

붙임 2 임산물 해외안테나숍 운영주체의 역할

□ 안테나숍 장소 확보 및 설치

- 유동인구가 많고 사업성과 제고가 가능한 장소를 선택하여 설치 하되, 현지 여건에 맞는 안테나숍 운영형태 선정
 - 안테나숍 운영품목이 현지 유통매장에 신규 입점될 수 있도록 현지 유통매장 내부 또는 인근에 설치 추진(권장)

□ 안테나숍 운영품목 조달 및 공급

- 운영주체가 취급하고자 운영품목을 직접 수집 및 조달하여 안테나숍에 공급하되 특정 브랜드 위주의 제품 비중 높지 않도록 주의
- 안테나숍 운영 품목 조달 및 공급실적 제출
 - 최종 운영결과 보고서 한국 임산물 수출입실적 등 증빙자료 첨부

□ 마켓테스트 결과보고서 제출

- 안테나숍 운영 주체는 취급 상품을 현지시장에서 정해진 양식을 활용하여 마켓테스트하고 그 결과를 보고
- 마켓테스트를 통해 소비자 반응을 분석 제출해야 하며, 가급적 월 1개 이상 품목에 대해 수행

<안테나숍 마켓테스트 실시(안)>

- ▶ 시기 및 장소 : 안테나숍 운영기간 중 시음시식 코너
- ▶ 대상품목 : 안테나숍 주요 품목(신규품목 우선) 중 월 1개 품목 이상
- ▶ 조사대상 : 매장 방문고객, 유통매장 관계자, 바이어 등
- ▶ 조사내용 : 제품인지도, 시음·시식 후 반응(맛, 구매의향 등), 지역 적합성, 기타 고객 의견 등 정해진 양식 활용
- ▶ 조사방법
 - 1개 품목당 20명 이상 실시하여 데이터 유효성 확보
 - 성별(남녀), 연령층, 직업 등을 인구통계학 분석
 - 맛, 가격, 품질, 구매의향 등 소비자 기호도 평가
 - 조사 응답자에게 소정의 기념품 증정
- * 설문조사 모집에 소요되는 경비(설문조사용 시식·시음, 모집을 위한 홍보)는 안테나숍 운영비로 정산 가능하며, 내방객 위주 무작위 설문보다는 희망 인원을 모집하여 실시
- * 전염병, 자연재해 등 불가피한 사유로 오프라인 시식 및 마켓테스트가 불가능한 경우, 제품 패키지 배송과 마켓테스트를 연계하거나 온라인 품평회 등으로 실시

□ 내방객 유도를 위한 지속적인 이벤트 실시

- 현지신문, 전단지 등 현지 매체를 통해 주기적으로 홍보
- 일별 또는 주간별 시음·시식 행사 등 주요 이벤트 안내
- 지속적인 고객관리를 위한 판매전략 수립
 - 내방고객 대상으로 판촉물 배포, 한국식품 요리시연·체험, 한국 식품 구입고객에 대한 주기적 이벤트 홍보 DM발송 등

□ 3개월 이상 안테나숍 운영 및 연말 운영보고서 제출

- 수입 및 매출 의무액이 없는 반면, 3개월 이상 안테나숍 운영 필수
- 연말 안테나숍 운영결과보고서 제출(사업종료 후 정해진 기일 내)
 - 안테나숍 설치 및 운영방법, 판매성과(판매실적, 임산물 수출입 실적 등), 신규품목 취급 내용(품목명, 수입·판매액), 마켓테스트(소비자반응 분석결과), 이벤트, 주요성과, 종합의견 등