

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보

제품명	케일	
제조사(수출업체)	엘○무역	
시중 유사제품	◆ 제품명 Product name : Local curly Kale	
	◆ 제조사 manufacturer : myOrga○ic	
	◆ 해당국가 판매가격 : RM 20(500g), 약 6,000원	

마켓테스트 추진 날짜 및 응답자 수

추진 날짜	9월 1일~30일
설문 응답자 수	15명

분석 결과

소비자 유형 / Consumer type

성별	연령					
	10대	20대	30대	40대	50대	60대
남자 7명 / 여자 8명	0명	8명	3명	2명	2명	0명

제품 평가 (1) / Product evaluation

	매우 나쁨	나쁨	보통	좋음	매우 좋음
패키지 선호도	0명 / 0%	1명 / 6.67%	6명 / 40%	8명 / 53.33%	0명 / 0%
시식 전 인상	0명 / 0%	0명 / 0%	3명 / 20%	10명 / 66.67%	2명 / 13.34%
시식 후 평가	0명 / 0%	0명 / 0%	0명 / 0%	10명 / 66.67%	5명 / 33.35%
네이밍 평가	0명 / 0%	0명 / 0%	0명 / 0%	11명 / 73.33%	4명 / 26.67%
상품성 평가	0명 / 0%	0명 / 0%	2명 / 13.34%	11명 / 73.33%	2명 / 13.34%
가격 평가	0명 / 0%	0명 / 0%	8명 / 53.33%	7명 / 46.67%	0명 / 0%

제품 평가 (2) / Product evaluation

	패키지 디자인	향/냄새	식감	맛	네이밍	가격
만족	8명 / 53.33%	11명 / 3.33%	10명 / 6.67%	8명 / 53.33%	10명 / 6.67%	3명 / 20%
보통	5명 / 33.35%	3명 / 20%	3명 / 20%	4명 / 26.67%	4명 / 26.67%	4명 / 26.67%
불만족	2명 / 13.34%	1명 / 6.67%	2명 / 13.34%	3명 / 20%	1명 / 6.67%	8명 / 53.33%

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

종합의견	<ul style="list-style-type: none"> - 식감이 좋은 편이지만 현지 케일에 비해서 다소 묽은 맛이 강한 편으로 활용 가능한 레시피 등 홍보 방안 필요 - 1인 가구에 적합한 소포장 형태 패키지 선호 - 가격경쟁력이 약한 편이므로 일정금액 이상 구매 시 할인, 증정품 등 가격 관련 프로모션을 진행했을 때 소비자 유인효과가 클 것으로 전망
-------------	---

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안	<ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 : 매주, K-Fresh Zone 위치 및 시식행사 홍보 - 인스타그램 : 매주, K-Fresh Zone 입점품목 홍보 - 에코백(장바구니) 증정품을 활용하여 신선농산물 홍보 - 교통량이 많은 페낭 Queensbay Mall Aeon 근처 고가도로에 빌보드 광고를 통한 K-Fresh Zone 홍보
레시피 활용방안	<ul style="list-style-type: none"> - 유튜브 : 매월 첫째 주, 신선농산물 활용 레시피 영상 제작 및 홍보 - 틱톡 : 매월 첫째 주, 신선농산물 활용 레시피 숏클립 영상 게시 - 식품 설명 QR코드가 부착된 소책자를 매대에 비치하여 특징 홍보