

고객 경험으로의 트렌드 변화

- 상품 기획은 예전부터 전자 제품을 만드는 회사들에게는 굉장히 중요한 프로세스였습니다
- 이는 **10**여년 전 스마트폰 성공 이후, 고객들이 **TV**가 스마트해 지는 것을 당연하게 생각하면서부터 서비스 기획도 매우 중요하게 생각하게 되었습니다
- 최근, 상품 기획과 서비스 기획은 “고객 경험”이라는 용어로 빠르게 바뀌고 있습니다
- 결국, 우리는 고객에게 좀더 나은 경험을 제공하기 위해 상품을 기획하고, 서비스를 기획하는 것이기 때문에, 매우 자연스러운 변화입니다
- 이런 트렌드는 전자 업계 뿐만 아니라, 관광 업계에서도 비슷할 듯 합니다

가보고 싶다

Ga Bo Go Sib Da

- 여행을 매우 좋아하는 프로 관광객으로써, 저는 이 한국어 단어가 관광 산업의 고객 경험에 대해 잘 표현하고 있다 생각합니다
- 바로, “가보고 싶다” 입니다
- 영어로는 “**want to go and experience**” 정도로 번역될 것 같습니다
- 관광한다, 여행 간다는 것은 단순히 “방문”하는 데 그치지 않고, 가서 보고, 느끼고, 경험하는 것까지를 포함해야 할 것입니다
- 과거에는 “가보고 싶다”라는 마음을 어떻게 갖게 되었을까요?



영화에서...

아니면,
지구마을에서...



For the Resilient Tourism

- 지난 2년여 간, **COVID-19**으로 인해 우리의 여행 경험은 멈췄습니다
- 우리의 고객인 관광객들은 항상 새로운 경험을 찾고 싶어 합니다
- 이런 상황은 관광 업계에게도 매우 중요하지만, 기술 업계에 있는 저희에게도 매우 중요한 의미를 갖습니다
- 관광객들이 물리적으로 이동이 어려울 때, 어떻게 여행할 수 있도록 하는 지는 매우 다양한 방법과 아이디어가 있을 것입니다
- 하지만, 저희 같은 전자 업체에도 고객들에게 “가보고 싶다”는 느낌을 줄 수 있는 기회가 있을 것이고, 이 고객들은 언젠가 그 곳으로 직접 여행을 가게 될 것입니다