

전격 해부 전 세계 여행자의 최신 경향 분석



너무 많은 선택지에 압도된 여행자는 과연 최적의 가격으로 여행 상품을 구매했는지 불안해 합니다.¹

음악 페스티벌이나 스포츠 대회와 같은 실시간 이벤트가 여행지 결정에 미치는 영향이 더욱 커지고 있습니다. 전 세계 실시간 이벤트 시장은 2030년까지 2조 달러 규모에 이를 것으로 예상됩니다.²

여행객들은 여행을 계획하는 데 평균 약 **18시간**을 소비합니다. 여기에는 여행지의 문화와 역사를 조사하고, 숙박, 항공, 레스토랑, 렌터카 가격을 비교하고 예약하는 활동이 포함됩니다.³

밀레니얼 세대와 Z세대의 39%는 스마트폰이나 태블릿으로 최저가를 검색합니다. 그러나 여행 상품 구매는 데스크톱 컴퓨터에서 완료합니다.⁴

조사 대상 여행객의 52%는 여행 3~6개월 전에 항공권을 구매하는 반면, 14%는 6개월 이전에 구매합니다.⁵

전 세계 여행객의 60% 이상이 여행 계획을 세우는 데 AI 기반 솔루션을 사용할 의향이 있습니다. 이는 여행 분야에서도 인공지능으로 상당한 전환이 일어나고 있음을 보여줍니다.⁶

개인화된 서비스를 기대하는 여행객이 늘고 있습니다. 이러한 맞춤 서비스에 대한 강력한 수요를 반영하듯, 전 세계 맞춤형 여행 시장의 규모는 2034년까지 약 2630억 달러에 달할 것으로 예상됩니다.⁷

온라인 쇼핑객의 76%는 품질이 다소 낮더라도 자신의 모국어로 정보가 제공되는 상품을 구매하는 것을 선호하며, 40%는 다른 언어로 된 웹사이트에서는 상품을 구매할 의향이 없다고 답했습니다.⁸

Z세대 여행객들은 온라인을 넘어 여행지에서 직접 사람들을 만나고 새로운 우정을 쌓는 경험을 선호합니다. 여러 세대가 함께하는 여행도 여전히 인기가 높습니다.⁹

유럽 여행객의 4분의 1 이상이 사람이 너무 많은 여행지는 피하고 싶다고 답했습니다. 지속 가능한 여행을 추구하는 경향이 증가할 것으로 예상됩니다.¹⁰

최신 트렌드가 여행 브랜드에 미치는 영향 혁명적인 여행 브랜드의 대응 전략은...

최적화

원활한 디지털 및 모바일 환경을 구축합니다

개인화

콘텐츠를 맞춤화하여 고도로 타겟팅된 캠페인을 생성합니다

우선순위 할당

처음부터 번역과 로컬라이제이션을 고려합니다

활용

AI 기반 도구로 고객 참여와 콘텐츠 전달을 개선합니다

