

한국 온프레미스 오케이이션의 이해





OPUS



무엇인가요?

온프레미스 소비자 조사는 온프레미스 데이터와 인사이트로 구성된 매우 풍부한 리소스로, 고객에게 온프레미스에서 소비자가 무엇을, 왜, 하는지 이해할 수 있는 모든 핵심 인사이트를 제공합니다.

OPUS는 각 시장의 국가별 대표 온프레미스 소비자를 대상으로 1년에 두 번씩 집 밖에서의 경험 및 사용 현황에 대해 온라인으로 설문조사를 실시하는 소비자 설문조사입니다.

표본: 한국 = 연간 8,000명의 소비자(12월과 8월에 4,000명 조사)

무엇을 하는 건가요?

OPUS는 단일 소스를 통해 끊임없이 변화하는 소비자, 브랜드, 카테고리 및 채널 간의 관계를 이해할 수 있는 강력한 기능을 제공합니다.

OPUS는 세일즈 대화, 프랜차이즈 팀, 브랜드 및 마케팅 팀, 트레이드 마케팅 팀 등에 도움이 되는 인사이트 기반 의사 결정을 지원하여 판매를 촉진하고 점유율을 높일 수 있도록 설계되었습니다.

소비자가 다양한 목적으로 온프레미스를 자주 찾는다는 점을 고려할 때, 다양한 목적에 원활하게 적응할 수 있는 다목적 공간을 조성하면 매력도를 넓힐 수 있을 뿐만 아니라 수익성 높은 비즈니스 모델을 구축할 수 있습니다

다음 중 어떤 경우에 주로 외출하여 술을 드시나요?



비즈니스 미팅

37%



캐주얼 식사

35%



특별한 날

34%



편안한 술자리

26%



퇴근 후 술자리

26%



격식있는 식사

18%



템포가 빠른
술자리

13%



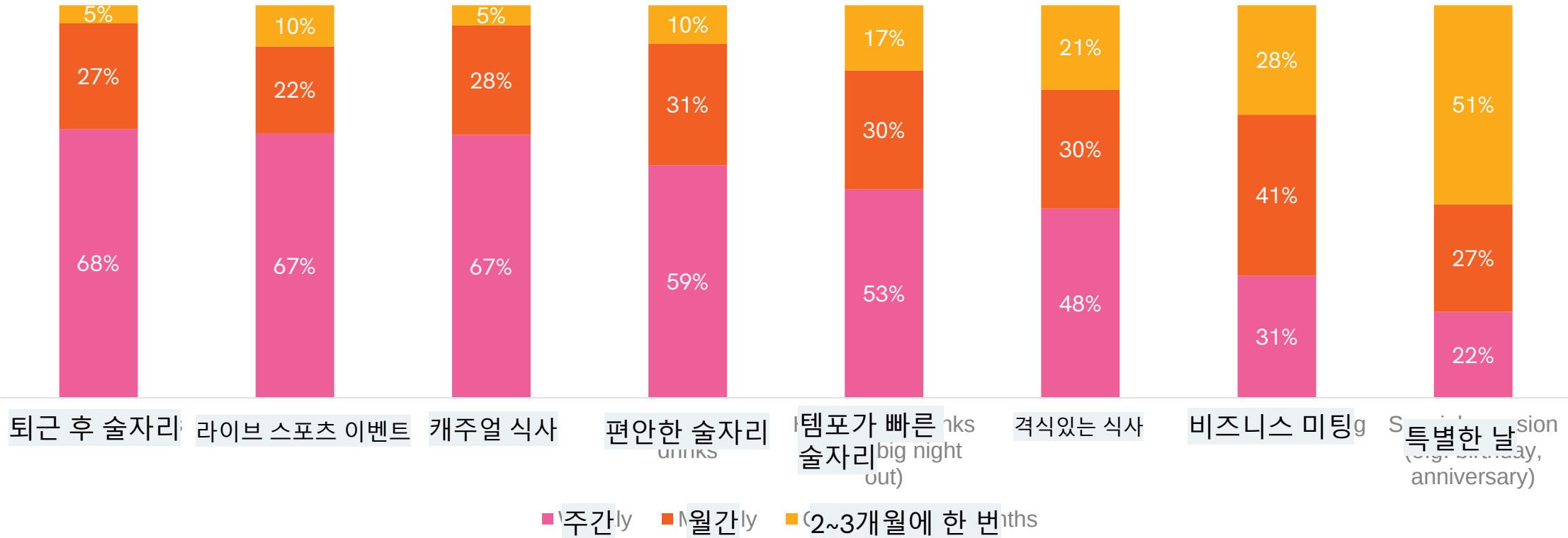
라이브 스포츠
이벤트

8%

출처: 2023년 9월 CGA OPUS 한국, 표본 규모: 4011

퇴근 후 술자리, 라이브 스포츠 이벤트, 캐주얼한 식사를 위해 방문하는 소비자의 3분의 2가 매주 방문한다는 점을 고려할 때, 브랜드는 이러한 오케이션과 관련된 일반적인 행동에 대해 자세히 알아보는 것이 중요합니다

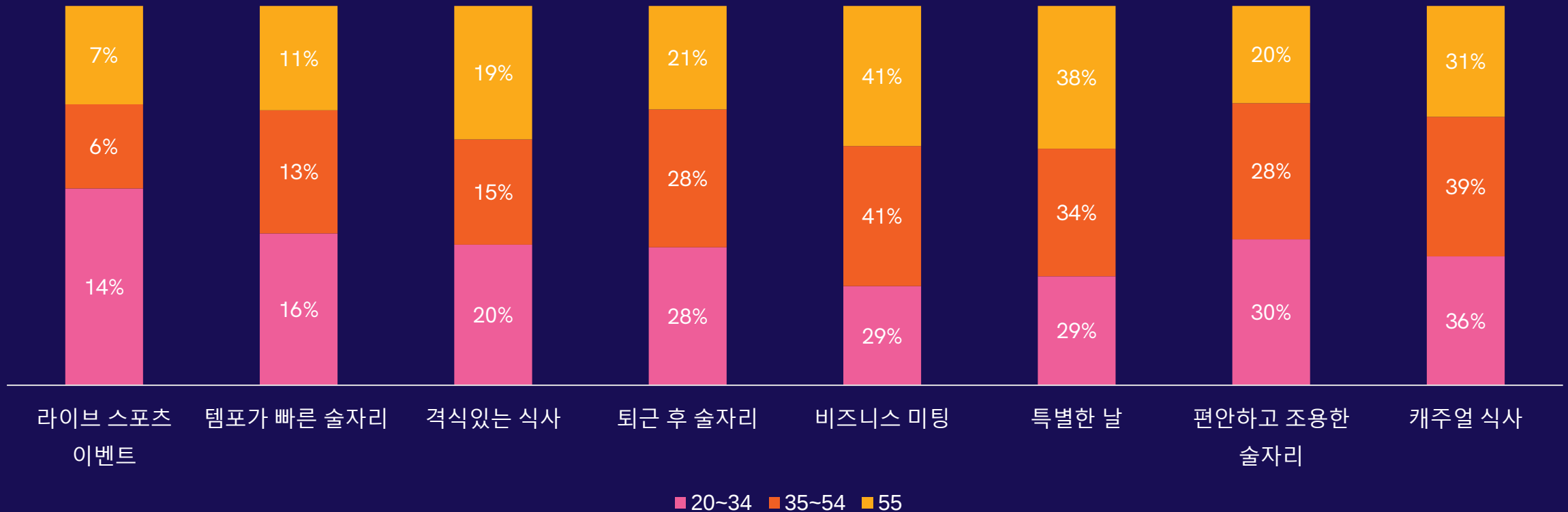
3개월 동안 다음 메뉴들에 얼마나 자주 외출하시나요?



출처: 2023년 9월 CGA OPUS 한국, 표본 규모: 4011

20~34세 연령층은 라이브 스포츠와 템포가 빠른 행사를 주도하고, 연령층이 높은 그룹은 특별한 날을 축하하는 것을 즐깁니다

다음 중 어떤 경우에 주로 외출하여 술을 드시나요?



출처: 2023년 9월 CGA OPUS 한국, 표본 규모: 4011

맥주와 일반 소주는 가장 다양한 주류 카테고리에서 거의 모든 술자리에서 두각을 나타내며, 와인은 식사 위주의 격식있는 자리에서 가장 인기 있는 주류입니다

상황별 인기 주류 선택

						
퇴근 후 술자리	캐주얼 식사	격식있는 식사	템포가 빠른 술자리	편안하고 조용한 술자리	비즈니스 미팅	특별한 날
맥주 64%	맥주 54%	와인 37%	맥주 54%	맥주 52%	맥주 63%	맥주 48%
일반 소주 55%	일반 소주 35%	맥주 34%	일반 소주 47%	일반 소주 31%	일반 소주 58%	와인 31%
수제 맥주 17%	청량음료(토닉 포함) 17%	위스키 21%	수제 맥주 18%	와인 19%	수제 맥주 11%	일반 소주 30%

출처: 2023년 9월 CGA OPUS 한국, 표본 규모: 4011

Contact Us 문의하기

궁금한 점이 있거나 팀원에게 문의하려면 언제든지
아래로 연락처로 문의해 주세요.



스콧 엘리엇

시장 확장 담당 전무 이사

scott.x.elliott@nielseniq.com



손재필

클라이언트 솔루션 부이사

jaepil.sohn@nielseniq.com