

2020년 (폴란드) 해외 안테나숍 운영 최종 결과 보고서

1. 운영개요

- 운영국가(도시) : Poland (Wroclaw, Lodz)
- 운영주체 개요

업체명	주소
호신물산 (주)	(우17395) 경기도 이천시 호법면 이섭대천로 263번길 57

- 운영형태 : 오프라인(숍인숍)
- 운영장소 :

점포명	소재지
KUCHNIE	CH Magnolia Park, Legnicka 58.54-204 Wroclaw
KUCHNIE	Drewnowska 58, 91-002, Lodz

- 안테나숍 운영사진

매장 내 외부



2. 주요 운영현황

■ 안테나숍 주요 인기품목 및 사유

▷ A+ 미니도시락 김

- 한국에서는 반찬이나 현지에서는 가벼운 핑거푸드, 어디서나 먹을 수 있는 휴대성 좋은 스낵류로 분류됨
- 1년차 안테나숍 이후에도 찾는 고객들이 대다수임

▷ 고추장(500g, 170g)

- 락다운 직전까지 '한국산 고추장'을 찾는 고객들이 폭발적으로 늘어남
- 요리를 해야 접할 수 있는 장류이기 때문에 한국 음식에 대한 관심이 있는 고객들이 필수적으로 찾는 스테디셀러 아이템임

▷ 알로에 드링크

- 2019년에 이어 현지 매장에서 가장 많이 판매되는 스테디셀러로서 현지 시중에서 판매되는 알로에류들 가운데 단맛이 가장 적게 느껴진다는 의견이 대다수임
- 타 유명 브랜드에 비해서는 아직까지 접근성이 낮지만 이를 역으로 이용해 안테나숍은 늘 구비하고 있다는 포지셔닝으로 인지도를 확보함
- 알로에 음료 외에도 캔김치, 구운김, 튀김가루, 건미역류, 된장, 각종 건면류 등은 여전히 탑 셀링 아이템임
- 제조사의 사정상 (단종 등) 론칭하지 못한 아이템도 있음 (잡채비빔면)

■ 안테나숍 신규품목 도입 사유

- 코로나19의 여파로 4월~6월까지 약 3개월간 거래가 전무했음에도 꾸준히 온라인상 커뮤니케이션을 통해 신규 제품 론칭 및 기존 제품들 수출 준비에 들어갔고, 봉쇄령이 풀리며 시장 상황이 안정된 올해 7월 영업 및 자사와의 거래 재개, 대단량 고추장(1kg, 14kg), 물엿(5kg) 등 도매 영업망을 위한 제품과 리테일을 위한 HMR 요*끼 신규 제품들을 론칭함
- 가족들과 함께 있는 시간이 늘어난 현지인들이 가정에서 가볍게 먹을 수 있는 시간이 늘어나자 국내 주요 제과 브랜드인 롯데*제과에 대한 수요를 비추어 자사를 통해 첫 수출을 진행함

■ 안테나숍 마켓테스트 실시 결과

● 주요 품목 마켓테스트 소비자 반응

▷ A+ 미니 도시락 김(8절 8매)

- 예년에 이어 현지 스테디로 자리매김한 상품임
- 남녀노소 누구나 간편하게 즐길 수 있는 핑거푸드로서의 장점을 꾸준히 어필함. 저렴한 가격 등이 재구매율에 크게 기여함
- 여타 조미김들과는 달리 기름이 손에 많이 묻어나오지 않아 오히려 담백하게 즐길 수 있다는 의견

● A+ 캔김치

- 독일식 양배추절임 사우어크라우트와 비슷한 식감이나 현지인들이 거부감 없이 받아들일 수 있는 맛과 식감으로 대체적으로 호평을 얻고 있는 제품임
- 채식주의자가 약 10%에 달하는 폴란드의 현지 특성에 빗대 '비건' 트렌드와 김치를 함께 묶어 홍보해도 괜찮겠다는 의견이 존재함

● 요*끼 제품

- 쉽고 간편하게 즐길 수 있는 Ready To Eat 제품으로 매장 내방 고객들 뿐 아니라 온라인 고객들에게도 많은 관심을 받음
- 새로운 맛을 찾는 고객들을 위해 새로운 맛들도 자사 통해 주문하고, 곧 Ready to Eat 제품들의 시연회 준비할 예정임
- 따로 재료를 준비하지 않아도 되는 '간편함'이 최고의 장점, 1인 가구에 많은 호평을 받음
- 한국적 감미료(고추장 베이스 소스)가 현지인들에게 너무 강렬해 거부감을 일으킨다는 의견도 존재함
- 떡볶이, 짜장맛 뿐 아니라 김치맛, 갈릭맛을 베이스로 한 컵 제품도 현재 오프라인 매장 도입 예정(1월 입항 예정) 한국식 Ready To Eat 제품의 홍보 효과도 기대됨

■ 신규품목 마켓테스트

● 롯데 제과

- 한국 대표 제과 브랜드인 '롯데'에 대한 고객들의 요청에 소량으로 입고 중이던 롯데 제품 자사를 통해 선적 진행함
- 유럽 전역에서도 인지도가 상당한 스테디셀러 제품인 초*파이, 빼*로 제품에 대한 호평 상당히 가장 인기 있었던 시식회임
- 빼*로 : 초코 코팅된 기본 제품뿐만 아니라 아몬드, 초코쿠키, 누드 빼*로 등 다양한 맛의 빼*로도 함께 선보임. 가볍고 손쉽게 찾을 수 있는 스낵류임
- 초*파이 : 말랑말랑한 식감의 마시멜로가 초콜릿으로 코팅되어있는 파이 형태의 초코케이크. 오리지널 초코맛 뿐만 아니라 바나나, 녹차도 함께 선보였으나 바나나는 단맛이 너무 강해, 녹차는 녹차 특유의 맛이 느껴지지 않아 초코파이 원래의 풍미가 잘 느껴지지 않는다고 함
- 꼬*콘 : 고소한 옥수수 맛이 기본 바탕인 스낵류. 한국 대표 간식이라고 소개했으나 비슷한 종류의 일본산 스낵류들이 이미 자리 잡고 있어 특별함을 느끼지 못하겠다고 한 의견 대두됨
- 그 외 제품들 : 목캔디, 청포도 사탕 등 간단한 핑거푸드, 디저트류 등에 대해 관심을 보이는 고객들도 존재함

3. 주요 운영성과

안테나숍 메인 디자인



안테나숍 Questionnaire

Ankieta produktów Korejskich POZNANJ SMAKI KOREI

1. Czy kiedykolwiek wcześniej próbował Pan/Pani koreańskich produktów?
 TAK
 NIE
 Jeśli zaznaczył Pan/Pani odpowiedź TAK, jakie produkty koreańskie próbował Pan/ty wcześniej?

2. Czy kiedykolwiek wcześniej kupował Pan/Pani produkty koreańskie?
 TAK
 NIE
 Jeśli zaznaczył Pan/Pani odpowiedź TAK, gdzie zostały kupione te produkty?
 SUPERMARKET SKLEP SPÓŻYWCZY INNE

3. Jakich jest Pan/Pani wyobrażenia na temat produktów koreańskich?
 ZDROWIE TRUDNE DO ZNALEZIENIA INNE
 SŁABE NIEZDRODZIBALNE

4. Czy wcześniej próbował Pan/Pani podobny produkt?
 TAK
 NIE

5. Jak ocenia Pan/Pani smak tego produktu?
 NIEZDRODZIBALNY POZOSTAŁY NIEDOBRY
 DOBRZY PONIŻEJ PRZECIETNEJ

6. Jakich jest Pan/Pani zdania co do ceny oferowanego produktu?
 WYSOKA KOREJCYSTKA ŚREDNIA NISKI KOREJCYSTKA
 KOREJCYSTKA NIEKOREJCYSTKA

7. Czy jest Pan/ty ochotna kupić promocyjny produkt?
 TAK NIE NIE WIEM

8. Czy posiada Pan/Pani, że te produkty mogą być sprzedawane z sukcesem na rynku polskim?
 BARDZO PRZYKOPRODZIBNE PRZYKOPRODZIBNE BACZLIWIE NA PEWNO NIE

9. Inne:

PMIC: Mężczyzna Kobieta
 WIEK: 18-24 lat 25-34 lat 35-44 lat 45-54 lat 55-64 lat 65 i więcej lat
 ZAMIESZKANIE: Miasto powyżej 100 tys. mieszkańców Miasto poniżej 100 tys. mieszkańców Wieś

KFOOD ANTENNA SHOP

시식 및 시음 행사



알로에 시음 행사



캔김치 시식 행사



롯데*제과 시식회



롯데제과 시식회



A+ 캔김치 및 김치 홍보



김치 시식회

