

Automotive Consumer Trends 2004 - '08

자동차 전문 리서치 회사인 ㈜마케팅인사이트 (www.mktinsight.co.kr, 대표: 김진국)는 2001년부터 현재에 이르기까지 매년 7월 약 10만 명 (누적 응답자수 95만명)의 소비자를 대상으로 자동차에 대한 초대형 기획조사를 실시해 왔습니다.

본 ACT (Automotive Consumer Trends)는 총 8차의 자동차 기획 조사 중 최근 5차 (2004년 - '08년)의 조사 결과를 요약한 것으로, 소비자들의 자동차에 대한 평가 및 사용행동, 태도 등을 주 2회 (화, 목요일) 다룰 예정입니다. 아래와 같은 순서로 발표될 ACT는 지난 5년 간의 자동차 산업 흐름과 소비자 트렌드를 파악하고, 예측하는 중요한 자료가 될 것입니다.

많은 관심 부탁드리며, 문의 사항은 담당 연구원에게 연락 주시기 바랍니다.

[문의] 담당 연구원: 이경석 차장
Tel: 02-6004-7612
E-mail: leeks@mktinsight.co.kr

Automotive Consumer Trends 2004 - '08

종합 체감만족률 (OSP: Overall Satisfied Percent)

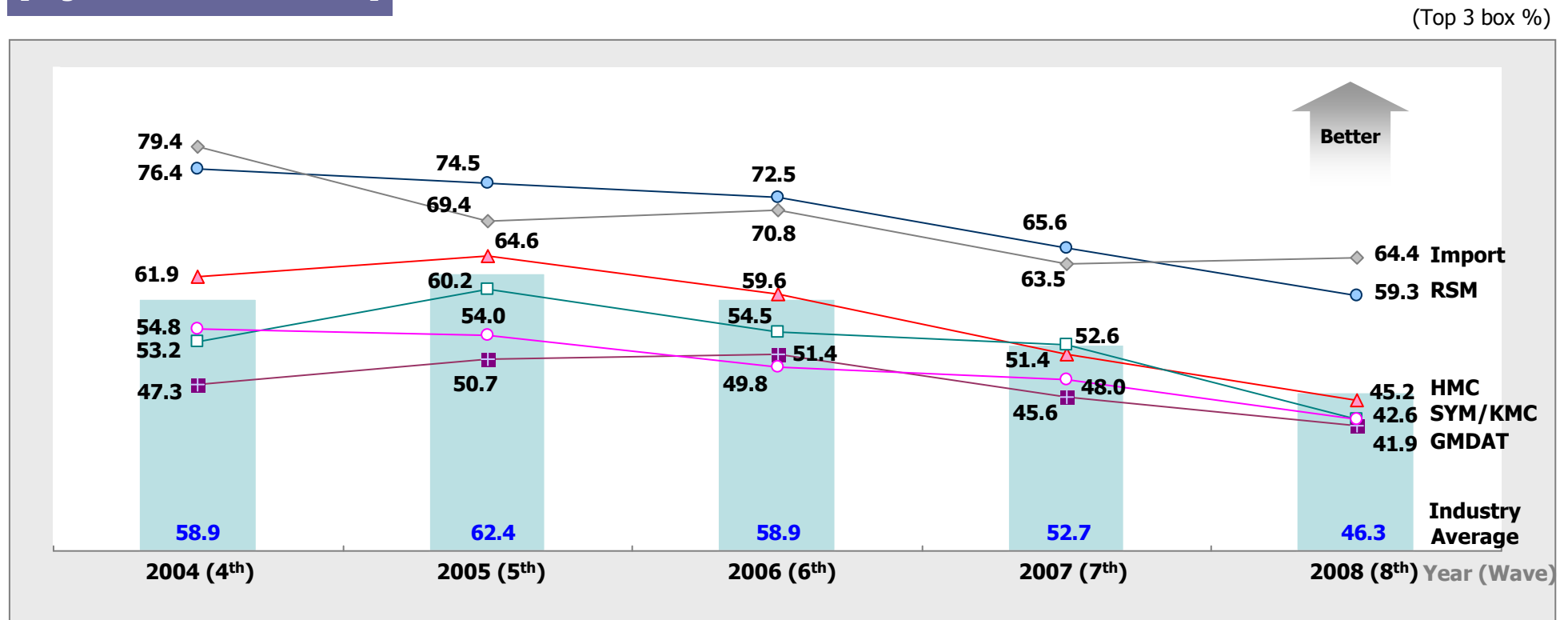
- 종합 체감만족률 산업평균 (46%)은 '05년 이후 매년 하락하며 올해 처음으로 50%대 밑으로 떨어져
 - '07년 대비 기아 (-10.0%p), 르노삼성 (-6.3%p), 현대 (-6.2%p)는 6.0%p 이상 큰 폭 하락
- 국내 제조사 중 1위는 르노삼성, 2위 현대, 3위 쌍용, 기아, 5위 지엠대우 순
 - 르노삼성, 올해 유일한 50%대로 7년 연속 1위 ('02 - '03년 결과 제시 안 함)
- 수입차, '04년 이후 4년 만에 르노삼성 제쳐
- '영업/마케팅', '고객 서비스'에서는 기아가, '제품 품질'에서는 지엠대우가 각각 최하위

▶ 종합 체감만족률: 새차 구입 후 6개월 이내 (2008년 1월 이후 새차 구입자 5,318명, 8차 조사 기준)에게 자동차를 사용하면서 경험한 내용을 '영업/마케팅', '고객 서비스', '제품 품질', 그리고 이 모두를 고려한 '종합' 만족도로 나누어 10점 척도로 질문한 후 8점 이상을 준 응답자의 비율 (Top 3 box %)을 구한 것임. 수치가 클수록 만족률이 높음.

본 Automotive Consumer Trends는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 현재에 이르기까지 매년 7월 실시하는 대규모 자동차 기획 조사 (표본집단 10만명 이상) 결과로부터 나온 것입니다. 지난 5년 (2004년 - '08년)간의 시간 흐름에 따라 소비자의 트렌드를 짚어보고 예측할 수 있는 자료가 될 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다.

■ 제조사별 종합 체감만족률 추이 (2004년 - '08년)

[Figure 1. 종합 체감만족률 추이]



※ [종합 체감만족률: 10점 만점에 8점 이상 점수를 준 응답자 비율 (Top 3 box %), 수치가 클수록 만족률이 높음.]

* Target: 해당 차수별 새차 구입 후 6개월 이내 (평균 3개월 보유)인 소비자 (예: 8차 조사의 경우 2008년 1월 - 6월 구매자)

■ 차원별 종합 체감만족률 (2008년, 8차 조사)

[Table 1. 차원별 종합 체감만족률]

		Industry Average	HMC	KMC	GMDAT	RSM	SYM	Import
종합 체감만족률 (Top 3 box %)		46.3	45.2	42.6	41.9	59.3	42.6	64.4
차원 체감만족률	영업/마케팅 만족률	39.4	37.9	35.8	36.6	50.8	37.3	55.4
	고객 서비스 만족률	41.5	40.3	36.3	42.5	53.9	37.2	55.5
	제품 품질 만족률	47.2	45.9	42.4	41.3	58.7	46.5	73.4
Base		5,318	2,156	1,302	698	538	355	269

※ [체감만족률: 10점 만점에 8점 이상 점수를 준 응답자 비율 (Top 3 box %), 수치가 클수록 만족률이 높음.]

* Target: 해당 차수별 새차 구입 후 6개월 이내 (평균 3개월 보유)인 소비자 (예: 8차 조사의 경우 2008년 1월 - 6월 구매자)

※ 차원 정의

- 영업/마케팅: 각 제조회사의 영업사원, 영업소, 영업전략, 광고, 판매조건 등에 대한 전반적인 체감만족률
- 고객 서비스: 각 제조회사의 서비스센터, 보증제도, A/S 등 대한 전반적인 체감만족률
- 제품 품질: 각 제조회사가 만드는 차량의 잔고장 및 내구성 등에 대한 전반적인 체감만족률

■ 2008년 ACT 목차

번호	발행일자 (예정)	제목
1	2008-11-04	제조사별 영업 만족도 (SSI)
2	2008-11-06	제조사별 상품성 (TGR)
3	2008-11-11	제조사별 초기품질 (TGW-i)
4	2008-11-13	제조사별 내구품질 (TGW-d)
5	2008-11-18	제조사별 A/S 만족도 (CSI)
6	2008-11-20	제조사별 종합 체감만족률 (OSP)
7	2008-11-25	제조사별 구입이유 및 선호이유 (구매계획)
8	2008-11-27	차량 구입시 정보 탐색 경로
9	2008-12-02	영업소 영업사원 최초 인지 경로
10	2008-12-04	구입 조건 및 혜택
11	2008-12-09	향후 구매계획 제조사
12	2008-12-11	국산차 vs. 수입차 이미지

번호	발행일자 (예정)	제목
13	2008-12-16	주요 자동차 제조국 이미지
14	2008-12-18	주요 수입차 브랜드 이미지
15	2008-12-23	수입차 구입 시 주요 고려사항 및 정보 탐색 경로
16	2008-12-30	수입차 구입이유 및 선호이유 (구매계획)
17	2009-01-06	수입차 상품성 (TGR)
18	2009-01-08	수입차 품질 (TGW)
19	2009-01-13	수입차 품질 스트레스 (QSI)
20	2009-01-15	수입차 A/S 만족도 (CSI)
21	2009-01-20	수입차 종합체감만족률 (OSAT)
22	2009-01-22	향후 수입차 구매계획 브랜드
23	2009-01-29	향후 수입차 구매 고려 이유 및 비교려 이유