

마켓테스트 제품 정보
Product information

제품명 Product Name	대상 청정원 홍초 블루베리 / 자몽 900ML	
제조사(수출업체) manufacturer	대상 청정원	
시중 유사제품 Similar products on the market		
	대상 청정원 홍초 블루베리 900ML	대상 청정원 홍초 자몽 900ML

마켓테스트 추진 날짜 및 응답자 수

Date of consumer's survey and numbers of respondents

추진 날짜 Date of survey	10/2023
설문 응답자 수 Number of respondents	36 (블루베리 20 + 자몽 16)

분석 결과
Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Female	40s	쿠웨이트	주부
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Female	40s	쿠웨이트	주부
Female	20s	쿠웨이트	학생
Male	30s	쿠웨이트	직장인
Male	30s	쿠웨이트	직장인
Female	30s	쿠웨이트	간호사
Female	20s	쿠웨이트	간호사
Male	30s	쿠웨이트	직장인
Male	20s	쿠웨이트	학생
Female	20s	쿠웨이트	무직
Male	30s	쿠웨이트	직장인
Female	20s	쿠웨이트	학생
Female	20s	쿠웨이트	무직
Female	30s	쿠웨이트	자영업
Female	30s	쿠웨이트	간호사
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Male	30s	쿠웨이트	자영업
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Male	30s	쿠웨이트	직장인
Male	30s	쿠웨이트	직장인
Female	40s	쿠웨이트	주부
Female	40s	쿠웨이트	직장인
Female	20s	쿠웨이트	학생
Female	30s	쿠웨이트	주부
Male	30s	쿠웨이트	무직
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Female	30s	쿠웨이트	직장인
Male	30s	쿠웨이트	무직
Female	20s	쿠웨이트	무직
Male	30s	쿠웨이트	무직
Female	20s	쿠웨이트	학생

제품 평가 (1) / Product evaluation

블루베리(총 20명)	전혀 그렇지 않다 Strongly disagree	그렇지 않다 Disagree	보통 이다 Neutral	그렇다 Agree	매우 그렇다 Strongly agree
시식 전 인상 Impression before eating	0/0%	0/0%	5/25%	5/25%	10/50%
시식 후 평가 Evaluation after eating	0/0%	0/0%	1/5%	9/45%	10/50%
맛 평가 Taste evaluation	0/0%	0/0%	2/10%	10/50%	8/40%
패키지 선호도 Package preference	0/0%	0/0%	2/10%	4/20%	14/70%
가격 평가 Price evaluation	0/0%	0/0%	2/10%	13/65%	5/25%
상품성 평가 Product evaluation	0/0%	0/0%	1/5%	10/50%	9/45%
자몽(총 16명)	전혀 그렇지 않다 Strongly disagree	그렇지 않다 Disagree	보통 이다 Neutral	그렇다 Agree	매우 그렇다 Strongly agree
시식 전 인상 Impression before eating	0/0%	0/0%	2/12.5%	8/50%	6/37.5%
시식 후 평가 Evaluation after eating	0/0%	1/6.25%	2/12.5%	5/31.25%	8/50%
맛 평가 Taste evaluation	0/0%	0/0%	3/18.75%	7/43.75%	6/37.5%
패키지 선호도 Package preference	0/0%	0/0%	4/25%	5/31.25%	7/43.75%
가격 평가 Price evaluation	0/0%	0/0%	6/37.5%	4/25%	6/37.5%
상품성 평가 Product evaluation	0/0%	1/6.25%	2/12.5%	6/37.5%	7/43.75%

제품 평가 (2) / Product evaluation

블루베리(총 20명)	패키지 디자인 (Package design)	향/냄새 (Flavor/ Scent)	식감 (Food texture)	맛 (Taste)	네이밍 (Naming)	가격 (Price)	그 외 (Other)
만족 요인 Satisfying factor	0/0%	3/15%	0/0%	15/75%	0/0%	2/10%	0/0%
불만족 요인 Unsatisfying factor	0/0%	0/0%	0/0%	0/0%	0/0%	0/0%	0/0%
자몽(총 16명)	패키지 디자인 (Package design)	향/냄새 (Flavor/ Scent)	식감 (Food texture)	맛 (Taste)	네이밍 (Naming)	가격 (Price)	그 외 (Other)
만족 요인 Satisfying factor	0/0%	2/12.5%	0/0%	11/68.75%	0/0%	2/12.5%	0/0%
불만족 요인 Unsatisfying factor	0/0%	0/0%	0/0%	1/6.25%	0/0%	0/0%	0/0%

선호 연령대 / Preferred age range (블루베리 + 자몽)

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%	0명 0%	0명 0%	0명 0%	0명 0%	0명 0%	0명 0%	4명 11%	4명 11%	0명 0%	1명 3%	3명 8%	11명 30%	12명 33%
이유 및 분석 reason & analysis	10대들에겐 관심을 끌지 못하였음. 패키징에서 건강음료 같은 느낌을 받는다는 평가를 받음. 다른 한국 제품들과 비교해서 평범하다는 평이었음.					청년층들은 제품에 대한 궁금증으로 인해 설문조사에 참가하였음. 맛에 대한 긍정적인 평가를 내렸음. 그러나 물과 섞어 먹어야 하는 것과 식초라는 설명에 대해 의아해했음.					건강에 좋은 식초 제품이고, 물에 섞어 먹는다는 특징으로 인해 긍정적인 평가를 보였음. 다만 홍초라는 제품에 대해 생소하였기 때문에 따로 설명이 필요하였음.				

선호 가격대 / Preferred price range (블루베리 + 자몽)

가격대 Price range	\$4.50 (0%)	\$6.00 (22%)	\$7.50 (78%)
이유 및 분석 reason & analysis	현재가 \$7.50에 대해서 물에 희석시킨다는 특성으로 인해 현재가에 대해 큰 반감은 없었음.	타 음료들에 비해 물을 섞는다는 특징을 고려하더라도 가격이 다소 높다는 특징이 있음. 그러나 건강음료라는 특징을 강조한다면 적정할 정도는 아니라고 생각함.	건강음료라는 인식과 식초라는 독특한 특성으로 인해 적절한 가격이라는 의견이 대다수였음.

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

<p>맛</p>	<p>맛에 대해선 반감이 존재하지 않았음. 이 나라 특성상 과일 맛 음료수를 좋아하고, 특히 블루베리 맛 음료수에 대한 선호도가 존재함. 실제 설문 조사에서도 블루베리 맛 홍초가 자몽 맛 홍초에 비해 조금 더 선호도가 높았다는 것을 알 수 있음. 식초라는 독특한 점이 있지만 맛과 냄새에서 큰 반감을 일으키지 않기 때문에 오히려 독특한 면으로 홍보할 수 있을 것이라고 생각함.</p>
<p>제품 디자인</p>	<p>한국말로 되어 있고, 각각의 맛을 표시하는 과일 사진이 호감 가는 디자인으로 표현되어 있지만, 식초라는 특성을 보여주는 디자인은 없었음. 플라스틱 병과 검정색 뚜껑 또한 디자인적으로 큰 플러스 요소는 되지 않는 것으로 판단됨. 설문조사에서도 디자인에 대한 언급은 없었음.</p>
<p>가격</p>	<p>대부분의 고객들은 가격이 적당하다고 생각함. 그러나 가격에 대해 모두가 만족한 것은 아니었음. 그러나 식초 음료라는 독특한 특징에서 오는 건강음료라는 특징을 강조할 수 있다면, 가격은 큰 문제가 안될 것이라고 판단됨.</p>
<p>네이밍</p>	<p>홍초라는 고유한 한국어는 홍초라는 제품을 처음으로 접하는 현지 고객들에겐 큰 영향력이 없을 것임. 그러나 발음하기 어려운 단어가 아니고, 다시 찾는 고객들에겐 좋은 단어가 될 수는 있음. 슈퍼 매대에 이 제품이 식초 제품이라는 것을 홍보한다면 더 높은 매출을 올릴 수 있을 것이라고 생각함.</p>

향후 계획 / Future plan

<p>제품 홍보방안 Product promotion plan</p>	<p>식초로서의 건강에 긍정적인 요소를 부각시키는 홍보를 해야 함. 식초의 성분을 그대로 가지고 있지만 높은 과일 함유로 맛이 좋다는 것 또한 강조할 수 있을 것임. 피부미용, 다이어트, 해독효과를 가진 식초의 성분을 그대로 함유한 홍초는 성인병이 높고 피부 미용에 관심이 많은 쿠웨이트 젊은 여성들에게 큰 관심을 불러일으킬 수 있음. 블루베리, 자몽, 석류맛은 중동에서도 인기가 높은 과일임.</p>
<p>레시피 활용방안 recipe application plan</p>	<p>쿠웨이트인들은 식초를 샐러드, 메인 음식 등에 즐겨 사용함. 현지 시장에는 기본적인 투명한 식초밖에 없음. 단 디저트와 음료를 좋아하는 중동 사람들의 식습관을 이용하여 한국에서 유행하는 홍초를 이용한 각종 샐러드, 음료와 디저트 레시피를 소셜 미디어를 통해 홍보하면 더 큰 홍보 효과를 누릴 수 있을 것임. 홍초를 활용한 무알코올 칵테일이나 주스 칵테일 레시피는 쿠웨이트의 많은 카페에서도 수요가 높을 것임.</p>