

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과 Analysis of Consumer's survey

마켓테스트 제품 정보 Product information

| | | |
|---|---|---|
| 제품명 Product Name | ROOAL초콜릿 | |
| 제조사(수출업체) manufacturer | 로O제과(주) | |
| 시중 유사제품 Similar products on the market | <ul style="list-style-type: none"> 제품명 Product name : 德芙精心O选多O口味140g |  |
| | <ul style="list-style-type: none"> 제조사 manufacturer : 玛氏O品(中国)O限公司 | |
| | <ul style="list-style-type: none"> 해당국가 판매가격 Selling price in the country : 89.9元/140g | |

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

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| 추진 날짜 Date of survey | 2022-5-20 |
| 설문 응답자 수 Number of respondents | 25명 |

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

| 성별 Gender | 연령 Age | 거주지역 Residence | 직업 Job |
|---------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| male / female | 20s / 30s / 40s + | 할빈시/기타지역 | 학생/직장인/주부,노인등 |
| 80%/20% | 10% / 50% / 40% | 100% / 0% | 10% / 40% / 50% |

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 | 0% | 5% | 50% | 30% | 15% |
| | ② 포장 재질 | 0% | 5% | 50% | 30% | 15% |
| | ③ 포장 디자인 | 0% | 5% | 60% | 30% | 5% |
| | ④ 편의성 | 0% | 5% | 40% | 40% | 15% |
| | ⑤ 가시성 | 0% | 5% | 50% | 40% | 5% |
| | ⑥ 포장 규격/용량 | 0% | 5% | 50% | 20% | 25% |
| | ⑦ 현지 트렌드 | 0% | 10% | 50% | 40% | 0% |
| 시식 전 인상 Impression before eating | ① 시각적 인상 | 0% | 10% | 70% | 20% | 0% |
| | ② 후각적 인상 | 0% | 10% | 70% | 20% | 0% |
| | ③ 호감도 | 0% | 10% | 60% | 30% | 0% |
| 시식 후 평가 Evaluation after eating | ① 식감 | 5% | 5% | 50% | 30% | 10% |
| | ② 시음 중 풍미 | 5% | 5% | 50% | 30% | 10% |
| | ③ 시음 후 풍미 | 0% | 5% | 70% | 20% | 5% |
| | ④ 전반적 풍미 | 0% | 5% | 60% | 30% | 5% |
| | ⑤ 목넘김 | 0% | 0% | 50% | 40% | 10% |
| | ⑥ 신 맛 정도 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 네이밍 평가 Naming evaluation | ① 발음 | 30% | 10% | 50% | 10% | 0% |
| | ② 기억 | 30% | 10% | 50% | 10% | 0% |
| | ③ 연결성 | 30% | 10% | 50% | 10% | 0% |
| | ④ 선호도 | 30% | 10% | 50% | 10% | 0% |
| 상품성 평가 Productivity evaluation | ① 호감도 | 5% | 10% | 50% | 30% | 5% |
| | ② 신뢰도 | 5% | 10% | 50% | 30% | 5% |
| | ③ 만족도 | 5% | 10% | 50% | 30% | 5% |
| | ④ 구매 의향 | 5% | 10% | 50% | 30% | 5% |
| | ⑤ 자국민 선호도 | 10% | 10% | 40% | 40% | 0% |
| | ⑥ 히트성 | 0% | 10% | 50% | 40% | 0% |
| | ⑦ 인지도 | 0% | 10% | 50% | 40% | 0% |
| | ⑧ 연령대별 선호도 | 10% (20대) | 20%(30대) | 40%(40대) | 30%(50대) | 0%(60대) |
| 가격 평가 Price evaluation | | 0% | 10% | 30% | 30% | 30% |

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 | 10% | 10% | 10% | 10% | 5% | 55% | 0% |
| 불만족 요인 Unsatisfying factor | 10% | 15% | 10% | 15% | 10% | 10% | 0% |

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 |
| | 0% | 15% | 10% | 11% | 12% | 5% | 5% | 12% | 6% | 12% | 12% | 6% | 10% | 2% | 6% |
| 이유 및 분석 reason & analysis | 젊은 소비층이 선물용 보다는 간식용으로 구매하는 경우가 많았음 | | | | | 선물용에 비해 가격이 저렴하고 판촉행사 기간 50% 할인과 1+1행사로 30대 고객들의 많이 관심을 보였음 | | | | | 40대 소비자 경우 선물용으로 주문을 많이 하고 포장에 대한 요구가 높은 편임 | | | | |

선호 가격대 / Preferred price range

| 가격대 Price range | \$4.5(60%) | \$6.75(30%) | \$9(10%) |
|-------------------------------------|--|---|--|
| 이유 및 분석 reason & analysis | 1+1 행사기간 가격 할인으로 젊은 소비층의 눈길을 끌려고 했으나 너무 가격 할인에 목적을 두어 젊은층들이 좋아하는 선물 포장이나 귀여운 캐릭터 등에 대한 수요를 만족시키지 못했음 | 한국 초콜릿을 좋아하는 고객들은 이 가격대도 받아들일 수 있는 것 같음 | 행사 주제에 맞게 선물 포장지나 귀여운 캐릭터 증정품이 있으면 가격대에 제한되지 않고 더 많은 고객들한테 인기가 있을 거 같음 |

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

| | |
|---------|---|
| 소비자 반응 | 가족, 친구한테 선물하기에 가격도 좋고 수입 초콜릿으로 고급스러워 좋았음. 간편 포장인긴 하지만 선물하기에 세련되고 가격대도 적절함. |
| 맛,품질 등 | 초콜릿 맛이 너무 쓰지 않고 너무 달지도 않아 부담없이 간식용으로 먹을 수 있음. |
| 포장(디자인) | 간식용 혹은 선물용으로 모두 가능하며 포장이 세련되고 보기 좋음, 단 색상이 단일하여 여러 가지 맛 및 포장으로 제품 진열 및 소비자가 다양하게 선택할 수 있었으면 더 좋겠음 |
| 시장진출 전략 | 중국 칠적명절(七夕节), 11.11 축제 등 시즌 연계 판촉행사를 추진하여 제품 브랜드 및 인지도 제고가 필요함 |

향후 계획 / Future plan

| | |
|--|---|
| 제품 홍보방안 Product promotion plan | 1. 선물용 포장도 동시에 취급하여 판매 추진 2. 다양한 맛과 제품으로 소비자 시선을 이끔 3. 정기적인 시식행사를 통해 한국산 초콜릿의 우수성을 홍보 |
| 레시피 활용방안 recipe application plan | - |