# Topic-based Learning 과제

## 1단계 (시장 흐름 파악)

시장 세분화 결과, 여행을 자주 다니는 20~30대 여성을 표적시장으로 선정하였다. 특히 커피와 여행을 동시에 즐기는 라이프스타일을 가진 소비자들은 이동 중 음료와 캐리어를 함께 다루는 불편을 공통적으로 경험하고 있었다. 통계적으로 해외여행 수요는 꾸준히 증가하고 있으며, 공항과 주요 교통 요충지의 카페 이용률도 높은 편이다. 따라서 여행 중 편리함을 제공할 수 있는 부가 기능 제품은 시장 성장 가능성이 크다.

시장 흐름에 대한 의견: 기존 캐리어 업계가 내구성 위주 경쟁에서 벗어나 차별화된 부가가치를 제공해야 하는 시점이며, 소비자의 생활 편의성을 해결하는 기능이 경쟁 우위를 가져올 수 있다고 본다.

## 2단계 (제품 특성 파악)

본 제품은 캐리어에 부착 가능한 음료 수납 기능을 제공하는 아이디어로, 현재 시장에서는 도입기와 성장기 사이에 위치한다고 볼 수 있다. 기존 캐리어 시장은 이미 포화 상태이지만, 생활 편의성을 강조하는 액세서리형 제품은 아직 초기 단계다. 유행 측면에서도 개인화 여행, 효율성을 중시하는 소비 트렌드와 잘 맞물려 있으며, 특히 여름·휴가철과 같이 여행 수요가 집중되는 계절에 강한 수요가 발생할 것으로 예상된다.

## 3단계 (목표 소비자 조사)

|  |  |
| --- | --- |
| 누가 | 주요 타겟은 20~30대 여성 여행객. 특히 커피와 음료를 자주 소비하며, 여행과 카페 방문이 빈번한 집단. |
| 무엇을 | 기존 캐리어에 부가적인 편의 기능(음료 컵홀더 포함)을 제공하는 상품. |
| 왜 | 이동 중 두 손이 자유롭지 않아 발생하는 불편과 음료 쏟음 위험을 줄여 여행의 질을 높이고자 함. |
| 어디서 | 주요 유통경로는 백화점, 공항 면세점, 온라인 쇼핑몰, 여행용품 전문점. |
| 언제 | 여행 시즌(여름 휴가철, 연휴, 명절), 해외여행 준비 기간, 항공권 구매 직후. |
| 어떻게 | 프로모션(할인행사, 사은품 증정, 1+1 행사), 포인트 적립 혜택, 온라인 예약구매 시스템을 통한 판매. |