

2021 주요 해외 K-fresh Zone 마켓테스트 결과 (베트남 하노이)

마켓테스트 제품 정보 Product information

제품명 Product Name	대저토마토 (짭잘이 토마토)	
제조사(수출업체) manufacturer	명*농산	
시중 유사제품 Similar products on the market	♦ 제품명 Product name : 토마토	
	♦ 제조사 manufacturer : 다*	

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

추진 날짜 Date of survey	21.03
설문 응답자 수 Number of respondents	30명

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
male / female	20s / 30s / 40s +	하노이 / 기타(지방도시)	주부/회사원/학생/기 타
10% / 90%	40% / 43% / 17%	90% / 10%	60%/27%/10%/3%

제품 평가 (1) / Product evaluation

	전혀 그렇지 않다 Strongly disagree	그렇지 않다 Disagree	보통 이다 Neutral	그렇다 Agree	매우 그렇다 Strongly agree
패키지 선호도 Package preference	2명/5%	4명/14%	17명/58%	6명/20%	1명/3%
시식 전 인상 Impression before eating	2명/8%	9명/30%	15명/50%	3명/10%	1명/2%
시식 후 평가 Evaluation after eating	1명/3%	3명/10%	21명/70%	4명/14%	1명/3%
네이밍 평가 Naming evaluation	0명/0%	1명/3%	10명/33%	17명/56%	2명/8%
상품성 평가 Productivity evaluation	3명/11%	8명/26%	15명/50%	3명/11%	1명/2%
가격 평가 Price evaluation	3명/10%	10명/33%	15명/50%	1명/3%	1명/3%

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	4명/13%	3명/10%	11명/37%	7명/24%	1명/3%	2명/7%	2명/6%
불만족 요인 Unsatisfying factor	3명/10%	1명/3%	3명/10%	3명/10%	2명/7%	17명/57%	1명/3%

선호 연령대 / Preferred age range

연령대 Age range	20s					30s					40s +				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	명%	2명 7%	9명 30%	1명 3%	명%	명%	1명 3%	10명 33%	2명 7%	명%	명%	명%	4명 14%	1명 3%	명%
이유 및 분석 reason & analysis	한국 제품은 신선하고 안전하고 구매할 수 있음					현지 토마토와의 차이점을 잘 모르겠음					토마토를 생으로 먹기엔 조금 부담이 있음				

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 (100g) Price range	5,000동 미만(40%)	5,000~10,000동 (30%)	10,000동 초과(30%)
이유 및 분석 reason & analysis	현지 토마토와 비슷한 가격대면 만족	식감과 짹짹한 맛이 현지 토마토보다 조금 높은 가격이라도 만족	현지산이나 타국산에 비해 상품의 질이 월등히 높음

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

대저토마토	<ul style="list-style-type: none"> - 일반 토마토의 맛보다 간(짹짹한 맛)이 되어 있고 더 단단해 현지 토마토보다 품질이 월등히 좋아보임 - 벨크로 들어 오다보니 현지에서 소분 포장해야 되어 포장이 조금 고급스럽지 못하다는 단점이 있음 - 현지의 토마토는 주스나 생으로 먹기보다는 국물에 재료로 하는 경우가 많아 다소 생소한 반응이었음
-------	--

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안 Product promotion plan	- KFZ 상품으로 주기적으로 발주하여 KFZ 매대에 상시 진열 판매하여 보다 많은 현지인들이 인지할 수 있도록 진행
레시피 활용방안 recipe application plan	- 시식진행시 생 토마토보다는 샐러드 및 다양한 레시피를 활용한 시식진행과 안내 진행