

레시피 생성 및 소비 현황 파악을 위한 온라인 설문 조사

UX/브랜드팀 리서치 파트
Gahl, Jeremy

2014.12.01

I. 리서치 개요

1. 리서치 진행 배경
2. 분석 대상 및 방법
3. 분석 목적 및 목표

II. 리서치 결과 요약

리서치 개요

리서치 진행 배경

- 요리에 관련된 다양한 서비스가 시도되고 있지만 레시피를 모아서 보여주는 것 이상의 가치를 제공하지 못함
- 레시피 생산/소비자의 기본 이용 행태를 파악해, 신규 서비스 기획 시 공략할만한 지점을 확인하고자 함

분석 대상 및 방법

- 레시피 생산자(100명), 레시피 소비자(200명)를 아래 기준으로 모집해 온라인 설문 진행
 - 레시피 생산자: 카페, 블로그, SNS(페이스북, 카카오톡스토리) 등의 온라인 서비스에 5회 이상 레시피를 올림
 - 레시피 소비자: 월 1회 이상 온라인 서비스에서 레시피 보고 따라 요리함

리서치 개요

분석 목적

- 레시피 생산/소비의 니즈를 파악해 자사 서비스에 적용할 만한 인사이트를 찾음

분석 목표 (기대 결과)

- 레시피 생산 동기와 작성 방식을 이해하여 레시피 생산을 유도하는 방안을 모색함
- 레시피 소비에 영향을 주는 요인을 파악해 관련 정보 추천에 반영함

목차

I. 리서치 개요

II. 리서치 결과 요약

Summary (1/3)

요리를 자신을 표현하고 타인과 소통하는 **소셜 콘텐츠**로 활용함

자신의 레시피나 요리 결과를 공유할 때 주변의 반응을 기대하며 댓글이나 추천에서 보람을 느낌

- 생산자는 자신을 표현할 수 있고(60%), 요리로 하는 대화가 즐거워 레시피를 공유한다고 응답(57%)
- 소비자는 관심사가 비슷한 사람과 동질감을 느끼고(58%), 생활의 일부를 보여줄 수 있어 요리 결과를 공유한다고 응답(41%)

레시피는 요리를 위한 수단인 동시에 **볼 만한 콘텐츠**로 여겨짐

특정 요리 방법이 궁금하지 않아도 목적 없이 시간을 때우거나 관련 정보를 얻을 때도 레시피를 활용함

- 레시피 활용하는 경우는 특정 음식의 레시피를 찾거나(77%) 메뉴를 고민할 때(63%)가 가장 많았지만 재미로 레시피를 보거나(41%) 유행하는 요리 정보를 확인하기 위해(37%) 레시피를 활용하기도 함

Summary (2/3)

쉽게 따라 할 수 있는 레시피에 대한 선호가 두드러짐

마음에 든 레시피가 여러 개라면 재료가 간단하고 설명이 쉬운 것 위주로 선택함

- 레시피에 관련된 기대 중 ‘쉽게 따라 할 수 있는 레시피’에 대한 선호가 가장 높았고(68%), 레시피를 선택할 때도 재료가 간단하고(71%) 설명이 쉬운 레시피를 선호(69%)하는 경향을 보임

입맛에 맞는 레시피를 찾는 과정을 불편해함

어떤 것이 좋은 레시피인지, 요리의 맛이 어떨지 판단하기 어렵다고 느낌

- 레시피를 찾는 과정에서 더 좋은 레시피를 고르고(73%), 레시피의 맛을 예상하는 것(54%)을 어려워 함

Summary (3/3)

마음에 드는 레시피를 모아 놓고 필요할 때 보고 싶어함

레시피를 저장해둬도 잊어버리거나 다시 찾지 못해 활용하지 못한 경우가 많을 것으로 보임

- 과반수가 마음에 든 레시피를 저장했고(62%) 다시 보고 싶어하지만(60%),
화면 캡처(59%)나 블로그/SNS 스크랩(28%)으로 저장한 경우 필요한 때 찾기 어려울 것으로 보임
- 레시피에 관련된 기대 중 ‘레시피를 쉽게 저장하고 다시 찾아 보고 싶다’는 응답이 높게 나타남 (63%)

레시피에 대한 긍정적인 반응이 가장 큰 보상

레시피를 올렸을 때 호응이 많은 채널을 선호할 것으로 판단됨

- 레시피에 대한 피드백으로 과반수가 댓글, 구독자 수, (레시피) 따라 하기와 같은 비물질적 보상을 원함(75%)

감사합니다