

## ■ 조사사례 1 ■

### 상해시 빵브랜드시장 현상황 조사연구

#### ■ 고객 요구 ■

상해시내의 목표 소비군에 대해 조사를 진행하고 여러유형 소비군이 빵에 대한 수요상황을 파악하고 빵브랜드 인식상황 및 소비자가 고객브랜드와 경쟁브랜드에 대한 태도를 요해한다.

#### ■ RaPid 의 해결방안 ■

경쟁상품이 소비자에 대한 영향을 요해한다.  
소비자의 소비행위, 소비습관에 대한 조사연구  
소비자의 빵상품 수요 및 기대하는 브랜드가격을 조사한다.

#### ■ 조사연구방법 ■

가두면접조사(200 개샘플)  
상해시에 있는 대표적인 5 점포KA 점 및 5 점포BC 점을 선택하여 입구에서 빵을 구매한 소비자에게 인터뷰하여 KA 점 100 명·BC 점 100 명에 샘플량은 각 점포 평균이며 연령과 성별도 동등하게 고려한다.

#### ■ 조사연구성과 ■

RaPid 의 조사연구결과는 고객에게 소비자의 빵브랜드에 대한 인식·수요·소비습관·가격기대 등 전면적인 인식을 제공하여 고객브랜드서비스의개선 , 브랜드 확대 , 시장영업전략 책정 및 신상품 판매에 데이터에 의한 지원을 한다.