자동차 AS 만족도 향상을 위한 개선 포인트 점검

자동차 리서치 전문기업 **ConsumerInsight**가 2001년 시작한 **'연례 자동차 기획조사'**(매년 7월 10만명 대상)가 올해로 제25차를 맞았습니다. 이 리포트는 지난 1년간('24년 7월~'25년 6월) 정비 사업소에서 애프터서비스(AS)를 받은 소비자 3만1474명에게 제공받은 서비스 경험을 묻고 이를 각 단계별로 비교 분석한 것입니다. AS 프로세스별로 **소비자가 경험한 서비스를 어떻게 평가**하고 있는지, **실제로 원하는 것은 무엇**인지를 비교해 개선 포인트를 찾아 보자는 취지입니다.

-자동차 AS Process 분석-

개요

자동차 회사의 정비사업소에서 소비자가 최근(1년 이내) 체험한 정비서비스를 서비스 단계별로 정리하여 제시

분석 데이터

- **응답대상 :** 최근(1년 이내) 정비사업소에서 AS를 받은 소비자
- **총 사례수 :** 31,474명(국산차 이용자 23,264명, 수입차 이용자 8,210명)

평가 대상 브랜드

- **평가대상 :** 제시한 31개 브랜드 중 사례수 60 이상의 22개 브랜드(이하 알파벳 순)
- **국산(6개) :** Genesis, GM Korea, Hyundai, KIA, KG Mobility, Renault Korea
- **수입(16개) :** Audi, BMW, Ford, Honda, Jeep, Land Rover, Lexus, Lincoln, Mercedes-Benz, MINI, Peugeot, Porsche, Tesla, Toyota, Volkswagen, Volvo

	PROCESS	조사 내용	EXPERIENCES
Ⅰ	서비스 예약	• 예약 용이성	(1) 첫 통화 예약 성공률 (2) 전화 예약시 통화 시도 횟수 (3) 온라인 예약 비율
Ⅰ	방문/입고/상담	• 서비스 처리 능력 • 상담 충실성	(4) 예약후 대기기간 (5) 사전 상담 대기 시간 (6) 핵심 사항 설명 제공률
Ⅱ	관찰/대기	• 정비/수리 신속성 • 관찰 시간 편의성	(7) 고객 편의시설 구비율 (8) 고객 편의시설 안내율 (9) 정비 상황 수시 확인 가능 비율 (10)당일 정비 완료율 (11)부품 수급 문제 경험률 (12)부품 대기 기간 (13)정비/수리 기간
Ⅲ	정비 결과 확인	• 정비/수리 품질 • 불만 처리 충실성	(14) 정비 후 문제 해결 여부 확인 (15)정비/수리 결과 불만 제기율 (16)동일 문제 재발 경험률 (17)정비 오류 경험률 (18)과잉 정비 경험률 (19)임의 정비 경험률
Ⅲ	비용 결제	• 정비/수리 경제성	(20) 최근 정비/수리 비용 (21) 무상 정비 경험률
Ⅲ	출고	• 정비/수리 후 케어	(22) 무상 서비스 경험률

01 예약 과정

1 온라인 예약이 5명 중 2명꼴(37.8%)로 3년만에 2배('22년 18.8%)가 됨

- 전화예약 비율은 같은 기간 76.6%에서 55.1%로 감소

[표1] 예약방법 구성 비율(%)

예약 방법	전체	국산차 보유자	수입차 보유자
(N)	(31,474)	(23,264)	(8,210)
전화 예약	55.1	52.1	60.1
온라인 예약	37.8	39.0	35.8
다른 사람(영업사원 등)이 예약	5.4	8.0	1.0
방문 예약	1.7	0.9	3.1

Q. 정비 예약시 이용하셨던 방법은 무엇입니까?

2 전화 예약 시도 횟수는 평균 1.50회로 계속 줄고 있음

- 렉서스(1.24회)가 작년에 이어 1위…볼보와 KGM이 근소한 차이로 2, 3위
- 첫 통화 예약 성공률이 높은 브랜드는 포드, 볼보, 링컨 순

[표2] 전화 예약시 통화시도 횟수 (적은 순)

Rank	Brand	(N)	통화 횟수 (회)
1	Lexus	(164)	1.24
2	Volvo	(182)	1.25
3	KG Mobility	(444)	1.25
4	Ford	(189)	1.27
5	Lincoln	(74)	1.29
6	Renault Korea	(853)	1.31
7	GM Korea	(606)	1.33
8	Toyota	(221)	1.33
9	Audi	(390)	1.37
10	MINI	(104)	1.37
11	Jeep	(126)	1.40
12	Land Rover	(91)	1.44
13	Honda	(85)	1.46
평균	**전체**	(11,454)	**1.50**
	국산차 보유자	(6,747)	**1.51**
	수입차 보유자	(4,707)	**1.48**

Q. 정비 예약을 하려고 몇 번이나 전화를 거셔야 했습니까?

[표3] 첫 통화 예약 성공률(높은 순)

Rank	Brand	(N)	성공률(%)
1	Ford	(189)	83.2
2	Volvo	(182)	81.7
3	Lincoln	(74)	80.8
4	KG Mobility	(444)	80.5
5	Lexus	(164)	80.0
6	Toyota	(221)	78.1
7	Jeep	(126)	77.1
8	GM Korea	(606)	76.0
9	Renault Korea	(853)	75.6
10	Audi	(390)	72.9
11	MINI	(104)	69.3
평균	**전체**	(11,454)	**68.2**
	국산차 보유자	(6,747)	**67.4**
	수입차 보유자	(4,707)	**69.3**

Q: 정비 예약을 하려고 몇 번이나 전화를 거셔야 했습니까?

3 온라인 예약률은 앱 예약이 원칙인 테슬라(88.4%)가 압도적 1위

- 전통 브랜드 중에는 미니, 볼보, 혼다, BMW가 과반수 온라인 예약률을 보임

[표4] 온라인 예약률(높은 순)

Rank	Brand	(N)	온라인 예약률 (%)
1	Tesla	(422)	88.4
2	MINI	(245)	52.5
3	Volvo	(403)	51.5
4	Honda	(189)	51.1
5	BMW	(2,185)	50.4
6	KIA	(7,620)	49.4
평균	**전체**	(31,474)	**37.8**
	국산차 보유자	(23,264)	**39.0**
	수입차 보유자	(8,210)	**35.8**

Q: 정비 예약시 이용하셨던 방법은 무엇입니까?

02 방문/입고/상담 과정

1 예약 후 대기 기간은 KG모빌리티(3.2일)가 제일 짧음

- 한국지엠(4.4일), 르노코리아(5.3일) 등 국산 중견3사가 톱3를 차지함
- 국산 브랜드(7.8일)가 수입 브랜드(12.4일)에 비해 4.5일 짧음

[표 5] 정비서비스 예약 후 입고까지 대기 기간(짧은 순)

Rank	Brand	(N)	대기 기간(일)
1	KG Mobility	(444)	3.2
2	GM Korea	(606)	4.4
3	Renault Korea	(853)	5.3
4	Hyundai	(2,264)	8.2
5	MINI	(104)	8.5
6	KIA	(1,906)	8.8
7	BMW	(965)	9.4
평균	**전체**	(11,454)	**9.5**
	국산차 보유자	(6,747)	**7.8**
	수입차 보유자	(4,707)	**12.4**

Q. 정비소 예약은 며칠 후로 잡혔습니까?

2 방문 후 사전 상담까지 대기 시간은 토요타(2.3분)가 가장 짧음

- 이어 렉서스(2.6분), 혼다(2.9분) 등 일본차 3개 브랜드만 3분 이내에 처리함
- 국산 대표 브랜드 현대차와 기아는 평균(6.8분)에 못 미쳤음

[표 6] 입고 전 사전 상담을 위한 대기 시간(짧은 순)

Rank	Brand	(N)	대기 시간(분)
1	Toyota	(273)	2.3
2	Lexus	(290)	2.6
3	Honda	(152)	2.9
4	Jeep	(94)	3.2
5	Ford	(183)	4.1
6	Peugeot	(67)	4.3
7	Lincoln	(66)	4.5
8	Volvo	(326)	4.6
9	Tesla	266	5.1
10	Renault Korea	(1,606)	5.8
11	Volkswagen	(438)	6.3
12	GM Korea	(1,665)	6.5
13	Genesis	(1,139)	6.6
14	MINI	(134)	6.6
평균	**전체**	(21,116)	**6.8**
	국산차 보유자	(15,871)	**6.8**
	수입차 보유자	(5,245)	**6.6**

Q. 접수한 이후 사전상담을 받기 전까지 대기한 시간은 어느 정도입니까?

3 핵심 정비 내용에 대해 르노코리아(55.4%)가 가장 꼼꼼하게 설명함

- KGM(54.6%) 등 국산 중견 브랜드도 양호했음
- 제네시스를 포함한 현대차그룹 3개 브랜드는 모두 평균 이하임
- 예상 시간·비용보다 문제의 원인·해결책에 대한 설명이 상대적으로 미흡함

[표 7] 핵심내용 설명 제공률(%)

Rank	Brand	(N)	문제 원인 (a)	문제 해결책 (b)	예상 시간 (c)	예상 비용 (d)	제공률 평균 (a+b+c+d)/4
1	Renault Korea	(2,257)	47.9	41.2	69.5	63.0	55.4
2	KG Mobility	(1,549)	48.6	42.0	69.6	58.4	54.6
3	Lincoln	(95)	42.9	44.2	82.1	48.7	54.5
4	Peugeot	(110)	40.6	37.2	81.5	57.9	54.3
5	Tesla	(422)	47.3	50.6	71.9	43.7	53.4
6	Volkswagen	(629)	38.5	35.8	77.9	59.1	52.8
7	GM Korea	(2,397)	45.6	38.6	66.9	58.2	52.3
8	Honda	(189)	34.7	37.0	76.3	59.7	51.9
9	Jeep	(140)	45.5	40.0	71.1	45.4	50.5
10	Land Rover	(104)	37.1	40.2	71.6	52.5	50.3
11	Porsche	(137)	37.1	35.6	76.0	51.8	50.1
12	Ford	(253)	36.6	37.6	79.0	47.3	50.1
13	Volvo	(403)	38.0	34.8	78.8	47.3	49.7
평균	**전체**	(31,467)	**40.9**	**37.0**	**68.0**	**50.2**	**49.0**
	국산차 보유자	(23,264)	**42.3**	**37.4**	**65.5**	**51.3**	**49.1**
	수입차 보유자	(8,204)	**37.0**	**36.0**	**75.2**	**47.2**	**48.9**

Q. 정비기사 혹은 서비스 어드바이저가 차량 정비 전의 사전 상담과정에서 설명해 준 것을 모두 선택해 주십시오.

KEY POINT_예약·입고 과정

- 온라인 예약 확대와 접근성 향상이 뚜렷함
- 온라인 비율은 3년 만에 2배(18.8%→39.0%)로 상승해 디지털 전환 가속
- 전화 예약 시도 횟수 감소와 첫 통화 예약 성공률 상승으로 예약 효율이 개선됨
- 반면 사전 상담 대기시간(평균 6.8분), 정비 핵심내용 설명 제공률(평균 49%)은 여전히 낮아 상담 충실성 보완 필요
- 국산 중견 브랜드(KGM·르노코리아·한국지엠)는 응대 속도와 설명 충실도 모두 평균 이상으로, 대형 브랜드보다 절차 효율성 우수
- 예약·입고 단계의 품질 개선은 전체 AS 만족도 향상과 초기 신뢰 형성의 핵심 선행요인으로 평가됨

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 모든 콘텐츠(문서, 분석 내용, 도표 등)에 대한 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며, 언론사의 기사 작성 목적에 한하여 인용 또는 보도할 수 있습니다. 그 외 모든 형태의 복제, 배포, 게시, 전시, 전송, 2차적 활용 등은 사전 서면 동의를 받은 경우에 한해 허용됩니다. 무단 사용 시 저작권법 등에 따른 법적 책임이 따를 수 있습니다.