

# 해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과 Analysis of Consumer's survey

o 추진일자 : 2024년 4월 20일 / o 응답자 수 : 50명

제품명 Product Name	아워홈 일큰한 육개장	제품종류 Product type	HMR(찌개류)
			

## 분석 결과 Analysis result

### 소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	Male 26명, Female 24명	연령 Age	10~20s 15명 / 20~30s 26명 / 30~40s 9명
-----------	----------------------	--------	-------------------------------------

### 제품 평가 / Product evaluation

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
	있다 (31명/62%)	없다 (15명/30%)	없지만 본 적 있다 (4명/8%)		
1. 비슷한 제품을 먹어본 경험이 있습니까?					
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는게 무엇입니까?	가격 (18명/36%)	맛 (12명/24%)	패키지 (11명/22%)	인지도 (9명/18%)	기타 (0명/0%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우 좋다 (12명/24%)	좋다 (21명/42%)	보통이다 (13명/26%)	좋지 않다 (4명/8%)	매우 좋지 않다 (0명/0%)
- 매우 좋지않다를 선택한 경우 어떤 이유로 선택했나요?	-				
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (31명/62%)		아니다 (10명/20%)	잘 모르겠다 (9명/18%)	
- 그렇다를 선택한 경우 이유가 무엇인가요?	가격 (18명/58%)	맛 (5명/16%)	패키지 (6명/19%)	인지도 (2명/6%)	기타 (0명/0%)
- 그렇지않다를 선택한 경우 이유가 무엇인가요?	가격 (7명/70%)	맛 (2명/20%)	패키지 (1명/10%)	인지도 (0명/0%)	기타 (0명/0%)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우 좋다 (3명/6%)	좋다 (21명/42%)	보통이다 (19명/38%)	좋지 않다 (7명/14%)	매우 좋지 않다 (3명/6%)
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기있을 것 같나요?	매우 그렇다 (3명/6%)	그렇다 (33명/66%)	보통 이다 (9명/18%)	그렇지 않다 (5명/10%)	전혀 그렇지 않다 (0명/0%)

○ 제품 현황

- 현지 소비자들 사이에서 육개장, 순두부, 짬뽕 등 한국식 국물류 제품의 인지도가 높아지면서 즉석으로 쉽게 섭취할 수 있는 인스턴트 제품 또한 인기가 많아지고 있음. 특히 인도네시아의 특성상 매운맛의 제품에 대한 선호도가 높아 마켓테스트 제품인 매운 육개장의 맛에 대해서도 긍정적인 평가가 다수를 차지함.

○ 개선 필요사항

- 4월 마켓테스트 진행 제품의 경우 할랄 인증을 받은 제품이 아니기 때문에, 인구의 80%가 기독교로 구성되어 할랄 이슈에서 상대적으로 자유로운 안테나숍 소재지(마나도) 외 타 무슬림 강성 지역에서는 판매 및 마케팅에 상대적 어려움이 있을 것으로 보임. 또한 가격 적정성에서 유일하게 최하점을 준 소비자들이 있는 점을 고려할 시, 현지 소비자들의 눈높이에 비해 수입 제품의 가격이 상당히 높다고 보이므로 유사 현지 제품 사이 가격 경쟁력에 대한 고찰이 필요함.

○ 마케팅 방향

- SNS/유튜브 등 소셜미디어를 활용한 제품 홍보
- 수도권 자카르타뿐만 아니라 지방 거점 도시에서도 영업 적극 진행 예정
- 제품 배너 및 스토어 프로모션을 활용한 할인 행사를 통해 소비자들의 가격 접근성 향상 도모 예정
- 보다 다양한 형태의 유통 매장에 입점할 수 있도록 제품 리스팅에 중점