

신차 Orlando '디자인 초기반응 조사' 결과

- Orlando의 디자인 평가 좋고, 구입/추천 의향 높아져
- 처음 적용된 쉼보레 엠블럼 매우 좋은 평가 받아
- 30대 남성 직장인의 여가용 차로 제격

한국지엠의 첫차 Orlando에 대한 소비자들의 첫인상은 긍정적이다. Orlando의 디자인이 탁월한 강점을 보여 준 것은 아니지만, 여러 측면에서 경쟁모델들을 적지 않은 차이로 앞섰다. 관심거리였던 쉼보레 엠블럼에 대한 평가는 과거 지엠대우 것 보다 크게 높았을 뿐 아니라, 경쟁사에 비해서도 높았다. 구입의향과 추천의향이 디자인 평가 후에 더 커졌다는 응답도 높은 편이라는 점에서 고무적이다. 차가 '단단하다', '실용적이다', '남성적이다'라는 인상을 많이 받았는데, 이는 MPV보다는 SUV와 연관성이 높은 단어들이라는 점에서 특이하다. 또한 Orlando는 '급여생활'을 하는 '30대 남성'이 '여가용'으로 쓰는 차라는 인상이 두드러졌다. Orlando는 다목적 차량(MPV)에 걸맞는 디자인 이미지와 사용자 이미지를 잘 담아냈다. 이를 마케팅 전략에 잘 풀어 넣는다면 좋은 성과로 연결될 수 있을 것이다.

Orlando 디자인 평가

Orlando는 730점으로 무난한 평가를 받았다[표1]. 최근 출시된 신차들의 대부분 ([Korando C 720점](#), [Accent 722점](#), [5G Grandeur 727점](#))이 720점대에 머무른 점을 감안하면 좋은 점수라 할 수 있다. 상대적으로 수요층이 좁은 MPV임을 고려하면 더욱 그렇다.

경쟁 모델로는 Soul, Carnival, Carens(모두 기아자동차 모델임)가 조사되었는데, Soul(700점)을 제외한 두 모델은 비교대상이라 보기 어려운 수준(각각 647점, 642점)이었다. 유망고객과 가망고객 모두에서 Soul을 앞섰고, 측면 별로는 '실내'와 '후면' 평가에서 특히 큰 차이가 있었다[표2].

Orlando의 디자인 평가 중 가장 관심을 끄는 것은 엠블럼에 대한 평가다. 과거 지엠대우의 엠블럼은 5.39점(10점 기준)으로 5사 중 가장 낮았다[표3]. Orlando 엠블럼은 6.30점으로 과거 보다 크게 높았을 뿐 아니라, 최근에 출시된 경쟁모델들의 점수를 크게 앞섰다. 쉼보레 엠블럼에 대한 소비자들의 초기반응은 기대 이상으로 호의적인 것이라 할 수 있다.

디자인평가 후 태도변화

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

디자인 평가 후의 반응, 즉 구입의향과 추천의향의 변화에 있어서도 Orlando는 우세했다. 구입의향과 추천의향이 '커졌다'가 각각 57%와 54%로, 경쟁모델들을 10%p 이상의 차이로 앞섰다[표4]. 또한 이는 5G Grandeur, Accent 등이 보인 초기반응 조사결과보다 높은 것이다. Orlando가 한국지엠의 MPV라는 점을 감안하면, 매우 좋은 성적이라 할 수 있다.

디자인 이미지

Orlando의 디자인은 '단단하다', '실용적이다', '남성적이다'라는 이미지가 두드러졌고(각각 7.9점, 7.8점, 7.6점), 이 측면에서 Soul을 큰 차이로 압도했다. 사용자 이미지에 있어서 Orlando를 탈 사람으로는 '급여 생활(55%)'을 하는 '30대 남성(각각 54% 90%)'이, '여가용(79%)'으로 쓸 것이라는 응답이 경쟁모델보다 현저히 높았다[표5]. Orlando의 상품컨셉과 타겟이 조사 결과와 일치하는지는 알 수 없다. 일치하지 않더라도 큰 애로 없이 문제를 풀어나갈 잠재력이 Orlando의 디자인에 배어있다는 점에서 성공적이다.

종합적 평가

- 소비자가 평가한 Orlando의 디자인은 확실한 경쟁우위에 있으며, 디자인 평가 후의 태도도 긍정적이며, 디자인 이미지와 사용자 이미지 역시 명쾌하다.
- 우려 대상이었던 쉐보레 엠블럼에 대한 소비자의 초기 반응은 매우 긍정적이다. 가장 부정적이던 엠블럼을 가장 긍정적인 것으로 바꾸었다는 것은 기대 이상이다.
- 한국지엠과 MPV의 잠재시장은 협소하다. Orlando는 이를 극복하는데 도움이 될 분명한 색깔을 갖고 있는 것으로 보인다.

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

■ 조사의 개요

- 평가대상 : Orlando(한국지엠), Soul, Carnival, Carens(기아)
- 평가자 : MPV의 잠재(유망/가망) 고객
 - A. 유망고객-향후 2년 이내 MPV 특정 모델 구입 의향자
 - B. 가망고객-현재로서는 구매 계획이 없으나 향후 MPV 구매 고려자
- 조사내용 : 디자인 평가 부문, 디자인에의 노출 효과 부문
- 조사기간 : 2011년 3월 7일~ 3월 14일
- 자료수집 : 이메일조사
- 디자인 이미지 출처 : 각 자동차 제조사 홈페이지 & Orlando 브랜드사이트
- 표본 규모 : 총 684명

Total	Orlando	Soul	Carnival	Carens
684	171	171	171	171

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

=== 첨부 표1~표4 ===

[표 1] 초기반응조사 점수

	현대	기아	르노삼성	한국지엠	쌍용
Orlando '11. 3. 7	-	Soul 700(730)*	-	Orlando 730	-
Korando C '11. 2. 25	Tucson iX 711(764)*	Sportage R 760(808)*	-	-	Korando C 720
All New Morning '11. 1. 26	-	All New Morning 775	-	Matiz Creative 738	-
Grandeur 5G '11. 1. 20	5G Grandeur 727	K7 779	SM7 678	Alpheon 757	-
Accent '10. 12. 12	Accent 722	Pride 636	-	-	-
Alpheon '10. 9. 7	Grandeur TG 701	K7 770	SM7 716	Alpheon 761	-
Avante MD '10. 8. 2	Avante MD 787	Forte 749	New SM3 716	Lacetti Premiere 772	-

○ : 신규출시모델

** Carnival과 Carens는 함께 조사되었지만 표기는 제외됨
Carnival : 647(739), Carens : 642(701)

* ('10. 7월 정기조사)

[표 2] MPV 디자인 점수 - Orlando 초기반응조사 (11년 3월 7일)

		Orlando *	Soul	Carnival	Carens
평가점수 [1000점]	종합	730	700	647	642
	유망고객	747	728	657	679
	가망고객	714	673	637	605
차원점수 [100점]	전면	69.7	68.7	64.2	63.1
	측면	70.9	69.1	62.2	63.2
	후면	69.7	64.4	62.4	-
	실내	77.7	70.5	65.6	65.6
(사례수)		(171)	(171)	(171)	(171)

* 신규출시모델

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

[표 3] 전면평가 - 엠블렘 점수

정기조사	초기반응조사		
지엠대우 5.39	Alpheon 6.43	Orlando 6.30	-
현대 6.01	Avante MD 5.86	Accent 5.56	5G Grandeur 5.44
기아 5.73	All New Morning 5.73	-	-
쌍용 5.91	Korando C 6.03	-	-
르노삼성 5.98	-	-	-

 : 한국지엠 Chevrolet 첫 모델

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

[표 4] MPV 평가 후 태도 변화

구입의향/추천의향, 단위 : %

	현대	기아	르노삼성	한국지엠	쌍용
Orlando '11. 3. 7	-	Soul 37/35 (46/45)*	-	Orlando 57/54	-
Korando C '11. 2. 25	Tucson iX 48/46 (46/45)*	Sportage R 59/59 (58/58)*	-	-	Korando C 50/49
All New Morning '11. 1. 26	-	All New Morning 67/58	-	Matiz Creative 55/52	-
Grandeur 5G '11. 1. 20	5G Grandeur 55/49	K7 62/67	SM7 43/43	Alpheon 56/55	-
Accent '10. 12. 12	Accent 50/41	Pride 33/36	-	-	-
Alpheon '10. 9. 7	Grandeur TG 36/33	K7 59/57	SM7 41/35	Alpheon 49/48	-
Avante MD '10. 8. 2	Avante MD 69/68	Forte 48/45	New SM3 43/43	Lacetti Premiere 54/51	-

○ : 신규출시모델

* ('10. 7월 정기조사)

** Carnival과 Carens는 함께 조사되었지만 표기는 제외됨

Carnival : 37/35 (57/53)* , Carens : 29/28 (46/45)*

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

News Letter

[표 5] 디자인 이미지

		Orlando	Soul	Carnival	Carens
형용사 이미지 [10점]	단단하다	7.9	6.8	6.6	5.8
	실용적이다	7.8	7.3	8.2	7.3
	남성적이다	7.6	5.5	6.7	5.6
사용자 (User) 이미지 [%]	남성	90	35	95	76
	30대	54	50	43	64
	급여생활	55	81	28	61
	기혼 - 자녀유	79	26	86	70
	성격 - 외향적	71	77	74	47
	용도 - 여가용	79	80	66	63

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Mobile. 010-5054-1866 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr