

마켓테스트 제품 정보
Product information

<p>제품명 Product Name</p>	<p>부추만두</p>	
<p>제조사(수출업체) manufacturer</p>	<p>삼립</p>	
<p>시중 유사제품 Similar products on the market</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 제품명 Product name : Ajinomoto Tori Gyoza, Gzoya 600g ◆ 제조사 manufacturer : Ajinomoto ◆ 해당국가 판매가격 Selling price in the country (\$ or Euro etc.) 10.49 EURO 	 <p>The image shows a package of Ajinomoto Gyoza. The packaging is primarily black and red. At the top, it says 'AJINOMOTO'. Below that, 'Gyoza' is written in large, stylized white letters. To the right, there's a red circular logo with the Japanese characters 'ギョーザ' (Gyoza). The package features an image of several golden-brown gyoza dumplings. Text on the package includes 'Chicken & Vegetable' and 'Crispy Outside Soft Filling'. At the bottom, it indicates '600g'.</p>

마켓테스트 추진 날짜 및 응답자 수
Date of consumer's survey and numbers of respondents

추진 날짜 Date of survey	2023년 10월19,20일
설문 응답자 수 Number of respondents	20

분석 결과
Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age
male / female	10s / 20s / 30s +
남자: 8명, 여자: 12명	10대:3명,20대:10명, 30대 : 7명

제품 평가 (1) / Product evaluation

	전혀 그렇지 않다 Strongly disagree	그렇지 않다 Disagree	보통이다 Neutral	그렇다 Agree	매우 그렇다 Strongly agree
패키지 선호도 Package preference	0명/0%	0명/0%	3명/35%	7명/55%	2명/10%
시식 전 인상 Impression before eating	0명/0%	0명/0%	3명/15%	4명/20%	13명/65%
시식 후 평가 Evaluation after eating	0명/0%	0명/0%	0명/0%	4명/20%	16명/80%
네이밍 평가 Naming evaluation	0명/0%	2명/10%	6명/30%	3명/15%	9명/45%
상품성 평가 Productivity evaluation	0명/0%	2명/10%	2명/10%	8명/40%	8명/40%
가격 평가 Price evaluation	0명/0%	0명/0%	6명/30%	5명/25%	9명/45%

제품 평가 (2) / Product evaluation

	패키지 디자인 (Package design)	향/냄새 (Flavor/Scent)	식감 (Food texture)	맛 (Taste)	네이밍 (Naming)	가격 (Price)	그 외 (Other)
만족 요인 Satisfying factor	20명/100%	20명/100%	20명/100%	18명/90%	18명/90%	20명/100%	
불만족 요인 Unsatisfying factor	0명/0%	0명/0%	0명/0%	2명/10%	2명/10%	0명/0%	

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

<p>부추만두</p>	<p>1)현장에서 5명이 7개 구매함.</p> <p>2)시식 고객 20명중 18명(90%)이 시음 제품을 인지하고 있었고, 그 중 4명(20%)이 이전에 구매한 경험이 있었음.</p> <p>3)20명(100%)이 시식 제품의 맛에 대한 긍정적인 반응을 보임.</p> <p>4)20명(100%)이 시식 제품의 가격이 적절하다고 응답함.</p> <p>5)16명(80%)이 향후 구매 의향을 표시함.</p> <p>-구매 이유는 20명(100%)이 '맛이 좋다'고 응답하였고, - 20명(100%)이 '가격이 적절하다'고 응답.</p> <p>- 일부 만두는 기름을 넣어 굽고 일부 만두는 찌서 시식토록 함. 교민들은 주로 군만두를 선호하며 현지에서 먹어보기 힘든 부추의 맛을 느끼며 담백하고 맛있다고 좋은 평가를 함, 독일현지인들도 군만두나 찌만두 모두 전에 먹어보지 못한 만두의 맛을 감상하며 중국만두의 맛과 비교하며 한국만두가 월등이 맛있다고 평가.</p>
-------------	---

향후 계획 / Future plan

<p>제품 홍보방안 Product promotion plan</p>	<p>안테나숍을 오픈한지 얼마 되지 않아, 하노버 많은 잠재고객들이숍 오픈 정보를 모르고 있음. 따라서 제품관련 전단지 제작하여 꾸준히 학교, 한국기업,단체에 배포하고 제품을 홍보할 예정. 인스타그램 등 SNS를 적극 활용하여 고정고객 확보 예정.</p> <p>매달 1회 이상 시식행사를 통해 한국식품의 맛과 장점을 홍보하고자함.</p>
<p>레시피 활용방안 recipe application plan</p>	<p>만두는 조리가 간단하며, 다른 요리에 첨가하여 즐길 수 있는 사이드 디쉬로도 가능함.</p> <p>만두를 간장 뿐 아니라 양념치킨소스 등 다양한 소스를 통해서 다양한 요리에 접목이 가능.</p>