

Press Release

자동차 고객만족, 이것 하나만 잘하면 된다

- 영업사원 미우면 차도 나쁘고, A/S도 나쁘고, 회사도 싫다
- 나를 찾아 오면 최고, 연락 없으면 최악

자동차 소비자의 고객만족은 영업사원에 의해 좌우된다. 영업사원에 대해 부정적인 고객은 자동차에도 고장과 문제점이 많다고 했으며, 애프터서비스에 대해서도 불만이 많았다. 차 때문에 스트레스도 많이 받는다고 하며, 회사 전반에 대해서도 부정적이었다. 가장 불신 받는 영업사원은 판매 후에는 연락이 없는 경우며, 고객은 이를 무시 또는 배신으로 간주하는 듯 하다. 반면 영업사원이 판매 후에 고객을 찾아가는 것은 이와 정반대의 효과가 있었다. 자동차 고객만족은 영업사원의 발품이 결정한다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr, 대표: 김진국)의 제10차 자동차 기획조사(2010년 7월 실시, 표본규모 106,291명)의 응답자 중 지난 1년간 새 차를 구입한 소비자 9,284명의 응답을 분석했다. 분석의 초점은 다양한 고객만족 지표와 품질 지표와 가장 밀접히 관련된 핵심 변수를 찾는 것이었다. 분석 결과 나타난 결정적 변수는 판매 후에 영업사원이 보인 행동이었다.

지난 1년간 자동차를 구입한 소비자들에게 구입 후 영업사원의 연락 여부와 연락 방법을 물었다. 그 결과 '내게 전화 한 적이 있다'가 64.7%로 가장 많았고, 그 다음은 '내게 잡지 등 우편물을 보낸 적이 있다' 28.7%, '내게 이-메일을 보낸 적이 있다' 18.4% 등의 순이었다. 그러나 '차를 팔고 난 후에는 연락이 없었다'는 응답이 20.7%로 고객 5명 중 1명 이상이 영업사원으로부터 외면 당한 것으로 나타났다. 이들의 영업전반 (영업사원, 영업소, 인도과정 등)에 대한 만족률(10점 만점에 8점 이상 준 비율)은 27.5%에 불과해 연락 받은 사람들의 만족률 67.2%와는 40.4%p라는 현격한 차이가 있었다.

더 중요한 것은 연락여부의 영향이 영업 영역에 멈추지 않고, 제품 품질의 평가 등 전반에 걸쳐 영향을 준다는 것이다. 무연락 고객들은 자동차에 문제점이나 결함이 있었다고 답한율이 61.4%로 연락 고객의 49.7% 보다 11.7%p 많았다. 경험한 문제점과 결함의 건수도 평균 3.40건으로 연락고객의 2.14건 보다 평균 1.26건 많았다. 단순히 연락이 없었다는 이유로 평균 59% 더 많은 문제점 수를 지적했다. 영업사원에 문제가 있다고 보면, 자동차에도 문제가 있다고 봄을 알 수 있다.

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 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

Press Release

□ 판매 후 행동이 품질지각에 미치는 효과

(N=9,284)

영역/지표		차를 판 후 연락이	나를 찾아 온 적이
		‘없었다’	‘있다’
영업	영업 종합만족률(%)	40.4%p ▼	26.3%p ▲
	영업만족도(SSI:1,000점)	166점 ▼	104점 ▲
A/S	A/S 종합만족률(%)	14.3%p ▼	14.0%p ▲
	A/S만족도(CSI:1,000점)	66점 ▼	63점 ▲
종합체감만족률(%)		23.6%p ▼	19.0%p ▲
제품품질	문제경험률(%)	11.7%p ▲	7.3%p ▼
	경험 문제점 수(건)	1.26건 ▲	0.46건 ▼
품질스트레스	경험률(%)	16.1%p ▲	6.6%p ▼
	경험 스트레스건 수(건)	0.69건 ▲	0.21건 ▼

영업사원의 판매 후 연락 여부는 일견 관련이 없어 보이는 A/S 평가에도 영향을 주었다. 무연락 고객의 A/S만족도는 718점으로 연락고객의 784점에 비해 66점이나 낮았다. 나아가 품질과 관련된 스트레스 경험도 평균 1.70건과 1.01건으로 현격한 차이가 있었다. 이에 더해 자동차 회사의 제품, 서비스, 이미지 등 모든 것을 포괄하는 종합체감만족에서도 23.6%p나 낮은 결과를 보였다.

고객을 판매 후에 찾아가는 것은 이와 정반대되는 효과가 있었다. 영업사원의 방문을 받은 고객은 영업만족률(26.3%p 상승)은 물론 A/S만족률(14.0%p 상승)도 높이고, 종합적인 평가(19.0%p 상승)도 크게 향상 시키는 효과가 있었다. 반면 결함이나 문제점(0.46건 감소), 품질스트레스(0.21건 감소) 등은 훨씬 더 적게 느끼게 만드는 것으로 나타났다. 문제는 고객 6명중 1명 정도(17.8%) 만이 영업사원의 방문을 받는다는 점이다.

고객만족은 영업사원의 판매 후 행동에 의해 가장 큰 영향을 받는다. 먼저 연락 여부가 구입 이후에 겪는 모든 경험에 대한 평가를 좌우한다. 고객은 차 구입 이후에 어떤 연락도

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 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

Press Release

없는 것을 하나의 무시 또는 배신행위로 간주하는 듯 하다. 이들은 영업사원에 대해 극히 부정적인 태도를 갖게 되고, 자신이 구입한 자동차 그리고 제조회사를 영업사원과 동일시한다. 이들은 자연스럽게 영업사원이 나쁘니 차도 나쁘고, 서비스도 나쁘고, 회사도 나쁘다는 태도를 형성한다.

반면 ‘나를 찾아 온 영업사원’은 정반대의 효과를 가져 온다. 영업사원이 좋으니 차도 문제가 없고, 서비스도 좋고, 회사도 좋고, 속 썽일 일도 없다. 2010년도 조사에서 쌍용자동차가 영업부문에서 의외의 선전을 한 것은 타사 보다 월등히 높은 판매 후 방문율(31.3%)에 힘입은 바 크다.

=====

[첨부] 판매후 행동과 각종 품질지표상의 점수 - 전체

1년 이내 새차 구입자 & 영업사원 접촉자 (n=9,284)		판매 후 행동 - 내게 연락한 적이			판매 후 행동 - 방문한 적이		
		있다	없다	차이 (있다-없다)	있다	없다	차이 (있다-없다)
전체		79.3	20.7		17.8	82.2	
SSI	영업 종합만족률 (%)	67.9	27.5	40.4%p	81.1	54.9	26.3%p
	SSI (1,000점)	798	632	166점	849	746	104점
CSI	서비스 종합만족률 (%)	65.8	51.4	14.3%p	74.4	60.4	14.0%p
	CSI (1,000점)	784	718	66점	822	759	63점
OSAT	종합 체감만족률 (%)	49.7	26.1	23.6%p	60.5	41.4	19.0%p
TGW	문제경험률 (%)	49.7	61.4	-11.7%p	46.1	53.4	-7.3%p
	품질지수 (건)	2.14	3.40	-1.26건	2.02	2.48	-0.46건
스트레스	스트레스상황 경험률 (%)	31.8	47.9	-16.1%p	29.7	36.3	-6.6%p
	품질스트레스 (건)	1.01	1.70	-0.69건	0.98	1.19	-0.21건

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 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

Press Release

본 '보도자료'는 (주)마케팅인사이트의 초대형 기획조사의 결과 중 발췌·요약한 것으로, 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 (주)마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다.

[조사 설계의 개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 사용자 중 자동차 보유자
- 조사 시점: 2010년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모 : 총 응답자 106,291명
자동차 보유자 101,159명

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 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