

2021년 12월 소비자 실무 위원회 결과 보고서

- 일 시 : 2021년 12월 23일(목)
- 참 석 : GS SHOP 고객 5명, GS SHOP 임직원 5명
- 안 건 : GS SHOP 견과류 신상품 기획 고객의견 청취



견과류 섭취 및 쇼핑 관련

• 전반적인 견과류 쇼핑 행태

- 아무래도 나이가 있다보니까 건강에 신경 쓰고 하루에 섭취해야 하는 견과류가 있죠.
- 남편 퇴직 후 하루 세끼를 다 챙겨야 해서.. 한 끼 정도는 좀 가볍게 먹자 해서 요거트, 과일에 견과류 곁들여서 먹어요
- 100박스 씩 오는데 간혹 몇 봉이 전내가 날 때가 있어요. 그럴 때는 화가 났어요. 전화를 할까 하다가 그냥 말고 먹었던 적이 2번 정도 있어요. 그래서 다른 걸 구매했던 적이 있어요
- ☞ 베리류 보다는 순수 견과 제품을 선호하며 '신선함' 가장 중요하여 전내 등 신선함에 대한 신뢰가 깨질 때 실망함.

• 오토리 브랜드 인지도

- 오토리 고메넛츠의 색상 때문에 '중후함'이나 '고급진' 이미지가 있는 것 같아요
- 오토리 하면 뼈가 굵고 키도 큰 남자, 정장을 입은 품위가 있는 남자 정도로 생각되는 것 같은데요."
- ☞ '품격, 중후함, 명품' 등 오토리 견과는 '프리미엄'하다는 브랜드 이미지가 있음

• 신상품 샘플 키트 체험 관련

- 취향 따라 선호 견과는 모두 다르지만, 해바라기씨 등 저가의 원물은 오토리의 '프리미엄'을 헤친다고 생각함.
- 레드 호두의 비주얼이 눈길 끌고, 맛은 일반 호두와 비슷하거나 담백함.
- 구운은행 쫄득한 식감을 예상했지만, 크기가 작고, 바삭한 식감이 의외.
- 고급스러움을 헤치지 않는 선에서 불필요한 재포장은 줄였으면 함.
- 현재 함께 주는 종이봉투는 사용성 부족하여 필요한 고객들에게만 선택적 제공했으면 함.
- 여러 번 받아도 괜찮은 사은품 제안 (접이식 장바구니 등)
- ☞ 관련부서 전달 (푸드팀, 협력사)

