

2019 대전 방문의 해

대전 관광 이미지 리포지셔닝(repositioning)

· 발행처_대전세종연구원 도시정보센터
· 발행인_박재묵
· 편집인_박노동, 이정림, 방정희
· 디자인_디자인스튜디오203 대전
· 발행일_2019. 1. 1.

★★★★★ 대전여행 관련 SNS검색 단어 중요도

(단위: 점)

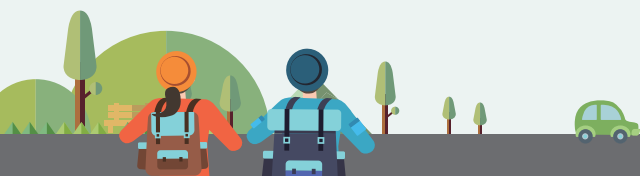


대전의 관광 이미지

• '대전 여행'을 키워드로 SNS 매체에 노출된 단어의 중요도를 점수화한 결과, 한밭수목원, 성심당, 장태산휴양림, 유성, 당일치기 등 순으로 나타남

※ 리포지셔닝은 기존 제품의 포지션을 분석하여 새롭게 조정하는 활동을 의미함

※주_1) 조사기간(2017. 1.1~12.31), 검색엔진(네이버블로그), 자료수집 및 분석(Textom 프로그램 활용)
2) TF-IDF 점수는 특정 문서 안에서 어떤 단어가 얼마나 중요한지를 통계 수치화 한 것
※자료_윤철민(2018), 「대전의 관광 이미지 평가를 통한 (리)포지셔닝 구축방안에 대한 연구」, 대전세종연구원



방문객 대상 대전 관광 이미지 온라인 조사

조사기관 (주)와이즈인컴퍼니

조사기간 2018.3.5.~3.7.

조사방법 온라인 설문조사(on-line survey)

유효표본 300명(1년 이내 관광 목적으로 대전을 방문한 사람)
표집오차 95%, 신뢰수준 ±5.66%



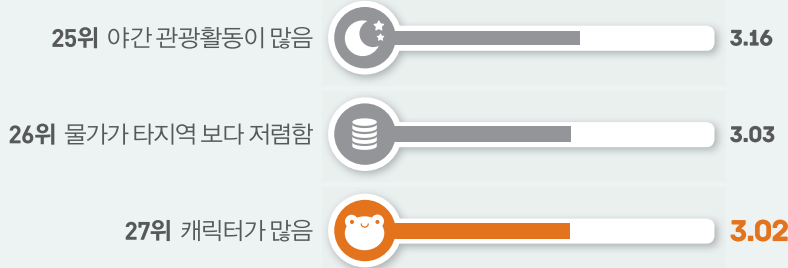
대전의 인지적 이미지

(단위: 점, 5점 척도)

높은점수



낮은점수



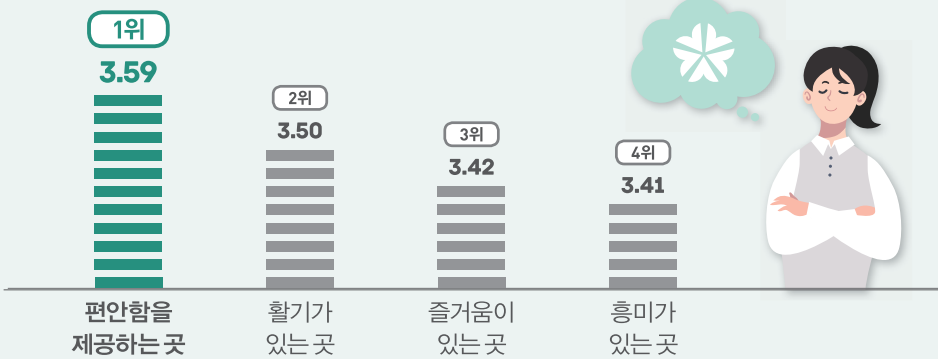
※주_ '인지적 이미지'는 대전이 지닌 유·무형 관광자원 및 환경에 대해 방문객이 가진 정보 및 지식 정도

※자료_윤설민(2018), 「대전의 관광 이미지 평가를 통한 (리)포지셔닝 구축방안에 대한 연구」, 대전세종연구원.

- 방문객 대상의 대전에 대한 인지적 이미지는 편리한 교통, 도시 안전성 등이 상대적으로 높은 점수를, 저렴한 물가, 캐릭터수 등은 상대적으로 낮은 점수를 나타냄

대전의 정서적 이미지

(단위: 점, 5점 척도)



※주_ '정서적 이미지'는 추상적이지만 대전 방문을 통해서 느꼈던 생각이나 감정이 반영된 정서적 평가

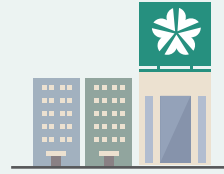
※자료_윤설민(2018), 「대전의 관광 이미지 평가를 통한 (리)포지셔닝 구축방안에 대한 연구」, 대전세종연구원.

- 방문객 대상의 대전에 대한 정서적 이미지는 편안함과 활기가 있는 곳이라는 의견이 상대적으로 높음



대전의 도시 이미지

(단위: 점, 5점 척도)



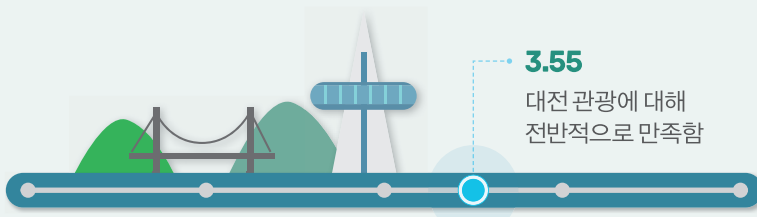
※주_ '도시 이미지'는 브랜드 가치 차원에서 대전이라는 도시의 총체적 인상

※자료_ 윤설민(2018), 「대전의 관광 이미지 평가를 통한 (리)포지셔닝 구축방안에 대한 연구」, 대전세종연구원.

- 방문객 대상의 대전에 대한 도시 이미지는 첨단과학중심, 교통중심, 행정중심 도시라는 의견이 높은 편임

대전 관광 전반적 만족도

(단위: 점, 5점 척도)



※ 주_ '전반적 만족도'는 대전관광에 대해 총체적으로 느낀 만족도

※ 자료_ 윤설민(2018), 「대전의 관광 이미지 평가를 통한 (리)포지셔닝 구축방안에 대한 연구」, 대전세종연구원

- 방문객 대상의 대전 관광에 대한 전반적 만족도는 3.55점으로 평균보다 높은 편임

대전의 관광 이미지구축을 위한 제언



대전의 관광 이미지 리포지셔닝

- 대전은 첨단과학, 교통 도시 등과 같은 기술지정학적 이미지에서 관광과 국제화가 중심이 되는 사회적 이미지 부각을 통해 새로운 도시 이미지로 리포지셔닝 할 필요가 있음



강점을 살린 리포지셔닝 전략
교통과 과학을 활용한 관광브랜드화



상징적요소 강화 전략
교육성과 랜드마크를 활용한 관광 환경 구축



컨셉트 변화를 통한 리포지셔닝 전략
슬로건을 활용한 관광브랜드화



심미적 요소 강화 전략
거리와 경관을 활용한 환경친화적 관광 환경 구축

※자료_ 윤설민(2018), 「대전의 관광 이미지 평가를 통한 (리)포지셔닝 구축방안에 대한 연구」, 대전세종연구원.