

Automotive Consumer Trends 2002 ~ 2006

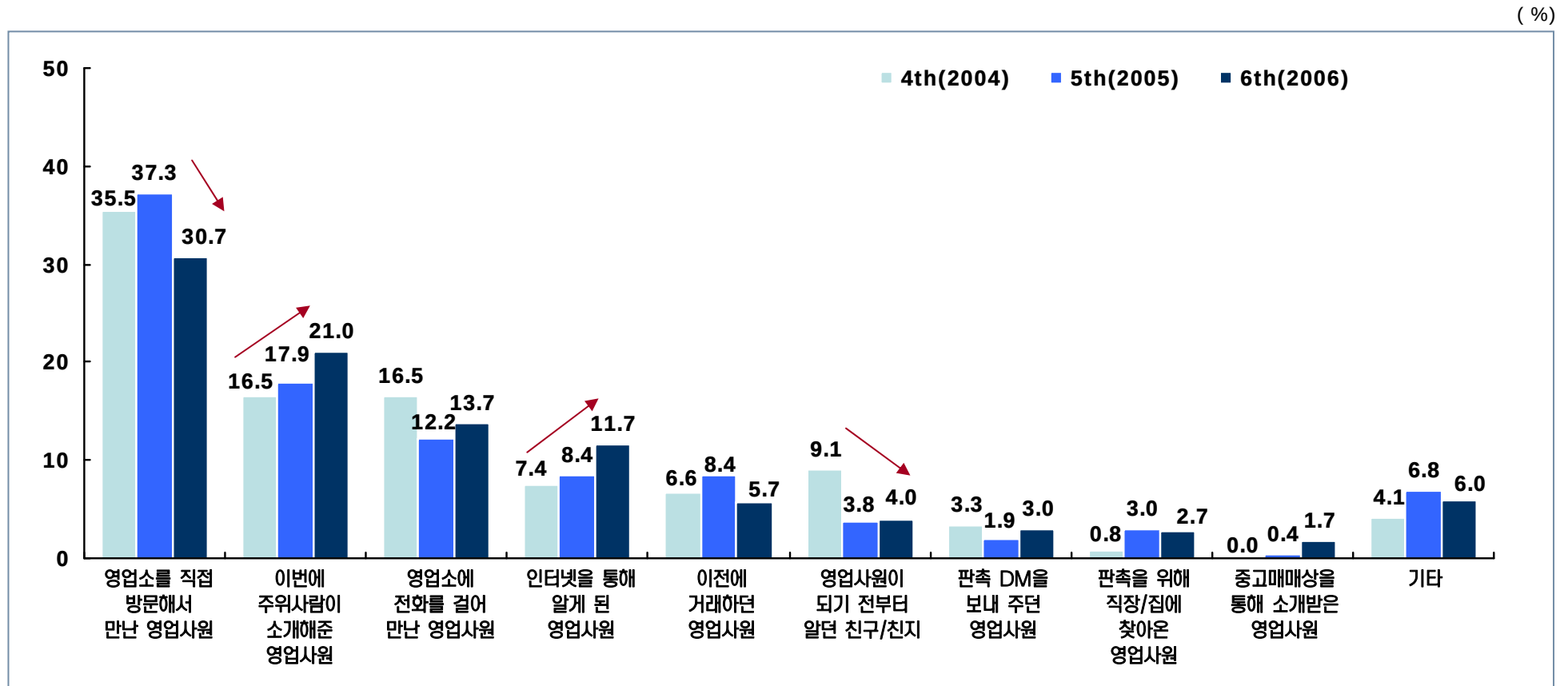
수입차 구입 시 영업사원 인지경로 및 영업소 방문 이유

- 수입차, '영업소를 직접 방문해 알게 된 영업사원'을 통해 가장 많이 구입
 - '영업소 직접 방문'은 줄고, '주위 사람 소개'와 '인터넷'은 점차 늘어
 - 국산 대형차는 '이전부터 거래하던 영업사원'이 상대적으로 높아
- 영업소 방문 이유, '차를 자세히 보려고', '시승을 하려고', '견적을 뽑으러' 등의 순
 - 수입차, 국산 대형차 모두 '시승 목적'이 산업전체 평균보다 높아

본 Automotive Consumer Trends는 ㈜마케팅인사이트가 매년 7월 실시하는 대규모 자동차 기획 조사(표본집단 10만명 이상) 결과로부터 나온 것입니다. 지난 5년(2002년 ~ 2006년)간의 시간 흐름에 따라 소비자의 트렌드를 짚어보고 예측할 수 있는 자료가 될 것입니다.

■ 영업사원 인지경로 추이 (2004~2006)

[Figure 1. 수입차 구입 시 영업사원 인지 경로 추이]



* 조사대상 : 해당 차수별 최근 1년 이내(ex. 6차조사의 경우 2005년 7월~2006년 6월 사이) 수입차 구입자 중 영업사원 접촉 경험자

■ 영업사원 인지 경로 (6차 조사, 2006년)

[Table 1. 영업사원 인지 경로]

	Industry Avg.	Domestic Luxury	Import (%)
영업소를 직접 방문해서 만난 영업사원	22.6	22.0	30.7 ▲
이번에 주위사람이 소개해준 영업사원	31.6	25.9	21.0 ▼
영업소에 전화를 걸어 만난 영업사원	5.4	6.6	13.7 ▲
인터넷을 통해 알게 된 영업사원	5.3	2.8	11.7 ▲
이전에 거래하던 영업사원	12.1	18.1 ▲	5.7 ▼
영업사원이 되기 전부터 알던 친구/친지	11.2	10.6	4.0 ▼
판촉 DM을 보내 주던 영업사원	2.2	2.6	3.0
판촉을 위해 직장/집에 찾아온 영업사원	2.7	3.3	2.7
중고매매상을 통해 소개 받은 영업사원	1.1	1.9	1.7
기타	5.8	6.1	6.0
Base	10,490	214	300

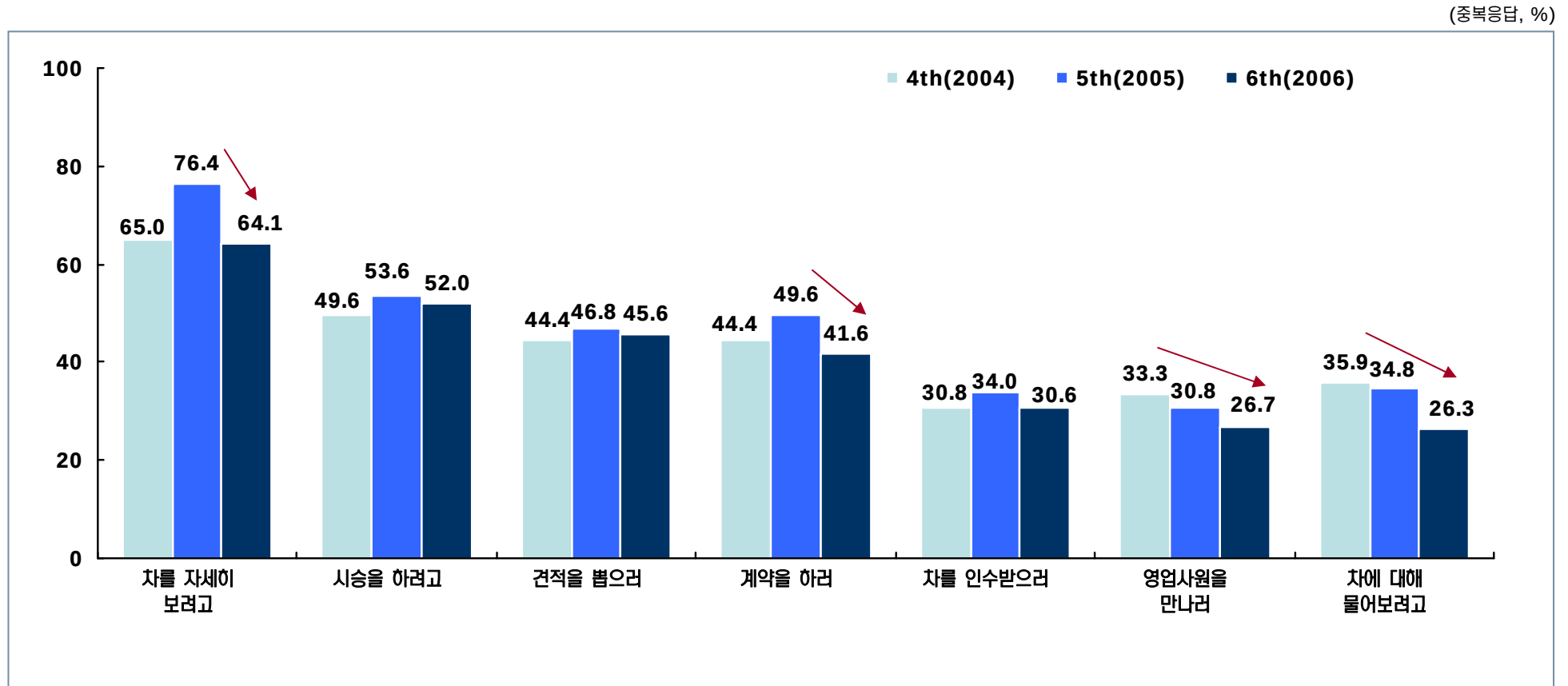
* P<.05 수준에서 산업평균 대비 유의하게 높음(▲) / 낮음(▼)

* 조사대상 : 2005년 7월~2006년 6월 사이 새차 구입자 중 영업사원 접촉 경험자

** 6차 조사 국산 대형차 : Equus, Opirus, Chairman (편의상 Statesman 포함)

■ 영업소 방문 이유 추이 (2004~2006)

[Figure 2. 수입차 구입 시 영업소 방문 이유 추이]



* 조사대상 : 해당 차수별 최근 1년 이내(ex. 6차조사의 경우 2005년 7월~2006년 6월 사이) 수입차 구입자 중 영업소 방문 경험자

■ 영업소 방문 이유 (6차 조사, 2006년)

[Table 2. 영업소 방문 이유]

(중복응답, %)

	Industry Avg.	Domestic Luxury	Import
차를 자세히 보려고	60.1	62.8	64.1
시승을 하려고	23.5	34.0 ▲	52.0 ▲
견적을 뽑으러	53.7	42.0 ▽	45.6 ▽
계약을 하러	39.2	31.2 ▽	41.6
차를 인수 받으러	22.3	18.3	30.6 ▲
영업사원을 만나러	32.5	23.7 ▽	26.7 ▽
차에 대해 물어 보려고	33.0	33.6	26.3 ▽
Base	8,397	163	281

* 조사대상 : 2005년 7월~2006년 6월 사이 새차 구입자 중 영업소 방문 경험자

* P<.05 수준에서 산업평균 대비 유의하게 높음(▲) / 낮음(▽)

** 6차 조사 국산 대형차 : Equus, Opirus, Chairman (편의상 Statesman 포함)