Week 4 : 시장 흐름과 제품 특성 파악, 목표 소비자 조사

**1단계 : 시장 흐름 파악**

기존 캐리어 업체들은 이미 내구성을 중요시하며 경쟁해왔으며, 상향평준화가 진행된 최근에는 디자인과 기타요소를 중심으로 새로운 경쟁요소를 찾고 있다. 20대~30대 MZ세대 중 여행을 즐겨하는 세대를 중점적으로 편의성을 앞세워 시장에 새로운 경쟁요소가 될 수 있도록 한다.

**2단계 : 제품 특성 파악**

제품은 캐리어에 장착한 접이-분리 가능 컵홀더이다. 캐리어를 끌고 이동하느라 한손을 쓰고 남은 한손에 커피 또는 음료를 소지하면 수속이나 기타 다른활동을 하는데 있어 큰 불편함을 끼친다. 캐리어 위에 단순히 올려두기엔 불안하고, 달리 둘 곳도 없다. 가격적 부담때문에 캐리어와 일체형이 아닌 탈부착이 가능한 모듈형 제품으로 구상하였다.

**3단계 : 목표 소비자 조사**

| 누가 | 여행을 즐겨하는 20대~30대 여행객, 커피를 주로 소비하는 여성 |
| --- | --- |
| 무엇을 | 기존 캐리어에 탈부착이 가능한 접이식 컵홀더 |
| 왜 | 캐리어를 끌고 이동 중 양손을 모두 사용중이라 불편하고 음료를 쏟을 가능성이 있기 때문 |
| 어디서 | 백화점, 면세점, 온라인 쇼핑몰 등으로 유통 |
| 언제 | 성수기 (6~8월, 12월~2월) |
| 어떻게 | 커피업체와 제휴, 할인 행사, 한정판 추가특전 |