

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과 Analysis of Consumer's survey

마켓테스트 제품 정보 Product information

| | | |
|---|--|--|
| 제품명 Product Name | POOT단백질바 / 오곡코○볼바 / 골○그레놀라바 | |
| 제조사(수출업체) manufacturer | 동○식품 | |
| 시중 유사제품 Similar products on the market | ◆ 제품명 Product name : 鹿○餐燕○酥 |  |
| | ◆ 제조사 manufacturer : 산○희락경식품유한회사 | |
| | ◆ 해당국가 판매가격 Selling price in the country : 59.9위안 / 1,000g | |

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

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| 추진 날짜 Date of survey | 2022-8-13 |
| 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 + | 하얼빈시 / 기타 지역 | 학생/직장인 / 주부, 노인 등 |
| 40% / 60% | 50% / 30% / 20% | 100% / 0% | 30% / 50% / 20% |

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% | 0% | 60% | 40% | 0% |
| | ② 포장 재질 | 0% | 0% | 60% | 40% | 0% |
| | ③ 포장 디자인 | 0% | 0% | 60% | 40% | 0% |
| | ④ 편의성 | 0% | 0% | 60% | 40% | 0% |
| | ⑤ 가시성 | 0% | 0% | 60% | 40% | 0% |
| | ⑥ 포장 규격/용량 | 0% | 0% | 60% | 40% | 0% |
| | ⑦ 현지 트렌드 | 0% | 0% | 60% | 40% | 0% |
| 시식 전 인상 Impression before eating | ① 시각적 인상 | 0% | 0% | 40% | 60% | 0% |
| | ② 후각적 인상 | 0% | 0% | 20% | 60% | 20% |
| | ③ 호감도 | 0% | 0% | 40% | 40% | 20% |
| 시식 후 평가 Evaluation after eating | ① 식감 | 0% | 0% | 30% | 50% | 20% |
| | ② 시음 중 풍미 | 0% | 0% | 30% | 50% | 20% |
| | ③ 시음 후 풍미 | 0% | 0% | 30% | 50% | 20% |
| | ④ 전반적 풍미 | 0% | 0% | 30% | 50% | 20% |
| | ⑤ 목넘김 | 0% | 0% | 50% | 40% | 10% |
| | ⑥ 신 맛 정도 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 네이밍 평가 Naming evaluation | ① 발음 | 10% | 10% | 50% | 30% | 0% |
| | ② 기억 | 10% | 10% | 50% | 30% | 0% |
| | ③ 연결성 | 10% | 10% | 50% | 30% | 0% |
| | ④ 선호도 | 0% | 10% | 60% | 30% | 0% |
| 상품성 평가 Productivity evaluation | ① 호감도 | 0% | 0% | 60% | 30% | 10% |
| | ② 신뢰도 | 0% | 0% | 60% | 30% | 10% |
| | ③ 만족도 | 0% | 0% | 70% | 30% | 0% |
| | ④ 구매 의향 | 0% | 10% | 30% | 50% | 10% |
| | ⑤ 자국민 선호도 | 0% | 5% | 85% | 10% | 0% |
| | ⑥ 히트성 | 0% | 50% | 40% | 10% | 0% |
| | ⑦ 인지도 | 0% | 60% | 30% | 10% | 0% |
| | ⑧ 연령대별 선호도 | 60% (20대) | 10%(30대) | 10%(40대) | 10%(50대) | 10%(60대) |
| 가격 평가 Price evaluation | | 30% | 10% | 30% | 30% | 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 | 20% | 0% | 30% | 30% | 0% | 10% | 0% |
| 불만족 요인 Unsatisfying factor | 0% | 0% | 0% | 0% | 20% | 50% | 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 |
| | 10% | 15% | 10% | 15% | 15% | 5% | 5% | 15% | 5% | 15% | 15% | 5% | 10% | 5% | 10% |
| 이유 및 분석 reason & analysis | 너무 달지도 않고 다이어트로 식단 대신 먹을수 있어 편리함 | | | | | 건강 식재료로 만들어지고 간식으로 편하게 먹을 수 있어서 좋음 | | | | | 단가가 너무 비싼 편임 | | | | |

선호 가격대 / Preferred price range

| 가격대 Price range | \$1.95(60%) | \$2.6(10%) | \$3.6(0%) |
|------------------------------|--------------|-------------|------------------------------|
| 이유 및 분석 reason & analysis | 적정한 가격이라 판단됨 | 용량 대비 비싼 편임 | 가격대가 너무 높아 유사제품 비교시 경쟁력이 떨어짐 |

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

| | |
|---------|---|
| 소비자 반응 | 10-20대 호평이 많은 제품이었음, 단 가격대가 비싸다는 반응이 많음 |
| 맛,품질 등 | 너무 딱딱하지도 않고 단맛도 적절해서 좋음 |
| 포장(디자인) | 포장이 세련되고 건강식품 이미지가 강함 |
| 시장진출 전략 | 10-30대 대상 집중 홍보 추진 |

향후 계획 / Future plan

| | |
|-------------------------------------|---|
| 제품 홍보방안 Product promotion plan | 1. 신제품 출시로 매장내 홍보 포스트 부착 2. 카운터 입구 전시로 소비자 시선 끌로 구매 유도 3. 단가가 높은 편이라 매장 내 기타 제품과 묶어 1+1 판촉행사 진행 |
| 레시피 활용방안 recipe application plan | - |