

## 불만인 국산고객 수입차로, 만족한 수입고객 다른 수입차로

- 수입차로 간 국산차 고객, 다시 돌아오기 힘들어
- 들고 도는 수입차 고객, 만족해도 다른 수입차로

자동차회사에 불만이 있으면 다음에는 다른 회사차를 택하게 된다. 국산차 보유자는 충성도가 높아 불만이 있어야 대안을 찾으며, 수입차가 유력한 대안의 하나다. 수입차 보유자는 현재 회사에 만족해도 다른 수입차를 찾는다. 고객만족도의 관리는 국산차 회사에 더욱 절실하다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트는 2014년도 연례 자동차기획조사에서 '새 차 구입자'면서 '2년 이내 새 차 구입의향자' 20,622명에게 다음에 '어떤 브랜드/모델을 구입할 생각인지'를 물었다. 이 결과를 보유차 제작사에 대한 종합만족도("그 회사의 영업·서비스·품질 등을 종합적으로 볼 때 '그 회사에 대해 어느 정도 만족하는지'를 10점 만점으로 평가") 문항에서 8점 이상 받은 것을 '만족', 6~7점을 '중립', 5점 이하의 평가를 '불만'으로 분류한 것과 비교했다.

전 대상자의 종합만족도 결과와 향후 구입의향을 국산보유자와 수입보유자로 나누어 정리했다(그림1). 국산차를 갖고 있는 구입의향자의 제작사에 대한 만족도와 수입차 보유자의 만족도는 적지 않은 차이가 있었다. 국산은 '만족' 38%, '중립' 38%, '불만' 24%인 반면, 수입은 각각 52%, 32%, 16%로 전반적으로 수입차 보유자가 회사에 대한 만족도가 높았다(그림1-1). 수입차는 과반수(52%)가 만족해 국산과 적지 않은 차이(14%p)가 있었으며, '불만'은 국산 24%, 수입 16%로 국산이 8%p 더 많았다.

[그림1] 종합만족도와 구입의향

| 1-1. 보유차 회사에 대한 종합만족도 |     |     |        | 1-2. 향후 구입의향 |           |            |
|-----------------------|-----|-----|--------|--------------|-----------|------------|
| 만족                    | 중립  | 불만  |        | 동일 브랜드 구입    | 다른 브랜드 구입 | 수입/국산으로 이동 |
| 38%                   | 38% | 24% | 국산차 보유 | 47%          | 33%       | 20%        |
| 52%                   | 32% | 16% | 수입차 보유 | 27%          | 60%       | 13%        |

국산차 보유자와 수입차 보유자는 구입의향에서 더 큰 차이를 보였다. 국산은 1/2에 육박(47%)하는 보유자가 같은 브랜드를 다시 사겠다는 의견을 보인 반면, 수입차 보유자는 27%만

### For more Information

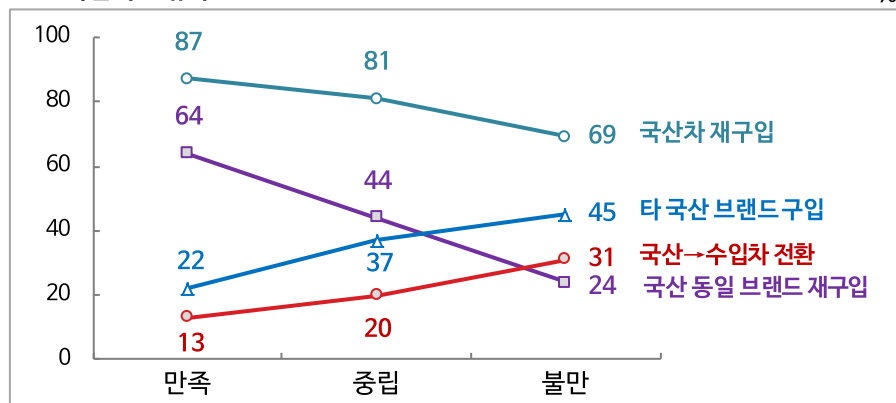
문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: [kimyh@mktinsight.co.kr](mailto:kimyh@mktinsight.co.kr)  
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. [www.mktinsight.co.kr](http://www.mktinsight.co.kr), [www.invight.co.kr](http://www.invight.co.kr)

이 재구입 의향을 보이고, 60%는 다른 수입차를 사겠다고 했다[그림1-2]. 이는 수입차 보유자들은 높은 만족에도 불구하고 다른 수입차를 열망하고 있음을 알 수 있다. 국산에서 수입차로의 이동이나, 수입에서 국산차로의 이동 의향은 상대적으로 많지 않았다(각각 20%, 13%).

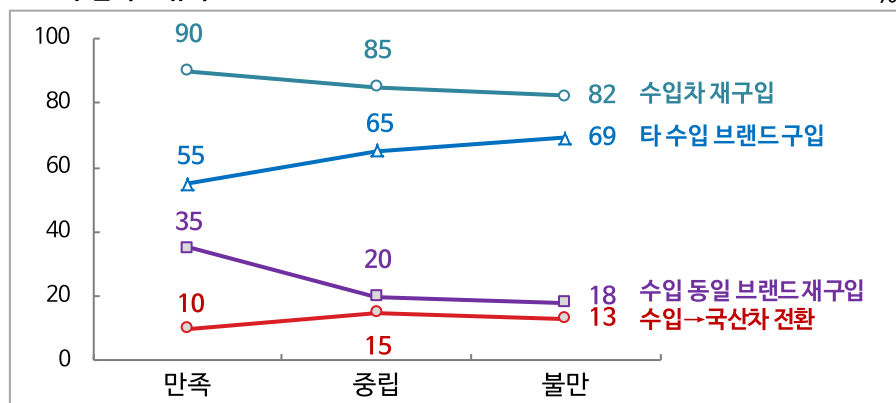
구입의향이 회사에 대한 종합만족도와 어떤 관련이 있는지 파악하기 위해 만족, 중립, 불만 집단으로 나누어 비교했다. 국산차 보유자의 경우 당연히 만족도가 높으면 재구입, 낮으면 이동 의향이 컸다[그림2-1]. 만족도가 낮아짐에 따라 가장 급격한 변화를 보인 것은 동일 브랜드 재구입 의향이였다. 만족하는 경우 64%였던 재구입의향이 불만집단의 경우 24%로 폭락했다. 반면 다른 국산브랜드 구입(23%p)과 수입차 구입(18%p)이 크게 증가해, 동일 브랜드 재구입을 앞섰다. 이는 국산차의 경우 회사에 대한 종합만족도에서의 불만은 엄청난 기회손실로 이어짐을 보여준다.

[그림2] 회사 종합만족도 수준별 구입의향

#### 2-1. 국산차 보유자



#### 2-2. 수입차 보유자



#### For more Information

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

수입차 보유자는 국산과 크게 달랐다. 전반적으로 수입차 재구매의향이 높았으며, 불만인 경우에도 국산으로 넘어가겠다는 답이 13%에 그쳤다. 만족하는 경우에도 과반수(55%)가 다른 브랜드의 수입차를 구입하겠다고 했으며, 동일 브랜드를 재구매하겠다는 답은 35%에 그쳤다. 이는 수입차 보유자는 만족 여부와 관계없이 항상 다른 수입차를 결심하고 있음을 보여주며, 만족도가 낮아도 별 타격을 입지 않음을 알 수 있다. 수입차는 아직 시장도입기이고, 많은 브랜드, 다양한 차종과 가격대 등이 존재해 소비자 입장에서 타보고 싶은 차가 다수 있기 때문이다.

지난 10년간 꾸준히 자동차회사에 대한 만족은 줄고, 불만은 커져 왔다([참고: 자동차회사에 대한 불만과 실망, 점점 커지고 있다](#)). 불만이 커지면 다시 그 회사 차를 살 가능성이 낮아지는 것은 당연하다. 그러나 그 선택이 같은 영역에서 이루어 지는 것과 다른 영역으로 이탈하는 것은 전혀 다르다. 국산차 소비자는 불만일 경우 수입차로 옮겨가는 반면, 수입차 보유자는 만족·불만과 관계없이 다른 수입차를 찾고 있다. 상대적으로 불만고객이 많은 국산차 회사는 이 고객들을 영원히 잃게 될 가능성이 크다. 다시 돌아올 확률이 낮은 수입차 시장으로 넘어 가기 때문이다. 반면, 수입차 고객은 만족도에 관계없이 수입차 시장 안에서 돌고 돌 가능성이 커 리스크가 적다. 자동차회사에 대한 고객만족도의 체계적 관리는 국산차 제작사에 더 절실하다.

=====

(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](http://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.

#### [조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트([www.mktinsight.co.kr](http://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

#### For more Information

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

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.kr](http://www.autoinsight.co.kr)에서 보실 수 있습니다.

문의: 김영호 전문위원 T:02-6004-7646 e-mail: [kimyh@mktinsight.co.kr](mailto: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](mailto:kimyh@mktinsight.co.kr)  
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. [www.mktinsight.co.kr](http://www.mktinsight.co.kr), [www.invigth.co.kr](http://www.invigth.co.kr)