

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과 Analysis of Consumer's survey

마켓테스트 제품 정보 Product information

| | | |
|---|--|---|
| 제품명 Product Name | 티오피 마스터 라떼 275ml | |
| 제조사(수출업체) manufacturer | 동○식품 | |
| 시중 유사제품 Similar products on the market | ◆ 제품명 Product name : 炭○拿铁咖啡 270ml | ◆ 제품 사진 Product photo  |
| | ◆ 제조사 manufacturer : 농○산천(农夫山泉) | |
| | ◆ 해당국가 판매가격 Selling price in the country : 8 RMB (\$ or Euro etc.) | |

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

| | |
|-----------------------------------|---------|
| 추진 날짜 Date of survey | 2022.02 |
| 설문 응답자 수 Number of respondents | 20명 |

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

| 성별 Gender | 연령 Age | 거주지역 Residence | 직업 Job |
|---------------|-------------------------|-------------------|-------------|
| male / female | 20s / 30s / 40s / 50s + | 중국 | 직장인, 주부, 학생 |

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 | ① 포장 컬러 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 4명/ 20% | 11명/ 55% | 5명/ 25% |
| | ② 포장 재질 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 5명/ 25% | 9명/ 45% | 6명/ 30% |
| | ③ 포장 디자인 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 4명/ 20% | 11명/ 55% | 5명/ 25% |
| | ④ 편의성 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 13명/ 65% | 5명/ 25% |
| | ⑤ 가시성 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 15명/ 75% | 3명/ 15% |
| | ⑥ 포장 규격/용량 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 4명/ 20% | 13명/ 65% | 3명/ 15% |
| | ⑦ 현지 트렌드 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 4명/ 20% | 12명/ 60% | 4명/ 20% |
| 시식 전 인상 Impression before eating | ① 시각적 인상 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 4명/ 20% | 13명/ 65% | 3명/ 15% |
| | ② 후각적 인상 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 14명/ 70% | 4명/ 20% |
| | ③ 호감도 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 4명/ 20% | 14명/ 70% | 2명/ 10% |
| 시식 후 평가 Evaluation after eating | ① 식감 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 13명/ 65% | 5명/ 25% |
| | ② 시음 중 풍미 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 14명/ 70% | 4명/ 20% |
| | ③ 시음 후 풍미 | 0명/ 0% | 1명/ 5% | 2명/ 10% | 14명/ 70% | 3명/ 15% |
| | ④ 전반적 풍미 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 14명/ 70% | 4명/ 20% |
| | ⑤ 목넘김 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 14명/ 70% | 4명/ 20% |
| | ⑥ 신 맛 정도 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 14명/ 70% | 4명/ 20% |
| 네이밍 평가 Naming evaluation | ① 발음 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 16명/ 80% | 4명/ 20% |
| | ② 기억 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 14명/ 70% | 6명/ 30% |
| | ③ 연결성 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 14명/ 70% | 6명/ 30% |
| | ④ 선호도 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 7명/ 35% | 9명/ 45% | 4명/ 20% |
| 상품성 평가 Productivity evaluation | ① 호감도 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 3명/ 15% | 13명/ 65% | 4명/ 20% |
| | ② 신뢰도 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 3명/ 15% | 13명/ 65% | 4명/ 20% |
| | ③ 만족도 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 2명/ 10% | 14명/ 70% | 4명/ 20% |
| | ④ 구매 의향 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 6명/ 30% | 10명/ 50% | 4명/ 20% |
| | ⑤ 자국민 선호도 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 4명/ 20% | 15명/ 75% | 1명/ 5% |
| | ⑥ 히트성 | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 6명/ 30% | 10명/ 50% | 4명/ 20% |
| | ⑦ 인지도 | 0명/ 0% | 3명/ 15% | 4명/ 20% | 7명/ 35% | 9명/ 45% |
| | ⑧ 연령대별 선호도 | 0명/ 0% | 1명/ 5% | 5명/ 25% | 9명/ 45% | 5명/ 25% |
| 가격 평가 Price evaluation | | 0명/ 0% | 0명/ 0% | 11명/ 55% | 9명/ 45% | 0명/ 0% |

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 | 2명/10% | 6명/30% | 4명/20% | 8명/40% | 0명/0% | 0명/0% | 0명/0% |
| 불만족 요인 Unsatisfying factor | 3명/15% | 0명/0% | 0명/0% | 1명/5% | 0명/0% | 10명/50% | 6명/30% |

선호 연령대 / Preferred age range

| 연령대 Age range | 20s | | | | | 30s | | | | | 40s | | | | | 50s + | | | | |
|-------------------------------------|---|----------------|----------------|----------------|--------|---|----------------|----------------|----------------|----------------|---|----------------|----------------|----------------|--------|-----------------|---------------|--------|---------------|--------|
| | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| | 1명 142 % | 1명 142 % | 2명 286 % | 3명 427 % | 명 % | 1명 125 % | 2명 250 % | 1명 125 % | 3명 375 % | 2명 250 % | 명 % | 2명 333 % | 1명 167 % | 1명 167 % | 명 % | 명 % | 1명 50 % | 명 % | 1명 50 % | 명 % |
| 이유 및 분석 reason & analysis | 포장과 향, 맛, 식감에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 맛을 선택한 응답자가 주를 이룸. | | | | | 포장과 향, 맛, 식감에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 맛을 선택한 응답자가 주를 이룸. | | | | | 향과 맛, 식감에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 향을 선택한 응답자가 주를 이룸. | | | | | 향과 맛이 고루 선택되었음. | | | | |

선호 가격대 / Preferred price range

| 가격대 Price range | 7RMB 4/20% | 8RMB 7/35% | 9RMB 2/10% | 10RMB 5/25% | 11RMB 2/10% |
|-------------------------------------|------------------|--|--------------------|---|------------------|
| 이유 및 분석 reason & analysis | 맛과 식감이 고루 선택되었음. | 포장과 맛, 식감, 가격에 대한 의견이 고루 나왔으며, 그중 맛을 선택한 응답자가 주를 이룸. | 맛을 선택한 응답자가 주를 이룸. | 맛과 식감 가격에 대한 의견이 고루 나왔으며, 맛과 가격을 선택한 응답자의 비율이 같음. | 맛과 가격이 고루 선택되었음. |

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

| | |
|---------|--|
| 포장 | - 현지 RTD커피제품군과 비교 시 플라스틱으로 만들어진 컵 커피에 비해 내구성이 좋고 적당한 병 크기에 휴대성이 좋음. |
| 식감 | - 오픈시 진한 커피향과 유제품이 혼합되어 목넘김이 수월하여 좋으나 단맛이 강하다는 의견이 다소 있음. |
| 브랜드 | - 같은 제조사의 스틱 커피의 유명세로 인해, 인지도가 높아 익숙한 브랜드임. |
| 시식 후 총평 | - 현지 유사제품과 달리 깊고 진한 풍미와 유제품의 리치한 맛이 어울어져 맛있기는 하나 높은 칼로리가 부담스럽다는 의견과 많이 달다는 의견이 다소 있었음. |

향후 계획 / Future plan

| | |
|--|--|
| 제품 홍보방안 Product promotion plan | - 고급진 맛과 간편한 휴대성을 강점으로 홍보하여 바쁜 직장인과 학생을 대상으로 홍보방안 마련. |
| 레시피 활용방안 recipe application plan | - 추운 날씨를 겨냥해 따뜻하게 데워 마실 수 있고, 그 이외에 라떼를 활용한 디저트류를 만들 수 있는 레시피 제공 및 구매유도. |