

## 싱가포르 안테나숍(KFZ) 제품 마켓 테스트 결과 요약 (7월)

○ 추진일자 : 24. 7.6 ~ 7.7

○ 응답자 수 : 46명

제품명 Product Name	밤고구마	제품종류 Product type	채소류
			

### 분석 결과 Analysis result

#### 소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	Male 15명, Female 31명	연령 Age	10~20s 3명 / 20~30s 3명 / 30~40s 15명 / 40~50s 9명 / 50~60s 11명 / 60대 이상 5명

#### 제품 평가 / Product evaluation

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
1. 비슷한 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	<b>있다</b> (27명/ 58.7%)	없다 (17명/ 37.0%)	없지만 본 적 있다 (2명/ 4.3%)		
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는 게 무엇입니까?	가격 (16명/ 34.8%)	<b>맛</b> (29명/ 63.0%)	패키지 (0명/ 0%)	인지도 (0명/ 0%)	기타 (1명/ 2.2%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우좋다 (14명/ 30.4%)	<b>좋다</b> (30명/ 65.2%)	보통이다 (2명/ 4.3%)	좋지않다 (0명/ 0%)	매우 좋지않다 (0명/ 0%)
- 매우 좋지 않다는 선택한 경우 어떤 이유로 선택했나요?	-				
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	<b>그렇다</b> (30명/ 65.2%)		아니다 (15명/ 32.6%)	잘 모르겠다 (2명/ 2.2%)	
- 그렇다를 선택한 경우 이유가 무엇인가요?	가격 (3명/ 10.0%)	<b>맛</b> (26명/ 86.7%)	패키지 (0명/ 0%)	인지도 (0명/ 0%)	기타 (1명/ 3.3%)

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
- 그렇지 않다는 선택한 경우 이유가 무엇인가요?	가격 (1명/ 100%)	맛 (0명/ 0%)	패키지 (0명/ 0%)	인지도 (0명/ 0%)	기타 (0명/ 0%)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우좋다 (2명/ 4.3%)	좋다 (16명/ 34.8%)	<b>보통이다</b> <b>(21명/ 45.7%)</b>	좋지않다 (6명/ 13%)	매우 좋지않다 (1명/ 2.2%)
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기 있을 것 같나요?	매우 그렇다 (4명/ 8.7%)	<b>그렇다</b> <b>(27명/ 58.7%)</b>	보통 이다 (13명/ 28.3%)	그렇지 않다 (2명/ 4.3%)	전혀 그렇지 않다 (0명/ 0%)

**보완사항 및 기타의견**

- 고구마 구매 시 가장 중요한 요소로 맛 63.0%, 가격 34.8%로 응답
- 한국산 고구마 맛 만족도는 만족 또는 매우만족 95.6%, 보통 4.3%로 응답
- 한국산 고구마를 구매할 의사가 있다 65.2%, 구매의사 없다 2.2%, 잘모르겠다 32.6%로 응답
  - 구매의사 있다는 응답자 중 86.7%가 맛을 가장 중요한 이유로 선정
- 한국산 고구마 가격 선호도는 선호 또는 매우선호 39.1%, 보통 45.7%, 비선호 15.2%로 응답
- 현지시장에서 인기가 있을지 여부에 대해 매우그렇다/그렇다 67.4%, 보통 28.3%로 응답
- 마케팅 전략
  - 고구마의 주 고객층은 30-50대로, 이 연령대는 건강을 중시하고 편리함을 선호하므로, 저당함량, 고섬유질, 자연스러운 단맛과 같은 영양학적 장점과 간편한 조리과장을 강조한 건강한 간식으로 한국 고구마를 포지셔닝하는 전략
  - 맛에 대한 만족도가 매우 높으므로 더 많은 소비자들이 제품을 직접 경험할 수 있도록 KFZ 이외의 유통매장에 팝업스토아 운영을 통한 다양한 소비층 발굴
  - 가격에 민감한 소비자들의 제품 시도와 구매를 유도하기 위해 가격 할인행사를 추진함으로써 신규 고객층 확보