

자동차 AS 만족도 향상을 위한 개선 포인트 점검

자동차 리서치 전문기업 **ConsumerInsight**가 2001년 시작한 '**연례 자동차 기획조사**'(매년 7월 10만명 대상)가 올해로 제26차를 맞았습니다. 이 리포트는 지난 1년간(25년 7월~26년 6월) 직영 정비 사업소에서 애프터서비스(AS)를 받은 소비자 3만 5435명에게 제공받은 서비스 경험을 묻고 이를 각 단계별로 비교 분석한 것입니다. AS 프로세스별로 **소비자가 경험한 서비스를 어떻게 평가하고 있는지, 실제로 원하는 것은 무엇인지**를 비교해 개선 포인트를 찾아 보자는 취지입니다.

-자동차 AS Process 분석-

개요

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

분석 데이터

- **응답대상**: 최근(1년 이내) 직영사업소에서 AS를 받은 소비자
- **총사례수**: 35,435명(국산차이용자 28,199명, 수입차이용자 7,236명)

평가대상 브랜드

- **평가대상**: 제시한 31개 브랜드 중 사례수 60 이상의 23개 브랜드(이하 알파벳 순)
- **국산(6개)**: Genesis, GM Korea, Hyundai, KIA, KG Mobility, Renault Korea
- **수입(17개)**: Audi, BMW, Ford, Honda, Jeep, Land Rover, Lexus, Lincoln, Mercedes-Benz, MINI, Peugeot, Polestar, Porsche, Tesla, Toyota, Volkswagen, Volvo

	PROCESS	조사 내용	EXPERIENCES
I	서비스 예약	• 예약 용이성	(1) 첫 통화예약 성공률 (2) 전화예약시 통화 시도 횟수 (3) 온라인예약 비율
	방문/입고/상담	• 서비스 처리 능력 • 상담 충실성	(4) 예약후 대기기간 (5) 사전상담 대기시간 (6) 핵심사항 설명 제공률
II	관찰/대기	• 정비/수리 신속성 • 관찰 시간/편의성	(7) 고객 편의시설 구비율 (8) 고객 편의시설 안내율 (9) 정비상황 수시 확인 가능 비율 (10) 당일 정비 완료율 (11) 부품 수급 문제 경험률 (12) 부품 대기기간 (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
	비용 결제	• 정비/수리 경제성	(20) 최근 정비/수리 비용 (21) 무상 정비 경험률
	출고	• 정비/수리 후 케어	(22) 무상 서비스 경험률

■ 핵심 요약_예약·입고 과정

사전 상담과 입고 대기 시간 줄었으나
첫 통화 예약 성공률과 정비 전 설명은 뒷걸음질

■ 예약·입고과정 주요 지표 연도별 추이(전체 평균)

과정	지표	'26년	'25년	'24년	'23년
예약	온라인 예약비율(%)	41.8	37.8	29.5	25.7
	전화 예약비율(%)	52.4	55.1	66.4	69.6
	전화 예약시 통화 시도 횟수(회)	1.51	1.50	1.6	1.8
	첫 통화 예약 성공률(%)	67.0	68.2	65.6	63.3
입고	예약 후 입고 대기 기간(일)	8.7	9.5	12.0	12.4
	사전 상담 대기 시간(분)	6.2	6.8	9.9	10.1
	정비 전 핵심 사항 설명 제공률(%)	46.8	49.0	53.5	54.5

[예약 과정]

- 온라인 예약이 41.8%로 늘어 전화 예약(52.4%)과의 차이가 10.6%p로 좁혀짐. 국산차가 온라인 전환을 이끌고 있으나 전체 증가 폭은 둔화됨
- 전화 예약 효율은 정체됨. 통화 시도 횟수 1.51회, 첫 통화 성공률 67.0%로 전년보다 소폭 후퇴함. 절반 이상이 여전히 전화로 예약하는 만큼 온라인 확대와 별개로 전화 응대 관리가 필요함

[입고 과정]

- 입고 대기 기간(8.7일)과 사전 상담 대기(6.2분)는 모두 줄어 ‘기다리는 시간’은 개선 추세를 이어감
- 반면 정비 전 핵심 사항 설명 제공률은 4개 항목 모두 낮아졌으며, 특히 고객이 시간과 비용을 가늠하는 데 필요한 예상 시간(68.0→64.0%)과 예상 비용(50.2→47.4%) 설명의 감소 폭이 각각 4.0%p, 2.8%p로 가장 컸음

[벤치마크]

- 예약 단계: 토요타·링컨(첫 통화 예약 성공률 84.8%, 통화 시도 횟수 1.22회)
- 입고 단계: KG모빌리티(입고 대기 3.4일), 토요타(사전 상담 대기 2.2분), 포드(정비 전 핵심 사항 설명 제공률 54.5%)

01 예약 과정

1 온라인 예약 비율(41.8%)이 전년 대비 4.0%p 상승해 처음으로 40% 상회

- 국산차 보유자의 온라인 예약률(43.3%)이 수입차(38.3%)보다 5.0%p 높음
- 지난해 처음 수입차를 앞선 뒤(3.2%p 차) 차이가 더 벌어짐

[표1] 예약방법 구성 비율(%)

예약방법	전체	국산차 보유자	수입차 보유자
(N)	(35,435)	(28,199)	(7,236)
전화예약	52.4	50.0	58.2
온라인예약	41.8	43.3	38.3
방문 예약	4.4	5.9	1.0
다른 사람(영업사원등)이 예약	1.4	0.9	2.5

Q. 정비예약시 이용하셨던 방법은 무엇입니까?

2 전화 예약 효율 향상 추세 주춤...링컨·토요타, 통화 횟수·첫 통화 성공률 공동 1위

- 전화 예약시 평균 통화 시도 횟수는 1.51회(전년 1.50회), 첫 통화 예약 성공률은 67.0%(전년 68.2%)로, '23년(1.8회, 63%) 이후 이어지던 개선 흐름이 멈춤
- 링컨과 토요타는 통화 시도 횟수(1.22회)와 첫 통화 예약 성공률(84.8%) 모두 공동 1위임

[표2] 전화예약시 통화시도 횟수(적은 순)

*산업 평균 이상만 제시

Rank	Brand	(N)	통화 횟수(회)
1	Lincoln	(71)	1.22
1	Toyota	(187)	1.22
3	Lexus	(175)	1.24
4	Polestar	(38)	1.25
5	KG Mobility	(568)	1.30
6	Ford	(165)	1.31
7	Renault Korea	(952)	1.35
7	GM Korea	(510)	1.35
9	Volvo	(200)	1.36
10	Jeep	(93)	1.39
11	MINI	(75)	1.40
12	Audi	(327)	1.43
13	BMW	(825)	1.47
14	Porche	(98)	1.49
산업 평균		(11,898)	1.51
평균	국산차 보유자	(7,989)	1.53
	수입차 보유자	(3,909)	1.47

Q. 정비예약을 하려고 몇 번이나 전화를 거셔야 했습니까?

[표3] 첫 통화예약 성공률(높은 순)

*산업 평균 이상만 제시

Rank	Brand	(N)	성공률 (%)
1	Toyota	(187)	84.8
1	Lincoln	(71)	84.8
3	Polestar	(38)	82.5
4	Lexus	(175)	80.9
5	Ford	(165)	77.6
6	KG Mobility	(568)	77.4
7	Volvo	(200)	75.6
8	Renault Korea	(952)	74.9
9	GM Korea	(510)	74.0
10	Jeep	(93)	73.9
11	Audi	(327)	73.5
12	Porsche	(98)	70.1
12	BMW	(825)	70.1
14	MINI	(75)	69.1
산업 평균		(11,898)	67.0
평균	국산차 보유자	(7,989)	65.2
	수입차 보유자	(3,909)	70.5

Q. 정비예약을 하려고 몇 번이나 전화를 거셔야했습니까?

3 온라인 예약률은 앱 예약이 원칙인 테슬라(92.2%)가 압도적 1위를 유지함

- 전통 브랜드 중에는 볼보, 미니, 기아의 온라인 예약률이 과반수를 차지함
- 기아는 전년 대비 4.9%p, 볼보는 3.4%p 늘어난 반면 BMW(50.4→49.4%)와 혼다(51.1→45.7%)는 감소해 과반 아래로 내려옴

[표4] 온라인 예약률(높은 순)

*산업 평균 이상만 제시

Rank	Brand	(N)	온라인 예약률 (%)
1	Tesla	(402)	92.2
2	Volvo	(486)	54.9
3	MINI	(187)	54.4
4	KIA	(9,585)	54.3
5	BMW	(1,882)	49.4
6	Honda	(181)	45.7
7	Hyundai	(9,706)	42.6
산업 평균		(35,435)	41.8
평균	국산차 보유자	(28,199)	43.3
	수입차 보유자	(7,236)	38.3

Q. 정비예약시 이용하셨던 방법은 무엇입니까?

02 방문/입고/상담 과정

1 예약 후 입고 대기 기간 8.7일로 단축...수입차 1일 줄어 국산과 차이 좁혀

- 평균 대기 기간은 8.7일로 전년(9.5일)보다 0.8일, '22년(11.9일)보다 3.2일 짧아짐
- 수입차가 12.4일에서 11.4일로 줄어, 국산차(7.8→7.5일)와의 차이가 4.6일에서 3.9일로 좁혀짐

[표5] 정비서비스예약 후 입고까지 대기기간(짧은순)

*산업 평균 이상만 제시

Rank	Brand	(N)	대기기간(일)
1	KG Mobility	(788)	3.4
2	GM Korea	(914)	4.6
3	Renault Korea	(1,402)	5.4
4	Hyundai	(5,472)	8.0
4	KIA	(5,896)	8.0
6	Jeep	(107)	8.4
7	Lincoln	(84)	8.7
산업 평균		(22,709)	8.7
평균	국산차 보유자	(15,987)	7.5
	수입차 보유자	(6,722)	11.4

Q. 정비소 예약은 며칠 후로 잡혔습니까?

2 사전 상담 위해 평균 6.2분 대기...토요타(2.2분) 3년 연속 가장 짧아

- 입고 후 사전 상담까지 평균 대기 시간은 6.2분으로 전년(6.8분)보다 0.6분 감소
- 3분 미만은 토요타·렉서스와 푸조(2.8분)뿐이었고, 국산 중에는 르노코리아(5.2분)와 한국지엠(5.4분), KGM(6.1분)이 평균보다 짧았음

[표6] 입고 전 사전 상담을 위한 대기 시간(짧은 순)

*산업 평균 이상만 제시

Rank	Brand	(N)	대기 시간(분)
1	Toyota	(235)	2.2
2	Lexus	(293)	2.4
3	Peugeot	(50)	2.8
4	Jeep	(77)	3.0
4	Honda	(134)	3.0
6	Polestar	(55)	3.8
7	Ford	(146)	3.9
7	Lincoln	(63)	3.9
9	Tesla	(277)	4.3
10	Land Rover	(37)	4.8
11	MINI	(99)	5.1
12	Renault Korea	(1,833)	5.2
12	Volvo	(377)	5.2
14	GM Korea	(1,433)	5.4
15	Volkswagen	(305)	5.6
16	Audi	(286)	5.9
17	KG Mobility	(1,453)	6.1
산업 평균		(23,408)	6.2
평균	국산차 보유자	(18,815)	6.3
	수입차 보유자	(4,593)	6.1

Q. 접수한 이후 사전 상담을 받기 전까지 대기한 시간은 어느 정도입니까?

3 정비 전 핵심 사항 설명 제공률 46.8%로 전년(49.0%) 대비 2.2%p 하락

- 포드(54.5%)가 전년 12위(50.1%)에서 1위로 올랐고 폭스바겐·혼다(각 53.0%)가 뒤를 이음
- 전년 1위 르노코리아는 55.4%에서 51.8%로 낮아져 7위에 머물렀음

[표7] 브랜드별 핵심 사항 설명 제공률(%)

*산업 평균 이상만 제시

Rank	Brand	(N)	제공률 평균(%)**
1	Ford	(200)	54.5
2	Volkswagen	(453)	53.0
2	Honda	(178)	53.0
4	KG Mobility	(1,847)	52.3
5	Peugeot	(88)	52.2
6	Lincoln	(84)	52.1
7	Renault Korea	(2,574)	51.8
8	GM Korea	(2,067)	51.6
9	Tesla	(393)	51.5
10	Land Rover	(86)	49.9
11	Porsche	(109)	48.3
12	Jeep	(112)	47.8
13	MINI	(185)	47.4
산업 평균		(34,414)	46.8
평균	국산차 보유자	(27,336)	47.1
	수입차 보유자	(7,078)	45.7

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

** 제공률 평균 = (문제 원인 제공률 + 문제 해결책 제공률 + 예상 시간 제공률 + 예상 비용 제공률) / 4

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.

문의/ 연락처	박 승 표	상 무	02-6004-7661	sammy.park@consumerinsight.kr
	안 주 현	상 무	02-6004-7621	jh.ahn@consumerinsight.kr
	최 용 환	팀 장	02-6004-7670	choiyh@consumerinsight.kr
	김 경 은	연구원	02-6004-7620	kimge@consumerinsight.kr