

붙임 2

해외 안테나숍 [옥수수수염차] 제품 마켓테스트 결과요약(9월)

o 추진일자 : 2024.9.20 / 응답자수 : 50

제품명 Product Name	옥수수 수염차	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 (39명/78%)	없다 (11명/22%)	없지만 본적있다 (0명/0%)		
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는게 무엇입니까?	가격 (24명/48%)	맛 (11명/22%)	패키지 (8명/16%)	인지도 (6명/10%)	기타 (1명/6%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우좋다 (30명/60%)	좋다 (13명/26%)	보통이다 (6명/12%)	좋지않다 (1명/2%)	매우좋지 않다 (0명/0%)
- 매우 좋지않다를 선택한 경우 어떤 이유로 선택했나요?					
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (35명/70%)		아니다 (5명/10%)	잘 모르겠다 (10명/20%)	
- 그렇다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (11명/31%)	맛 (13명/37%)	패키지 (8명/23%)	인지도 (3명/9%)	기타 (0명/0%)
- 그렇지않다를 선택한경우 이유가 무엇인가요?	가격 (1명/8%)	맛 (2명/15%)	패키지 (1명/8%)	인지도 (1명/8%)	기타 (0명/0%)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우좋다 (31명/62%)	좋다 (14명/28%)	보통이다 (3명/6%)	좋지않다 (1명/2%)	매우좋지 않다 (1명/2%)
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기있을 것 같나요?	매우 그렇다 (21명/42%)	그렇다 (14명/28%)	보통이다 (8명/16%)	그렇지않다 (7명/14%)	전혀 그렇지 않다 (0명/0%)

보완사항 및 기타의견 / Supplement and comprehensive analysis

○ 제품 현황

옥수수수염차는 인도네시아 시장 진출 초기 제품임에도, 옥수수 및 차류 소비문화가 발달한 현지 식문화 상 소비자 접근성이 좋으며 이미 비슷한 제품을 섭취한 경험으로 해당 상품을 친숙하게 느끼는 소비자들이 많아 마케팅이 수월했음. 특히 다이어트와 건강에 좋다는 인식으로 화교 중심으로 인지도가 지속 상승하고 있음. 제품의 맛에 대해서도 설탕, 나트륨 등 별도의 첨가물이 함유되지 않아 부담스럽지 않은 기본적인 맛으로 선호도가 높았음. 더불어 가격 또한 상대적으로 부담 없이 구매할 수 있다는 긍정적인 반응이 대다수였으며, 향후 구매 의향 또한 다소 높은 응답률을 기록했음

○ 개선 필요사항

현지 차류 소비문화가 이미 널리 퍼져있어, 현지 및 타국 수입제품을 주로 구매하는 소비자들을 유인하기 위한 대책이 필요할 것으로 보임. 화교 및 현지 소비자를 아우르는 적극적인 마케팅·홍보가 필요함

○ 마케팅 방향

- SNS 인플루언서 마케팅 및 오픈플랫폼 판매를 병행하여 O2O 판촉 시너지 효과 제고
- 수도권 외곽 및 위성도시 위치 중저가형 유통매장 신규 입점으로 점점 확대 및 음료류의 상대적으로 낮은 단가를 활용하여 홍보
- 남성의 경우 건강, 여성의 경우 다이어트에 좋은 점을 중점으로 홍보하는 등 소비자별 특성을 겨냥한 마케팅 추진

