

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과 Analysis of Consumer's survey

마켓테스트 제품 정보 Product information

| | | |
|---|--|---|
| 제품명 Product Name | 비오고 새우 왕교자 | |
| 제조사(수출업체) manufacturer | CO | |
| 시중 유사제품 Similar products on the market | ◆ 제품명 Product name : EmOanaOas de veOdad |  |
| | ◆ 제조사 manufacturer : Oi guOto | |
| | ◆ 해당국가 판매가격 Selling price in the country : 817 (pesos) | |

마켓테스트 추진 날짜 및 응답자 수 Date of consumer's survey and numbers of respondents

| | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| 추진 날짜 Date of survey | 2022. 3. 7 ~ 2022. 3. 12 |
| 설문 응답자 수 Number of respondents | 20건 |

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

| 성별 Gender | 연령 Age | 거주지역 Residence | 직업 Job |
|--------------|-----------|-------------------|-----------|
| 여성 | 10대 | 부에노스 아이레스 | 학생 |
| 여성 | 10대 | 부에노스 아이레스 | 학생 |
| 남성 | 10대 | 부에노스 아이레스 | 학생 |

| 성별 Gender | 연령 Age | 거주지역 Residence | 직업 Job |
|--------------|-----------|-------------------|-----------|
| 남성 | 20대 | 부에노스 아이레스 | 경찰 |
| 남성 | 20대 | 부에노스 아이레스 | 경찰 |
| 여성 | 30대 | 부에노스 아이레스 | 주부 |
| 여성 | 30대 | 부에노스 아이레스 | 회사원 |
| 여성 | 20대 | 부에노스 아이레스 | 학생 |
| 남성 | 40대 | 부에노스 아이레스 | 측량기사 |
| 남성 | 50대 | 부에노스 아이레스 | 자영업자 |
| 여성 | 50대 | 부에노스 아이레스 | 간호사 |
| 남성 | 60대 | 부에노스 아이레스 | 자영업자 |
| 여성 | 30대 | 부에노스 아이레스 | 상담사 |
| 남성 | 30대 | 부에노스 아이레스 | 의사 |
| 남성 | 10대 | 부에노스 아이레스 | 학생 |
| 남성 | 10대 | 부에노스 아이레스 | 학생 |
| 남성 | 30대 | 부에노스 아이레스 | 엔지니어 |
| 여성 | 30대 | 부에노스 아이레스 | 회사원 |
| 남성 | 70대 | 부에노스 아이레스 | 무직 |
| 여성 | 50대 | 부에노스 아이레스 | 주부 |

제품 평가 (1) / Product evaluation

| | 전혀 그렇지 않다 Strongly disagree | 그렇지 않다 Disagree | 보통이다 Neutral | 그렇다 Agree | 매우 그렇다 Strongly agree |
|-------------------------------------|--------------------------------|--------------------|-----------------|--------------|--------------------------|
| 패키지 선호도 Package preference | - | 3명/15% | 11명/55% | 4명/20% | 2명/10% |
| 시식 전 인상 Impression before eating | - | - | 10명/50% | 5명/25% | 5명/25% |
| 시식 후 평가 Evaluation after eating | - | - | 2명/10% | 11명/55% | 7명/35% |
| 네이밍 평가 Naming evaluation | 3명/15% | 4명/20% | 9명/45% | 4명/20% | - |
| 상품성 평가 Productivity evaluation | - | 2명/10% | 5명/25% | 10명/50% | 3명/15% |
| 가격 평가 Price evaluation | 2명/10% | 5명/25% | 5명/25% | 6명/30% | 2명/10% |

제품 평가 (2) / Product evaluation

| | 패키지 디자인 (Package design) | 향/냄새 (Flavor/Scent) | 식감 (Food texture) | 맛 (Taste) | 네이밍 (Naming) | 가격 (Price) | 그 외 (Other) |
|--------------------------------------|-----------------------------|------------------------|----------------------|-----------|-----------------|---------------|----------------|
| 만족 요인 Satisfying factor | - | 1명/5% | 4명/20% | 13명/65% | - | - | 2명/10% |
| 불만족 요인 Unsatisfying factor | 7명/35% | 2명/10% | 1명/5% | 2명/10% | 5명/25% | 3명/15% | - |

선호 연령대 / Preferred age range

| 연령대 Age range | 10s | | | | | 20s | | | | | 30s + | | | | |
|-------------------------------------|---|----------|-----------|-----------|-----------|---|----------|-----------|-----------|-----------|--|----------|-----------|-----------|-----------|
| | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| | 0명 0% | 0명 0% | 2명 25% | 4명 50% | 2명 25% | 0명 0% | 0명 0% | 1명 17% | 3명 50% | 2명 33% | 0명 0% | 0명 0% | 1명 16% | 4명 67% | 1명 17% |
| 이유 및 분석 reason & analysis | 대체로 맛에 대해서는 만족스러운 평가가 있었으나, 패키지나 네이밍에 대한 불만족 의견이 나왔다. | | | | | 연령대와 관계없이 대체로 새우만두에 대해 호의적이었으며, 특히나 30대 소비자들이 가장 선호한 제품이었다. | | | | | 대체로 호의적인 반응을 보였으나, 아르헨티나 만두인 EmOanada와 비교했을 때 크기나 내용물 차이가 있다는 지적이 있었다. | | | | |

선호 가격대 / Preferred price range

| 가격대 Price range | \$800이하(50%) | \$900(45%) | \$1000이상(5%) |
|-------------------------------------|--|--|---|
| 이유 및 분석 reason & analysis | 맛에 대한 평가가 좋아서 구매하고 싶어하는 소비자가 많았으나, 동시에 가격이 부담스럽다는 의견이 많았다. | 현지에서 찾기 어려운 제품인 만큼 \$900이 적당한 가격이라는 의견이 45%였다. | 현지에서는 아주 희귀한 제품인 만큼 \$1000 이상이 적당하다고 이야기한 시식자가 있었으나, \$1000이상으로 가격을 설정할 경우 판매율이 확연히 낮아질 것으로 생각한다. |

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

| | |
|---------|--|
| 네이밍 | “만두” 발음이 쉽기는 하나, 외우기 힘들다는 의견이 많다. |
| 가격 | 만두 크기나 포장지 용량과 비교했을 때 가격이 높다는 의견이 많았다. 아르헨티나의 경우 대식가들이 많은 곳이라서, 보통 소고기도 1인분이 500gr 정도이며, 만두 한 봉지를 1인분으로 계산하는 소비자들이 많았다. 아울러, 1인분으로 계산했을 경우 현지 물가 대비 부담스러운 금액일 수 있다는 의견이 많았다. |
| 포장지 디자인 | 상반되는 의견이 가장 많았던 부분이다. 화려하고 예쁘다는 의견도 있었지만, 현지 포장지 취향과는 안 맞는다는 의견도 있었다. |
| 식감 | 대체로 식감에 대한 거부 반응은 없었으며, 비린 맛이 느껴진다는 의견은 있었다. |

향후 계획 / Future plan

| | |
|--|--|
| 제품 홍보방안 Product promotion plan | 현지인 대부분은 만두와 일식이 가장 잘 어울린다고 생각한다. 아울러, 고급 일식집에서 비비고 만두를 홍보하는 것이 판매 촉진에 도움 될 것으로 생각한다. |
| 레시피 활용방안 recipe application plan | 튀긴 만두의 선호도가 가장 높지만, 점점 많은 소비자가 찐만두를 찾고 있다. 그리고 이 외에 다른 만두 조리 방법을 찾는 소비자가 늘어나고 있으며, 만둣국이나 만두가 들어간 라면 등을 요리 수업에서 소개할 경우, 만두 판매율이 증가할 것으로 예상된다. |