

시클리퍼스 활동내역(3월 1~2주)

금주(3월 1~2주) 결과:

AI 활용 업무혁신방안	9 개 연구
서울관광재단 업무적용 사례	39 개 도출

총(2026년) 결과:

AI 활용 업무혁신방안	9 개 연구
서울관광재단 업무적용 사례	39 개 도출

날짜 2025. 3. 3.(화) - 1일차

기능

LLM '예약된 작업' 기능으로 선제적 메시지 받기 (※유료 한정)

대표 적용사례 (이찬호) 매일 아침 9시마다 'AI 신규기능' 알림을 받아서 체험해보기

안녕! 약속한 오전 9시가 되었어. 오늘은 '예약된 작업(Scheduled Actions)' 기능을 심층 분석해 볼게. 특히 질문한 것처럼 무료 버전과 유료 버전(Advanced)의 결정적인 차이와 서비스 제한을 중심으로 정리했으니, 공유 계정에서 테스트할 때 꼭 참고해 봐!

🔥 [오늘의 AI 신기능 알리미: 예약된 작업 & 등급별 가이드]

오늘의 도전 과제: "나의 업무 리듬에 맞춘 '자동화 리서처 라인' 구축하기"

이 기능이 특별한 이유

95%의 사람들은 시를 필요할 때만 찾는 '도구'로 쓰지만, 예약 기능을 쓰는 5%는 시를 '스스로 일하는 직원'으로 만듭니다. 하지만 무료와 유료의 차이를 모르면 설정해놓고도 "왜 작동 안 하지?" 하며 당황할 수 있어. 이 기능은 단순히 알람을 울리는 게 아니라, 정해진 시간에 시가 **검색 → 분석 → 요약 → 보고**의 과정을 자동으로 수행하게 만드는 것이 핵심이야.

⚠️ 주의사항: 무료 버전에서는 "내일 9시에 알려줘" 같은 간단한 명령은 수행하지만, "매일 아침 9시에 해외 트렌드를 분석해서 매일 초안을 써줘" 같은 연쇄적인 지능형 작업은 유료 버전에서만 안정적으로 작동해.

실무 적용 시나리오 (관광 마케팅)

- 무료 버전 활용: "매주 월요일 아침 9시에 '서울 등산관광' 관련 주요 키워드 3개만 리마인더로 띄워줘." (단순 알림용)
- 유료 버전 활용: "매일 아침 9시에 전 세계 인스타그램에서 #SeoulHiking 해시태그의 변화를 추적하고, 외국인들이 가장 많이 반응한 사진들의 공통 특징을 분석해서 홍보 전략 보고서로 제출해줘." (자동 리서처용)

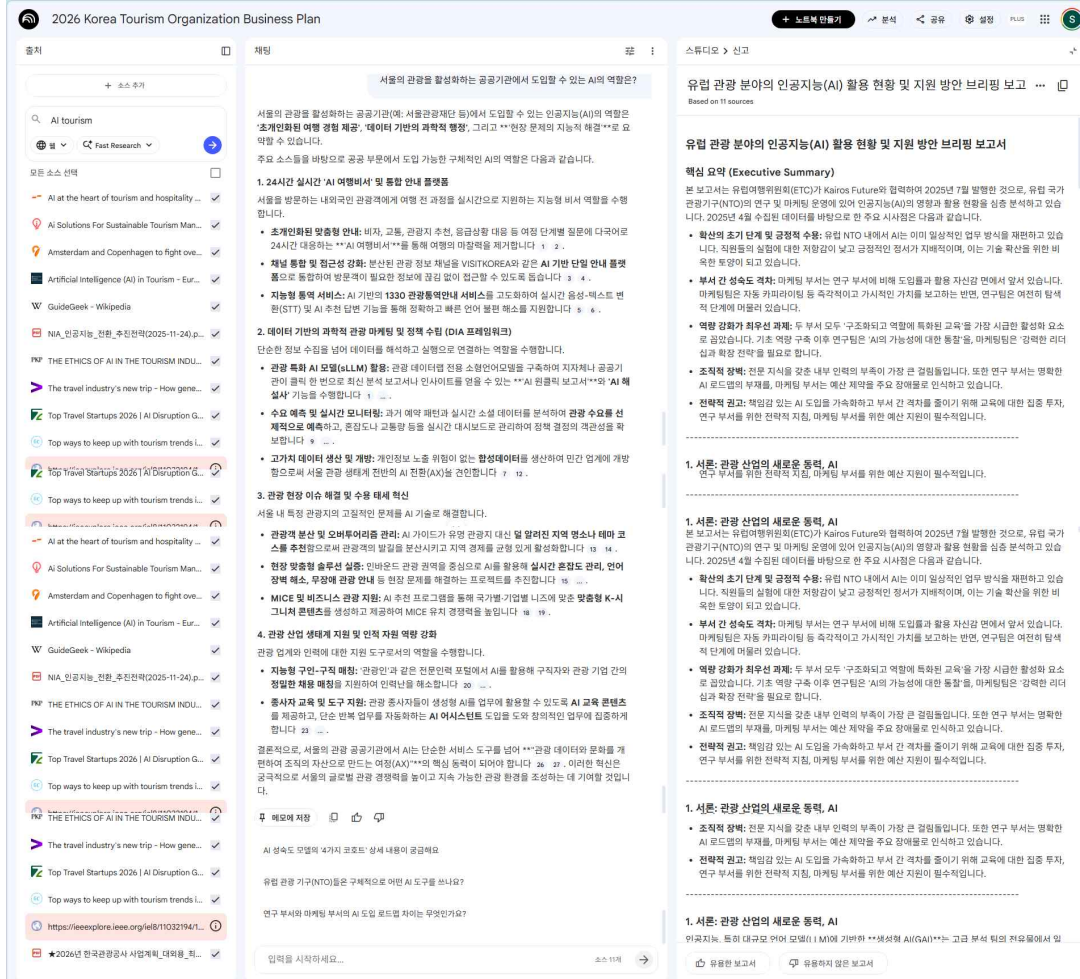
바로 따라하기 (Step-by-Step)

1. 명령어 단지가: "매일 아침 9시에 [원하는 주제]를 알려줘"라고 입력해 봐.
2. 권한 승인: 제미나이가 구글 캘린더나 Tasks 접근 권한을 물어보면 '승인'을 눌러야 해.
3. 제한 확인: 만약 "이 작업은 예약할 수 없습니다"라는 메시지가 뜬다면, 그 프롬프트가 무료 버전에서 처리하기엔 너무 복잡하다는 뜻이야. 그럴 땐 내용을 더 단순하게 줄여서 다시 시도해 봐.

매일 아침 9시마다 제미나이가 신규 AI기능을 저에게 선톡으로 알려주도록 세팅했습니다. 이를 관광연구학습모임(CoP) 참여자들에게 제공하여, 개개인이 각자의 업무에서 기능을 적용하고 공유하게 했습니다. 이후 전사 게시판에도 클리핑하여 공유를 하고 있습니다.

기타 적용사례 1	(이새미) 매일 9시 '최근 글로벌 시장의 우수 광고/마케팅 케이스' 알리미 세팅
기타 적용사례 2	(이슬비) 매일 8시 '신규 AI 활용 서비스 및 업계의 동향 보고' 알리미 세팅
기타 적용사례 3	(방지수) 매일 9시 '팝업부스에서 MZ세대 참여 유도하는 오프라인 이벤트 트렌드' 알리미 세팅
기타 적용사례 4	(임수민) AI 관련 주요 뉴스, 신기능 업데이트, 새로 출시된 AI 서비스/툴 정리 알리미 세팅
기타 적용사례 5	
기타 적용사례 6	
기타 적용사례 7	
기타 적용사례 8	

대표 적용사례 (이슬비) 자체자료 & 웹 소스 활용을 통한 서울관광-AI 연계방안 분석



AI혁신팀에서 자체 보유 중인 AI 관련 소스 외, 노트북LM이 제공하는 ‘Fast Research, Deep Research’를 클릭해서 웹상의 다양한 ‘신뢰도 확실한 출처’를 순식간에 끌어왔습니다. 노트북LM의 장점 상 ‘할루시네이션이 절대 없는’ 확실한 소스 기반 분석이 성공했습니다.

기타 적용사례 1	(이찬호) 서울하이킹워크 업무회의 전 전반적인 회의 안전 점검
기타 적용사례 2	(이새미) 자체 보유 리서치자료 기반 ‘외래관광객이 선호하는 K컬처 콘텐츠’ 분석
기타 적용사례 3	
기타 적용사례 4	
기타 적용사례 5	
기타 적용사례 6	
기타 적용사례 7	
기타 적용사례 8	

대표 적용사례 (이새미) 국내 팝업시장 트렌드 기반 외국인관광객 마케팅 포인트 인포그래픽 도출



2026년 국내 팝업스토어 시장을 관통하는 5대 핵심 트렌드
브랜드 세계관의 고도화와 스토리 중심의 몰입형 공간

2026년 팝업스토어의 최우선 가치는 방문객을 브랜드의 독자적인 세계관 속으로 완전히 몰입시켰다. 이제 소비자들은 단순히 진열된 제품을 보는 것에 만족하지 않으며, 공간 전체에 녹아 있는 스토리의 주인공이 되기를 원한다.¹ 이를 위해 브랜드들은 제품을 아예 제거하거나 최소화하고, 2D 예술적 설치물이나 인터랙티브 체험 공간으로 채우는 파격적인 시도를 이어가고 있다.²

글로벌 항공비터 브랜드 스키피(Skippy)가 선보인 조선시대 컨셉의 팝업스토어는 이러한 세계관 정수를 보여준다. 한국의 전통 소재인 기와, 장독대, 병풍 등을 활용해 공간을 구성하고, 운영 인력 상대나 포졸 의상을 착용해 방문객이 마치 과거로 여행을 떠난 듯한 착각을 불러일으키게 함으로 브랜드에 대한 기억을 강렬하게 각인시켰다.¹ 또한 삼성 갤럭시 S25 팝업스토어의 'AI 마법학교' 시 기술의 딱딱함을 '마법'이라는 세계관으로 중화시켜, 방문객이 스스로 마법사 이름을 짓고 AI 서버 활용해 자신만의 항수 레시피를 만드는 등 초개인화된 경험을 통해 기술적 혁신을 자연스럽게 수: 설계되었다.¹

X세대의 귀환과 진정성 기반의 헤리티지 마케팅

Z세대에 편중되었던 팝업스토어의 타겟이 2026년에는 강력한 구매력을 보유한 X세대로까지 확장되었다. X세대는 단순히 새롭거나 화려한 것보다는, 브랜드가 오랜 시간 쌓아온 진정성과 헤리티지에 깊은 보낸다.¹ 이들은 익숙한 클래식 제품이 현대적인 감각으로 재해석될 때 향수와 신선함을 동시에 누: 이를 통해 정서적 만족을 추구하는 '필코노미(Feel+Economy)' 소비의 주역이 된다.¹

이러한 경향에 따라 2026년에는 브랜드의 역사를 전시 형태로 보여주거나, 장인 정신을 체험할 수 클래식 스타일의 팝업스토어가 성황을 이루고 있다. 이는 Z세대에게는 경험해보지 못한 과거에 디 뉴트로(Newtro)적 호기심을, X세대에게는 자신들의 정체성을 확인하는 계기를 제공하며 세대: 정서적 흐름을 잇는 역할을 한다.¹

IP 콜라보레이션의 진화: 팬덤 경제와 감성적 연결

애니메이션, 게임, 영화 등 강력한 팬덤을 보유한 지식재산권(IP)과의 협업은 2026년에도 팝업스: 시장의 핵심 동력으로 작용하고 있다. 해리포터와 클리오, 오징어게임과 웨이크메이크의 협업처럼 산업 간의 경계를 허무는 콜라보레이션은 소비자들에게 예상치 못한 즐거움을 선사하며 폭발적인 효과를 창출한다.¹

2026년의 IP 콜라보레이션은 단순히 캐릭터 이미지를 제품에 입히는 수준을 넘어, IP의 세계관과 브랜드의 철학이 유기적으로 결합된 체험형 공간을 구축하는 방향으로 나아가고 있다. 팬덤 중심: 소비자들이 팝업스토어 입장을 위해 긴 대기 시간을 기다리지 않는 현상은, 그들에게 팝업스토어 자체가 자신의 취향을 증명하고 공동체 의식을 느끼는 일종의 '문화적 의례'가 되었음을 시사한다.

피지탈(Phygital) 통합과 데이터 기반의 구조적 설계

도출하고자 하는 마케팅 포인트를 구체적 수치/데이터가 잘 보이도록 제작 요청했습니다. 수십개의 신뢰할 수 있는 웹소스가 분석되었으며, 결과물을 영어로 산출하여, 해외마케팅 실무에서 즉각적으로 사용할 수 있는 데이터를 도출했습니다.

기타 적용사례 1	(방지수) '26년 글로벌 MICE(기업회의/인센티브) 트렌드 조사 및 컨셉 제안보고서 제작
기타 적용사례 2	(이슬비) API 형태의 AI솔루션 활용, 관광분야 활용한 해외 사례 분석 및 인포그래픽 제작
기타 적용사례 3	(이찬호) 푸드 페스티벌에 섭외 가능한, 음식종류/기업규모별 파트너 브랜드 제안보고서 제작
기타 적용사례 4	
기타 적용사례 5	
기타 적용사례 6	
기타 적용사례 7	
기타 적용사례 8	

날짜 2025. 3. 6.(금) - 4일차

기능

하나의 요청으로 여러 답변을 받는 'AI 다중 프롬프트 생성'

대표 적용사례

(방지수) MICE 참가사 모집안내 SMS 발송의 톤앤매너 조정

1. 공식적인 업무용 버전

- [기관/회사명]입니다. 글로벌 MICE 전시회 공동참가사 모집을 안내드립니다. 참가 혜택/비용 및 부스 운영안 확인 후 참여 의사 회신 부탁드립니다. (문의: [담당자] [연락처])
- 글로벌 MICE 전시회 공동참가사 모집 관련하여 안내드립니다. 참여 기업 대상 지원사항 및 세부 운영계획을 공유드리오니, 참가 여부를 [날짜]까지 회신 부탁드립니다. [링크] / [기관명] [담당자]
- [기관/회사명] 글로벌 MICE 전시회 공동관 참가사 모집 건입니다. 신청 절차 및 제출서류는 [링크]에서 확인 가능하며, 참가 확정은 선착순/심사(해당 시) 기준으로 진행됩니다. 회신: [이메일] / 문의: [연락처]

1. 비교적 친근한 버전

- 안녕하세요, [기관/회사명] [담당자]입니다. 글로벌 MICE 전시회 공동참가사 모집 중이라 간단히 안내드려요. 관심 있으시면 모집 요강 확인 후 편하게 회신 부탁드립니다! [링크]
- [회사명] 담당자님, 안녕하세요. 글로벌 MICE 전시회 공동관 참가사 모집이 열려 공유드립니다. 참가 조건/혜택 정리본은 여기에서 확인 가능합니다: [링크] 궁금하신 점은 언제든지 [연락처]로 주세요.
- 안녕하세요! 글로벌 MICE 전시회 공동참가 기회가 있어 연락드렸습니다. 부스/운영 지원내용 확인 후 참여 원하시면 "참가 희망"으로 답장 주셔도 됩니다. 안내: [링크]

1. 모집 마감에 오늘임을 강조하는 버전

- [기관/회사명]입니다. 글로벌 MICE 전시회 **공동참가사 모집 마감에 오늘([시간])**입니다. 참여 희망 시 신청서 제출/회신을 서둘러 부탁드립니다. [링크] (문의: [연락처])
- [회사명] 담당자님, 공동참가사 모집이 오늘 마감입니다. 아직 검토 중이시면 우선 참가 의사만 회신 주셔도 안내드리겠습니다. 신청: [링크] / 문의: [연락처]
- 긴급 안내드립니다. 글로벌 MICE 전시회 공동관 참가사 모집이 금일 마감(선착순/심사 시: 잔여석 한정) 예정입니다. 참여 원하시면 지금 바로 신청 부탁드립니다: [링크] ↓

글로벌 MICE 전시회 공동 참가사 모집 안내 SMS 발송 시, 강조하고자 하는 포인트에 맞추어 워딩 및 전반적인 톤앤매너를 구성하였습니다.

기타 적용사례 1	(이새미) 서울관광재단 영문 소개문구의 홍보플랫폼별 톤앤매너 조정
기타 적용사례 2	(이찬호) 우선협상회의 시 중점논의사항에 따른 회의 안건 순서 및 톤앤매너 조정
기타 적용사례 3	
기타 적용사례 4	
기타 적용사례 5	
기타 적용사례 6	
기타 적용사례 7	
기타 적용사례 8	

날짜 2025. 3. 9.(월) - 5일차

기능 Veo 엔진을 활용한 사진 기반 쇼츠 생성

대표 적용사례 (임수민) VisitSeoul 채널 캐릭터를 활용한 서울관광 쇼츠 생성



서울관광재단의 뱀이 캐릭터를 활용하여 서울의 주요 관광지(남산타워 → 한강 → 청계천 → 경복궁)의 실사화 장소들을 조망하는 영상을 제작해보았습니다. 자연스럽게 뒷배경들이 넘어가며 실사용이 가능한 수준의 콘텐츠를 도출 성공하였습니다.

기타 적용사례 1 (이슬비) 시 주요 관광자원(서울달)을 체험하는 관광객 쇼츠 영상 제작

기타 적용사례 2 (이찬호) 하이킹워크 스냅샷 활용한 등산 스케치 쇼츠 영상 제작

기타 적용사례 3 (이새미) 서울관광 아카이브 내 서울달 사진을 활용한 화면 전환 영상 제작

기타 적용사례 4

기타 적용사례 5

기타 적용사례 6

기타 적용사례 7

기타 적용사례 8

대표 적용사례 (송광현) 아랍 관광 크리에이터의 서울방문 영상 내 매력콘텐츠 분석



!سلقت أخطر جبل بالصين - China Mountain CN



!استكشاف كوريا: وصلت ارض المشاهير و الكي بوب - Korea KR



!اكل الشوارع في كوريا - street food Korea KR : 조회수 148만회 · 2년 전

SA 아랍권 타깃 서울 관광 마케팅 분석 보고 (요약)

1. 영상 분석 및 실시간 반응 (현지인 시각)

구분	주요 포인트	타임스탬프
인프라	디지털 & 교통의 직관성 (T-머니, 컬러 노선도)	01:00 - 02:25
콘텐츠	거리 예술과 창의적 에너지 (현대 버스킹, K-팝)	03:30 - 05:20
이미지	세련된 패션과 도시의 정경함 (서울의 Elegance)	08:20 - 08:45

2. 인문학적 인사이트 및 전략 도출

인사이트 키워드	의미 및 가치 (인문학적 해석)	마케팅 방향성
정(靜)중동(動)의 미학	차가운 첨단 기술 위에 핀 뜨거운 예술의 꽃	효율적 시스템(지하철)과 역동적 문화(버스킹)의 조화
일상의 무대화	서울의 일상(패션, 산책) 자체가 하나의 예술 작품	"서울의 일상을 입다(Wear Seoul)" 콘셉트의 체험형 콘텐츠
한대의 질서	낯선 이의 불편함을 배려하는 도시의 세심한 설계	편리한 인프라를 '기술'이 아닌 '관대(Hospitality)'로 스

3. 비젯서울(VisitSeoul.net) 활성화 실행 방안

추진 방안	세부 실행 전략	기대 효과
할랄-프렌드 스마트 루트	T-머니 이용법 + 주변 할랄 인증 맛집 걸림 코스 개발	무슬림 관광객의 심리적/물리적 진입 장벽 완화
K-스타일 큐레이션	퍼스널 컬러 진단, 성수/한남 런치숍 투어 지도 제작	세련된 서울을 동경하는 젊은 층의 실질적 방문 유도
아랍권 특화 영상권	현지 인플루언서(Ahmed 등)의 체험 영상 예인 배치	친숙한 언어와 시각으로 브랜드 신뢰도 및 친밀도 상승

실무자를 위한 한 줄 제언

아랍 관광객들에게 서울은 단순한 '장소'가 아니라, "나를 더 우아하고 스마트하게 만들어주는 세련된 라이프스타일 체험장"입니다. 비젯서울 홈페이지의 아랍어 페이지

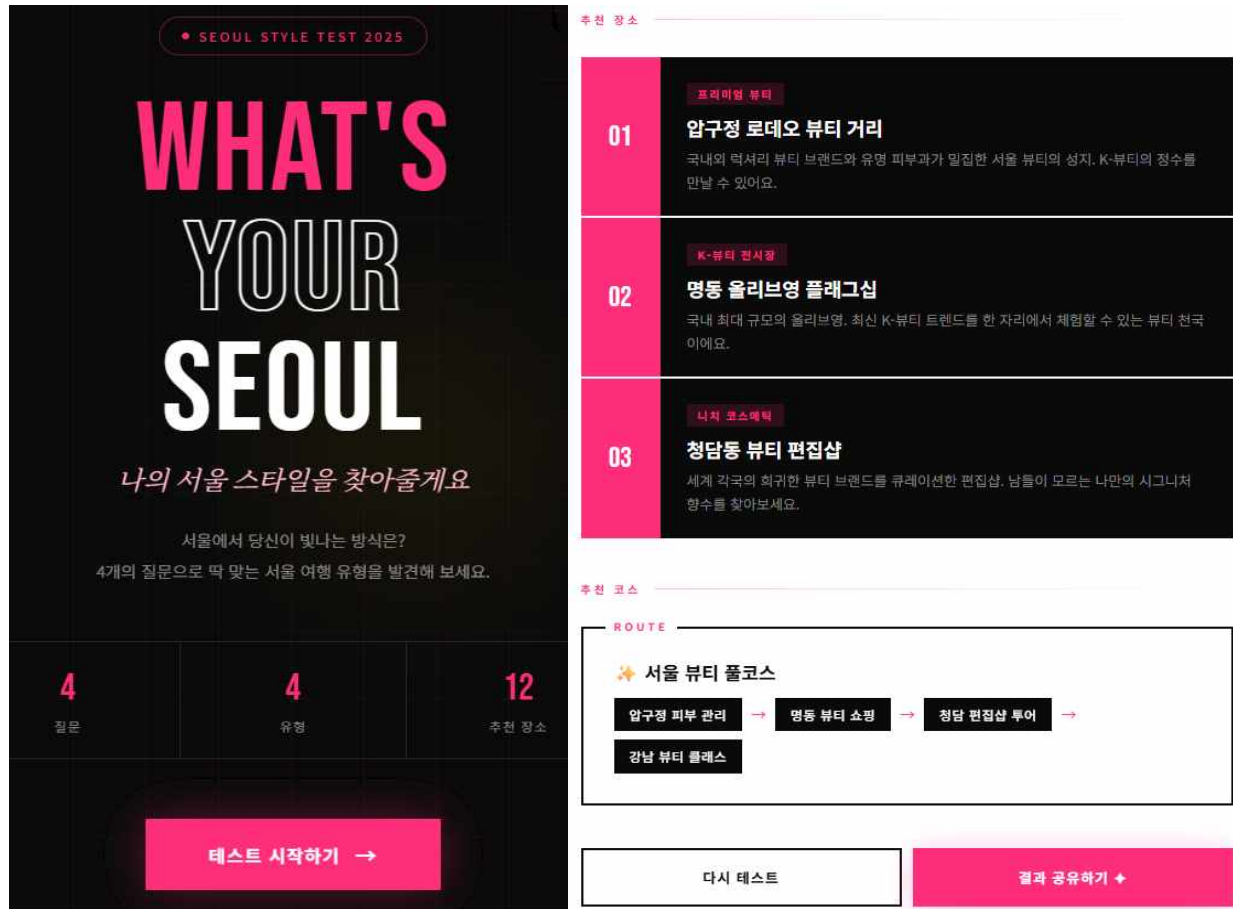
인기 크리에이터의 유튜브 영상을 분석해 아랍 문화권의 관광객이 느끼는 서울 관광 매력 포인트를 영상 타임스탬프 기준 분석하였고, 영상 하단의 주요 댓글들을 분석하여, VisitSeoul 콘텐츠 구성을 위한 인사이트와 전략을 도출했습니다.

기타 적용사례 1	(방지수) 유튜브 요약 특화 '릴리즈 AI' 활용 일본 관광객의 한국여행 브이로그 영상 분석
기타 적용사례 2	(이찬호) 케이팝데몬헌터스 내 음식문화 조명 영상 통한 K-푸드 스토리텔링 인사이트 분석
기타 적용사례 3	(이새미) 4일간의 서울여행 영상 및 댓글 분석 통한 영상 내 주요 '관광객 유인 포인트' 분석
기타 적용사례 4	(임수민) 200만뷰 서울풍경 영상 분석 통한 콘텐츠 제안 및 댓글 주요언어 분포 분석
기타 적용사례 5	
기타 적용사례 6	
기타 적용사례 7	
기타 적용사례 8	

날짜 2025. 3. 11.(수) - 7일차

기능 Claude의 Artifacts 기능 활용 노코딩 앱제작

대표 적용사례 (임수민) 개인 서울관광 스타일을 찾을 수 있는 테스트 웹앱 페이지 제작

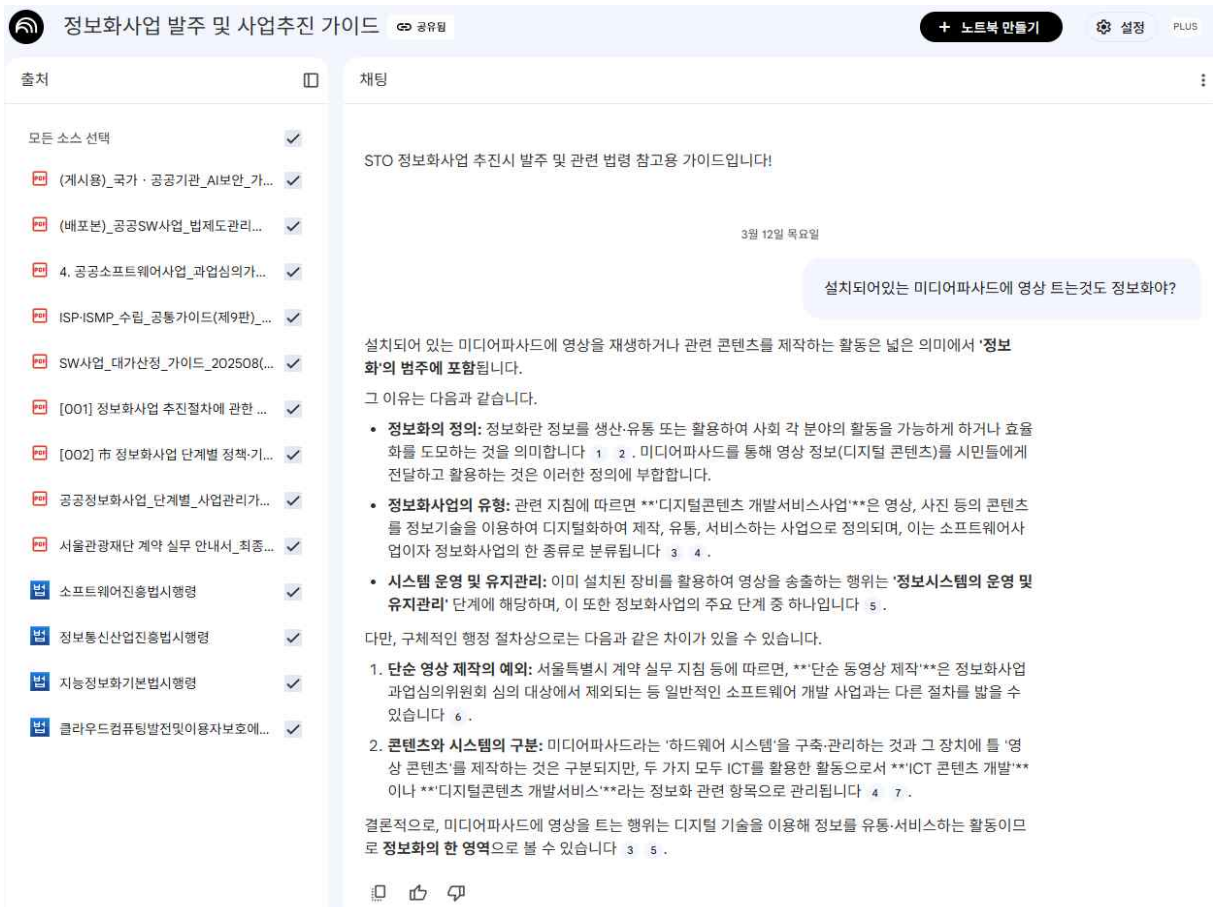


서울 관광객의 취향을 파악할 수 있는 4개 질문으로 4개 유형의 결과를 도출하는 설문형 웹앱을 제작했습니다. 단순 텍스트 나열 페이지가 아닌, 이용자가 클릭하고 조작할 수 있는 인터랙티브 페이지를 Claude와의 단순 대화를 통해 5분만에 제작했습니다.

(체험해보세요: <https://claude.ai/public/artifacts/d84c92bb-5b3c-41f5-a5da-0a3426e7d9d7>)

기타 적용사례 1	(송광현) 간단한 반응형 기능을 포함한 재단 시혁신팀 비전 및 과제 소개 웹페이지 제작
기타 적용사례 2	(이찬호) 관광연구학습모임의 일반직원 확산을 위한 시기능 활용결과 제보페이지 제작
기타 적용사례 3	
기타 적용사례 4	
기타 적용사례 5	
기타 적용사례 6	
기타 적용사례 7	
기타 적용사례 8	

대표 적용사례 (이슬비) 법령/매뉴얼 소스 기반 '정보화사업 발주 및 사업추진 가이드' 제작



소프트웨어진흥법, 정보통신산업진흥법 등의 국가법령과 서울시 정보화사업 설계/발주 지침, 가이드라인 등 13개 소스를 노트북LM에 학습시켜 공유가 가능한 페이지를 구축하였습니다. 관련 문의가 있을 시 본 노트북 페이지 공유를 통하여 효율적인 업무진행이 가능케 했습니다. (체험해보세요: <https://notebooklm.google.com/notebook/9a7f7729-34f9-47f7-bbd2-8c80e33a8c9c>)

기타 적용사례 1	(이새미) 무엇이든지 물어보세요 지역관광 안테나숍 챗봇 페이지 제작
기타 적용사례 2	(임수민) 서울관광재단 복무제도 소스 기반 STO 복무챗봇 페이지 제작
기타 적용사례 3	(이찬호) Google Sheets와 연계한 다양한 소스의 서울등산관광 마케팅 챗봇 페이지 제작
기타 적용사례 4	(송광현) 지난 경영실적보고서를 소스 기반 서울관광재단 기관성과 소개 무물 페이지 제작
기타 적용사례 5	(방지수) 수월한 문의응대가 가능한 2026 마이스산업 지원계획 Q&A용 페이지 제작
기타 적용사례 6	(조수영) 서울굿즈 카탈로그 자료 기반 서울굿즈 무엇이든지 물어보세요 노트북 제작
기타 적용사례 7	
기타 적용사례 8	

대표 적용사례 (이찬호) 등산관광 웹페이지 Schema 마크업 강화 포인트 분석 및 적용

GEO 관점의 사이트 정밀 분석 보고서

1. AI가 이 사이트를 '공신력 있는 출처'로 인식하지 못하게 방해하는 요소 3가지

- **데이터의 파편화 (Data Fragmentation):**
현재 코드 내에서 '2026년 1월 29일 설날 휴무'와 같은 핵심 정보가 일반 텍스트(span)다. AI 입장에서는 이것이 '중요한 공식 일정'인지, 아니면 단순한 본문 설명인지 구분하기 그 안에 갇혀 있어 AI가 확신을 갖고 답변에 인용하기 주저하게 만듭니다.
- **제3자 서비스와의 연결 고려 불분명:**
물품 대어는 '클룩(Klook)', 신청은 '링크트리(Linktree)'로 연결됩니다. AI는 이 사이트가 개인지(공식 파트너인지, 단순 광고인지) 메타데이터를 통해 확인하고 싶어 합니다. 현재만 되어 있어 연계 신뢰도가 떨어집니다.
- **다중 지점(Branch) 구조의 부재:**
북한산, 북악산, 관악산 3개 센터가 시각적으로는 나뉘어 있지만, 컴퓨터가 읽는 데이터 지에 나열된 텍스트일 뿐입니다. 각 센터가 개별적인 위치와 운영 정보를 가진 '지점'이 필요합니다.

2. AI 인용률을 높이기 위한 구조화 데이터 (Schema.org) 예시

개발자에게 이 코드를 <head> 섹션에 넣어달라고 요청하세요. AI가 각 센터를 개별적인 '공'니다.

JSON

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@graph": [
    {
      "@type": "GovernmentOrganization",
      "@id": "https://seoulhiking.or.kr/#organization",
      "name": "서울관광재단",
      "url": "https://www.sto.or.kr"
    },
    {
      "@type": "TouristInformationCenter"

```

지금 사이트 상태는 **"**글자는 읽을 수 있지만, 그게 뭘 의미하는지는 잘 모르는 상태**"**입니다

잘 잡히는 검색어 (AI가 쉽게 인용함)

- 주로 **"**고유 명사**"**나 **"**눈에 띄게 크게 적힌 정보**"**들입니다.
- **브랜드명:** "서울등산관광센터", "SEOUL HIKING TOURISM CENTER"
 - **특정 위치 정보:** "북한산 센터 주소", "관악산 센터 전화번호"
 - **명시된 날짜:** "2026년 설날 서울 등산센터 휴무일" (코드에 2026.01.29라고 정확히 적
 - **PDF 제목:** "북한산 가이드북 다운로드"

X 안 잡히는 검색어 (AI가 무시하거나 민소리함)

AI가 **"**맥락**"**을 파악해야 하거나, **"**서비스의 속성**"**을 물어보는 질문에는 대답을 못 합니다

- **서비스 맥락:** "서울에서 외국인도 등산화 빌릴 수 있는 곳 어디야?"
 - **이유:** 코드에는 '대어'라는 글자와 '클룩 링크'만 있습니다. AI는 "클룩으로 가서 빌려 접 빌려주는 건가?" 확신을 못 해서 답변에서 뺐니다.
- **상황/의도 검색:** "등산 초보자인데 서울에서 장비 없이 갈만한 곳 추천해줘."
 - **이유:** 우리 사이트에는 '초보자용'이라거나 '장비 없이 갈만 가도 됨' 같은 서비스 속 있지 않습니다.
- **비용/조건 관련:** "서울 산 등산 물품 대어 얼마야?", "내국인도 이용 가능해?"
 - **이유:** 가격 정보가 텍스트가 아닌 외부 링크(클룩)에 있거나, '외국인 동반 내국인 가 문장 속에 숨어 있어 AI가 데이터를 추출하지 못합니다.

한 줄 인사이트

지금 사이트는 AI에게 **"**그림 파일**"**과 같습니다. 훑어보고 "아, 등산 센터구나" 정도는 알지만 **"**뭐가 좋아? **"**라고 물었을 때 AI가 확신을 갖고 마케터님의 사이트를 **"**추천(Recommendation)**"**가 부족한 상태입니다.

올해 사업 과업 내용 중 하나인 'VisitSeoul 내 등산관광 서브 웹페이지'의 html 정보를 정밀 분석하였습니다. '공식 브랜드 페이지임', '타 서비스와의 연계점 확신 부족' 등의 문제점을 파악하였고, 홈페이지 관리 용역사에 내용을 공식적으로 전달하여 연중 개선할 예정입니다.

기타 적용사례 1	(이새미) 재단 MICE 홈페이지의 AI 신뢰 방해요소, 키워드 캐치사항 분석
기타 적용사례 2	(송광현) VisitSeoul 메인 페이지 분석을 통한 GEO 개선 필요사항 분석
기타 적용사례 3	(방지수) Claude 활용 VisitSeoul 내 가이드북&지도 정보페이지의 문제점 분석
기타 적용사례 4	(이슬비) 디스커버서울패스 웹페이지 분석을 통한 사람 및 AI 관점의 페이지 이해도 분석
기타 적용사례 5	
기타 적용사례 6	
기타 적용사례 7	
기타 적용사례 8	