

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과 Analysis of Consumer's survey

마켓테스트 제품 정보 Product information

제품명 Product Name	고흥 유자 샌드웨이퍼 90G	
제조사(수출업체) manufacturer	에덴 식품	
시중 유사제품 Similar products on the market	◆ 제품명 Product name : Loacker Wafer Sandwich Milk Vanilla 30G	
	◆ 제조사 manufacturer : Loacker	
	◆ 해당국가 판매가격 Selling price in the country : 9.2 (\$)	

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

추진 날짜 Date of survey	2024년 1월 1일~31일(31일간)
설문 응답자 수 Number of respondents	31명

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age
male / female	10s / 20s / 30s / 40s / 50s
7명 / 24명	9명 / 11명 / 8명 / 3명 / 0명

제품 평가 (1) / Product evaluation

	전혀 그렇지 않다 Strongly disagree (0%)	그렇지 않다 Disagree (20%)	보통이다 Neutral (50%)	그렇다 Agree (75%)	매우 그렇다 Strongly agree (100%)
패키지 선호도 Package preference	0	0	3	7	21
시식 전 인상 Impression before eating	0	0	6	13	12
시식 후 평가 Evaluation after eating	0	1	6	10	14
맛 평가 Taste evaluation	0	0	2	18	11
상품성 평가 Productivity evaluation	0	0	4	8	19
가격 평가 Price evaluation	0	2	8	14	7

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) 상품성
만족 요인 Satisfying factor	10%	5%	6%	8%	-	-	-
불만족 요인 Unsatisfying factor	-	-	-	-	-	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%	2명/ 6.5%	1명/ 3.2%	6명/ 19.4%	0명/ 0%	0명/ 0%	2명/ 6.5%	7명/ 22.9%	10명/ 32.3%	0명/ 0%	0명/ 0%	0명/ 0%	0명/ 0%	3명/ 9.7%
이유 및 분석 reason & analysis	미성년자의 제품에 대한 반응은 대부분 긍정적이었음. 달콤하면서 신맛은 미성년자들에게 크게 매력이 있을 것이라고 판단됨. 유자의 맛이 생소했겠지만 긍정적인 반응을 받은 것은 제품의 강점임.					청년층에게서도 긍정적인 반응을 받을 수 있었음. 유자의 맛에 상대적으로 익숙한 세대이고, 생소한 것을 시도하는 세대이기 때문에 제품의 주요 소비층이 될 수 있음.					장년 및 노년층에게도 표본 수는 작지만 긍정적인 평가를 받았음. 제품을 소비할 수 있는 경제력도 있고, 너무 달지 않은 맛은 그들의 입맛에 맞춤.				

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$8.00	\$9.20 (현재가)	\$10.40
이유 및 분석 reason & analysis	가격을 낮춰서 저임금 외국인 노동자들을 끌어들이는 것은 저변을 높이는 데에 도움은 되겠지만, 프리미엄 웨이퍼라는 이미지를 세우기 힘들 것임. 동아시아 제품에 관심이 큰 소비층도 아님.	10개입의 웨이퍼 제품이라는 것을 고려했을 때 고가인 것은 맞지만, 음료와 같이 먹는 것이라고 유도한다면, 부담스러운 가격은 아닐 것임.	현재 가격보다 높게 책정한다면, 동아시아 제품의 주 고객층인 젊은 쿠웨이트인들에게도 부담스러워 판매를 진작시킬 수 없을 것임.

향후 계획 / Future plan

<p>제품 홍보방안 Product promotion plan</p>	<p>시식 행사를 주요 고객이 쿠웨이트인들인 매장들에서 시행하여 접근성을 높인 후, 제품을 판매한다면 효과를 낼 수 있을 것임. 한중일 테마의 카페들에 소개하면 판매량을 높일 수 있고, 동아시아 문화에 관심이 큰 쿠웨이트인들에게도 접근할 수 있을 것임.</p>
<p>레시피 활용방안 Recipe application plan</p>	<p>이 제품은 완성 제품으로서 레시피가 없음. 완제품으로서 아랍 생활에서 중요한 부분을 차지하는 차, 커피, 식후 디저트로 잘 어울릴 것임.</p>

