

수입차 브랜드 이미지 1위는 Benz와 BMW

- 제품이미지는 Benz, 회사이미지는 BMW 우세
- A/S 이미지는 무주공산

Mercedes-Benz와 BMW는 브랜드 이미지에서 다른 수입차 브랜드보다 확실한 우위에 있었다. 양사 모두 제품 이미지와 회사 이미지에서 가장 우세했다. 그러나 수입차의 최대 약점 중 하나인 A/S에서는 어떤 수입차 브랜드도 확실한 우위를 점하지 못하고 있었다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)는 2012년 자동차 기획조사에서 각 수입차 브랜드와 어떤 이미지가 가장 잘 어울리는지를 자동차 소비자 7,242명에게 물었다. 제품 및 회사와 관련된 10개의 이미지를 보여주고 각 이미지에 가장 잘 어울린다고 생각하는 수입차 브랜드 하나씩을 선택하도록 했다[표1]. 그 결과 Mercedes-Benz와 BMW가 10개의 이미지 항목 중 각각 5개씩에서 1위를 나눠 가졌다.

[표1] 수입차 브랜드 이미지

브랜드*	성능이 우수한	품질좋은/ 고장이 없는	안전성이 우수한 차	품격이 있는 차	가격대비 가치가 있는 차	디자인이 좋은	최첨단 기능이 많은	광고를 잘하는 회사	A/S가 우수한 회사	5년 뒤 수입차 판매 1위일	단답 %
Mercedes-Benz	27	22	37	51	18	14	18	12	12	17	
BMW	23	16	18	15	16	23	24	18	13	27	
Audi	11	7	9	9	10	22	10	11	4	10	
Volkswagen	5	7	5	2	11	7	2	9	2	7	
Lexus	5	8	4	4	7	6	6	12	6	4	
Toyota	2	5	2	1	4	2	2	7	4	4	
Infiniti	2	1	1	1	3	7	3	2	1	1	
비슷함/모름	22	29	20	12	23	13	30	25	54	27	

Base: 7,242명

* 지적률이 5%가 넘는 문항이 하나도 없는 브랜드(Honda, Nissan, Chrysler, Ford 등)의 결과는 표에서 제외

○: 타 브랜드 대비 경쟁우위 이미지

△: 동일 브랜드 내 상대적 우세 이미지

Mercedes-Benz는 차량의 ‘제품’에 관련된 5개의 이미지 항목들 모두에서 1위를 차지했다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

제품의 품질(성능, 품질, 안전성)과 제품의 이미지(품격, 가치) 모두를 석권했다. BMW는 상품성(디자인, 첨단 기능)과 고객관계(광고, A/S 우수)에서 1위였다. 제품 자체보다 회사와 관련된 이미지에서 우세했다. Mercedes-Benz와 BMW를 제외한 다른 수입 브랜드들은 아직 확실한 이미지를 구축하고 있지 못하고 있다.

수입 브랜드별로 우세한 이미지를 살펴보면 Mercedes-Benz는 '품격'과 '안전성'에서 탁월하다. 또한 BMW는 '장래성(5년 뒤 수입차 판매 1위)', Audi와 Infiniti는 '디자인', Volkswagen은 '가격 대비 가치', Lexus와 Toyota는 '광고' 측면에서 강점이 있었다.

수입차 브랜드의 이미지는 아직 잘 정립되어 있지 않은 상태다. 특히 수입차의 최대 약점이라 할 수 있는 A/S에서는 어떤 브랜드도 확실한 우위를 점하지 못하고 있다. 'A/S가 우수한 회사' 항목에 대해 1위인 BMW도 13%에 그쳤으며 과반수(54%)가 '모르겠다'고 답했다. 이는 A/S 고객만족도에 있어 일본 브랜드들이 크게 앞서고 독일 브랜드들은 국산에도 뒤진다는 결과와는 크게 다른 것이다([자동차 리포트 12-51호, '수입차 A/S만족, 일본차의 압승'](#)). 독일 브랜드 중에서도 하위권인 BMW가 이미지에서 1위라는 것은 고객의 평가와 일반 소비자의 이미지 사이에는 큰 거리가 있음을 보여준다.

A/S는 아직 그 어떤 수입차 브랜드도 우위를 차지하지 못한 무주공산의 상태다. 지난 몇 년간의 조사결과를 보면 몇몇 일본 브랜드는 내가 최고라고 당당히 주장할 만한 수준의 A/S를 제공해 오고 있다. 그럼에도 불구하고 이들은 이런 소중한 자원을 적극적으로 활용하지 않고 있다. 긍정적인 A/S 이미지의 선점은 침체에서 벗어나려는 일본차에게 큰 힘이 될 수 있다.

=====

㈜마케팅인사이드는 지난 2001년부터 2012년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔다. 조사 결과는 매년 9월 중순부터 발표되고, 11월에 5년간의 변화추세 분석을 포함한 '[한국 자동차 품질 백서](#)'로 발간하고 있다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 백서' 내용은 ㈜마케팅인사이드가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '[오토칼럼](#)'에도 상시 게재되고 있다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2012년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 95,012명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2012년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr