

News Letter

신차 [Ray](#) '디자인 초기반응 조사' 결과

- 디자인은 전체적으로 합격점
- 측면과 실내평가가 더 우수

국내 최초로 박스형 경차인 기아의 Ray는 디자인 측면에서 경차로서는 좋은 성적을 보였다. 디자인 평가 이후 구입의향과 추천의향 역시 55% 수준으로 평균 이상이었다. Ray는 '실용적'이면서도 '젊고' '개성있는' 이미지를 주었으며, '급여생활'을 하는 '20~30대 미혼 여성'의 '여가용' 차로 평가되었다.

디자인 종합평가: Ray는 753점으로 신차로서는 비교적 좋은 성적을 받았다[표1]. 2011년 1월 출시되어 경차로는 탁월한 평가를 받은 [All New Morning](#)(초기평가점수 775점) 만큼은 아니어도 좋은 성적이라 할 수 있다. All New Morning과 [Malibu](#)(2011년 12월 출시, 750점)를 제외하고는 2011년 출시된 신차들 대부분이 730점 이하로 평가된 것(Orlando 730점, All New SM7 714점, All New Pride 708점, Aveo 686점)에 비하면 경차 Ray는 상당히 좋은 점수를 받은 셈이다.

[표1] Ray 초기반응조사 - 디자인점수*

평가점수 종합[1,000점]	차원점수[100점]			
	전면	측면	후면	실내
753	71.7	76.2	68.8	73.1

* 사례수 140명

세부디자인 평가: Ray는 B 필라리스 구조와 슬라이딩 도어가 적용된 측면디자인(76.2)과 경차로서는 넓은 공간을 확보한 실내디자인(78.4)에서 좋은 평가를 받았다. 상대적으로 전면(71.7)과 후면(68.8) 디자인은 상대적으로 낮은 평가를 받았다.

평가 후 구입/추천 의향: 디자인 평가 후의 반응, 즉 구입의향과 추천의향이 '커졌다'가 각각 55%와 54%로 대체로 좋은 평가를 받았다. 특히 추천의향 변화는 2011년 출시 차량들 중에서 All New Morning(58%)에 이어 Orlando와 함께 2위를 차지했다.

For more Information

문의: 이견호 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

News Letter

형용사 이미지와 사용자 이미지: Ray 디자인의 형용사 이미지로는 ‘실용적이다’, ‘젊다’, ‘개성있다’가 두드러졌다(각각 8.1점, 8.1점, 8.0점)[표3]. 사용자 이미지에 있어서 ‘급여 생활(86%)’을 하는 ‘20~30대 미혼 여성(각각 96%, 53%, 82%)’이 ‘여가용(60%)’으로 타게 될 차라고 보았다.

[표2] Ray 초기반응조사 - 형용사 이미지와 사용자 이미지*

형용사 이미지[10점]		사용자 이미지[%]	
실용적이다	8.1	여성	82%
젊다	8.1	20대/30대	96%
개성있다	8.0	급여 생활	86%
		미혼	53%
		외향적	60%

* 사례수 140명

■ 조사의 개요

- 평가대상 : Ray(기아)
- 평가자 : Ray 잠재(유망/가망) 고객
 - A. 유망고객-향후 2년 이내 Ray 모델 구입 의향자
 - B. 가망고객-향후 2년 이내 Ray 이외 경차 구입 의향자
- 조사내용 : 디자인 평가 부문, 디자인에의 노출 효과 부문
- 조사기간 : 2012년 1월
- 자료수집 : 이메일조사
- 디자인 이미지 출처 :기아자동차 홈페이지
- 표본 규모 : 총 140명

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