

활용제목명	농산물 전자직거래 브랜드 아이덴티티 프로그램 개발					
연구개발자	소속기관	경기도농업기술원 (원예산업연구과)	성명	전명희	전화 및 e-mail주소	031)229-5804 chun6474@gg.go.kr
공동개발자	"	"	"	임재욱	"	031)229-5790
	"	"	"	정윤경	"	031)229-5802
	"	"	"	박건환	"	031)229-5803

1. 연구성적('10, 경기도원)

○ 농장 및 상품의 브랜드 개발 주체 현황

(단위 : 호, n=106)

구 분	농장명	도메인	블로그명	상품명
계	106	106	69	106
본인가족	95	72	60	82
이웃 친지	1	3	1	1
행정기관	1	8		3
지도기관	3	9	1	3
포장제작업체	0	0		0
컨설팅업체	1	7	1	2
기타	4	2	2	2
무응답	1	5	4	13

○ 상표(브랜드명) 개발시 우선순위

(단위 : 호, n=106)

구 분	평균	표준편차	응답자수	결측치
상표이름	2.4	1.23	97	9
상표자산	4.9	1.22	96	10
상표연상	4.4	1.36	95	11
상표디자인	3.1	1.22	96	10
상품 품질	1.7	1.14	99	7
상표 전략	4.4	1.28	96	10

○ 브랜드 초기도입 및 재개발 비용

(단위 : 호, n=106)

구 분	브랜드 초기도입			브랜드 재개발		
	비 용	응답자수	무응답	비 용	응답자수	무응답
농장	3,168	24	82	2,750	10	96
상품	2,272	17	89	2,486	11	95

○ 농장 또는 상품 브랜드를 재개발 주요인

(단위 : 호, n=106)

구 분		기존 브랜드가 마음에 들지 않아	신상품 출시	소포장을 개발하여	변경없음	농장홍보
응답자수	106	13	23	24	38	8
백분율	100.0	12.3	21.7	22.6	35.8	7.5

○ 농장주가 브랜드 개발관여도

(단위 : 호, n=106, 유효수=94)

구 분	평균	표준편차	응답자수	결측치
시장조사	3.3	1.52	96	10
브랜드 작명	3.9	1.31	96	10
캐릭터(CI) 개발	3.1	1.61	94	12
포장박스제작	3.9	1.36	97	9
브랜드 반응	3.5	1.41	96	10

⑤ 80% 이상 참여, ④60~79% 참여 ③ 40~59% 참여 ② 20~39%참여 ①20%이하 참여

○ 농장과 상품의 브랜드 인지도 확산을 위한 활동

(단위 : 호, n=106)

세 부 항 목		응답자수			무응답
		한다	하지 않는다	계	
온라인	① 스폰서링크 광고	29	75	104	2
	② 파워링크 광고	30	74	104	2
	③ 플러스프로 광고	17	87	104	2
	④ 클릭초이스 광고	14	89	103	3
	⑤ 이메일 광고	33	70	103	3
	⑥ 블로그 활동	57	48	105	1
	⑦ 지식인 검색	51	54	105	1
	⑧ 온라인 카페,동호회 활동	59	46	105	1
	⑨ 홈페이지 배너 교환	38	66	104	2
	⑩ 쿠폰&마일리지제공	36	68	104	2
오프라인	① 전시회 참석	54	49	103	3
	② 지역축제 참여	71	33	104	2
	③ 소비자 시연 및 시식	40	63	103	3
	④ 소비자 전단지 광고	36	64	100	6
	⑤ 가격조정 판매	71	32	103	3
	⑥ 옥외 광고물 설치	16	88	104	2
	⑦ 고객 초청행사	42	63	105	1

	⑧ 농촌체험 활동	54	50	104	1
대중매체	① TV,라디오 광고	14	90	104	2
	② 지면 광고(신문, 잡지)	14	89	103	3
	③ 버스, 지하철 광고	2	102	104	2
	④ TV보도	16	88	104	2
	⑤ 잡지 보도	14	90	104	2
	⑥ 신문보도(일간지/전문지)	20	84	104	2

○ 브랜드 관리 활동 현황

(단위 : 호, n=106)

브랜드 관리 활동	응답자수			무응답
	한다	하지 않는다	계	
① 브랜드에 관하여 타 지역이나 경쟁자(업체) 브랜드 상황 등 정보 수집	65	35	100	6
② 상표 등에 대한 지적재산권(상표권, 특허권 등록) 신청	28	73	101	5
③ 브랜드와 관련하여 다양한 정보(농특산물·음식·관광 등) 제공	52	49	101	5
④ 웹플릿이나 포스터는 소비자 관점(소비자가 알고 싶은 것) 작성	56	45	101	5
⑤ 브랜드를 연상할 수 있는 심벌마크 보유	39	62	101	5
⑥ 로고나 마크 활용	52	50	102	4
⑦ 층성, 일반, 잠재 고객층 구분	66	36	102	4
⑧ 이용자의 만족도, 소비자 반응 모니터링?	66	36	102	4
⑨ 상품의 품질 향상 및 관리(GAP 인증, 친환경 인증 등)	85	16	101	5
⑩ 상품 가격을 시장시세에 따른 가격책정	98	4	102	4

2. 적 요

- 농산물 사이버 판매 브랜드 개발시 고려해야 하는 브랜드 아이덴티티(BI: Brand Identity) 프로세스를 제시함
- 농산물 브랜드 기본전략 수립시에 고려사항으로 상표(브랜드명) 개발시 우선순위, 브랜드 초기도입 및 재개발 비용, 농장 또는 상품 브랜드를 재개발 주요인, 농장과 상품의 브랜드 인지도 확산을 위한 활동 등임

3. 개발기술의 활용방법

- 사이버 농업인 육성 또는 e-비즈니스 활성화 사업 수행시 농산물전자직거래 브랜드 아이덴티티 프로그램 활용