

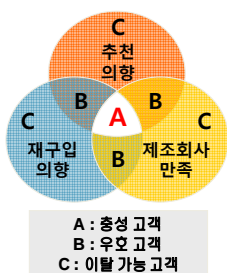
자동차 고객충성도 1위는 Benz, 2위는?

- 고객충성도 2위는 Toyota
- 국산차는 수입차에 크게 뒤져

충성고객은 보유한 차에 만족하고, 추천할 생각이 있고, 다시 구입할 생각이 있다는 알짜 고객이다. 수입차는 충성고객이 전체 고객의 절반 이상이었던 반면 국산차는 이에 한참 미치지 못했다. 수입차 중에서도 미국차보다 유럽·일본차, 양산차보다는 고급브랜드, 중저가차보다는 고가차에 충성고객이 더 많았다. 충성고객의 규모로 미루어 볼 때 수입차의 순향은 계속될 것으로 보인다.

자동차전문 조사기관인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)가 새 차를 산 지 1년 이내인 고객들에게 자신이 구입한 차를 '타인에게 추천하고 싶은 정도'(추천의향률), '그 차를 만든 제조사의 차를 다시 구입하고 싶은 정도'(재구입 의향률), '그 차의 제조사에 만족하는 정도'(제조회사 만족률)를 각각 10점 만점으로 평가하도록 했다. 세 평가 모두에서 8~10점으로 응답한 고객을 충성고객으로 정의하고 국산-수입차의 충성고객 비율을 산출했다[표1].

[표1] 국산-수입차 충성고객



	국산차	수입차	수입브랜드 원산지별		
			유럽	일본	미국
*충성고객	38	57	58	56	45
**추천 의향률	60	77	78	78	67
**재구입 의향률	58	72	75	71	58
**제조회사 만족률	41	60	61	62	47

Base: 지난 1년 동안 새 차 구입자 7,970명

출처: 2012년 자동차 기획조사

(새 국산차 구입자 7,222명, 새 수입차 구입자 749명)

* 10점 만점의 제조회사 만족, 재구입 의향, 추천 의향 모두에서 8~10점 응답 비율

** 10점 만점 문항에 8~10점 응답 비율(Top 3 box %)

새 차를 구입한 지 1년 이내인 소비자 중 충성고객의 비율은 수입차에서는 57%로 5명 중 3명 꼴이었다. 이는 5명 중 2명꼴(38%)인 국산차보다 크게 높은 것이다. 추천의향률, 재구입 의향률, 제조회사 만족률 모두에서 수입차가 국산차 대비 10%p 이상씩 높았기 때문이다(각각 +18%p, +16%p, +14%p).

수입차의 브랜드 원산지별로 보면 유럽차와 일본차는 서로 비슷한 수준인 반면 미국차

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

는 눈에 띄게 떨어져 3개의 평가 모두와 충성고객 비율에서 수입차 전체보다 10%p 이상 낮았다. 브랜드 유형별로는 양산브랜드보다 고급브랜드, 수입차 가격대별로는 중저가차보다 5천만원 이상의 고가차가 충성고객 비율과 3개 평가 모두에서 더 좋았다.

수입차 브랜드별로 충성고객의 크기는 얼마나 다른지 알아보기 위해 50명 이상의 고객들이 응답한 브랜드만을 중심으로 충성고객의 비율을 살펴봤다[표2].

[표2] 수입차 브랜드별 충성고객 비교

	수입차	수입차 브랜드					%
		BMW	Mercedes-Benz	Audi	Volkswagen	Toyota	
*충성고객	57	59	68 ✓	50	57	67	
**추천 의향률	77	80	82	72	79	83 ✓	
**재구입 의향률	72	77	82 ✓	68	75	78	
**제조회사 만족률	60	60	69	55	60	73 ✓	

Base: 지난 1년 동안 새 수입차 구입자 749명

출처: 2012년 자동차 기획조사

50사례 이상인 브랜드만 제시

* 10점 만점의 제조회사 만족, 재구입 의향, 추천 의향 모두에서 8~10점 응답 비율

** 10점 만점 문항에 8~10점 응답 비율(Top 3 box %)

✓: 충성고객 및 3개 지표별 1위 브랜드

충성고객은 Benz와 Toyota가 가장 많았다. 각각 68%, 67%로 이들 브랜드의 고객 3명 중 2명 이상이 충성고객이었다. BMW와 Volkswagen은 각각 59%, 57%로 수입차 전체와 비슷한 수준이었으며, Audi는 50%로 가장 낮았다. 추천의향률과 제조회사 만족률은 Toyota(각각 83%, 73%), 재구입 의향률은 Benz(82%)가 가장 높았다.

제시된 수입차 브랜드는 수입차 판매량 기준 Top5와 일치하는데, 주목할 것은 판매량에서는 Top5 중 가장 뒤쳐지는 Toyota가 충성고객의 비율에서는 선두권에 있다는 점이다. Toyota는 사기 전보다 사고 나서 더 만족하게 되는 대표적인 경우라 할 수 있다. 만족의 대상도 자동차 보다는 제조회사에 대한 것이 더 크다는 특징이 있다. 판매 후 고객관리나 A/S에 강점이 있음을 짐작케 한다.

충성고객은 이미 그 제품을 사용해 본 실고객들의 애정을 나타낸다는 점에서 의미가 있다. 충성고객은 제품을 파는 회사 입장에서는 든든한 후원군과도 같다. 남이 뭐라 하건 사용경험을 근거로 한 평가가 흔들리리란 쉽지 않다. 충성고객이 더 많은 브랜드의 입지가 더 탄탄함은 자명하다.

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

=====

㈜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.

[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