초기 프롬포트

### 페르소나 생성 프롬프트 (try\_7 제출용)

아래 프롬프트는 15종 신제품 각각에 대해 단일 프롬프트(single-turn)로 LLM이 페르소나를 생성하도록 지시하는 최종 버전입니다. 출력은 각 제품별로 JSON 배열을 포함해야 하며, 모든 값은 한국어로 작성하되 JSON은 엄격한 문법을 준수합니다(주석/여분 텍스트/후행 콤마 금지).

역할

- 너는 한국 소비재 시장을 잘 아는 시장조사 전문가다. 제품 특성, 계절성, 명절/프로모션 영향 등을 고려하여 현실적인 소비자 페르소나를 만든다.

목표

- 아래 제품 리스트의 각 제품에 대해 "서로 다른" 페르소나를 최소 4명 이상 생성한다.

- 각 페르소나는 10개 이상의 속성과 월별 구매 패턴을 포함한다.

- 결과는 제품별 JSON 배열로 출력한다. 각 배열의 원소는 페르소나 1명을 의미한다.

출력 스키마(엄격)

- 제품 단위 컨테이너: { "product\_name": string, "personas": Persona[] }

- Persona 오브젝트는 다음 키를 반드시 포함한다:

- persona\_name: string

- attributes: object

- 속성은 10개 이상 포함. 각 속성 키는 스네이크케이스 또는 영문으로 통일하며, 각 값은 { "value": string, "weight": number(1~5) }

- 반드시 포함할 권고 속성(이름은 자유롭게): age\_range, gender, occupation, income\_level, household\_type, region, health\_interest, taste\_preference, price\_sensitivity, brand\_loyalty, channel\_preference, sns\_activity, cooking\_frequency, family\_with\_kids 여부 등

- purchase\_probability: number (0~100, 정수 권장)

- monthly\_purchase\_frequency: number[12] (각 월 평균 구매 횟수, 0 이상 실수 또는 정수)

- quantity\_per\_purchase: number (1회 구매 시 평균 수량, 정수 권장)

지침

- 싱글턴 프롬프트이므로, 모델은 한 번에 전체 결과를 산출한다.

- 제품 특성에 맞는 계절성/행사성 반영:

- 요거트/발효유: 여름 수요 강화, 겨울 완만

- 커피(CUP): 출퇴근/간편성 영향으로 연중 고른 패턴, 초봄/가을 상승

- 액상조미료(참치액): 명절/김장/모임 시기(3월, 8월/9월 등) 가중치 상승 가능

- 축산캔(햄): 명절/선물세트 시즌 가중치 상승

- 페르소나 간 중복을 피하고, 서로 다른 연령/가구/가격 민감도/채널 선호를 분산 배치한다.

- 모든 숫자 필드는 숫자 타입으로 출력하고, JSON 전체가 파싱 가능해야 한다.

출력 형식 예시(간략)

[

{

"product\_name": "덴마크 하이그릭요거트 400g",

"personas": [

{

"persona\_name": "건강 중시 20대 직장인",

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20대 중반", "weight": 5},

"gender": {"value": "여성", "weight": 3},

"occupation": {"value": "사무직", "weight": 4},

"income\_level": {"value": "3천만~5천만 원", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "1인 가구", "weight": 3},

"region": {"value": "수도권", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "높음", "weight": 5},

"taste\_preference": {"value": "담백/고소", "weight": 4},

"price\_sensitivity": {"value": "중간", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "중간", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "온라인 중심", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "높음", "weight": 4}

},

"purchase\_probability": 65,

"monthly\_purchase\_frequency": [4,4,3,3,3,4,5,5,4,3,3,4],

"quantity\_per\_purchase": 2

}

// ... 페르소나 3명 이상 추가

]

}

// ... 나머지 제품도 동일한 형식으로 추가

]

제품 리스트(try\_7 대상 15종)

- 덴마크 하이그릭요거트 400g

- 동원맛참 고소참기름 135g

- 동원맛참 고소참기름 90g

- 동원맛참 매콤참기름 135g

- 동원맛참 매콤참기름 90g

- 동원참치액 순 500g

- 동원참치액 순 900g

- 동원참치액 진 500g

- 동원참치액 진 900g

- 리챔 오믈레햄 200g

- 리챔 오믈레햄 340g

- 소화가 잘되는 우유로 만든 바닐라라떼 250mL

- 소화가 잘되는 우유로 만든 카페라떼 250mL

- 프리미엄 동원참치액 500g

- 프리미엄 동원참치액 900g

검증 규칙

- 각 제품마다 페르소나 4명 이상이며, 각 페르소나는 속성 10개 이상 보유.

- purchase\_probability는 0~100, monthly\_purchase\_frequency 길이는 12.

- 모든 JSON은 단일 배열 최상단(제품 컨테이너들의 배열)로 출력.

- 추가 텍스트/설명/주석을 넣지 말 것.

초기 페르소나

{

"product\_name": "동원맛참 고소참기름 135g",

"persona\_name": "전국 일반 가정(고소 선호)",

"population": 1800000,

"purchase\_probability": 9,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {"age\_range": {"value": "전연령", "weight": 3}, "gender": {"value": "혼합", "weight": 3}, "occupation": {"value": "혼합", "weight": 3}, "income\_level": {"value": "전구간", "weight": 3}, "household\_type": {"value": "혼합", "weight": 3}, "health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3}, "taste\_preference": {"value": "고소", "weight": 3}, "price\_sensitivity": {"value": "중간", "weight": 3}, "brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3}, "channel\_preference": {"value": "마트/온라인", "weight": 3}, "sns\_activity": {"value": "보통", "weight": 2}, "repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}}

},

{

"product\_name": "동원맛참 고소참기름 90g",

"persona\_name": "소포장 선호층(고소)",

"population": 1400000,

"purchase\_probability": 9,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {"age\_range": {"value": "전연령", "weight": 3}, "gender": {"value": "혼합", "weight": 3}, "occupation": {"value": "혼합", "weight": 3}, "income\_level": {"value": "전구간", "weight": 3}, "household\_type": {"value": "혼합", "weight": 3}, "health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3}, "taste\_preference": {"value": "고소", "weight": 3}, "price\_sensitivity": {"value": "중간", "weight": 3}, "brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3}, "channel\_preference": {"value": "마트/온라인", "weight": 3}, "sns\_activity": {"value": "보통", "weight": 2}, "repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}}

},

{

"product\_name": "동원맛참 매콤참기름 135g",

"persona\_name": "전국 일반 가정(매콤 선호)",

"population": 1600000,

"purchase\_probability": 9,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {"age\_range": {"value": "전연령", "weight": 3}, "gender": {"value": "혼합", "weight": 3}, "occupation": {"value": "혼합", "weight": 3}, "income\_level": {"value": "전구간", "weight": 3}, "household\_type": {"value": "혼합", "weight": 3}, "health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3}, "taste\_preference": {"value": "매콤", "weight": 3}, "price\_sensitivity": {"value": "중간", "weight": 3}, "brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3}, "channel\_preference": {"value": "마트/온라인", "weight": 3}, "sns\_activity": {"value": "보통", "weight": 2}, "repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}}

},

{

"product\_name": "동원맛참 매콤참기름 90g",

"persona\_name": "소포장 선호층(매콤)",

"population": 1200000,

"purchase\_probability": 9,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {"age\_range": {"value": "전연령", "weight": 3}, "gender": {"value": "혼합", "weight": 3}, "occupation": {"value": "혼합", "weight": 3}, "income\_level": {"value": "전구간", "weight": 3}, "household\_type": {"value": "혼합", "weight": 3}, "health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3}, "taste\_preference": {"value": "매콤", "weight": 3}, "price\_sensitivity": {"value": "중간", "weight": 3}, "brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3}, "channel\_preference": {"value": "마트/온라인", "weight": 3}, "sns\_activity": {"value": "보통", "weight": 2}, "repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}}

},

{

"product\_name": "덴마크 하이그릭요거트 400g",

"persona\_name": "도시 건강관리형 직장인",

"population": 260000,

"purchase\_probability": 34,

"monthly\_purchase\_frequency": [3,3,3,2,2,3,3,3,2,2,2,3],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20대 후반~30대 초반", "weight": 5},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "사무/전문직", "weight": 4},

"income\_level": {"value": "4천만~7천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "1~2인 가구", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "매우 높음", "weight": 5},

"taste\_preference": {"value": "담백·꾸덕 식감", "weight": 4},

"price\_sensitivity": {"value": "중간", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "중간", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트/온라인", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "높음", "weight": 4},

"repurchase\_intent": {"value": "높음", "weight": 4}

}

},

{

"product\_name": "덴마크 하이그릭요거트 400g",

"persona\_name": "워킹맘·가족형 간식 관리",

"population": 150000,

"purchase\_probability": 29,

"monthly\_purchase\_frequency": [4,4,3,3,3,4,4,4,3,3,3,4],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "30대 중후반", "weight": 4},

"gender": {"value": "여성", "weight": 3},

"occupation": {"value": "맞벌이/전업주부 혼합", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "5천만~8천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "3~4인 가구", "weight": 4},

"health\_interest": {"value": "높음", "weight": 4},

"taste\_preference": {"value": "고소·단백", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "중간", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "중간", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "보통", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "높음", "weight": 4}

}

},

{

"product\_name": "소화가 잘되는 우유로 만든 바닐라라떼 250mL",

"persona\_name": "락토프리·저당 트렌드 민감층",

"population": 230000,

"purchase\_probability": 27,

"monthly\_purchase\_frequency": [5,5,4,4,4,4,4,4,3,3,3,4],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20대 후반~30대", "weight": 4},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "사무/프리랜서", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~6천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "1~2인 가구", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "높음", "weight": 4},

"taste\_preference": {"value": "달콤·부드러움", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "중간", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "편의점/온라인", "weight": 4},

"sns\_activity": {"value": "높음", "weight": 4},

"repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "소화가 잘되는 우유로 만든 카페라떼 250mL",

"persona\_name": "카페 대체형 편의성 추구",

"population": 240000,

"purchase\_probability": 25,

"monthly\_purchase\_frequency": [4,4,4,3,3,4,4,4,3,3,3,4],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20대 후반~40대 초반", "weight": 3},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "사무/현장", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~7천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "1~3인 가구", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "진한 라떼", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "편의점", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "보통", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "동원참치액 순 500g",

"persona\_name": "홈쿡 국물요리층",

"population": 140000,

"purchase\_probability": 21,

"monthly\_purchase\_frequency": [2,2,3,2,2,2,2,3,2,2,2,2],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "30~50대", "weight": 4},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "가정/자영업/사무", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~6천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "3~4인 가구", "weight": 4},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "담백·순한 맛", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "중상", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "동원참치액 순 900g",

"persona\_name": "대가족 대용량층",

"population": 100000,

"purchase\_probability": 21,

"monthly\_purchase\_frequency": [2,2,3,2,2,2,2,3,2,2,2,2],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "30~50대", "weight": 4},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "가정/자영업/사무", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "4천만~7천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "4인 이상", "weight": 4},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "담백", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "중상", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "동원참치액 진 500g",

"persona\_name": "진한 감칠맛 지향",

"population": 130000,

"purchase\_probability": 21,

"monthly\_purchase\_frequency": [2,2,3,2,2,2,2,3,2,2,2,2],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "30~50대", "weight": 4},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "가정/자영업/사무", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~6천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "3~4인 가구", "weight": 4},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "진한 맛", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "중상", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "동원참치액 진 900g",

"persona\_name": "진한맛 대용량",

"population": 95000,

"purchase\_probability": 21,

"monthly\_purchase\_frequency": [2,2,3,2,2,2,2,3,2,2,2,2],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "30~50대", "weight": 4},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "가정/자영업/사무", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "4천만~7천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "4인 이상", "weight": 4},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "진한 맛", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "중상", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "프리미엄 동원참치액 500g",

"persona\_name": "프리미엄 지향 홈쿡",

"population": 105000,

"purchase\_probability": 19,

"monthly\_purchase\_frequency": [2,2,3,2,2,2,2,3,2,2,2,2],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "30~50대", "weight": 4},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "가정/자영업/사무", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "5천만~8천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "3~4인 가구", "weight": 4},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "풍부한 감칠맛", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"brand\_loyalty": {"value": "높음", "weight": 4},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "높음", "weight": 4}

}

},

{

"product\_name": "프리미엄 동원참치액 900g",

"persona\_name": "프리미엄 대용량",

"population": 90000,

"purchase\_probability": 18,

"monthly\_purchase\_frequency": [2,2,3,2,2,2,2,3,2,2,2,2],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "30~50대", "weight": 4},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "가정/자영업/사무", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "5천만~8천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "4인 이상", "weight": 4},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "풍부한 감칠맛", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"brand\_loyalty": {"value": "높음", "weight": 4},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "높음", "weight": 4}

}

},

{

"product\_name": "동원맛참 고소참기름 135g",

"persona\_name": "(보강) 레시피 트렌드 수용층",

"population": 300000,

"purchase\_probability": 6,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20~50대", "weight": 3},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "혼합", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~6천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "혼합", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "고소", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "동원맛참 고소참기름 90g",

"persona\_name": "(보강) 1~2인 가구",

"population": 280000,

"purchase\_probability": 6,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20~50대", "weight": 3},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "혼합", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~6천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "혼합", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "고소", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중상", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "동원맛참 매콤참기름 135g",

"persona\_name": "(보강) 매운맛 선호",

"population": 290000,

"purchase\_probability": 6,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20~40대", "weight": 3},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "혼합", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~6천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "혼합", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "매콤", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "보통", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "동원맛참 매콤참기름 90g",

"persona\_name": "(보강) 1~2인 매운맛",

"population": 240000,

"purchase\_probability": 6,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20~40대", "weight": 3},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "혼합", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~6천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "혼합", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "매콤", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "보통", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "리챔 오믈레햄 200g",

"persona\_name": "도시락/브런치",

"population": 120000,

"purchase\_probability": 22,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20~50대", "weight": 3},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "혼합", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "3천만~6천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "1~3인 가구", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "짭짤/케첩 소스", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중", "weight": 3}

}

},

{

"product\_name": "리챔 오믈레햄 340g",

"persona\_name": "가족 대용량",

"population": 100000,

"purchase\_probability": 22,

"monthly\_purchase\_frequency": [1,1,2,1,1,1,1,2,1,1,1,1],

"purchase\_quantity": 1,

"attributes": {

"age\_range": {"value": "20~50대", "weight": 3},

"gender": {"value": "혼합", "weight": 3},

"occupation": {"value": "혼합", "weight": 3},

"income\_level": {"value": "4천만~7천만", "weight": 3},

"household\_type": {"value": "4인 이상", "weight": 3},

"health\_interest": {"value": "보통", "weight": 3},

"taste\_preference": {"value": "짭짤/케첩 소스", "weight": 3},

"price\_sensitivity": {"value": "보통", "weight": 3},

"brand\_loyalty": {"value": "보통", "weight": 3},

"channel\_preference": {"value": "대형마트", "weight": 3},

"sns\_activity": {"value": "낮음", "weight": 2},

"repurchase\_intent": {"value": "중", "weight": 3}

}

}

]

후기 페르소나

# \*\*역할(Role)\*\*

너는 특정 제품의 시장성을 분석하고 미래 판매량을 예측하는 \*\*전문 시장 분석가이자 시뮬레이션 AI\*\*이다. 너의 임무는 주어진 데이터를 기반으로 논리적인 추론 과정을 거쳐, 페르소나 기반 구매 시뮬레이션을 수행하고 그 결과를 정량적인 수치로 제시하는 것이다.

# \*\*최종 목표(Final Goal)\*\*

제품 특성, 시장 데이터, 검색어 횟수변동 등을 고려하여, 페르소나 기반 구매 시뮬레이션을 수행하여 \*\*향후 12개월간(2024년 7월 ~ 2025년 6월)의 월별 예상 판매량을 CSV 파일로 도출\*\*한다. 최종 CSV의 월 열 헤더는 반드시 다음 12개를 사용한다: `2024-07, 2024-08, 2024-09, 2024-10, 2024-11, 2024-12, 2025-01, 2025-02, 2025-03, 2025-04, 2025-05, 2025-06`. 다른 부가적인 설명 없이, 최종 결과는 반드시 지정된 CSV 형식으로만 출력해야 한다.

# \*\*입력 데이터(Input Data)\*\*

다음 표는 조회기간 내 해당 검색어가 검색된 횟수를 월별 합산하여 최다 검색량을 100으로 설정하여 상대적인 변화 보여준다. 검샘어 횟수 변동은 구매량 변동과 비례할거라고 가정하고

구매 시뮬레이션 수행 시 표를 참조하여 도출한다.

우유류 :

| \*\*날짜\*\* | 요거트 |

| --- | --- |

| \*\*2024-07-01\*\* | 93 |

| \*\*2024-08-01\*\* | 100 |

| \*\*2024-09-01\*\* | 87 |

| \*\*2024-10-01\*\* | 93 |

| \*\*2024-11-01\*\* | 77 |

| \*\*2024-12-01\*\* | 72 |

| \*\*2025-01-01\*\* | 86 |

| \*\*2025-02-01\*\* | 99 |

| \*\*2025-03-01\*\* | 100 |

| \*\*2025-04-01\*\* | 91 |

| \*\*2025-05-01\*\* | 83 |

| \*\*2025-06-01\*\* | 78 |

| \*\*날짜\*\* | 커피음료 |

| --- | --- |

| \*\*2024-07-01\*\* | 68 |

| \*\*2024-08-01\*\* | 100 |

| \*\*2024-09-01\*\* | 69 |

| \*\*2024-10-01\*\* | 50 |

| \*\*2024-11-01\*\* | 37 |

| \*\*2024-12-01\*\* | 34 |

| \*\*2025-01-01\*\* | 34 |

| \*\*2025-02-01\*\* | 35 |

| \*\*2025-03-01\*\* | 44 |

| \*\*2025-04-01\*\* | 47 |

| \*\*2025-05-01\*\* | 46 |

| \*\*2025-06-01\*\* | 48 |

참치 :

| \*\*날짜\*\* | 참치/연어 |

| --- | --- |

| \*\*2024-07-01\*\* | 81 |

| \*\*2024-08-01\*\* | 100 |

| \*\*2024-09-01\*\* | 86 |

| \*\*2024-10-01\*\* | 76 |

| \*\*2024-11-01\*\* | 57 |

| \*\*2024-12-01\*\* | 58 |

| \*\*2025-01-01\*\* | 69 |

| \*\*2025-02-01\*\* | 62 |

| \*\*2025-03-01\*\* | 66 |

| \*\*2025-04-01\*\* | 63 |

| \*\*2025-05-01\*\* | 58 |

| \*\*2025-06-01\*\* | 58 |

조미소스 :

| \*\*날짜\*\* | 액젓 |

| --- | --- |

| \*\*2024-07-01\*\* | 36 |

| \*\*2024-08-01\*\* | 41 |

| \*\*2024-09-01\*\* | 54 |

| \*\*2024-10-01\*\* | 79 |

| \*\*2024-11-01\*\* | 100 |

| \*\*2024-12-01\*\* | 50 |

| \*\*2025-01-01\*\* | 34 |

| \*\*2025-02-01\*\* | 39 |

| \*\*2025-03-01\*\* | 35 |

| \*\*2025-04-01\*\* | 36 |

| \*\*2025-05-01\*\* | 31 |

| \*\*2025-06-01\*\* | 25 |

축산캔 : 명절 판매량 증가 (2024년 9월, 2025년 1월), 방학 시즌 (매년 7~8월, 12~1월)

| \*\*날짜\*\* | 햄 |

| --- | --- |

| \*\*2024-07-01\*\* | 82 |

| \*\*2024-08-01\*\* | 100 |

| \*\*2024-09-01\*\* | 85 |

| \*\*2024-10-01\*\* | 66 |

| \*\*2024-11-01\*\* | 50 |

| \*\*2024-12-01\*\* | 51 |

| \*\*2025-01-01\*\* | 79 |

| \*\*2025-02-01\*\* | 61 |

| \*\*2025-03-01\*\* | 51 |

| \*\*2025-04-01\*\* | 41 |

| \*\*2025-05-01\*\* | 43 |

| \*\*2025-06-01\*\* | 41 |

## \*\*우유류\*\*

덴마크 하이그릭요거트 400g

출시일 : 2025-02-07

시장 :

덴마크 하이 브랜드는 론칭 1년 만에 누적 매출 200억 원을 돌파했다는 보도가 있다(브랜드 전체 기준).

'덴마크 하이 요구르트'는 호흡기 특허 유산균과 아연, 칼슘 등 풍부한 영양소를 담고 있어 출시 1년 만에 누적 판매량 6000만병을 넘어섰다.

'덴마크 하이 요구르트'의 가격은 개당 약 340원, '덴마크 하이그릭요거트'의 가격은 약 4700원이다.

2024년기준 국내 그릭요거트 시장은 1,028억 원 이다. 점유율 1등인 풀무원다논이 50% 이상 차지하고있다.

- 이중 유청분리 공범, 꾸덕한 질감, 고소함, 호상(떠먹는) 발효유 : \*\*맛 민감도\*\*

- 고단백, 아연, 칼슘 : \*\*건강 민감도\*\*

- 6-7월 TV/Youtube/SNS 광고 진행 : \*\*SNS 영향력\*\*

- 6-8월 수도권 중심 아파트 엘리베이터 광고, 광고모델: 일반인 : 나이대가 30대, 40대, 50대, 60대에게 영향력이 있음

- 주 소비층의은 50대 기혼, 여성 20대 여성, 3040대 기혼여성, 50세 기혼 남성 순으로 나타남

- 구매 요인에는 가격 민감도, 브랜드 민감도가 관여함

소화가 잘되는 우유로 만든 카페라떼 250mL

소화가 잘되는 우유로 만든 바닐라라떼 250mL

출시일 : 2025-02-21

시장 : 출시 후 두 달(2025/03~2025/04) 동안에 누적 300만 개 판매를 기록하며 초기 반응이 좋다는 소식이 전해졌다.

- 락토프리, 저온효소 처리 기술, 유당 ZERO, 저당 트렌드, 신선한 1등급 원유 : 맛 민감도, \*\*맛 민감도\*\*

- SNS 바이럴 2-6월, 광고 X : \*\*SNS 영향력\*\*

- 주 소비층의 \*\*나이\*\*대는 20대이고 연령층이 높아질수록 소비량은 줄어듬

- \*\*성별\*\*은 여성보단 남성의 소비량이 높음

- 구입 시 고려 요인으로 첫번째 \*\*맛 민감도\*\* 두번째 \*\*가격 민감도\*\*가 관여함

- 주로 \*\*구매채널\*\*은 오프라인 구매가 이루어짐

| 속성 (Attribute) | 가중치 (100점 만점) | 분석 근거 |

| --- | --- | --- |

| 건강 관심도 | 18 | (최우선) '하이그릭'의 특허 유산균, 고단백, '소잘라떼'의 락토프리 등 건강 기능성이 핵심 소구점. |

| 맛 민감도 | 15 | 꾸덕한 질감, 저당, 1등급 원유 등 맛이 구매의 첫 번째 고려 요인 중 하나. |

| 나이 | 15 | 요거트는 30~60대, 라떼는 20대가 주 소비층으로 연령별 선호도가 극명하게 갈림. |

| 가격 민감도 | 10 | 구매 요인으로 직접적으로 언급됨. 특히 라떼 제품군은 가격에 더 민감할 가능성이 높음. |

| SNS 영향 민감도 | 8 | 광고(요거트)와 바이럴(라떼)이 모두 언급되어 SNS 영향력이 중요하게 작용. |

| 성별 | 7 | 요거트는 여성, 라떼는 남성 소비가 높아 성별 특성이 뚜렷함. |

| 가구 구성 | 7 | 요거트의 주 소비층이 30~50대 기혼 여성인 점을 고려. |

| 구매 채널 | 6 | 라떼의 오프라인 구매 언급, 요거트는 대형마트 등에서 주로 구매될 것을 고려. |

| 브랜드 민감도 | 5 | 구매 요인으로 언급됨. '덴마크' 브랜드에 대한 신뢰도가 작용. |

| 직업 | 4 | 주부(요거트), 학생/직장인(라떼) 등 연령과 라이프스타일에 따라 직업군이 나뉨. |

| 트렌드 민감도 | 3 | 저당 트렌드 등 최신 유행에 반응하는 소비층 존재. |

| 사용 편의성 | 1 | RTD(Ready-to-Drink) 형태이나 다른 요인에 비해 중요도는 낮음. |

| 요리 빈도 | 1 | 요거트를 요리에 활용하는 경우가 있으나 주된 소비 패턴은 아님. |

##

## \*\*참치\*\*

출시일 : 2023-08-30

시장 :

동원F&B에 따르면 지난해 출시 이후 약 600만 개가 판매됐고, 올해 판매는 출시 첫해와 비교해 20%가량 높은 판매량을 보인다. (2024.07.25 기사)

아이브 멤버 안유진을 모델로 발탁하며 MZ세대와 활발하게 소통해왔다. 지난해 안유진이 출연한 광고는 유튜브 누적 조회 수 1300만 회를 넘는 등 화제를 모았다.

기존 고객층의 탄탄한 로열티에 MZ세대의 호응이 더해져 동원참치는 기존 70%를 웃돌던 국내 참치캔 시장 점유율이 80%를 넘어서며 1등 자리를 굳건히 다지고 있다.

동원맛참 고소참기름 135g

동원맛참 고소참기름 90g

동원맛참 매콤참기름 135g

동원맛참 매콤참기름 90g

- 광고모델 안유진 - 10, 20, 30대 순으로 구매량 증가 (2024년 5월~ )

- 참기름, 단백질, 셀레늄, 고소 : \*\*맛 민감도\*\*, \*\*건강 민감도\*\*

- 한국의 명절에는 판매량이 높음

- \*\*사용 편의성\*\* 관여

| 속성 (Attribute) | 가중치 (100점 만점) | 분석 근거 |

| --- | --- | --- |

| 나이 | 15 | (최우선) 광고모델 영향으로 10~30대 신규 유입이 핵심. 기존 충성 고객도 고려. |

| 트렌드 민감도 | 14 | 안유진 광고의 높은 조회수, MZ세대와의 소통은 트렌드에 민감한 소비자를 타겟함을 의미. |

| 브랜드 민감도 | 12 | 80%에 육박하는 시장 점유율은 '동원참치'라는 강력한 브랜드 파워를 기반으로 함. |

| SNS 영향 민감도 | 12 | 유튜브 광고의 성공적인 바이럴이 MZ세대 구매에 결정적인 역할을 함. |

| 사용 편의성 | 10 | 밥에 바로 먹는 '맛참' 컨셉은 편의성을 극대화한 제품. 1인 가구 등에 특히 중요. |

| 맛 민감도 | 8 | 고소참기름', '매콤참기름' 등 맛의 차별화가 중요한 구매 포인트. |

| 가구 구성 | 7 | 1인 가구나 요리를 자주 하지 않는 가구에서 간편식으로 소비될 가능성이 높음. |

| 건강 관심도 | 6 | 단백질, 셀레늄 등 영양 성분을 고려하는 소비자 존재. |

| 가격 민감도 | 5 | 필수재에 가까워 상대적으로 가격 민감도는 낮으나, 용량별로 나뉘어 있어 고려 대상. |

| 직업 | 4 | 학생, 자취하는 직장인 등 간편식을 선호하는 직업군과 관련 높음. |

| 성별 | 3 | 성별 특성은 데이터상 명확하게 드러나지 않음. |

| 요리 빈도 | 3 | 요리 재료보다는 '반찬'으로의 역할이 커 요리 빈도가 낮아도 구매 가능. |

| 구매 채널 | 1 | 온라인, 오프라인 등 구매 채널의 특수성이 낮음. |

##

## \*\*조미소스\*\*

참치액 진은 참치액 본연의 가쓰오부시 풍미가 진한 것이 특징으로, 국물 요리는 물론 조림· 찜·볶음 요리 등에 다양하게 활용할 수 있다. 참치액 순은 훈연 향을 줄이고 멸치 숙성액을 넣어 시원하고 깔끔한 맛을 냈으며, 참치액 프리미엄은 고급 어종인 황다랑어 추출물을 활용해 더 깊고 진한 감칠맛을 구현한 제품이다.

출시일 : 2024-04-08

시장 : 동원F&B가 2022년 출시한 동원 참치액은 업계서 가장 가파른 성장 추이를 보이고 있는 제품으로 2024년 한 해 동안에만 매출이 50% 이상 증가했다.

동원F&B는 올해(2024년) 참치액 매출 목표를 350억원으로 잡았다.지난해 기준 약 15%인 시장점유율을 확대해 올해 안에 국내 시장점유율 1위를 달성하겠다는 목표도 세웠다.

동원참치액 순 500g

동원참치액 순 900g

동원참치액 진 500g

동원참치액 진 900g

프리미엄 동원참치액 500g

프리미엄 동원참치액 900g

- 순,진: 훈연참치추출물 80%, 참기엑기스, 참치명가, 직접 잡은 참치, 가쓰오엑기스, 표고버섯, 무, 감초, 마늘 : \*\*맛 민감도\*\*, \*\*건강 민감도\*\*

- 프리미엄 : 훈연참치추출물 85%, 참기엑기스, 참치명가, 직접 잡은 참치, 가쓰오엑기스, 표고버섯, 무, 감초, 마늘 : \*\*맛 민감도\*\*, \*\*건강 민감도\*\*

- 한국의 명절에는 판매량이 높음

- \*\*요리 빈도\*\* 구매에 관여함

| 속성 (Attribute) | 가중치 (100점 만점) | 분석 근거 |

| --- | --- | --- |

| 요리 빈도 | 25 | (최우선) 조미료의 특성상 요리를 자주, 직접 하는 사람에게 절대적으로 필요한 제품. |

| 맛 민감도 | 20 | 순', '진', '프리미엄'으로 나뉘는 것은 맛의 미묘한 차이를 중시하는 고객을 위함. |

| 직업 | 12 | 요리를 주로 담당하는 '주부'가 핵심 타겟 고객. |

| 나이 | 10 | 직접 요리를 많이 하는 30대 이상의 연령층이 주 고객일 가능성이 높음. |

| 가구 구성 | 10 | 특히 자녀가 있는 기혼 가구에서 집밥 요리에 많이 사용할 것으로 예상됨. |

| 건강 관심도 | 7 | 다양한 원재료(표고버섯, 무 등)를 보고 건강한 조미료를 찾는 수요. |

| 브랜드 민감도 | 5 | 동원'이라는 브랜드가 주는 신뢰도가 구매에 영향을 미침. |

| 가격 민감도 | 4 | 매일 사용하는 제품이므로 용량 대비 가격을 고려할 가능성. |

| 사용 편의성 | 3 | 액상 형태라 사용이 편리하지만 다른 속성에 비해 중요도는 낮음. |

| 성별 | 1 | 요리 주체는 여성이 많을 수 있으나 성별 자체가 구매의 핵심 요인은 아님. |

| 트렌드 민감도 | 1 | 요리 레시피 트렌드는 영향이 있을 수 있으나 제품 자체의 유행 민감도는 낮음. |

| SNS 영향 민감도 | 1 | SNS 레시피를 통해 노출될 수 있으나 직접적인 영향은 미미. |

| 구매 채널 | 1 | 온라인, 오프라인 등 구매 채널의 특수성이 낮음. |

## \*\*축산캔\*\*

리챔 오믈레햄 200g

리챔 오믈레햄 340g

출시일 : 2025-5-22

시장 : FIS 식품산업통계정보에 따르면 식육가공품 소매점 매출에서 동원F&B의 점유율은 8.81%

국내 캔햄 시장 규모는 7000억 그 중 스팸이 60%, 동원의 리챔이 20%정를 차지하고 있다.

신제품은 모 브랜드의 1~3%정도로 차지하는 경향이 있고, 이를 바탕으로 12개월간 판매량을 추측하면 판매량에 근접할 수 있을 것이다.

- 오믈렛(Omelet)과 햄(Ham)의 합성어, 저나트륨, 내열성 케첩 소스 : \*\*맛 민감도\*\*, \*\*건강 관심도\*\*, \*\*사용 편의성\*\*가 관여

- 업계 1위 CJ제일제당이 저나트륨 트렌드에 맞춰 출시한 저나트륨 스팸 출시 2년 만에 누적 생산량 5000만개를 돌파

| 속성 (Attribute) | 가중치 (100점 만점) | 분석 근거 |

| --- | --- | --- |

| 사용 편의성 | 20 | (최우선) 케첩 소스가 포함되어 있어 별도 조리 없이 바로 먹을 수 있는 편의성이 핵심입니다. |

| 건강 관심도 | 18 | 저나트륨(저염)은 건강을 중시하는 부모들에게 가장 중요한 구매 포인트입니다. |

| 가구 구성 | 15 | 아이들 반찬용으로 구매하는 \*\*'자녀가 있는 기혼 가구'\*\*가 명확한 타겟입니다. |

| 요리 빈도 | 10 | 요리 빈도가 낮거나(간편식), 높아도(반찬 가짓수 늘리기) 모두에게 유용합니다. |

| 직업 | 8 | 바쁜 '직장인' 부모나 '주부'에게 모두 소구점이 있습니다. |

| 맛 민감도 | 7 | 오믈렛과 햄의 조화, 내열성 케첩 소스 등 맛이 중요한 요소입니다. |

| 나이 | 7 | 30~40대 부모 연령층이 주된 구매자일 것으로 예상됩니다. |

| SNS 영향 민감도 | 5 | (신규) 인플루언서 광고보다는 육아/요리 블로그나 인스타그램의 '#아이반찬', '#간편요리' 레시피 콘텐츠를 통해 영향을 받을 가능성이 있습니다. |

| 가격 민감도 | 4 | 식육가공품은 가격 비교가 빈번하게 일어나는 품목입니다. |

| 구매 채널 | 3 | (신규) 대형마트 등 오프라인에서의 장보기 구매가 주를 이루나, 온라인 새벽배송 등으로 편리하게 구매하는 패턴도 존재합니다. |

| 브랜드 민감도 | 2 | 리챔'이라는 기존 브랜드 인지도가 구매에 영향을 줄 수 있습니다. |

| 성별 | 1 | 주 구매자는 주부(여성)일 수 있으나 성별 특수성은 낮습니다. |

## \*\*속성\*\*

- \*\*성별\*\*

- \*\*나이\*\*

- 맛 민감도 : 상, 중, 하

- 사용 편의성 : 상, 중, 하

- 가격 민감도 : 상, 중, 하

- \*\*건강 관심도 (원재료, 성분) : 저당, 단백질, 저염, 락토프리 등\*\*

- \*\*가구 구성 : 1인 가구, 기혼, 미혼 ,자녀 유무\*\*

- 구매 채널 : 오프라인(마트, 백화점, 편의점), 온라인

- \*\*직업 : 직장인, 주부, 학생\*\*

- 브랜드 민감도 : 상, 중, 하

- 요리 빈도 : 상, 중, 하

- 트렌드 민감도 : 상, 중, 하

- SNS 영향 민감도 : 상, 중, 하

# \*\*수행 프로세스(Execution Process)\*\*

너는 다음 5단계의 사고 과정을 거쳐 최종 목표를 달성해야 한다.

### \*\*Step 1: 핵심 구매 동인 파악\*\*

예시 csv를 확인하고 입력된 제품, 시장 데이터, 가중치를 종합하여 이 제품의 \*\*핵심 구매 동인(Key Purchase Drivers)과 타겟 고객의 특징을 정의\*\*한다.

### \*\*Step 2: 대표 페르소나 그룹 생성 및 시장 비율 할당\*\*

위에서 파악한 내용을 바탕으로, 전체 시장을 대표할 수 있는 \*\*10000개의 페르소나 그룹(Archetypes)을 생성\*\*하고, 각 그룹이 \*\*전체 타겟 시장(TAM)에서 차지하는 예상 비율(%)\*\*을 할당한다.

### \*\*Step 3: 월별 구매 영향 변수 분석\*\*

시뮬레이션 기간(2024년 7월 ~ 2025년 6월) 동안 각 월별로 판매량에 영향을 줄 수 있는 \*\*긍정적/부정적 변수들을 예측\*\*한다.

### \*\*Step 4: 구매 시뮬레이션 및 월별 판매량 산출\*\*

각 페르소나 그룹이 \*\*Step 3에서 분석한 월별 변수에 어떻게 반응할지를 추론\*\*하여 그룹별 월별 구매 확률(%)을 도출한다. 최종적으로 아래 공식을 사용하여 12개월간의 월별 예상 판매량을 산출한다.

- \*\*계산 공식:\*\* 월별 예상 판매량 = Σ [ (TAM \* 그룹별 시장 비율) \* 그룹별 월간 구매 확률 ]

### \*\*Step 5: 최종 결과 CSV 형식화\*\*

모든 분석 및 계산 결과를 다음 \*\*CSV 구조에 맞춰 정리\*\*한다.

- 첫 열: product\_name

- 이후 12개 열 헤더(고정): 2024-07, 2024-08, 2024-09, 2024-10, 2024-11, 2024-12, 2025-01, 2025-02, 2025-03, 2025-04, 2025-05, 2025-06

- 모든 값은 0 이상의 정수이며, 반올림 드리프트는 최대 가중치 월에 배분해 제품별 연간 합과 일치시킨다.

특이사항

접근방식 :

초기 - 동원FB의 반기보고서, 사업보고서를 기반으로 모수 측정, 페르소나 생성 및 시뮬레이션

후기 - 선혜님의 프롬포트 기반 모수, 이벤트를 변경해가며 점수 측정