

2020년 (라오스) 안테나 컨셉스토어 운영 최종 결과 보고서

1. 운영개요

- 운영국가(도시) : 라오스(비엔티안)
- 운영형태(온·오프라인) : 오프라인
- 운영기간 : 2020년 9월 30일~2020년 11월 30일
- 운영주체 개요

업체명	주소
INDOKO CO.,LTD	INDOKO OFFICE, KM8, THADEUA ROAD, SOMVANG VILLAGE, HADZAYPHONG DISTRICT, VIENTIANE CAPITAL, LAO P.D.R

- 운영장소

점포명(플랫폼명)	소재지
K-FOOD ANTENNA SHOP	4 th Floor, ITECC Mall, Kamphengmouang Road, Ban Phonthan Neua, Xaysetha District Vientiane Capital, Lao PDR.

- 안테나숍 운영사진



외부



내부



시음시식

2. 주요 운영현황

■ 안테나숍 주요 인기품목 및 사유

● 라면(컵라면)

- 안테나숍이 입점한 ITECC MALL 4층은 어린이 및 학생을 위한 여가 시설이 많음. 이러한 특징으로 라면 판매 비중이 높았음
- 인기 품목: (오*기) 진*면 매운맛, (팔*) 틸*라면, (농*) 짜*게티, (농*)육*장
- 수출 확대 가능성: 수출 확대 가능성이 높은 품목이며, 한류를 통해 유명세를 타 한국 라면에 대한 소비자의 이해도 높으며, 매운맛을 강조한 라면의 인기가 좋음. 한국 라면 시식에 대한 소비자 거부감이 낮으므로 신규 아이템 테스트가 용이한 편이며, 한국산 라면의 인지도가 매우 높음

● 아이스크림

- 라오스 현지에서 유통되는 아이스크림은 대체로 2업체에서 유통하는 제품으로 초콜릿, 우유 등을 활용한 wall icecream, 과일 및 곡물을 활용한 ban ban 아이스크림이 있음. 하지만 특색이 있는 아이스크림이 없어 독특한 특징을 가진 한국산 아이스크림의 인기가 좋았음. 가격 역시 현지 유통되는 아이스크림과 비슷하여 판매 빈도수가 가장 높음
- 인기 품목: 메*나, 뽕* 소다, 칩*어짜만코, 설*임
- 수출 확대 가능성: 냉동 제품으로 운송의 어려움이 있고, 운송 시 제품 품질 손상의 가능성이 높아 취급이 까다로움. 태국산 아이스크림에 비해 차별성도 있고, 유통의 편리성이 있는 제품은 튜브형 아이스크림 및 샌드위치형 아이스크림임

● 빵

- 라오스인에게 다소 생소할 수 있는 크림빵, 단팥빵, 슈크림빵, 슈빵, 치즈케이크 빵 등에 관심을 가지고 문의하는 소비자가 많았음. 한국산 제품에 대한 신뢰가 높고, 맛있을 것이라는 기대감이 있어 호기심에 구매했다가 재구매로 이어지는 경우가 있었음
- 수출 확대 가능성: 라오스 대형 유통매장 등은 빠르게 현대화되고 있으며, 새로운 아이템을 발굴 판매하고자 하는 노력을 많이 하고 있음. 한국산 빵도 신규 유통 품목으로써 가능성 있음. 다만 다양한 구색을 구입하기를 원하므로 신제품 발굴에도 신경써야 함. 다만, 냉동 보관으로 수입돼 보관 및 운송의 어려움이 있고, 유통 판매 시에도 냉동으로 판매해야 되므로 제약이 있음

● 음료

- 태국산 음료는 다양한 종류와 맛, 저렴한 가격으로 라오스 유통시장의 대부분을 점유하고 있음. 한국산 음료는 비싼 편이나 기능성 및 타깃팅(보*로 캐릭터)을 통해 꾸준히 판매되고 있는 편임

- 수출 확대 가능성: 가격이 합리적이고 가능성이 높거나 어린이를 위한 캐릭터가 있는 제품이라면 유통 가능함. 라오스 소비자의 입맛에 맞고, 합리적인 가격을 가진 신제품 발굴 유망함

■ 안테나숍 마켓테스트 실시 결과

● 주요 품목 마켓테스트 및 횟수

주요품목	마켓테스트 추진기간	마켓테스트 횟수
백* 김치 손만두	10.01~10.31	5회
김치 왕교자	10.01~10.31	5회
아*햇살	10.01~10.31	5회
고추장주물럭	11.01~11.30	5회
화이트슈, 초코슈	11.01~11.30	5회
진*장	11.01~11.30	5회
쌈*불고기양념	11.01~11.30	5회
합계		35회

● 주요 품목 마켓테스트 소비자 반응

(C*) 김치 손만두 : 128명 대상 마켓테스트 실시(41명 구매의사 있음)

- 소비자 반응
 - 생소하지만 맛있다는 평이었음
 - 김치와 속재료가 잘 어울린다는 반응
 - 라오스인들은 끼니마다 먹을 양만 구입하는 성향이 있어 대용량보다는 소포장한 제품에 대한 선호도가 높음

(C*) 김치 왕교자 : 107명 대상 마켓테스트 실시(65명 구매의사 있음)

- 소비자 반응
 - 맛있다는 평가를 받았고 구매의사가 높았음
 - 1통 16개입으로 하나씩 조리하여 판매할 수 있는지 문의가 많았음
 - 냉동 조리식품 섭취가 생소하여 설문조사에서는 구매의사가 높으나 실구매로 이어지지는 않음
 - 지속적인 홍보와 시식 행사 등으로 인식변화 필요

(응*) 아침*살 : 104명 대상 마켓테스트 실시(83명 구매의사 있음)

- 소비자 반응
 - 쌀로 만든 음료로 달콤한 향과 부드러운 맛으로 소비자의 거부감이 적었음
 - 대체로 맛있다는 평가, 구매의사가 높았음
 - 쌀을 활용했다는 콘셉트의 동일 제품이 없어 비교가 조금 어렵지만, 같은 용량의 태국산 차 음료에 비해 높은 가격으로 비싸다는 평을 받음
 - 기능성(비타민, 콜라젠 등)을 강조한 음료 등이 많이 유통됨. 효능을 강조하는 홍보를 판촉해야 함

(삼*) 고추장 주물럭 소스: 107명 대상 마켓테스트 실시(66명 구매의사 있음)

- 소비자 반응
 - 파우치 하나로 양념이 끝나서 간편하다는 반응
 - 매콤하고 감칠맛이 있다는 반응
 - 3~4인분 조리 가능하여 한번 시도해보기에는 좋다는 의견, 할인 행사 요청 등

(삼*) 화이트슈, 초코슈: 159명 대상 마켓테스트 실시(84명 구매의사 있음)

- 소비자 반응
 - 달콤하고 부드럽다는 반응
 - 냉동보관이라 맛이 없을 것 같았는데 금방 만든 것처럼 신선하고 크림이 맛있다는 의견이 있었음
 - 날개로 판매한다면 구매의사 높지만, 전체 제품으로는 가격이 부담스럽다는 의견도 있었음

(오*기)잔*장: 135명 대상 마켓테스트(41명 구매의사 있음)

- 소비자 반응
 - 면이 굵고 납작하며 탱탱함
 - 소스가 진하고 특유의 향이 있음
 - 새로운 맛이지만 입맛에 맞음
 - 맛있는데 가격이 비싸다는 의견이 있었음. 할인 행사 등이 있었으면 한다는 의견임

(삼*) 불고기양념: 107명 대상 마켓테스트(47명 구매의사 있음)

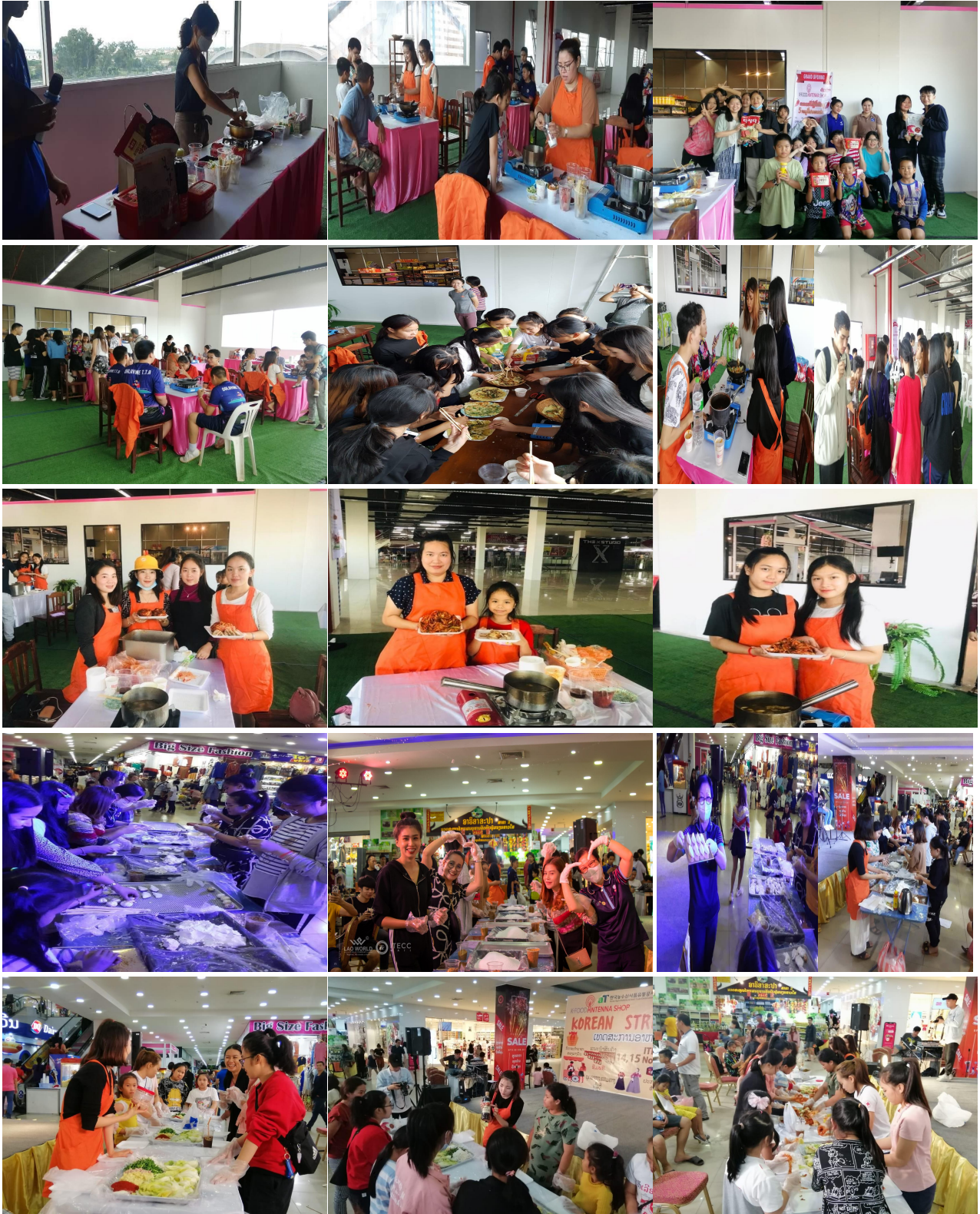
- 소비자 반응
 - 소스 한 병으로 유명한 한국 음식을 할 수 있어 편리함
 - 달콤한 맛이 있어 특이함. 더 매우면 좋을 것 같음
 - 양념이 입에 맞음. 어린이들 좋아할 것 같음
 - 조금 더 저렴했으면 함

● 주요 품목 마켓테스트 행사 진행 사진



3. 주요 운영성과

■ 안테나숍 홍보 및 판촉활동 등





2020년 라오스 컨셉스토어 마켓테스트 결과

1. 안테나숍 컨셉스토어 운영현황

운영지역	운영주체	설치장소	운영기간
라오스	인도코	ITECC MALL, 4F	2020.09.30.~2020.11.30

2. 마켓테스트 결과(요약)

제품명	수출업체명
1. 김치 손만두 2. 김치 왕교자 3. 아침*살 4. 고추장 주물럭 5. 화이트슈, 초코슈 6. 진*장 7. 불고기양념	UNIONE CO.,LTD

1. 김치 손만두

- 김치와 속재료가 잘 어우러짐. 속 재료가 딱 차 있고 겉의 만두피가 얇아서 차별성 있음
- 한국 음식으로 김치가 대중적인데 김치를 활용한 제품이라 거부감이 적음
- 냉동식품에 대한 소비가 적고, 당일 소비할 양만 구입하여 먹는 식문화를 가진 라오스인에게는 부담스러운 양과 가격일 수 있음

2. 김치 왕교자

- 맛있다는 평가를 받았고 구매의사가 높았음
- 하나씩 조리하여 판매할 수 있는지 문의가 많았음
- 냉동 조리식품 섭취가 생소하여 설문조사에서는 구매의사가 높으나 실구매로 이어지지는 않음
- 지속적인 홍보와 시식행사 등으로 인식변화 필요함

3. 아침*살

- 쌀로 만든 음료로 달콤한 향과 부드러운 맛으로 소비자의 거부감이 적었음
- 대체로 맛있고 구매의사가 높았음
- 같은 용량의 태국산 차 음료에 비해 높은 가격으로 비싸다는 평을 받음

4. 마* 고추장 주물럭 소스

- 파우치 하나로 양념이 끝나서 간편하다는 반응임
- 매콤하고 감칠맛이 있다는 반응임
- 3~4인분 조리 가능하여 한번 시도해보기에는 좋다는 의견임. 할인 행사 요청 등이 있음

5. 화이트슈, 초코슈

- 달콤하고 부드럽다는 반응임
- 냉동보관이라 맛이 없을 것 같았는데 금방 만든 것처럼 신선하고 크림이 맛있다는 의견이 있음
- 날개로 판매한다면 구매의사 높지만, 전체 제품으로는 가격이 부담스럽다는 의견도 있음

6. 진*장


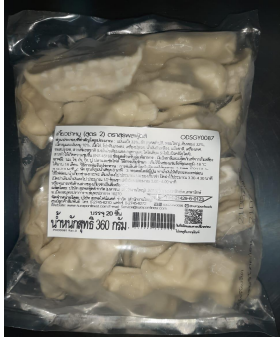
- 면이 굵고 납작하며 탱탱함
- 소스가 진하고 특유의 향이 있음
- 새로운 맛이지만 입맛에 맞음
- 맛있는데 가격이 비싸다는 의견이 있음. 할인 행사 등이 있었으면 한다는 의견임

7. 불고기양념

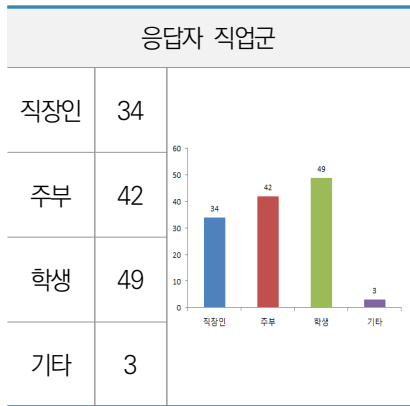
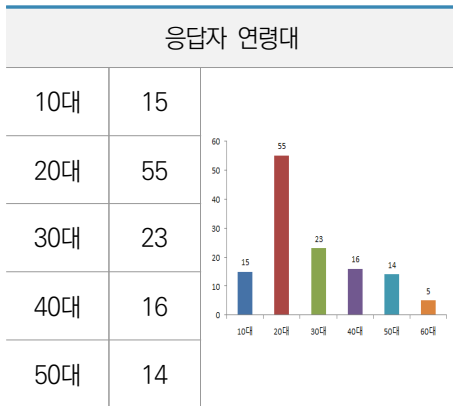
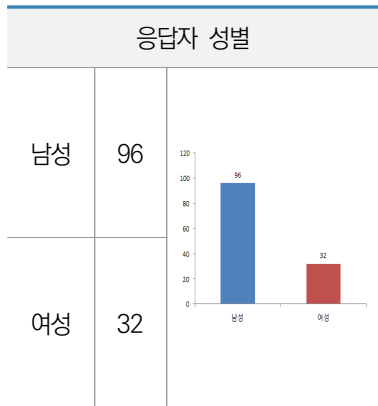
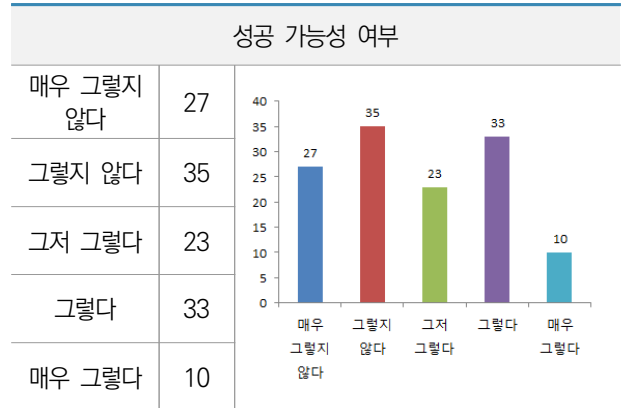
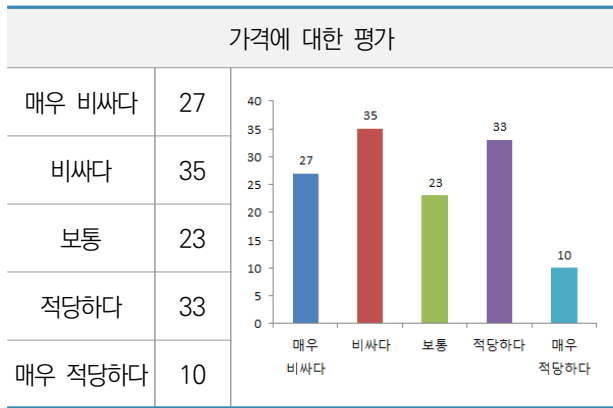
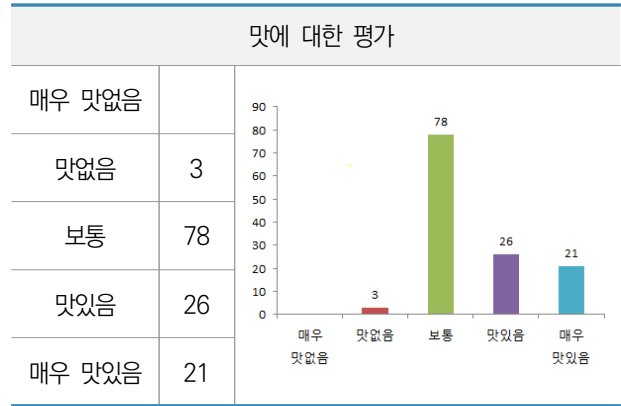
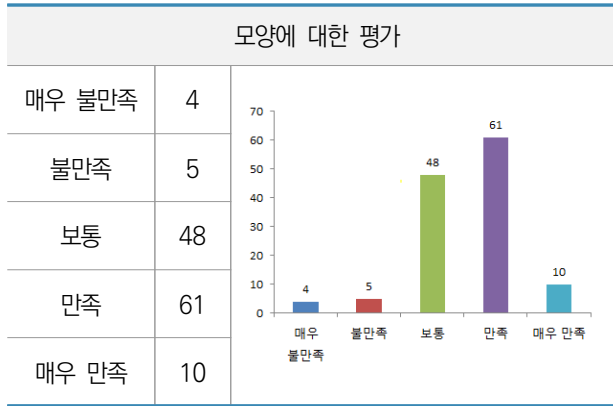
- 소스 한 병으로 유명한 한국 음식을 할 수 있어 편리함
- 달콤한 맛이 있어 특이함. 더 매우면 좋을 것 같음
- 양념이 입에 맞음, 어린이들이 좋아할 것 같음

컨셉스토어 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : C* *일*당
- 제품명 : 백* 김치 손만두

구분	현지소비자 반응
소비자 반응	<ul style="list-style-type: none"> - 김치와 속재료가 잘 어우러짐 - 속 재료가 딱 차 있고 겉의 만두피가 얇아서 차별성 있음 - 한국 음식으로 김치가 대중적인데 김치를 활용한 제품이라 거부감이 적음
가격경쟁력 비교	<ul style="list-style-type: none"> - 냉동식품에 대한 소비가 적고, 당일 소비할 양만 구입하여 먹는 식문화를 가진 라오스인에게는 부담스러운 양과 가격일 수 있음
맛, 품질 등	<ul style="list-style-type: none"> - 맛있지만 더 매우면 좋을 듯함 - 양념장이 없어도 속에 양념이 돼 있어 좋음 - 모양이 모두 균일하고, 깨끗한 외관으로 품질에 대한 신뢰성이 있음
포장(디자인)	<ul style="list-style-type: none"> - 그림을 통해 한글을 알지 못해도 제품을 이해할 수 있음 - 속재료가 그림으로 나와 있어 더 보기 편리함 - 칼로리 정보까지 안내돼 있어 색다름을 느낌 - 라오스어 스티커 부착 필요성 있음
시장진출 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 타깃 설정을 중산층 이상으로 하여 고급 식료품 상점에 유통될 수 있도록 할 것임 - 한국과 식문화가 유사한 중국 시장 및 식료품점 유통할 것임 - 다양한 시식행사 개최로 거부감을 줄이고 품질과 맛에 대한 홍보 기회를 늘릴 것임
제품사진	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>〈취급제품 운영사진〉</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>〈현지 유사제품〉</p>  </div> </div>

■ 설문조사 분석 결과 * 전체 응답자 수 : 128명





- 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 포장이 깔끔하다, 품질이 좋아 보인다, 세련됐다 등의 의견이 있었음
- 개선할 부분 : 가격이 좀 비싸고, 대용량이라 부담스럽다는 의견이 있었음
- 건의 사항 : 사은품을 끼워준다면 구매할 의향이 생길 수도 있을 것 같고, 1봉지에 몇 개가 들어있는지 명시하고 라오스어로 내용물을 표기한다면 소비자들 더욱 믿고 구매할 수 있을 것 같다는 의견이 있었음

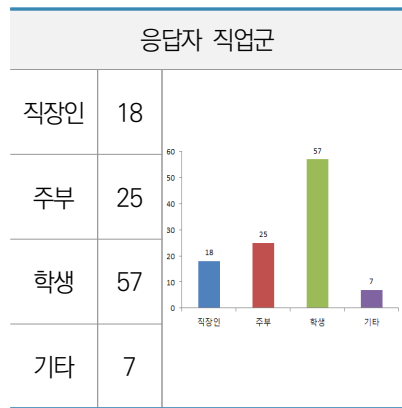
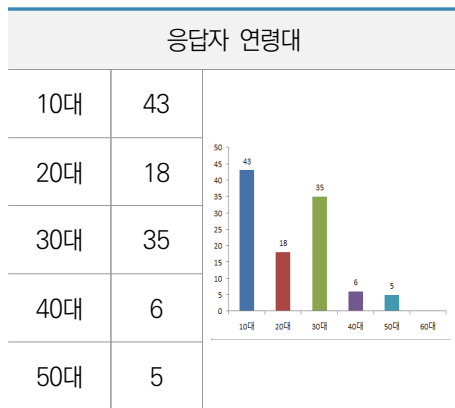
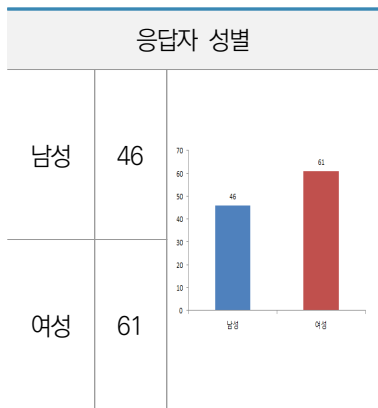
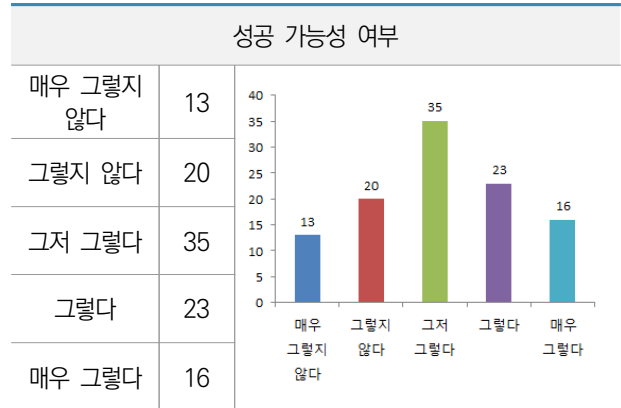
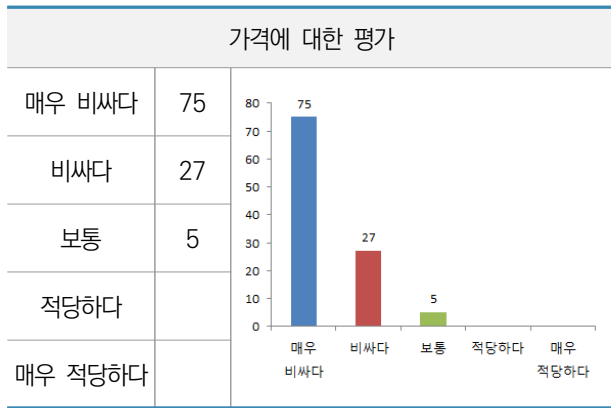
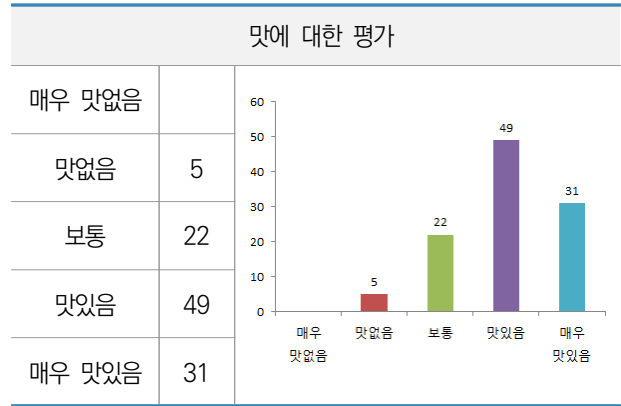
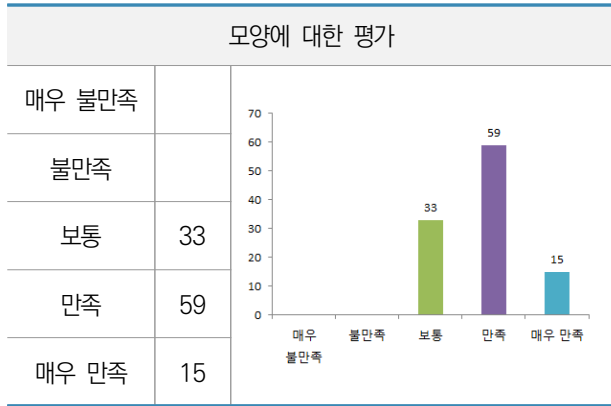
컨셉스토어 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : C* 제*제*

■ 제품명 : 비*고 김치 왕교자

구분	현지소비자 반응	
소비자 반응	<ul style="list-style-type: none"> - 김치와 속재료가 잘 어우러짐. 아삭한 씹힘이 좋음 - 만두의 크기가 적당하고 베어 물었을 때 촉촉함이 있음 - 기름에 완전히 튀겨먹는 음식이 많은데 한국 만두는 찌서 먹을 수 있고, 적은 기름으로도 조리 가능해 더 건강하게 느껴짐 	
맛, 품질 등	<ul style="list-style-type: none"> - 김치와 당면, 고기가 잘 어울림 - 모양이 모두 균일하고, 깨끗한 외관으로 품질에 대한 신뢰성이 있음 - 한국산으로 신뢰가 감 	
포장(디자인)	<ul style="list-style-type: none"> - 그림을 통해 한글을 알지 못해도 제품을 이해할 수 있음 - 태국 제품의 경우 1봉에 몇 개입인지 명시되어 있는데, 그런 정보가 없어서 1봉에 몇 개입인지 체크가 불가함 - 라오스어 스티커 부착 필요성 있음 	
시장진출 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 타깃 설정을 중산층 이상으로 하여 고급 식료품 상점에 유통될 수 있도록 할 것임 - 한국과 식문화가 유사한 중국 시장 및 식료품점 유통할 것임 - 다양한 시식행사 개최로 거부감을 줄일 것임 - 입수량 표기로 소비자들이 비교 구매할 수 있도록 할 것임 	
제품사진	<p style="text-align: center;">〈취급제품 운영사진〉</p> 	<p style="text-align: center;">〈현지 유사제품〉</p> 

■ 설문조사 분석 결과 * 전체 응답자 수 : 107명



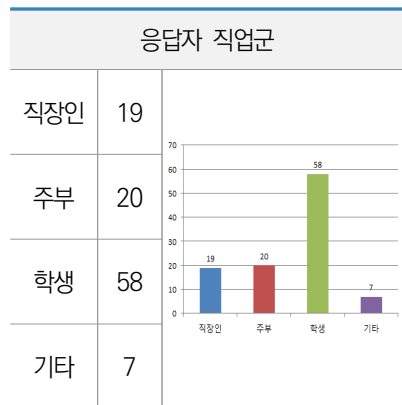
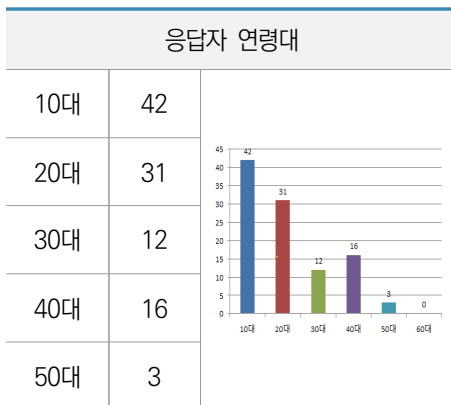
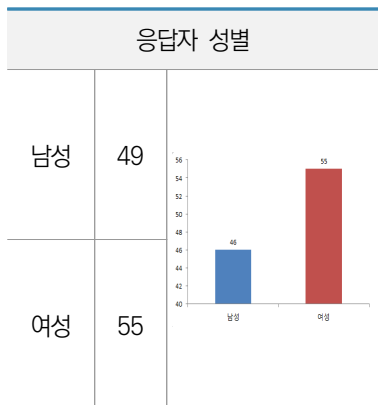
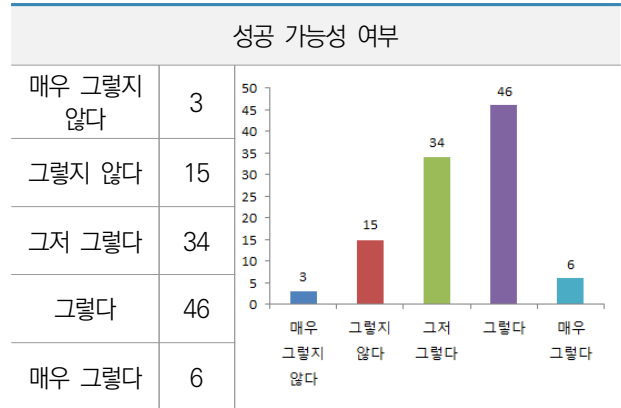
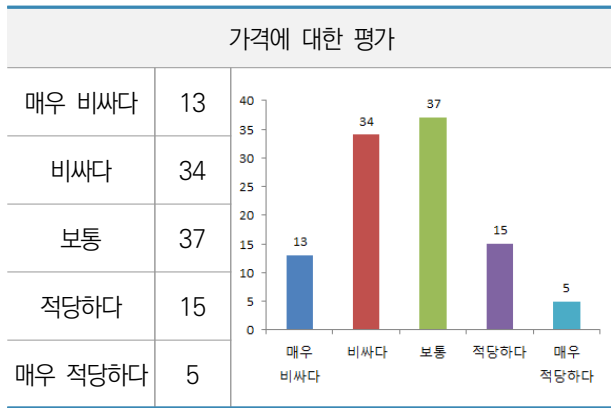
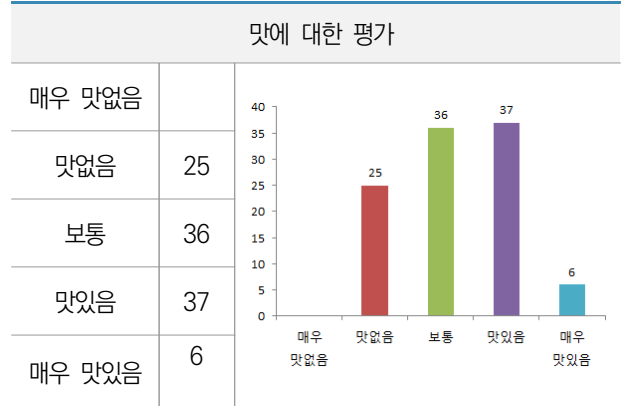
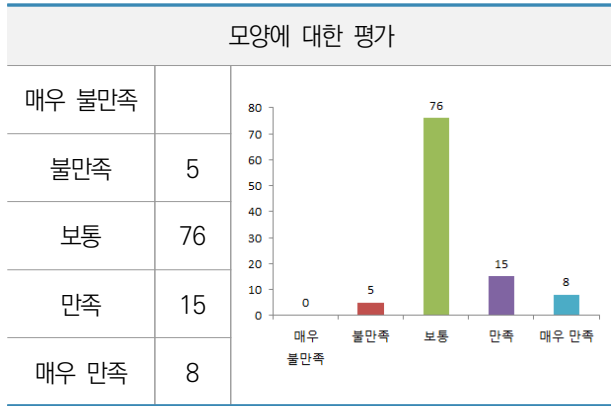
- 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 포장이 깔끔하다, 품질이 좋아 보인다, 세련됐다 등의 의견이 있었음
- 개선할 부분 : 가격이 좀 비싼 편이며 묶음 상품이 조금 더 저렴할 수 있을 것 같지만 가격 부담 및 보관의 부담이 있다는 의견이 있었음
- 건의 사항 : 1봉지에 몇 개 들어있는지 명시하고 라오스어로 내용물을 표기한다면 소비자들이 더욱 믿고 구매할 수 있을 것 같다는 의견이 있었음

컨셉스토어 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : 응*
- 제품명 : 아침*살

구분	현지소비자 반응	
소비자 반응	<ul style="list-style-type: none"> - 쌀을 이용한 음료라 건강에 좋을 것 같고 향과 맛이 뛰어나 - 큰 거부감이 없고 달콤하여 노소 가릴 것 없이 모두 소비 가능할 것 같음 - 차를 가공한 음료와 탄산음료만 있는데 쌀을 가공한 음료는 처음이라 새롭음 	
맛, 품질 등	<ul style="list-style-type: none"> - 맛있음. 향이 좋음 - 한국산으로 품질에 대한 걱정이 없음 - 달콤하고 목 넘김이 부드러움 	
포장(디자인)	<ul style="list-style-type: none"> - 단순함. 쌀을 이용했다는 것을 강조할 수 있는 디자인이면 한글을 읽지 못해도 제품을 빠르게 이해할 수 있을 것 같음 	
시장진출 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 비싼 가격에 부담을 느끼는 소비자에게는 더 선호될 수 있을 것 같음 - 병으로 된 제품보다는 유통의 편리함을 위해 캔, 팩 포장 제품을 유통할 필요성 있음 - 다양한 시식행사 통해 소비자가 느낄 이질감 줄이도록 노력해야 함 	
제품사진	<p data-bbox="576 1435 796 1464">〈취급제품 운영사진〉</p> 	<p data-bbox="1099 1435 1278 1464">〈현지 유사제품〉</p> 

■ 설문조사 분석 결과 * 전체 응답자 수 : 104명



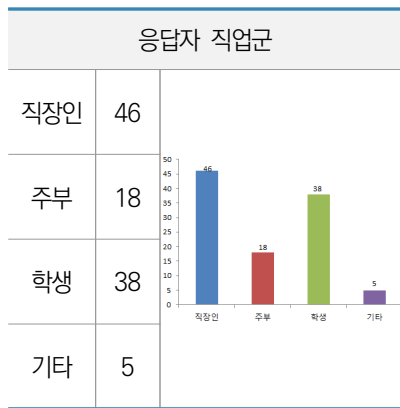
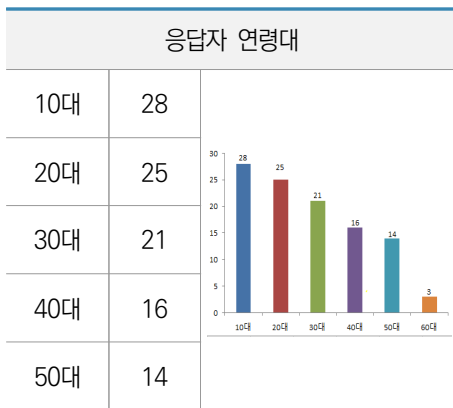
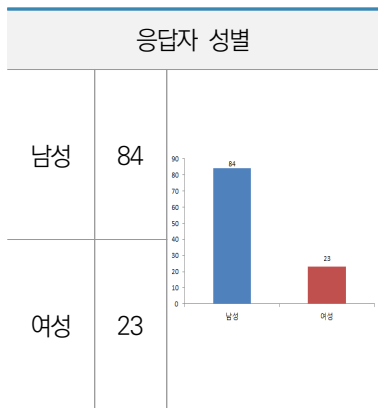
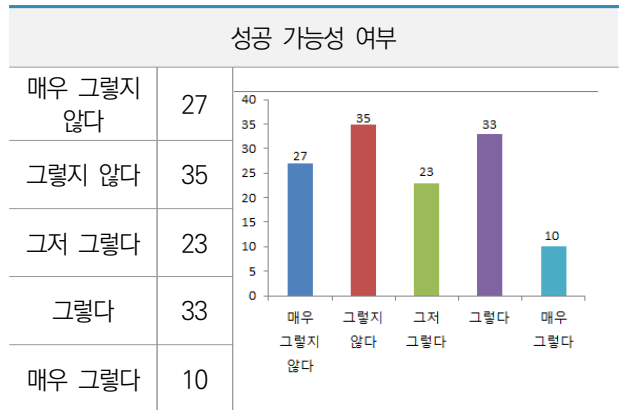
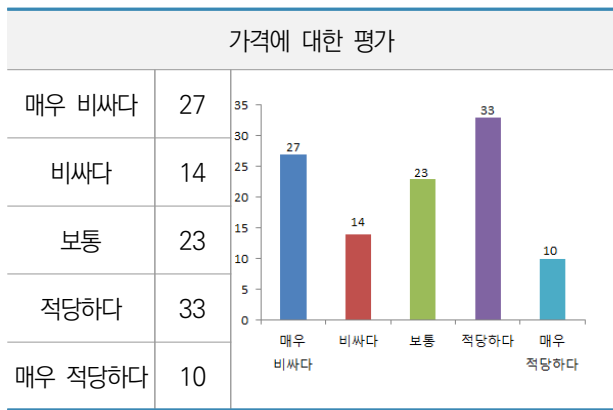
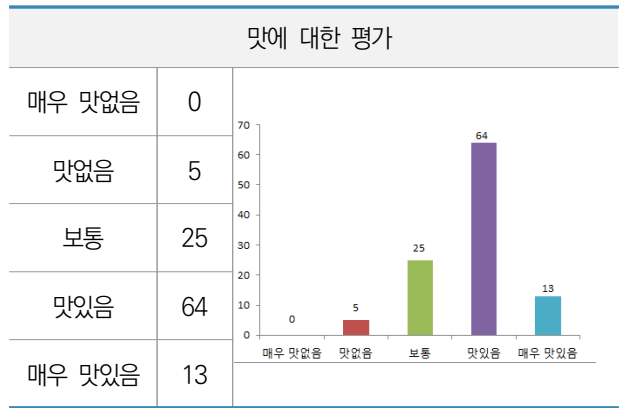
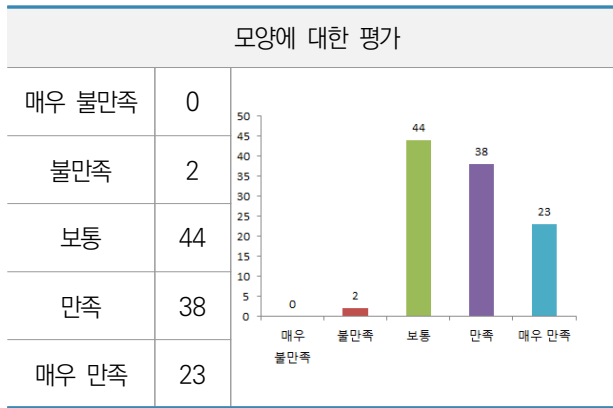
- 제품에서 가장 마음에 드는 점: 맛과 향이 좋고 달콤한 맛으로 거부감이 적다는 점의 의견이 있었음
- 개선할 부분 : 가격이 좀 비싼 편이며, 설명이 없다면 쌀을 이용한 음료인지 알기 어려울 것 같음. 홍보 판촉에 힘써야 한다는 의견이 있었음
- 건의 사항 : 라오스어로 내용물을 표기한다면 소비자들이 더욱 믿고 구매할 수 있을 것이라는 의견이 있었음

컨셉스토어 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : 샘*
- 제품명 : 마* 고추장 주물럭 양념

구분	현지소비자 반응
소비자 반응	<ul style="list-style-type: none"> - 유통기한도 길고, 고기에 양념이 잘 배여 어울림이 좋음 - 한식을 만들려면 양념 재료 등을 다 구매해야 한다고 생각해 부담이었는데, 한 팩으로 해결되니 더 경제적일 수 있음
가격경쟁력 비교	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 요리를 가끔 접하고 시도하고자 하는 현지인에게는 해당 제품이 경제적이며 경쟁력 있음
맛, 품질 등	<ul style="list-style-type: none"> - 맛있지만 더 매우면 좋을 듯 - 한국산 품질에 믿음이 있음
포장(디자인)	<ul style="list-style-type: none"> - 그림을 통해 한글을 알지 못해도 제품을 이해할 수 있음 - 포장 용기 디자인이 깔끔하고 정보 전달이 잘 됨. 뒷면 조리 방법이 나와 있어 조리가 어렵지 않을 것 같음 - 칼로리 정보까지 안내돼 있어 색다름을 느낌 - 라오스어 스티커 부착 필요성 있음
시장진출 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 한국에 관심이 많은 계층을 타겟 설정하여 집중 홍보 - 한 가지 종류로 유통하기보다는 다양한 종류를 함께 유통하여 진열될 수 있도록 하면 소비자 흥미 유발할 가능성 있음 - 다양한 시식 행사 개최로 거부감을 줄이고 품질과 맛에 대한 홍보 기회를 늘릴 것
제품사진	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>〈취급제품 운영사진〉</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>〈현지 유사제품〉</p>  </div> </div>


■ 설문조사 분석 결과 * 전체 응답자 수 : 107명



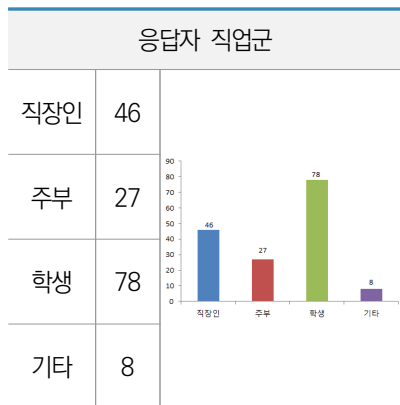
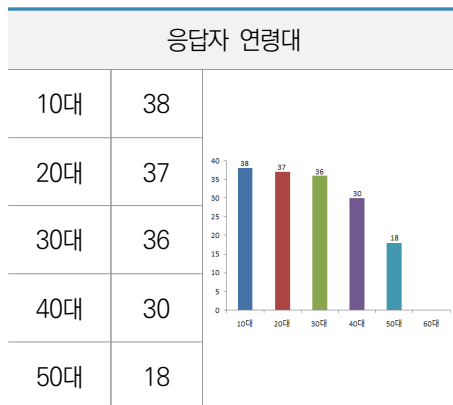
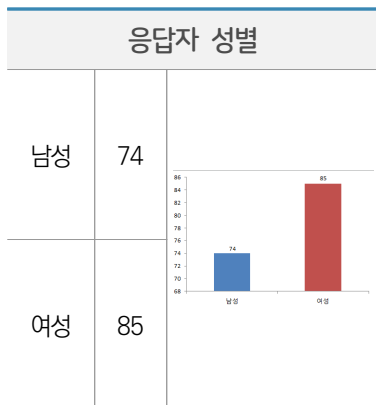
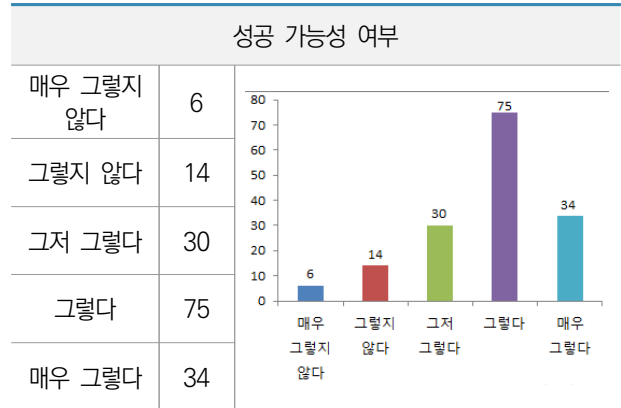
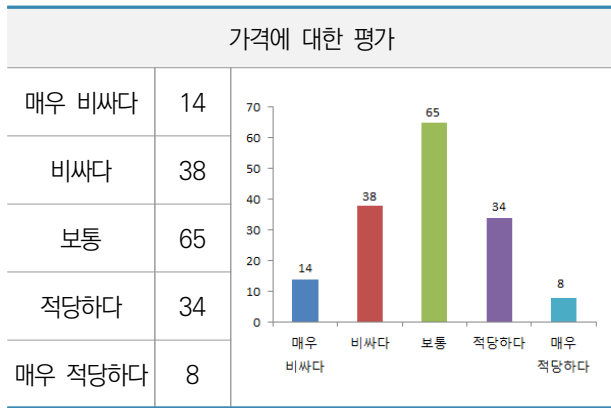
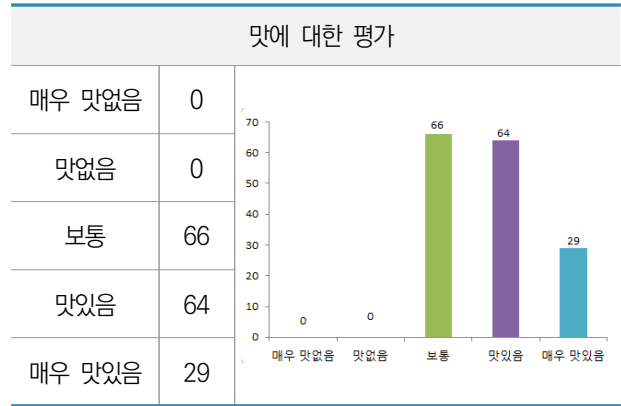
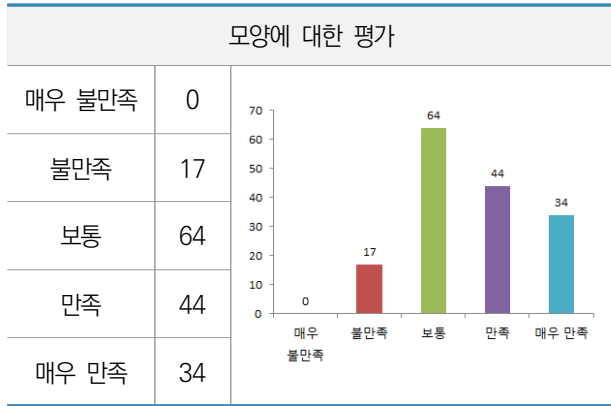
- 제품에서 가장 마음에 드는 점: 포장이 깔끔하다, 품질이 좋아 보인다, 맛있다, 편리하다 등의 의견이 있었음
- 개선할 부분 : 한번 시도해보기에는 가격이 높은 편이라는 피드백을 많이 받음. 가격 부분 현실성 있게 조정해야 함
- 건의 사항 : 라오스어로 내용물 및 조리 방법을 표기한다면 소비자들이 더욱 믿고 구매할 수 있을 것 같다는 의견이 있었음. 인스턴트 간편 소스라는 것을 부각할 수 있는 홍보물이 있어야 함

컨셉스토어 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : 삼*
- 제품명 : 화이트 슈&초코 슈

구분	현지소비자 반응	
소비자 반응	<ul style="list-style-type: none"> - 겉면의 빵이 부드럽고 촉촉함, 크림이 맛있음 - 아이스크림 같은 느낌임 - 자주 먹고 싶음 	
맛, 품질 등	<ul style="list-style-type: none"> - 냉동제품임에도 신선함이 있고 눅눅하지 않음 - 달콤하고 맛있음 - 구매의사가 높음 - 봉지 안에 빵이 각각 분리되어 찌그러지지 않고 모양이 균일하며 품질이 높게 느껴짐 	
포장(디자인)	<ul style="list-style-type: none"> - 그림을 통해 한글을 알지 못해도 제품을 이해할 수 있음 - 라오스어 스티커 부착 필요성 있음 - 입수량 표기돼 있어 경제적으로 따져볼 수 있어서 좋음 	
시장진출 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 냉동제품 취급하는 유통업체 중심으로 공급할 것임 - 다양한 시식 행사 개최로 거부감을 줄일 것임 - 냉동고 보관하면 자칫 제품이 부각되지 않을 수 있는데 pop-up 광고물 혹은 스티커 제작 배포로 보완함 	
제품사진	<p>〈취급제품 운영사진〉</p> 	<p>〈현지 유사제품〉</p> 

■ 설문조사 분석 결과 * 전체 응답자 수 : 159명



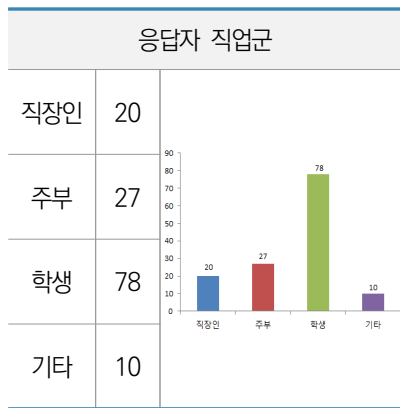
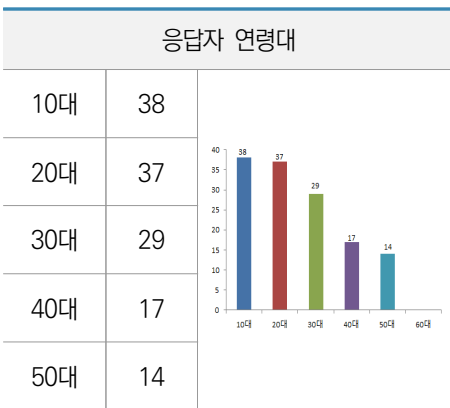
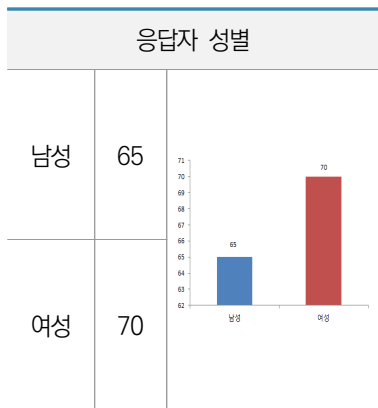
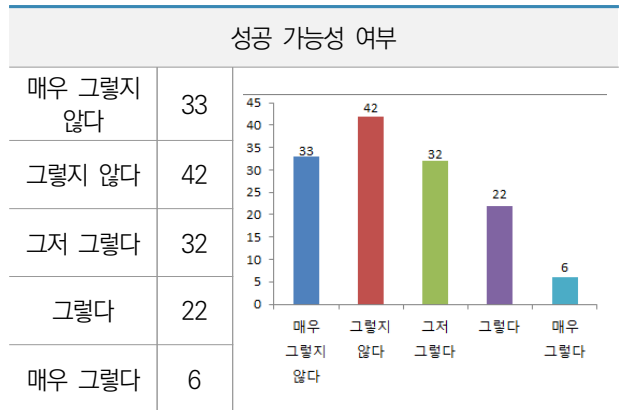
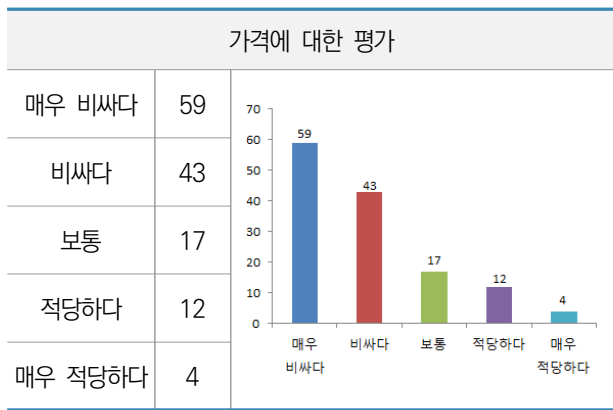
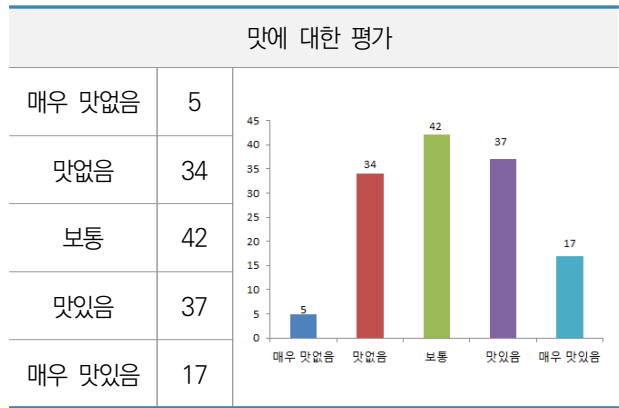
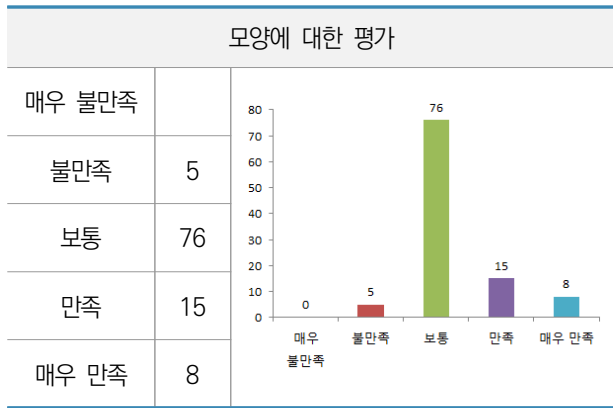
- 제품에서 가장 마음에 드는 점: 품질이 좋아 보인다, 신선하고 빵이 부드럽고 크림이 맛있다 등의 의견이 있었음
- 개선할 부분 : 가격이 좀 비싼 편이라 세일 문의 많았음. 냉동 보관이라 관리의 어려움이 있음
- 건의 사항 : 라오스어로 내용물을 표기하여 소비자에게 정확한 정보 전달의 필요성 있음(입수량, 칼로리, 성분 등). 아직 슈빙이 대중적이지 않다 보니 아이스크림으로 인지하는 고객 많았음. 홍보 필요가 함

컨셉스토어 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : 오*기
- 제품명 : 진*장

구분	현지소비자 반응	
소비자 반응	<ul style="list-style-type: none"> - 이색적 맛, 차별성이 있음 - 검은색이라 맛이 없고 쓸 것 같았는데 소스가 맛있고 해물 맛과 불향이 느껴짐 - 면이 굵음 	
가격경쟁력 비교	<ul style="list-style-type: none"> - 타 짜장 제품에 비해 가격이 높은 편-판매 저조함 - 짜장면을 잘 모르는 현지 소비자에게는 저렴한 것이 더 접근하기 용이함 	
맛, 품질 등	<ul style="list-style-type: none"> - 맛있음. 향이 좋음 - 면이 독특하고 강하게 느껴짐 - 달콤하게 느껴짐. 매웠으면 좋겠음 	
포장(디자인)	<ul style="list-style-type: none"> - 디자인은 세련됨 - 조리법 나와 있어 이해하기 용이함 	
시장진출 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 높은 가격에 비해 차별성이 떨어지는 느낌임 - 프로모션 행사 진행으로 가격을 낮춰 소비자들의 접근성을 높여야 함 - 다양한 시식 행사 통해 소비자가 느낄 이질감 줄이도록 노력해야 함 	
제품사진	<p>〈취급제품 운영사진〉</p> 	<p>〈현지 유사제품〉</p> 


■ 설문조사 분석 결과 * 전체 응답자 수 : 135명



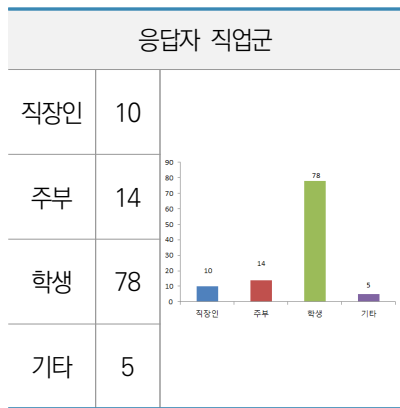
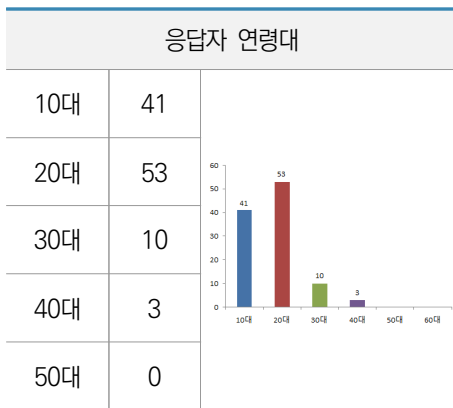
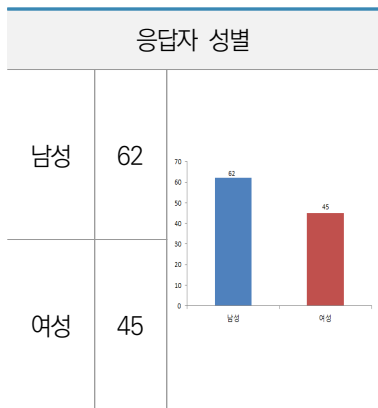
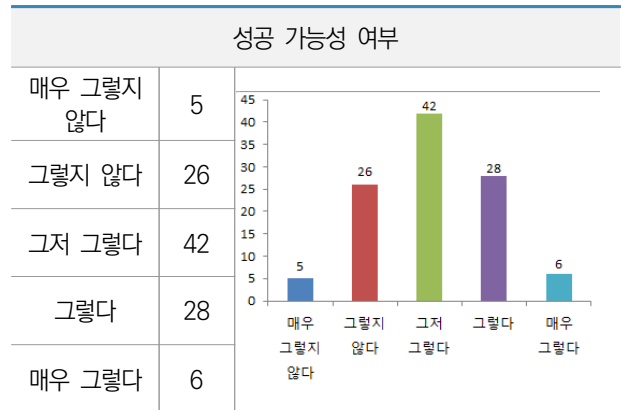
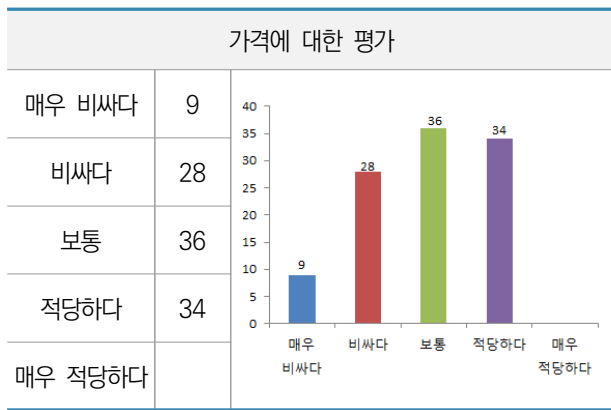
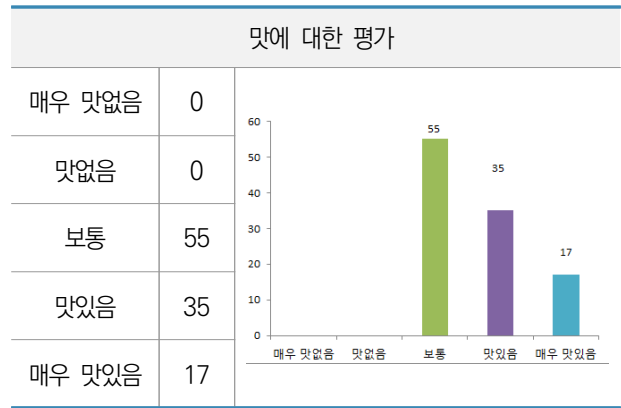
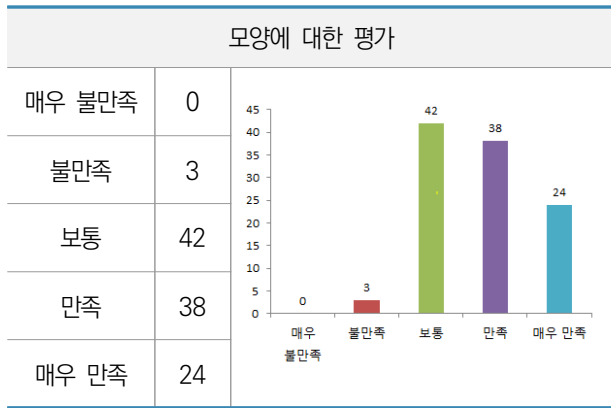
- 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 맛있고, 면이 부드럽다. 향이 좋다.
- 개선할 부분 : 가격이 비싼 편이며 다른 짜장 라면보다 차별성이 떨어짐
- 건의 사항 : 짜장면에 대한 수요가 높지 않은 라오스 시장에서 고객에게 1순위는 가격인 것 같아 프로모션 진행해야 할 것 같음. 검은색 면에 대해 이질감을 느끼는 고객이 있음. 빈번한 시식 행사 통해 고객이 느낄 이질감 없애야 함

컨셉스토어 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : 샘*
- 제품명 : 불고기양념

구분	현지소비자 반응
소비자 반응	<ul style="list-style-type: none"> - 매우 편리하고 조리법이 간단하다는 것을 느낌 - 자극적이지 않고 맛있음 - 가정에서 한식을 시도해보고 싶을 때 유용할 것 같음
가격경쟁력 비교	<ul style="list-style-type: none"> - 저렴하다고는 할 수 없으나 불고기양념을 위해 다른 재료를 추가로 사지 않아도 되며 시간이 절약됨
맛, 품질 등	<ul style="list-style-type: none"> - 맛있음 - 조리 방법이 어렵지 않아 쉽게 따라 할 수 있을 것 같음 - 밀폐 용기에 들어있어 깔끔함
포장(디자인)	<ul style="list-style-type: none"> - 조리법이 나와 있지만 그림이 매우 작아 추가적인 설명이 있었으면 함 - 라오스어 표기 요청 - 어떤 제품인지 그림 통해 이해할 수 있음
시장진출 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 간편 조리 소스는 아직 라오스인에게 낯설기 때문에 충분한 설명 필요함. 다양한 판촉 행사 진행이 필요함 - 간편함과 신속함을 강조할 수 있게 고객이 직접 조리과정을 볼 수 있도록 하는 시식회 필요함 - 불고기양념 이외 다른 양념도 함께 전시하여 소비자 흥미 유발 및 구매의사 높여야 함
제품사진	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>〈취급제품 운영사진〉</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>〈현지 유사제품〉</p>  </div> </div>

■ 설문조사 분석 결과 * 전체 응답자 수 : 107명



- 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 맛있고, 간편하며, 추가로 재료 지출할 필요성이 없어서 좋음
- 개선할 부분 : 포장 패키징이 작아 설명 등을 보기 어렵고, 조리 방법에 대한 설명이 없어서 따로 라오스어 표기가 필요함
- 건의 사항 : 한식에 대한 흥미를 느낀 고객들이 늘고 있음. 한식 양념도 시장가능성이 높은 제품임(고객 문의 많음). 다양한 구색을 갖춰서 함께 진열될 수 있도록 해야 소비자의 호기심 및 구매 욕구 높일 수 있을 것 같음