

수입차, 영업·마케팅 비결은 'OO'

- 시승하면 영업점, 영업사원, 차에 대해 더 긍정적으로
- 시승하면 할인/혜택도 더 받아

수입차 구입자 2명 중 1명의 영업점 방문 이유는 '시승을 하려고'였으며, 시승은 구입의 사절정에도 중요한 역할을 했다. 시승을 위해 영업점을 방문한 구입자가 그렇지 않은 구입자보다 영업과정 전반에 대한 만족률이 더 높았고, 차량의 상품성에 대한 평가도 더 긍정적이었으며, 영업사원과의 관계 역시 더 좋았다. 시승을 위해 찾아온 고객들을 얼마나 잘 관리하는가가 수입차 영업의 핵심이라 할 수 있다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)는 지난 1년 동안 새 수입차를 구입한 고객을 대상으로 시승의 효과를 알아봤다. 수입차를 구입할 때 시승 목적으로 영업점을 방문한 적이 있는 고객(이하 '시승자')과 그런 목적 없이 방문한 고객(이하 '비시승자')으로 구분하면 둘 사이에는 여러 면에서 차이가 있었다[표1].

[표1] 시승의 효과

		영업점 방문 목적		차이
		A. 시승	B. 비시승	A-B
제공받은 할인/혜택	- 회사제공	206만원	190만원	+16만원
	- 영업사원 제공	94만원	90만원	+4만원
차량 상품성 평가 점수 [1,000점]		673점	643점	+30점
구입 후 영업사원의 연락이 '있었다'		79%	73%	+6%p
영업만족률	- 종합	64%	56%	+8%p
	- 영업점	76	64	+12
	- 영업사원	67	62	+5
	- 인도과정	79	68	+11

Base: 총 659명 (시승자 327명, 비시승자 332명)

출처: 2012년 자동차 기획조사

시승자가 비시승자보다 회사나 영업사원으로부터 할인/혜택을 더 많이 받았다. 할인/혜택을 금액으로 환산하면 시승자는 회사로부터 206만원, 영업사원에게서 94만원을 받아 비시승자(각각 190만원, 90만원)보다 20만원이 더 많았다.

시승자는 자신이 구입한 차에 대해서도 더 긍정적으로 평가했다. 자기 차에 대해 이들이 평가한 상품성 점수는 673점(1,000점 만점)으로 비시승자의 643점보다 30점이 더 높았다.

영업사원과의 관계 역시 시승자가 보다 긍정적이어서 차 구입 후 영업사원으로부터 연락

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

이 있었다는 응답은 79%로 비시승자의 73%보다 높았다.

결과적으로 영업의 제반 과정에 대한 평가도 시승자가 더 좋았다. 이들의 영업점, 영업사원, 구입한 차의 인도과정에 대한 만족률은 각각 76%, 67%, 79%로 비시승자보다 모두 높았다(각각 +12%p, +5%p, +11%p). 영업에 대한 전반적인 평가인 종합만족률도 시승자 64%, 비시승자 56%로 시승자가 8%p 더 높았다.

시승은 확실히 여러모로 긍정적인 효과가 있다. 자동차를 구입하도록 할 뿐 아니라, 차를 판매한 영업사원과 영업점 등 영업 전반에 대한 평가, 그리고 더 나아가 자동차 자체에 대한 평가까지 더 좋아지게 한다.

수입차 구입자의 1/2은 '시승을 하려고' 영업점을 방문했으며, 또한 1/2이 시승이 차량 구입을 결정하는 중요한 근거가 됐다고 했다. 반면 국산차 구입자에서는 이 비율이 15%에 불과했다([자동차 리포트 13-19호](#), 수입차 영업사원은 '차'를 팔고, 국산차는 'OO'을 판다?). 자동차 영업 측면에서 수입차와 국산차의 가장 큰 차이는 단연 시승이고, 수입차는 그 효과를 톡톡히 보고 있다. 시승은 이제 수입차 프로모션의 핵심요소로 확실히 자리잡았다. 앞으로는 보다 다양한 시승 마케팅 전략들이 전개될 것이다. 지금까지 '시승'에 대해 소극적으로 대응해 온 국산차 업체들이 이 뜨거운 감자를 어떻게 다룰 지 기대된다.

=====

㈜마케팅인사이트는 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 ㈜마케팅인사이트가 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