

양식 3

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보
Product information

제품명 Product Name	ALOE KING POMEGRANATE	
제조사(수출업체) manufacturer	OKF	
시중 유사제품 Similar products on the market	<ul style="list-style-type: none"> 제품명 Product name : Aqualoe 	
	<ul style="list-style-type: none"> 제조사 manufacturer : Frutafiel S.A. 	
	<ul style="list-style-type: none"> 해당국가 판매가격 Selling price in the country : \$592 	

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

추진 날짜 Date of survey	2023년 6월 12일 - 2023년 6월 16일
설문 응답자 수 Number of respondents	20

분석 결과
Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
남성	20대	부에노스아이레스	의사
여성	20대	부에노스아이레스	디자이너
여성	20대	부에노스아이레스	무직

여성	30대	부에노스아이레스	의사
남성	20대	부에노스아이레스	판매원
남성	20대	부에노스아이레스	학생
여성	20대	부에노스아이레스	디자이너
여성	20대	부에노스아이레스	학생
여성	20대	부에노스아이레스	학생
여성	40대	부에노스아이레스	무직
여성	10대	부에노스아이레스	학생
여성	20대	부에노스아이레스	교사
남성	10대	부에노스아이레스	학생
남성	20대	부에노스아이레스	회사원
여성	20대	부에노스아이레스	무직
여성	20대	부에노스아이레스	웨이트리스
여성	20대	부에노스아이레스	웨이트리스
남성	20대	부에노스아이레스	개발자
남성	40대	부에노스아이레스	무직
남성	20대	부에노스아이레스	개발자

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	-	-	2명/10%	14명/70%	4명/20%
시식 전 인상 Impression before eating	-	-	4명/20%	10명/50%	6명/30%
시식 후 평가 Evaluation after eating	-	-	-	12명/60%	8명/40%
네이밍 평가 Naming evaluation	-	1명/5%	4명/20%	12명/60%	3명/15%
상품성 평가 Productivity evaluation	-	-	6명/30%	13명/65%	1명/5%
가격 평가 Price evaluation	-	-	10명/50%	9명/45%	1명/5%

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	1명/5%	2명/10%	3명/15%	14명/70%	-	-	-
불만족 요인 Unsatisfying factor	6명/30%	-	2명/10%	1명/5%	7/35%	3명/15%	1명/5%

선호 연령대 / Preferred age range

연령대 Age range	10대					20대					30대 이상				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	0명 0%	0명 0%	1명 50%	0명 0%	1명 50%	0명 0%	0명 0%	4명 27%	5명 33%	6명 40%	0명 0%	0명 0%	2명 67%	1명 33%	0명 0%
이유 및 분석 reason & analysis	본 설문지 10대 참가자는 단 두 명이었으며, 이들은 상반된 의견을 제시했다. 첫 번째 10대 설문자는 시식품이 맛있다고 기재했으며, 두 번째 설문자는 현지 청소년은 알로에 음료를 마시지 않는다고 응답했다.					전 연령대 중 20대 설문자가 가장 많았으며, 20명 중 15명이 20대였다. 아울러, 20대 응답자가 시식품에 대해 가장 호의적인 반응을 보였으며, 73%가 시식품에 대해 만족한 것으로 나타났다.					시식품에 대한 30대의 호감도가 가장 낮았다. 식류맛 알로에 음료가 시원하고 맛있지만 이색적인 맛이라서 젊은 연령층과 어울린다는 응답이 많았다. 또한, 한국 음식이 SNS 통해 점점 많은 인기를 끌고 있지만, SNS 활용을 가장 잘 하는 10~30대 사이가 가장 좋				

		이라고 기재했다. 또한, 원래부터 소비자들이 과일 주스를 선호하고 단맛이 강하지 않아서 30대 이상 연령층도 좋아할 제품이라는 의견이 많았다. 다만, 석류는 현지에서 생소한 과일이라서 접근하기 어려운 제품이라는 의견이 있었다.	아하는 것으로 나타났다.
		더불어, 여러 설문자가 패키지 디자인과, 네이밍, 판매가에 대해 불만족스럽게 평가했으며, 디자인이 세련되지 않았고 네이밍이 창의적이지 않다는 지적이 있었다. 또한, 시식품 가격이 대중적이지 않고 소득 수준이 높은 사람만 소비 가능한 제품이라는 지적이 있었다.	

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$950 이하(35%)	\$1000(65%)	1050이상(0%)
이유 및 분석 reason & analysis	전체 설문자 20명 중 7명이 적절 판매가가 \$950 이하라고 기재했으며, 20대 5명이 느끼는 적정 판매가는 \$500~\$800 사이였으며, 40대 두 명이 느끼는 적정 판매가는 \$600~\$750 사이였다.	현재 판매가가 적절하다고 기재한 사람은 65%였으며, 설문자 대부분이 시식품이 수입품이라서 판매가가 적절하다고 기재했다. 그러나 현지 물가와 소득 대비 판매가가 지나치게 높아서 대중적이지 않다는 지적이 있었다.	

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

네이밍	전 응답자 중 35%가 네이밍을 가장 불만족스러운 요인이라고 기재했으며, 창의적이지 않다는 지적이 많았다.
가격	전 응답자 중 35%가 현재 판매가보다 낮은 판매가가 적절하다고 기재했으며, 그들이 느끼는 적정 판매가는 \$500~\$800이었다.
포장지 디자인	전 응답자 중 30%가 패키지 디자인이 가장 불만족스러운 요인이라고 생각했으며, 디자인이 부족하다는 지적과 함께 내용물이 안 보여서 아쉽다는 응답이 여

	<p>것 있었다. 세련되고 화려한 디자인으로 변경할 필요성을 강조한 사람도 많았으며, 더 작은 용량으로 변경해도 좋은 것 같다는 조언도 있었다.</p>
<p>맛</p>	<p>전 응답자 중 70%가 맛을 가장 만족스러운 요인이라고 기재했으며, 대체로 맛에 대한 호평이 많았다. 맛있으면서 시원한 맛이라는 의견이 많았으며, 탄산이 들어간 신제품 출시를 원하는 시식자도 있었다.</p>

향후 계획 / Future plan

<p>제품 홍보방안 Product promotion plan</p>	<p>인지도를 높이기 위해 인스타그램과 유튜브에 홍보할 예정이며, 한인의날 같은 인파가 많이 몰리는 행사에서 마켓테스트를 진행할 생각이다.</p>
<p>레시피 활용방안 recipe application plan</p>	<p>한류 영향으로 점점 많은 현지인이 소주를 찾기 시작했다. 그리고 20대의 경우, 알코올 맛이 강한 일반 소주보다는 달콤한 맛을 선호하며, 최근 3년간 과일소주 판매율이 100% 정도 증가했다. 아울러, 단맛이 강한 시식품과 소주를 섞어서 레시피를 개발해서 마켓테스트를 진행할 예정이다.</p>