

“MZ의 여행 방식... 기록 남기고 소통하며 경비도 벌어요”

MZ터뷰

여행 플랫폼 '트립비토즈'
상혁·희연·미혜

MZ터뷰 열 다섯번째 주인공은 여행 플랫폼 트립비토즈에서 마케팅을 담당하고 있는 상혁님, 서비스플랫폼 개발을 담당하는 희연님, 호텔 세일즈를 맡고 있는 미혜님입니다.

코로나19에 막혔던 하늘길이 열리고 해외여행 수요자들은 대폭 늘어나고 있습니다. 국내외 수많은 여행 관련 플랫폼기업들은 코로나19이전과 이후가 너무 다르다고 입모아 말합니다. 과거에는 숙박, 비행기 등 여행에 필요한 요소만 찾는 사용자들이 대부분이었습니다. 최근에는 독특한 국내숙박, 나만 알고싶은 해외 여행지, 현지에서 친구만들기 등 새로운 서비스들을 찾는 이용자들이 늘어나고 있죠. 이처럼 여행 관련 트렌드가 더 빠르게 변할 것이라는 것을 미리 예측하고 여행 플랫폼을 출시한 기업이 있습니다. '트립비토즈'입니다.

지난 2017년 시작한 트립비토즈는 여행 플랫폼에 SNS의 기능을 접목한 사용자 생성 동영상 기반의 OTA(Online Travel Agency)입니다. 트립비토즈는 사용자가 직접 숏폼 영상을 본인의 계정에 업로드해 플랫폼 안에서 사용자 간의 여행 경험을 연결합니다 또 다른 사용자의 반응을 얻을 시 보상을 지급해 다시 여행을 할 수 있도록 해주는 'T2E(Travel to Earn, 여행하면서 돈 벌 수 있는 서비스)'를 전 세계에서 처음 선보입니다. 거래액의 일부를 사용자에게 상금으로 돌려주는 T2E 서비스를 운영하는 OTA는 현재 국내 여행 플랫폼 중 트립비토즈가 유일합니다.

트립비토즈의 앞선 전략에 사용자들은 열광합니다. 단순히 여행이라는 행위를 떠나 여행지와 호텔을 직접 소개하는 등 사용자들은 트립비토즈 안에서 스스로 마케터 역할을 하고 있습니다. 그들은 트립비토즈가 여행의 모든 것을 공유하고 소통하는 공간의 기능을 가지고 있다고 말합니다. 쉽게 말하면 '호텔 예약(커머스)이 가능한 여행 커뮤니티 플랫폼'이라고 할 수 있겠죠.

특히 주 사용연령이 MZ세대가 되면서 마케터의 성향은 더욱 두드러집니다. 지난해 말 트립비토즈를 이용해 여행을 준비한 이용자들이 업로드한 영상 수가 38만 개 이상을 넘어가고 있습니다.

트립비토즈는 앞으로의 사용자들도 트립비토즈 안에서 여행의 모든것을 제공받으면서 활발한 마케터 활동을 통한 소통에 니즈가 커질 것이라고 확신합니다. 이는 트립비토즈의 가장 큰 과제겠죠.

이 같은 과제를 하나씩 풀어나가고 있는 세 직원입니다. 고인물이지만 아닌척 하는 상혁님과 원효대사 해골물 미혜님, 삼행시 천재 희연님이입니다.

세 사람의 입사연차는 제각각이었지만 모두 '중격마' 그 자체였습니다. 그들과의 대화를 통해 트립비토즈의 문화는 존중과 존경에서 발생된다는 것을 알게됐습니다.

아래는 세사람과의 즉문즉답입니다.

—트립비토즈에서 어떤 업무를 담당하고 있나

상혁: 그로스마케팅팀에서 데이터를 기반으로 한 마케팅과 고객관계관리(CRM) 및 페이드 마케팅 채널의 전략을 수립하고 집행하는 일을 하고 있습니다.

희연: 서비스 플랫폼 개발팀에서 벤앤드 개발



(왼쪽부터)정지하 트립비토즈 대표, 김상혁 그로스마케팅 팀장, 원미혜 마케팅팀, (오른쪽 아래)주희연 테크팀이 사진 촬영을 위해 포즈를 취하고 있다.

여행 플랫폼에 SNS 기능 접목, 숏폼 영상 기반 OTA 주 연령대 MZ세대로 업로드 영상 수 38만 개 넘어가 사용자 간 여행 경험 연결... 좋아요·댓글로 랭킹 매겨 랭커들에겐 숙소 예약 시 사용 가능한 트림캐시 지급

을 담당하고 있습니다. 트립비토즈의 앱과 웹 서비스도 개발이 주 역할입니다.

미혜: 마켓 매니저 팀에서 호텔 세일즈를 담당하고 있습니다.

—트립비토즈가 다양한 활동을 하고 있는 것으로 알고 있는데, 타 플랫폼과 차별성이 있나

상혁: 트립비토즈는 사용자 측면에서 여러채널을 비교하지 않아도 한 곳에서 여행의 모든 것을 한번에 해결할 수 있습니다. 기업 입장에서 여행 수요를 늘릴 뿐만 아니라 호텔, 펜션 등 다양한 파트너사와의 협업도 강화할 수 있죠.

미혜: 또 다른 점은 랭킹 서비스입니다. 사용자들은 여행지와 숙소의 영상을 올리고 '좋아요', '댓글' 등의 반응을 받아 랭킹 포인트를 적립하여 순위를 올릴 수 있죠. 각 지역과 숙소의 랭킹 100위 내에 든 사용자(랭커)들은 해당 장소 거래액의 일부를 트림캐시로 차등 지급받게 되며, 트림캐시는 트립비토즈에서 숙소 예약 시 현금처럼 사용할 수 있습니다. 실제 지난해 1등은 798만 캐시를 획득하기도 했습니다.

희연: 최근 앱에 채팅·영문 서비스 기능 등을 추가하며 사용성 강화를 위한 웹 서비스 업데이트

를 진행했습니다. 숙소 체크인 7일 전부터 예약한 숙소가 있는 지역의 채팅방에 자동으로 입장 되고 체크인 당일 자정 이후에는 자동으로 채팅방이 종료되는 서비스입니다. 뿐만 아니라 사용자들이 직접 여행지를 소개하고 소통할 수 있도록 나만의 여행기록을 남길 수 있는 여권 및 여행 기록 기능을 신설했습니다. 사용자들은 언제든지 시기에 맞춰 여행지를 영상과 텍스트를 통해 소개할 수 있게됐습니다. 또 영문 서비스를 지원할 수 있어 글로벌 이용자들이 손쉽게 사용할 수 있습니다.

—전 회사와 다른점이 있나

상혁: 탄력적인 출퇴근이 가장 매력적입니다. 희연: 문서를 위한 문서가 필요없습니다. 빠른 의사 결정과 추진력으로 일에 빠르게 대응할 수 있다는 점은 곧 사용자들에게 보다 나은 서비스와 피드백을 제공할 수 있다는 것으로 이어집니다.

미혜: 호텔에서 세일즈를 할 때는 '호텔을 어떻게 잘 팔지'라고 생각했다면 트립비토즈에서는 '어떻게 전국의 호텔을 사용자들에게 소개해줄까'라는 식으로 생각이 확장된 것을 느낍니다. 이는 내부에서 수많은 소통을 통해 도출된 포인트입니다.



주희연

김상혁

원미혜

—가장 좋아하는 트립비토즈의 문화는

희연: 생일자의 이름을 삼행시로 지어 축하하는 문화가 있습니다. 신선하고 모두가 즐기고 있습니다. 재미있게 창작한 직원에게는 생일자와 함께 선물을 주곤합니다. 제가 항상 거의 1등을 차지하고 있죠.

상혁: 1:1토크를 언제나 편하게 할 수 있다는 점입니다. 프로젝트를 위해 서로의 스케줄을 확인해 보고 자유롭게 해당 1:1토크를 신청합니다. 대표님도 예외는 아닙니다.

미혜: 어버이날에 회사에서 깜짝 이벤트로 부모님께 사진, 트립캐시, 손편지를 보내주셨습니다. 너무 뿌듯한 나머지 부모님께는 "나만 선택됐다"고 거짓말 하기도 했습니다.

—전반적인 회사 문화와 개선할 점은

상혁: 각 팀의 전문성을 존중하고 인정하려고 합니다. 적극적인 소통의 문화가 점점 확대되고 있음을 피부로 느끼고 있습니다. 또 굉장히 캐주얼합니다.

희연: 서로가 원하는 방향을 설정해 놓고 소통을 통해 개선하고 수정해 나가고 있습니다. 이에 빠르게 목표에 도달해버려서 일이 너무 많은게...

미혜: 큰 그림을 함께 그려나가는 조직이 되길 희망합니다. 서로 바쁘다 보니 우선순위의 가치가 흐려질 수 있지만 규모가 커질 수록 존중하고 존경한다면 충분히 밸런스를 유지해 나갈 것이라고 확신합니다. 직급과 상관없이 모두의 발언권을 존중해 준다는 점도 저를 성장 시킵니다.

—여행 플랫폼 + SNS의 결합 이색적인데, 트렌드가 또 변할까요

상혁: 여행이 끝난 후 삭제되는 앱이 아닌 다음 여행을 계획하기 전까지 SNS처럼 꾸준히 살펴볼 앱이 될 것이라고 확신합니다. 여행과 공유 모두 사용자들의 선택이다. 이같은 선택을 존중해주는 플랫폼이 있다면 이용하지 않을 이유 무엇?

희연: 최근 여행 특이 추가되면서 영상과 사진을 공유할 수 있게 됐습니다. 오픈채팅방처럼 여행을 주제로 한 사용자들 간 더 다양한 커뮤니티가 형성 될 것 같습니다.

미혜: 아무도 해보지 않은 분야라 아무도 어떻게 될지는 모르지만, 해당 분야를 유기적으로 잘 융화시키는게 우리의 과제 라고 생각합니다.

—월급은

미혜: 사이버머니다. 조카의 육아용품은 사는데 거의 다 쓰고 있습니다.

희연: 쉬게 해주는 존재. 여행 비용에 가장 많은 돈을 쓰고 있습니다.

상혁: 스키는 게 월급. 취미 없습니다. (최근 결혼 준비에 과도한 비용을 지출하자 몸도 마음도 메달랐다는 후문) 트립비토즈의 대표적인 고인물로 아닌 척 하느라 힘들지만, 요즘 덕질은 '일'입니다.

—최근에 보지 못한 프로 애사심러들인데(약속 지킵니다), 회사(정지하 대표)원하는 게 있나

상혁: 망설임 없이 없습니다. (라고 전해달라는 후문) 하지만 굳이 말하자면 월차, 유급휴가 같은 부분이 확대되길...

어느 누군가: 업무상 통화를 많이 하는데 회사에서 통화하는게 너무 힘들다. 통화 부스가 있으면 업무 향상에 도움이 될 것 같습니다.

어느 누군가2: 여행을 지원해주는 캐시와 생일자 캐시 금액이 좀 더 커지면 사용자 입장에서 바라보는 시선을 더욱 잘 살펴 볼 수 있을 것 같습니다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲“판다가 다시 움직인다” 엔데믹 시대
중 명품 소비 급증 /뉴스스
▲韓·호주, 핵심광물 공급망 협력 확대
·기후변화 공동 대응

▲美바이든 다음주 선거자금 모금...대선 준비 본격화하나?
▲日기시다 “개헌 미룰 수 없는 과제”...국민투표 조기 실시할 듯



▲폴 크루그먼, “달러 위기론 무시해도 좋다” /뉴스스
▲구글 딥마인드 CEO “사람같은 일반 인공지능 곧 개발”