

A/S만족은 '시간'과 '비용' 싸움

- 국산차는 '비용', 수입차는 '시간'이 더 중요
- 유럽차는 '부품가격' 개선이 시급

자동차 고객들이 A/S에서 중요하다고 보는 항목 Top10을 국산차와 수입차로 나눠 비교해 보면 그 구성에서는 동일했지만 우선순위는 차이가 있었다. 국산차 보유자들은 '비용', 수입차 보유자들은 '시간'을 더 중요하게 생각하고 있었다. 중요 항목 Top10 모두에서 가장 우수한 성적을 보인 일본차의 경쟁력은 시간싸움에서 앞선다는 것이다. 유럽산 수입차의 가장 큰 약점은 '비싼 부품가격'이었다.

자동차전문 조사기관인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)가 최근 1년 안에 직영사업장에서 자동차 애프터서비스를 받은 이들의 A/S만족도가 국산차와 수입차에서 어떤 차이가 있는지를 알아봤다. A/S만족도는 4개 차원 21개 항목으로 평가하며, '영향력'은 각 항목과 차원이 만족도 점수에서 차지하는 비중(%)을 의미한다[표1].

[표1] 국산-수입차별 A/S만족도에 대한 영향력 Top10 문항

순위	영향력 (%)	국산차 Top10 항목	순위	영향력 (%)	수입차 Top10 항목
1	13	부품가격 및 공임 등 정비비용이 예상보다 비싸지 않았다	1	13	점검/수리 절차가 쉽고 빨랐다
2	10	내가 가장 편한 시간으로 예약할 수 있었다	2	11	접수에서부터 수리완료 때까지 예상보다 시간이 많이 걸리지 않았다
2	10	점검/수리 절차가 쉽고 빨랐다	3	10	부품가격 및 공임 등 정비비용이 예상보다 비싸지 않았다
4	8	예정된 점검/수리 모든 것이 예상했던 대로 잘되었다	4	9	내가 가장 편한 시간으로 예약할 수 있었다
5	7	접수에서부터 수리완료 때까지 예상보다 시간이 많이 걸리지 않았다	5	8	부품을 구하러 가거나 기다릴 필요가 없었다
5	7	문제점이나 증상에 대해 상담을 잘해주었다	5	8	예정된 점검/수리 모든 것이 예상했던 대로 잘되었다
7	6	부품을 구하러 가거나 기다릴 필요가 없었다	7	7	문제점이나 증상에 대해 상담을 잘해주었다
8	5	약속한 시간 또는 그 전에 완료되었다	8	6	약속한 시간 또는 그 전에 완료되었다
8	5	정비/수리 후 동일한 고장이 발생하지 않았다	8	6	정비/수리 후 깨끗하게 끝마무리를 해주었다
10	4	정비/수리 후 깨끗하게 끝마무리를 해주었다	8	6	정비/수리 후 동일한 고장이 발생하지 않았다

Base: 지난 1년 동안 새 차 구입자 중 직영사업장 A/S 이용자 9,848명
(새 국산차 구입자 8,483명, 새 수입차 구입자 1,365명)

출처: 2012년 자동차 기획조사

영향력 Top10 문항의 구성에서는 국산차와 수입차에서 큰 차이가 없었다. A/S에서 중요하다고 생각하는 것은 국산차와 수입차 고객 간에 큰 차이가 없음을 보여준다.

반면 Top10 항목의 영향력 크기에서는 국산차와 수입차 간에 차이가 있었다. 비용과 관련

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

된 ‘부품가격 및 공임 등 정비비용이 예상보다 비싸지 않았다’의 영향력 크기는 국산-수입차에서 각각 13%, 10%로 국산차 보유자들은 비용을 더 중요하게 생각했다. 시간과 관련된 항목인 ‘점검/수리 절차가 쉽고 빨랐다’, ‘접수에서부터 수리완료 때까지 예상보다 시간이 많이 걸리지 않았다’, ‘부품을 구하러 가거나 기다릴 필요가 없었다’의 영향력을 합산하면 국산-수입차가 각각 31%, 38%로 수입차 보유자들은 시간에 더 민감했다.

다음으로는 수입차의 영향력 Top10 문항에서 수입차의 A/S만족도를 자세히 알아보기 위해 수입차를 브랜드의 원산지, 유형, 가격대별로 나눠 분석했다[표2].

[표2] 국산-수입차별 A/S만족도에 대한 영향력 Top10 문항

순위	영향력 Top10 문항	수입차	수입브랜드 원산지별			브랜드 유형		수입차 가격	
			유럽	일본	미국	고급	양산	5천만 원 이상	5천만 원 미만
1	점검/수리 절차가 쉽고 빨랐다	79	V 73	92	81	75	84	74	83
2	접수에서부터 수리완료 때까지 예상보다 시간이 많이 걸리지 않았다	79	74	91	73	76	83	75	82
3	부품가격 및 공임 등 정비비용이 예상보다 비싸지 않았다	40	▽ 35	48	46	37	44	31	48
4	내가 가장 편한 시간으로 예약할 수 있었다	70	V 66	78	74	69	72	68	71
5	부품을 구하러 가거나 기다릴 필요가 없었다	76	72	85	65	72	80	71	79
5	예정된 점검/수리 모든 것이 예상했던 대로 잘되었다	87	84	94	86	85	89	84	89
7	문제점이나 증상에 대해 상담을 잘해주었다	89	V 86	94	93	88	90	87	90
8	약속한 시간 또는 그 전에 완료되었다	87	83	95	85	85	88	83	89
8	정비/수리 후 깨끗하게 끝마무리를 해주었다	91	V 89	94	94	89	93	89	92
8	정비/수리 후 동일한 고장이 발생하지 않았다	87	85	93	84	85	90	84	90
(Base)		1365	838	422	106	716	650	575	762

Base: 지난 1년 동안 새 수입차 구입자 중 직영사업장 A/S 이용자 1,365명

출처: 2012년 자동차 기술회조사

V : 유럽차가 일본-미국차보다 5% 이상 낮은 항목

▽ : 유럽차가 일본-미국차보다 10% 이상 낮은 항목

일본차는 영향력 Top10 항목 대부분에서 90% 이상이 긍정적인 답(%yes)을 해 가장 높은 A/S만족도를 과시했으며, 그 다음은 미국차와 유럽차의 순이었다. 유럽차는 영향력 Top10 중 문항 대부분에서 일본차는 물론 미국차에도 미치지 못하는 부진한 성적을 보였다.

영향력에서 유럽차가 일본-미국차에 비해 5% 이상 낮은 것은 ‘점검/수리 절차가 쉽고 빨랐다’, ‘내가 가장 편한 시간으로 예약할 수 있었다’, ‘문제점이나 증상에 대해 상담을 잘해주었다’, ‘정비/수리 후 깨끗하게 끝마무리를 해주었다’였다. 한편 ‘부품가격 및 공임 등 정비비용이 예상보다 비싸지 않았다’에서는 10% 이상 낮아 비용과 관련하여 유럽차의 열세가 두드러졌다.

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

유럽차가 A/S만족도에서 열세인 이유는 좀 더 면밀히 살펴볼 필요가 있다. 시간과 관련된 항목들은 수입차, 특히 독일차의 판매 급증에 따른 일종의 성장통으로 볼 수 있는 것들이다. 늘어나는 판매량에 걸맞은 서비스 인프라 구축에는 일정한 기간이 소요될 수밖에 없다. 중요한 것은 이 외 비용, 설명, 마무리와 관련된 항목들에서도 유럽차가 좋지 못하다는 점이다. 특히 '부품가격'의 비용 항목에서는 일본차와 미국차 모두와 10%가 넘는 차이를 보였다. 이런 것들은 시간이 지나면 자연스럽게 해결될 수 있는 것들이 아니다. 관심을 갖고 개선하려는 체계적인 노력이 필요하다. 유럽차에 고객이 물리는 것은 상품성이 뛰어나기 때문이다. 그러나 현재와 같은 서비스가 개선되지 않는다면 유럽차의 재구매는 줄어들 수 있다. 고객을 위한 유럽차의 분발이 요구된다.

=====

㈜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.

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

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