


양식 3

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보
Product information

제품명 Product Name	SPARKLING ALOE	
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 : \$903 	

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

추진 날짜 Date of survey	2023년 8월 14일 ~ 2023년 8월 18일
설문 응답자 수 Number of respondents	20

분석 결과
Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
여성	20대	부에노스아이레스	무직
여성	20대	부에노스아이레스	회사원

여성	20대	부에노스아이레스	학생
남성	20대	부에노스아이레스	학생
여성	30대	부에노스아이레스	회사원
여성	30대	부에노스아이레스	회사원
남성	20대	부에노스아이레스	개발자
남성	20대	부에노스아이레스	회사원
여성	50대	부에노스아이레스	심리 상담사
여성	20대	부에노스아이레스	웨이트레스
남성	20대	부에노스아이레스	판매원
여성	20대	부에노스아이레스	교사
남성	40대	부에노스아이레스	회사원
남성	30대	부에노스아이레스	회사원
남성	20대	부에노스아이레스	학생
여성	20대	부에노스아이레스	웨이트레스
여성	20대	부에노스아이레스	웨이트레스
여성	20대	부에노스아이레스	웨이트레스
남성	20대	부에노스아이레스	요리사
여성	40대	부에노스아이레스	회사원

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	-	-	4명/20%	6명/30%	10명/50%
시식 전 인상 Impression before eating	-	-	4명/20%	10명/50%	6명/30%
시식 후 평가 Evaluation after eating	-	-	5명/25%	10명/50%	5명/25%
네이밍 평가 Naming evaluation	-	1명/5%	5명/25%	6명/30%	8명/40%
상품성 평가 Productivity evaluation	-	1명/5%	7명/35%	11명/55%	1명/5%
가격 평가 Price evaluation	1명/5%	2명/10%	8명/40%	7명/35%	2명/10%

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	10명/50%	4명/20%	2명/10%	3명/15%	1명/5%	-	-
불만족 요인 Unsatisfying factor	-	3명/15%	-	5명/25%	2명/10%	7명/35%	3명/15%

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%	0명 0%	0명 0%	0명 0%	0명 0%	0명 0%	2명 14%	8명 57%	4명 29%	0명 0%	2명 33%	1명 17%	2명 33%	1명 17%
이유 및 분석 reason & analysis	전체 응답자 20명 중 20대가 14명이었으며 시식품에 대해 4명이 '매우 만족', 8명이 '만족', 2명이 '보통'이라고 답했다. 다른 연령대보다 제품에 대한 만족도가 높았지만 64%가 가격이 높다고 답했으며										30대 이상 응답자는 20명 중 6명이었으며 30대는 3명, 40대는 2명, 50대는 단 한 명이였다. 20대보다 시식품에 대한 만족도가 낮았으며 1명이 '매우 만족', 2명이 '만족', 1명이 '보통', 2명이				

		50%가 '맛'을 부정적으로 평가했다. 20대가 생각하는 적정 가격은 \$800이였으며 시식품 판매가보다 17.6%가 낮은 가격이었다. 아울러 시식품 맛을 호의적으로 평가한 응답자는 시식품이 '맛있다', '건강하다', '시원하다'라고 답했지만 응답자 중 50%는 '맛없다', '탄산과 어울리지 않는다', '알로에를 좋아하는 사람만 마실 수 있는 제품이다'라고 답했다.	'불만족'라고 답했다. 67%가 시식품 맛을 불만족스럽게 평가했으며 83%가 가격이 높다고 답했다.
--	--	---	--

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$950이하(70%)	\$970(30%)	\$1000이상(0%)
이유 및 분석 reason & analysis	<p>시식품 판매가가 높다고 답한 14명의 적정 가격은 \$670이였으며 현재 판매가보다 31%가 낮은 가격이다. 적정 가격 질문에서 \$350부터 \$900까지 다양한 답변을 볼 수 있었지만 14명 중 43%가 \$600~\$700 사이 판매가가 적합하다고 답했다</p> <p>또한 연령별로 가격이 높다고 답한 비중은 20대는 64%, 30대는 100%, 40대는 50%, 50대는 100%이였으며 가격에 대한 전반적인 만족도가 낮았다.</p>	<p>전 응답자 중 6명만 시식품 판매가가 적합하다고 답했으며 응답자 대부분이 유사 제품보다는 현지에서 섭취율이 가장 높은 코크(COKE) 판매가와 비교했다. 코크는 현지에서 \$450에 판매되고 있으며 시식품 판매가가 두 배 이상 높다.</p> <p>현지 제조 알로에 음료 ALOEVINE은 \$903에 판매되고 있으며 시식품 판매가가 7.4% 높다. 가격 차이가 크지 않지만 ALOEVINE 음료도 현지에서 생소한 제품이라서 현지에서 인지도가 낮고 응답자 중 95%가 ALOEVINE 제품을 모르고 있었다.</p>	

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

네이밍	대체로 '네이밍'에 대한 의견이 없었으며 전 응답자 중 1명이 '네이밍'을 가장 만족스러운 요인, 2명이 가장 불만족스러운 요인으로 선택했다.
가격	전 응답자 중 70%가 판매가가 높다고 답했으며 적정 가격은 현재 판매가보다 22%가 낮은 \$760이었다. 또한 전 응답자 중 35%가 가격을 가장 불만족스러운 요인으로 선택할 만큼 가격에 대한 만족도가 낮았다.

포장지 디자인	전 응답자 중 50%가 포장지 디자인을 가장 만족스러운 요인으로 선택했으며 응답자 대부분이 디자인이 '세련됐다', '예쁘다', '탁월하다'라고 호평했다. 또한 패키지 선호도 질문에서도 전 응답자 중 50%가 '매우 그렇다', 30%가 '그렇다', 20%가 '보통이다'를 선택했으며 질문 여섯 가지 중 '매우 그렇다' 비중이 가장 높았다.
맛	전 응답자 중 25%가 '맛'을 가장 불만족스러운 요인으로 선택했으며 가격 다음으로 비중이 가장 높았다. 특히 30대가 가장 불만족스러운 평가를 했으며 30대 응답자 모두가 '선호하지 않는 맛'이라고 답했다. 50대도 마찬가지로 부정적으로 답했으며 설탕 함량이 높다는 지적을 했다. 20대는 절반이 '건강하다', '시원하다', '맛있다'라고 답했는데 나머지 50%는 부정적으로 답했다. 40대 응답자는 가장 호의적인 반응을 보였으며 시식품을 '건강하고 모든 연령대와 어울리는 제품'이라고 답했다.

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안 Product promotion plan	시식품 인지도를 높이기 위해 8월 마지막 주에 인스타그램 유료 홍보를 진행했으며 지속해서 다른 SNS를 활용하여 온라인 홍보를 진행할 예정이다. 아울러 '한인의 날' 같은 인파가 많이 몰리는 행사에서 마켓테스트를 진행할 예정이며 제품 홍보에 효과적일 것으로 기대한다.
레시피 활용방안 recipe application plan	한류 영향으로 소주를 찾는 현지인이 증가하고 있으며 특히 달콤한 과일 소주를 찾는 20대가 늘고 있다. 아울러 단맛이 강한 시식품과 소주를 섞어서 레시피를 개발하여 주로 20대와 30대 상대로 마켓테스트를 진행할 예정이다.