

붙임 4

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보 Product information

제품명 Product Name	The 찾을수록 Apple 소주	
제조사(수출업체) manufacturer	(주)한국애플리즈 - 경북 의성	
시중 유사제품 Similar products on the market	◆ 제품명 Product name :	 <p>Quezalteca Especial 500mL.</p>
	◆ 제조사 manufacturer :	
	◆ 해당국가 판매가격 : Q26.95	

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

추진 날짜 Date of survey	2023-06-23 / 2023-06-28
설문 응답자 수 Number of respondents	33명 / 46명 합계 79명

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age
male / female	20s / 30s / 40s +
남-24(30.4%) / 여-55(69.6%)	10대 - 15 (19.0%) Guatemala는 18세이상 주류판매 가능 20대 - 27(34.2%) 30대 - 17(21.5%) 40대이상 - 20(25.3%)

제품 평가 (1) / Product evaluation

	전혀 그렇지 않다 Strongly disagree	그렇지 않다 Disagree	보통이다 Neutral	그렇다 Agree	매우 그렇다 Strongly agree
패키지 선호도 Package preference	1명/ 1.3%	0명/ 0 %	2명/ 2.5%	26명/ 32.9%	50명/ 63.3%
시식 전 인상 Impression before eating	0명/ 0%	0명/ 0%	3명/ 3.8%	17명/ 21.5%	59명/ 74.7%
시식 후 평가 Evaluation after eating	1명/ 1.3%	0명/ 0%	1명/ 1.3%	22명/ 27.8%	55명/ 69.6%
네이밍 평가 Naming evaluation	1명/ 1.3%	2명/ 2.5%	26명/ 32.9%	28명/ 35.4%	22명/ 27.8%
상품성 평가 Productivity evaluation	명/ 0%	0명/ 0%	6명/ 7.6%	23명/ 29.1%	50명/ 63.3%
가격 평가 Price evaluation	1명/ 1.3%	명/ %	12명/ 15.2%	27명/ 34.2%	39명/ 49.4%

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	76명/96.5%	73명/92.5%	77명/97.4%	72명/91.2%	50명/63.2%	66명/83.6%	
불만족 요인 Unsatisfying factor	1명/ 1.3%	0명/ 0%	1명/ 1.3%	1명/ 1.3%	3명/ 8.9%	1명/ 1.3%	

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

	한국 제품에 대해 전반적으로 우호적임. 비교 제품에 비해 가격 차이가 별로 나지 않고, 알콜 함유량이 낮아 부드럽고 맛이 좋으며 향기로운 술이라는 반응을 보임. 다만 제품 이름이 생소하여 발음이 쉽지 않고, 기억하기 어렵다는 의견이 있었음. 이에 대한 보완책으로 제품에 대해 현지어로 설명이 별도로 필요함
--	--

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안 Product promotion plan	현지에서 전혀 알려지지 않은 탓에 시음회 제품 (The 찾을수록 소주)을 처음 접한 사람들도 시음회를 한 후 바로 구입으로 이어지는 경우가 많았음. 더 많은 광고와 시음회, 판촉물과 방문한 고객관리를 통한 입소문 마케팅으로 이어지면 더 많은 매출을 올릴 수 있을 것으로 예상됨
레시피 활용방안 recipe application plan	주류 제품의 특성상 Recipe는 필요하지 않고 소주와 함께 먹을 안주 거리와 함께 홍보하여 안주 거리 제품의 판매도 늘릴 수 있을 것으로 예상됨. 시음회때 함께 제공한 떡볶이, 스낵류도 좋은 반응을 보임