

양식 3

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보
Product information

제품명 Product Name	미쯔 (MIZZI)	
제조사(수출업체) manufacturer	오리온	
시중 유사제품 Similar products on the market	<ul style="list-style-type: none"> 제품명 Product name : CHOCO CRISP 	
	<ul style="list-style-type: none"> 제조사 manufacturer : ARCOR 	
	<ul style="list-style-type: none"> 해당국가 판매가격 Selling price in the country : \$1316 	

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

추진 날짜 Date of survey	2023년 10월 9일 ~ 2023년 10월 13일
설문 응답자 수 Number of respondents	26

분석 결과
Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
남성	10대	부에노스아이레스	학생
남성	40대	부에노스아이레스	회사원
남성	30대	부에노스아이레스	판매원

여성	30대	부에노스아이레스	학생
여성	50대	부에노스아이레스	자영업자
남성	20대	부에노스아이레스	생물학자
남성	30대	부에노스아이레스	교사
여성	10대	부에노스아이레스	학생
여성	20대	부에노스아이레스	학생
여성	20대	부에노스아이레스	학생
남성	30대	부에노스아이레스	회사원
여성	30대	아순시온 (파라과이)	공인중개사
여성	50대	아순시온 (파라과이)	공인중개사
남성	20대	아순시온 (파라과이)	요리사
여성	20대	부에노스아이레스	SNS
남성	40대	부에노스아이레스	엔지니어
여성	30대	포클랜드 (영국)	보안시스템 기술자
남성	40대	산타페	개발자
여성	20대	부에노스아이레스	교사
여성	10대	부에노스아이레스	학생
남성	20대	부에노스아이레스	바리스타
여성	10대	칠란 (칠레)	학생
여성	30대	부에노스아이레스	회사원
여성	20대	부에노스아이레스	회사원
남성	20대	부에노스아이레스	교사
여성	20대	부에노스아이레스	학생

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	-	1명/4%	6명/23%	13명/50%	6명/23%
시식 전 인상 Impression before eating	-	1명/4%	5명/19%	12명/46%	8명/31%
시식 후 평가 Evaluation after eating	-	-	4명/15%	8명/31%	14명/54%
네이밍 평가 Naming evaluation	-	1명/4%	6명/23%	13명/50%	6명/23%
상품성 평가 Productivity evaluation	-	1명/4%	5명/19%	10명/38%	10명/38%
가격 평가 Price evaluation	-	4명/15%	10명/38%	8명/31%	4명/15%

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	4명/15%	4명/15%	4명/15%	11명/42%	1명/4%	2명/8%	-
불만족 요인 Unsatisfying factor	4명/15%	-	3명/12%	2명/8%	1명/4%	12명/46%	4명/15%

선호 연령대 / Preferred age range

연령대 Age range	10대					20대					30대 이상				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	0명 0%	2명 50%	0명 0%	0명 0%	2명 50%	0명 0%	0명 0%	4명 40%	6명 60%	0명 0%	0명 0%	2명 17%	5명 41%	3명 23%	2명 17%
이유 및 분석 reason & analysis	전체 응답자 26명 중 4명이 10대였으며 2명은 '매우 만족' 나머지 2명은 '불만족'이라고 답했다. 10대 대부분이 단맛을 좋아해서 시식품에 대한 호감도가 높았던 것으로 나타났지만 패키지에 대한 선호도는 낮았던 것으로 드러났다. 또한 10대 응답자 4명 중 3명이 시식품이 비싸다고 답했다.					전체 응답자 26명 중 10명이 20대였으며 6명이 '만족', 4명이 '보통'이라고 답했다. 20대 만족도가 다른 연령대보다 높았던 것으로 나타났지만 대체로 제품에 대한 만족도가 낮았다. 20대는 단맛과 초콜릿을 좋아하지만 시식품 식감이 바삭하지 않고 말랑말랑하다는 의견이 여럿 있었다. 또한 20대 응답자 중 60%는 판매가보다 25%가 낮은 \$1500이 적절하다고 답했다.					전체 응답자 중 30대 이상은 12명이었으며 2명은 '매우 만족', 3명은 '만족', 5명은 '보통', 2명은 '불만족'이라고 답했다. 대체로 맛에 대한 호평이 많았지만 어린이를 위한 제품이라는 의견이 많았다. 또한 다른 연령대보다는 가격 수용도가 높았던 것으로 나타났으며 12명 중 8명이 판매가가 적절하다고 답했다.				

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$1500이하(50%)	\$2000(42%)	\$2500이상(8%)
이유 및 분석 reason & analysis	전체 응답자 중 절반이 판매가보다 25%가 낮은 \$1500이 적절하다고 답했다. 10대 응답자 중 75%, 20대 응답자 중 60%, 30대 이상 응답자 중 33%가 현재 판매가에 대해 불만족스러웠으며 소득이 없는 10대가 시식품 가격에 가장 민감하게 반응했다.	전체 응답자 26명 중 11명이 시식품 판매가가 적절하다고 답했다. 11명 중 6명이 30대 이상, 4명이 20대, 1명이 10대였으며 소득 수준이 높거나 외국인일수록 가격에 대한 민감도가 낮았던 것으로 나타났다.	전체 응답자 26명 중 2명만 판매가보다 높은 가격이 적절하다고 답했다.

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

<p>네이밍</p>	<p>전체 응답자 26명 중 3명이 '네이밍' 변경에 대한 필요성을 언급했다. 3명의 응답자는 "현재 제품명은 발음하기 어려워서 기억하기 힘들다"라고 답했으며 발음하기 쉽고 제품과 연관성이 있는 네이밍으로 변경할 것을 권유했다.</p>
<p>가격</p>	<p>전체 응답자 중 46%가 '가격'을 가장 불만족스러운 요인으로 선택했으며 전체 이유 중 1위를 차지했다. 전체 응답자 중 50%가 적절한 판매가가 \$1500 이하라고 답했으며 현재 판매가(\$2000)보다 25%가 낮은 수준이었다. 현지 유사 제품 CHOCO CRISP 판매가는 \$1316이었으며 시식품보다 52%가 낮은 금액이었다.</p>
<p>포장지 디자인</p>	<p>전체 응답자 중 15%가 '패키지 디자인'을 가장 불만족스러운 요인으로 선택했으며 응답자 26명 중 5명이 패키지에 대한 불만족스러운 의견을 제시했다. 특히 패키지 색상에 대한 언급이 많았는데 "진한 색상보다는 제품과 대비되는 연한 색상이 어울릴 것 같다"라는 의견이 가장 많았다.</p>
<p>맛</p>	<p>전체 응답자 중 42%가 '맛'을 가장 만족스러운 요인으로 선택했다. 응답자 대부분이 맛있다고 답했지만 20대 이상 연령대에서는 어린이나 청소년과 어울리는 제품이라는 의견이 많았다.</p>

향후 계획 / Future plan

<p>제품 홍보방안 Product promotion plan</p>	<p>인스타그램이나 틱톡을 통해 온라인 홍보 예정 매장 내 시식회 외 다른 유통채널에서 시식회 진행 예정</p>
<p>레시피 활용방안 recipe application plan</p>	<p>시리얼과 유사한 제품이므로 아침 대용이나 아이스크림 토핑으로 활용 예정</p>