

붙임 2

해외 안테나숍 [천연 사이다] 제품 마켓테스트 결과요약(8월)

o 추진일자 : 2024.8.20 / 응답자수 : 50

제품명 Product Name	OO 천연 사이다	제품종류 Product type	음료류
			

분석 결과 Analysis Result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	Male 17, Female 33	연령 Age	10~20s 18명 / 20~30s 20명 / 30~40s 12명 / + 0명
-----------	--------------------	--------	---

제품 평가 / Product evaluation

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
1. 비슷한 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	있다 (41명/82%)	없다 (9명/18%)	없지만 본적있다 (0명/0%)		
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는게 무엇입니까?	가격 (29명/58%)	맛 (13명/26%)	패키지 (3명/6%)	인지도 (3명/6%)	기타 (2명/4%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우좋다 (36명/72%)	좋다 (5명/10%)	보통이다 (6명/12%)	좋지않다 (3명/6%)	매우좋지 않다 (0명/0%)
- 매우 좋지않다를 선택한 경우 어떤 이유로 선택했나요?					
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (38명/76%)		아니다 (2명/4%)	잘 모르겠다 (10명/20%)	
- 그렇다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (23명/61%)	맛 (11명/29%)	패키지 (2명/5%)	인지도 (2명/5%)	기타 (0명/0%)
- 그렇지않다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (2명/20%)	맛 (7명/70%)	패키지 (1명/10%)	인지도 (0명/0%)	기타 (0명/0%)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우좋다 (34명/68%)	좋다 (11명/22%)	보통이다 (5명/10%)	좋지않다 (0명/0%)	매우좋지 않다 (0명/0%)
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기있을 것 같나요?	매우 그렇다 (28명/56%)	그렇다 (19명/38%)	보통 이다 (3명/6%)	그렇지 않다 (0명/0%)	전혀 그렇지 않다 (0명/0%)

보완사항 및 기타의견 / Supplement and comprehensive analysis

○ 제품 현황

스프라이트 등 기존 유명 탄산음료들의 현지 시장 인지도가 높아 천연 사이다 또한 시장 진출 초기 제품임에도 친숙하게 느끼는 소비자들이 많아 마케팅이 수월했음. 제품의 맛에 대해서도 선호도의 차이는 있었으나 비교적 좋은 반응을 보이는 소비자들이 많았음. 더불어 현지 제품에 비해 상대적으로 가격이 높은 편인 한국 식품에 비해 천연 사이다 제품은 상대적으로 저렴한 가격으로 부담 없이 구매할 수 있다는 점에서 긍정적인 반응이 대다수였으며, 향후 구매 의향 또한 매우 높은 응답률을 기록했음

○ 개선 필요사항

천연 사이다는 일반 사이다 제품에 비해 독특한 향이 있어 거부감을 느끼는 소비자들도 소수 존재할 수 있음. 마켓테스트 대상 소비자 50명 중 '가격'이 식품 구매 시 가장 중요한 요소라고 응답한 비율이 58%에 달할 정도로 가격 민감성이 높은 소비자들이 많으며 현지의 더운 날씨로 인해 단맛의 음료류에 대한 수요가 지속적으로 발생하는 점을 고려하여 천연 사이다 제품의 달콤한 맛과 저렴한 가격을 중점으로 한 마케팅이 필요할 것으로 보임

○ 마케팅 방향

- SNS/유튜브 등 소셜미디어를 활용한 제품 홍보
- 입점 매장 확대를 통해 수도권 자카르타뿐만 아니라 지방 거점 도시에도 진출
- 제품 배너 및 스토어 프로모션을 활용 할인 행사를 통한 소비자들의 가격 접근성 향상 도모
- 낮은 가격과 단맛을 부각하여 달콤한 음료류를 선호하며 가격 민감성이 높은 소비자들 겨냥 홍보 강화

