

자동차 소비자의 만족도 분석 - (2)수입차의 A/S만족도, 국산차 최하위와 비슷

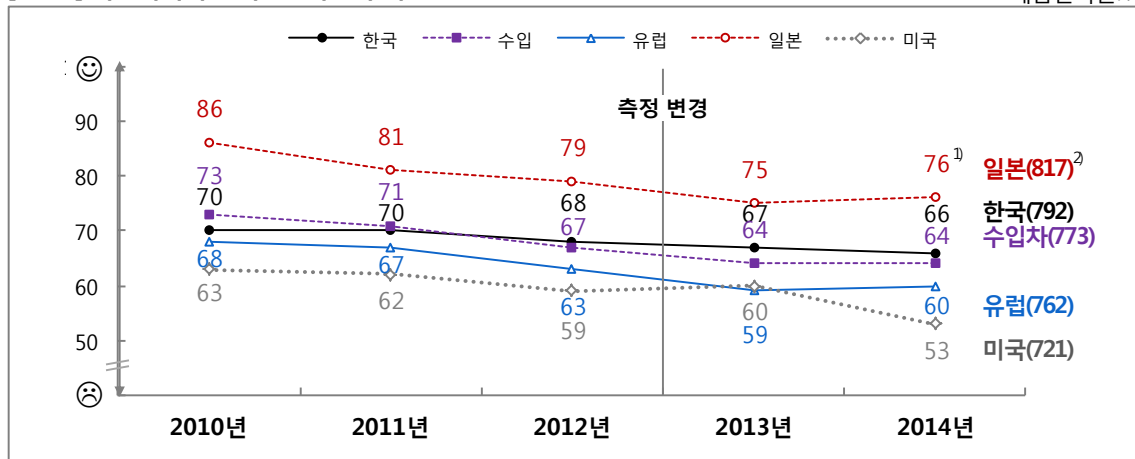
- 유럽차는 국산차 최하위 보다 낮아
- 판매서비스는 수입차 우세

수입차는 전반적으로 국산차에 비해 경쟁력이 있다. 국산차가 상대적으로 선방하고 있는 것은 서비스 영역이다. 애프터서비스 부문은 근소한 차이로 앞서고, 판매서비스 부문에서는 뒤지고 있다. 수입차 중에서는 일본차가 두 부문 모두에서 발군의 성적을 낸 반면, 유럽차의 A/S만족도의 평균은 국산차 최하위 보다 낮았다. 애프터서비스 부문에서는 Honda가 2년 연속 전체 1위에 올랐고, 판매서비스에서는 Benz가 2년 연속 1위를 차지했다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트는 2002년부터 매년 7월에 '자동차의 고객만족과 체험 품질'에 대한 대규모 기획조사(2014년 표본규모 101,821명)를 실시해 왔다. 이 조사의 애프터서비스와 판매서비스 만족도 분야에서의 국산과 수입차 '체감 만족률'의 최근 5년 간의 결과를 정리한 것이 [그림1]과 [그림2]다. [표1]과 [표2]는 각 부문에서 평균 이상의 성적을 올린 우수 브랜드의 순위와 점수다.

[그림1] 애프터서비스 체감만족률 추이 2010-2014

체감만족률:%



1) 체감만족률: 10점 만점에 8점 이상인 비율

2) 고객만족도: 전체 항목에 가중치를 주어 1,000점 만점으로 산출한 점수

- 애프터서비스

지난 1년 간 보유 브랜드의 직영·지정·협력업체에서 A/S를 받은 적이 있는 소비자(42,618명)

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

에게 10점 만점으로 서비스를 평가하게 한 결과, 8점 이상을 준 비율이 '체감만족률'이다. 국산차 보유자의 체감만족률은 66%, 수입차는 64%로 국산차가 2%p 높았다[그림1]. 애프터서비스 만족도는 6개의 품질 및 고객만족 관련 측정치 중 수입차가 유일하게 국산차에 뒤지고 있는 부문이다(참고. [수입차 경쟁력 막강, 유일한 약점은 A/S](#)). 계속 우위를 지켜오던 수입차는 2012년 처음으로 국산차에 역전 당한 이래 3년 연속 뒤지고 있다.

애프터서비스는 자동차의 원산지 별로도 가장 격차가 큰 부문이다. 일본차는 이 조사가 처음 시작된 2002년 이래 지난 13년 간 압도적 우위를 지켜 왔다. 거의 매년 2위를 10%p 이상의 차이로 앞서는 발군의 성적을 이어왔으며, 금년에도 2위 한국에 10%p 차이로 앞섰다.

유럽차는 2010년 처음으로 국산차에 역전 당한 이래 5년 연속 뒤지며, 판매 실적과는 전혀 다른 행보를 보이고 있다. 미국차는 작년도에 처음으로 유럽차를 앞섰으나 금년에 다시 역대 최저 수준의 성과를 보였다.

1,000점 만점으로 산출한 애프터서비스만족도 점수는 일본 817점, 한국 792점, 유럽 762점, 미국 721점으로 체감만족률과 같은 순서였으며, 산업평균은 791점이었다. 산업평균 이상인 브랜드를 보면[표1] 1위는 Honda(831점)로 2년 연속 1위에 올랐고, 그 다음은 Toyota(829점)였다. 르노삼성과 한국지엠은 816점으로 공동 3위에 올랐다. 이외에 Lexus, Benz, 쌍용, Nissan이 평균 이상의 성적을 거뒀다.

[표1] 애프터서비스 만족도 우수 브랜드

순위	브랜드	점수 ¹⁾	차이 ²⁾
1	Honda	831	(+10)
2	Toyota	829	(+16)
3	르노삼성	816	(+6)
3	한국지엠	816	(-3)
5	Lexus	814	(+7)
6	Benz	812	(+17)
7	쌍용	810	(-3)
8	Nissan	801	(-10)
산업평균		791	(+3)

1) 만족도 점수(1,000점 만점)
2) 2014점수-2013점수

[표2] 판매서비스 만족도 우수 브랜드

순위	브랜드	점수 ¹⁾	차이 ²⁾
1	Benz	812	(-18)
*	Toyota	810	(-17)
*	Lexus	802	(-)
2	BMW	783	(-6)
3	르노삼성	765	(-46)
4	한국지엠	764	(-44)
5	쌍용	752	(-11)
산업평균		750	(-33)

* 불충분 표본(30~59사례)으로 순위 매김에는 제외
1) 만족도 점수(1,000점 만점)
2) 2014점수-2013점수

For more Information

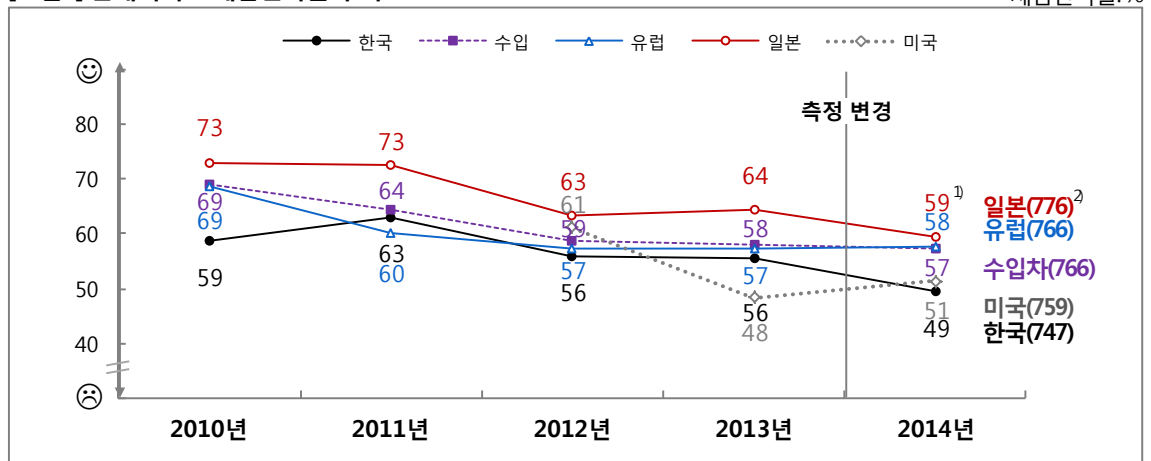
문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

일본의 평균(817점)은 국산 1위 보다 높은 수준이었으며, 주요 브랜드 모두가 상위권에 속했다. 반면 유럽차 평균(762점)은 국산 최하위(772점) 보다 10점이나 낮았다. 현재 소비자들이 보유한 유럽차의 적지 않은 비율이 처음 구입한 수입차인 동시에 보증기간 중이다. 이 기간은 상대적으로 우수한 애프터서비스가 요구되지 않음에도 불구하고 이렇게 낮은 평가를 받았다는 것은 심각하다. 유럽차의 애프터서비스가 지금의 수준에서 크게 올라서지 않는다면 심각한 문제를 야기할 수 있다.

- 판매서비스

지난 1년내에 새 차를 구입한 소비자의 판매서비스에 대한 체감만족률(10점 만점에 8점 이상을 준 비율)은 줄곧 수입차가 우세한 부문이었으나, 지난 3년(2011-13) 동안은 거의 차이가 없었다[그림2]. 금년에 수입차는 만족률 57%로 현상 유지했으나, 국산차는 56%에서 49%로 대폭 하락해 8%p의 차이로 벌어졌다.

[그림2] 판매서비스 체감만족률 추이 2010-2014



자동차의 원산지 별로는 일본(59%)이 가장 높았고, 유럽(58%), 미국(51%)의 순이었으며, 한국(49%)은 최하위에 그쳤다. 일본차는 적지 않은 차이로 유럽차를 앞서 왔으나 금년도에 5%p가 하락해 거의 같은 수준(1%p 차이)이 되었다.

1,000점 만점으로 산출한 판매서비스만족도 점수는 일본 776점, 유럽 766점, 미국 759점, 한국 747점으로 만족률과 같은 순서였으며, 산업평균은 750점이었다. 평균 이상인 브랜드와 그 점수가 [표2로] 제시되어 있다. 1위 브랜드는 Benz(812점)로 2년 연속 1위 올랐으며, 그 다음은 BMW(783점), 르노삼성(765점), 한국지엠(764점), 쌍용(752점)의 순이었다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

원산지 간 비교에서 1위였던 일본 브랜드가 상위권에 하나도 포함되지 않은 이유는 조사 사례수가 충분치 않아 순위매김에서 제외되었기 때문이다. 실제 Toyota와 Lexus는 표본 수가 충족되었다면(60사례 이상) 2위, 3위의 상위권에 해당되는 점수였다.

금년도 산업 평균은 작년에 비해 33점이라는 큰 폭으로 하락했는데, 이는 '판매 후 고객관리'에 더 큰 비중이 가도록(전체의 42%) 측정방법이 바뀌었기 때문이다. 작년에 비해 가장 점수가 하락한 회사는 르노삼성(-46점)과 한국지엠(-44점)이다.

국산 업체들이 수입차에 비해 크게 낮은 평가를 받은 이유는 주로 영업소와 관련이 있다. 영업소에서의 '접근', 영업소 '환경', 영업소 내 '직원' 등 3개 분야 모두에서 가장 낮은 평가를 받았다. 영업소의 환경과 직원의 근무태도에 큰 개선이 있어야 수입차를 따라잡을 수 있을 것이다.

서비스 영역 중 판매에서는 수입차, 애프터서비스에서는 국산차가 강점이 있었다. 애프터서비스는 보유기간 동안의 만족도, 다음 차를 구매할 때의 선택기준으로 매우 중요하다. 현재 수입차, 정확히는 유럽계 수입차의 애프터서비스는 더 이상 강조할 수 없을 만큼 심각하다. 유럽차의 평균이 국산차 중 최하위 업체 보다 낮은 수준이다. 유럽차의 애프터서비스가 획기적으로 개선되지 않는다면 치명적 약점으로 발전할 가능성이 있다.

=====

(주)마케팅인사이트는 지난 2002년부터 2014년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔습니다. 조사 결과는 매년 9월 하순부터 보도자료로 발표되고 있습니다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있습니다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 리포트' 내용은 (주)마케팅인사이트가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '[오토칼럼](#)'에도 상시 게재되고 있습니다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있습니다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2014년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,821명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2002년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2014년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 김영호 전문위원 T:02-6004-7646 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr