


양식 3

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보 Product information

제품명 Product Name	유어스 아메리카노 블랙 230ML	
제조사(수출업체) manufacturer	GS리테일 (유어스)	
시중 유사제품 Similar products on the market	없음	

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

추진 날짜 Date of survey	07/2023
설문 응답자 수 Number of respondents	25

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
male / female	10s / 20s / 30s / 40s +		
female	40s	Kuwait	간호사
female	30s	Kuwait	주부
female	20s	Kuwait	학생

male	30s	Kuwait	학생
male	20s	Kuwait	학생
male	30s	Kuwait	직장인
male	30s	Kuwait	직장인
female	40s	Kuwait	간호사
female	40s	Kuwait	직장인
female	40s	Kuwait	직장인
female	60s	Kuwait	주부
male	30s	Kuwait	자영업자
male	20s	Kuwait	학생
female	30s	Kuwait	주부
female	10s	Kuwait	학생
female	10s	Kuwait	학생
female	10s	Kuwait	학생
female	10s	Kuwait	학생
female	10s	Kuwait	학생
male	20s	Kuwait	자영업자
female	30s	Kuwait	직장인
female	10s	Kuwait	학생
female	20s	Kuwait	학생
female	30s	Kuwait	간호사
female	30s	Kuwait	직장인

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	12명	12명
시식 전 인상 Impression before eating			9명	6명	10명
시식 후 평가 Evaluation after eating			1명	14명	10명
상품성 평가 Productivity evaluation			1명	12명	12명
가격 평가 Price evaluation			3명	11명	11명

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	9			11			
불만족 요인 Unsatisfying factor	1			2			

선호 연령대 / Preferred age range

연령대 Age range	10s					20s~30s					40s +				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	0명 0%	0명 0%	1명 4%	3명 12%	2명 8%	0명 0%	0명 0%	1명 4%	6명 24%	7명 28%	0명 0%	0명 0%	1명 4%	2명 8%	2명 8%
이유 및 분석 reason & analysis	10대들의 한국에 대한 관심이 높고 깔끔한 디자인과 편리성에 관심을 보임. 하지만 무설탕 아메리카노라는 맛의 특성상, 10대들이 좋아하는 맛은 아님. 다양한 선택이 주어진다면 좋은 고객층이 될 것임.					20대와 30대들의 한국에 대한 관심 또한 높다고 볼 수 있음. 깔끔한 맛과 제품의 편리성에 높은 관심을 보임. 다양한 선택지가 있다면 주요 고객층이 될 것임.					40대부터는 아메리카노에 대한 각자의 생각이 정립된 상태이므로 각자 사뭇 다른 반응이 있음. 정확한 마케팅으로 유인책을 제공한다면 적지 않게 고객으로 유인할 수 있을 것임.				

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$0.25 (20%)	\$0.50 (20%)	\$1.00 (60%)
이유 및 분석 reason & analysis	구매력이 떨어지는 비쿠웨이트인 노동자들이 원하는 가격대라고 생각됨. 가격이 비싼 한국 제품에 대한 주요 고객층이 아님.	한국 제품에 대한 관심은 떨어지지만 아시아 제품에 대해 잠재적 고객이 될 수 있는 중간 구매력 정도의 비쿠웨이트인임.	현재 책정된 가격대임. 주로 구매력 높은 쿠웨이트인과 외국인 고급인력이 주고객층이고, 한국 제품에 대한 주요 수요층임. 그들의 생활반경 안에 제품을 공급해야 함.

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

맛	가격이 싼 인스턴트 커피보다 맛이 좋다는 장점이 있음. 그리고 얼음을 같이 비치함으로 써, 뜨거운 물로만 만들 수 있는 인스턴트 커피와 비교해서 장점이 있음. 얼음이 필요없이 컵이나 빨대만 있어도 차갑게 좋은 맛의 음료를 먹을 수 있다는 장점이 있음. 크기도 충분히 커서 큰 컵에 따라 먹을 수 있는 양이 됨.
제품 디자인	깔끔한 파우치 디자인을 통해 긍정적인 반응을 끌어낼 수 있음. 다양한 맛들로 진열했을 때 고객들을 멈춰 세울 수 있는 패키징이라고 생각됨. 얼음컵을 사서 따라 마신다는 개념은 이미 익숙해서 부정적이지 않을 것이라고 생각함.
가격	다른 메이커 커피 음료보다 가격도 상대적으로 저렴함. 스타벅스 캔음료가 \$2.50 인 것을 비교하면 확실한 가격 우위가 존재함. Nescafe 캔커피 등 저렴한 브랜드(\$0.80)에 대한 맛의 우위와 비교하면 가격도 크게 차이가 나지 않음.
네이밍	Pouch라는 단어를 각각의 맛에 부여해서 통일성을 제고할 수 있음. 그리고 고객들의 뇌리에 남는 네이밍이 될 수 있음.

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안 Product promotion plan	쿠웨이트의 특성상 편의점이 자가용을 주로 이용하는 구매력이 높은 일반 쿠웨이트 인들이 자주 찾는 주유소에 보통 위치함. 이 편의점들 (Trolley, Canteen Grocery & More)에 진출하여 전용 매대 등의 방법으로 뛰어난 맛을 바탕으로 해서 이미 편의점에 있는 얼음 컵에 따라 마신다면 좋은 홍보 전략이 될 것임. 또한, 구매력이 충분한 비쿠웨이트·고급 인력들이 모여 사는 곳에 위치한 편의점들(Hi & Buy, Trolley 등)에도 입점하여 시도한다면 큰 상승 작용을 일으킬 수 있을 것임. 궁극적으로는 많은 쿠웨이트 인들이 주로 이용하는 Cooperative에 입점하여 주요 음료 브랜드가 될 수 있음.
레시피 활용방안 recipe application plan	완제품으로서 해당사항 없음.