폰 사용처를 모집 선정했다.

또한 현지인의 정보를 수집해 미국마을 주변 생활관광 자원 정보를 소개한 엽서형 안내도를 제작함으로써, 대중에게 해당 지역에 대한 이해도를 높였다는 점도 높은 평가를 받았다.

또한 다양한 마케팅 채널을 활용해 상품의 시장성을 확인하고 가치 있는 활동을 이어나갔다. OTA(온라인 여행사) '미스터멘션'과 연계해 실시간으로 상품을 판매 관리하고 타겟 고객층을 설정 후 고객층에 맞춘 온라인 광고 홍보 활동을 진행했다.

공영홈쇼핑과 연계해 상품 판매는 물론 라이브방송을 송출해 실시간으로 소개하고 고객과의 소통을 강화했다. 단순히 SNS에 콘텐츠를 제작해 게시 후 끝나는 홍보 활동을 벗어나, 다양한 채널에서 고객에게 더 쉽게 다가가는 마케팅을 했다는 점이 주목할 만하다.

이와 함께 해당 상품은 남해 현지 살아보기 체험 여행 상품에서 시작해 워케이션(Work+Vacation, 원하는 곳에서 업무와 휴가를 동시에 하는 근무제도) 장소, 관광 선진지 견학 상품 등으로 폭넓게 운영됐다.

조영호 남해관광문화재단 본부장은 “생활관광 사업을 통해 남해다운 관광문화를 체험하고 지역민과 직접적인 교류를 할 수 있는 생활형 여행상품을 개발 운영했다”며 “그 결과 전국 각지에서 관광객이 찾았고, 방문객 만족도도 높게 나타나는 등 생활관광 사업이 남해관광을 새롭게 홍보하고 관광콘텐츠를 개발하는데 큰 효과를 보았다”고 말했다.

경남=정도정 기자 sos6831@viva100.com

---