

붙임 2-2

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과요약 (8월)

○ 추진일자 : 8월 29-31일 / 응답자 수 : 20명

제품명	호두 아몬드 올무차	제품종류	차류
			

분석결과

소비자유형

성별	남 9명, 여 11명	연령	10-20대 3명 / 20-30대 9명 / 30-40대 4명 / + 4명
----	-------------	----	--

제품 평가

질문	답변				
1. 비슷한 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	있다 (8명/40%)	없다 (11명/55%)	없지만 본 적 있다 (1명/5%)		
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는 게 무엇입니까?	가격 (11명/55%)	맛 (5명/25%)	패키지 (3명/15%)	인지도 (0명/0%)	기타 (1명/5%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우 좋다 (10명/50%)	좋다 (10명/50%)	보통이다 (0명/0%)	좋지 않다 (0명/0%)	매우 좋지 않다 (0명/0%)
- 매우 좋지않다를 선택한 경우 어떤 이유로 선택했습니까?					
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (17명/85%)	아니다 (3명/15%)	잘 모르겠다 (0명/0%)		
- 그렇다를 선택한 경우 이유가 무엇입니까?	가격 (5명/29.41%)	맛 (11명/64.71%)	패키지 (1명/5.88%)	인지도 (0명/0%)	기타 (0명/0%)

- 그렇지 않다는 선택한 경우 이유가 무엇입니까?	가격 (2명/66.67%)	맛 (0명/%)	패키지 (0명/%)	인지도 (0명/%)	기타 (1명/33.33%)
5. 해당제품의 가격이 적정하다고 느끼십니까?	매우 좋다 (12명/60%)	좋다 (7명/35%)	보통이다 (1명/5%)	좋지 않다 (0명/0%)	매우 좋지 않다 (0명/0%)
6. 해당 제품이 현지 사람들에게 인기가 있을 것 같습니까?	매우 그렇다 (4명/20%)	그렇다 (10명/50%)	보통이다 (6명/30%)	그렇지 않다 (0명/0%)	전혀 그렇지 않다 (0명/0%)

보완사항 및 기타의견

- 시식후기가 대체로 긍정적이며 고소하다는 평
- 해당제품이 낯선 유럽 고객들에게 우선 시식기회가 있어야 판매 및 인지도 제고에 효과적일 거라는 의견

