

차 사려거든 아는 영업사원에게 사라!

- 새차 산 사람의 반은 아는 사람 통해 구입
- 아는 사람에게 살 때 만족도 높아

차를 살 때 알고 있거나 지인의 소개로 만난 영업사원을 통해 차를 사는 편이 나올까, 아니면 직접 찾아온 영업사원을 통해 사는 편이 나올까? 조사결과는 연고가 있는 영업사원에게 차를 사라고 말하고 있다. 연고가 있는 경우의 영업서비스 만족도가 가장 높았고, 아무런 연고 없이 인터넷이나 중고매매상을 통해 알게 된 영업사원에게 사는 경우에 가장 만족도가 낮았다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(대표:김진국)는 1년 이내(2011년 7월 기준이므로 2010년 7월 이후) 새 차를 사서 이용 중인 사람 9,578명에게 차를 구입한 영업사원이 어떻게 알게 된 사람인지를 물었다. 그리고 영업소와 영업사원, 차량 인도과정 등 영업서비스 전반에 얼마나 만족하는지를 토대로 영업서비스 종합만족도(1,000점 만점)를 구했다. 다시 그 영업사원을 다른 사람에게 추천할 의향이 있는지를 10점 만점으로 평가하게 하고 추천 의향이 높은(8~10점) 응답자 비율을 구해 영업사원 추천의향률로 삼았다.

조사결과 새 차를 산 사람들의 1/2(54%)은 연고가 있는 영업사원을 통해, 1/3(30%)은 연고가 없지만 직접 접촉한 영업사원을 통해 사는 것으로 나타났다. 그리고 나머지 1/10(10%) 정도는 전화나 인터넷을 통해 구입했다.

자동차를 구입하는 동안 경험하는 영업소, 영업사원, 차량 인도과정 등 영업서비스 전반에 대한 만족도 역시 '연고가 있는 영업사원'을 통한 구입이 가장 높았고(793점), 다음으로는 '판촉을 위해 직접 찾아오거나 판촉 DM을 발송해주던 영업사원' 또는 '영업소를 직접 방문해 만난 영업사원'인 경우였다(775점)[표1]. 가장 만족도가 낮은 경우는 역시 인터넷이나 중고매매상, 또는 소비자가 전화로 만난 영업사원을 통해 구입하는 경우였다(755점). 영업사원 추천의향률 역시 66%, 58%, 54%로 같은 순서였다.

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

[표1] 영업사원 접촉 경로와 영업서비스 만족도와 관계

영업사원 알게 된 경로	구성비율 (%)	영업서비스 종합만족도	영업사원 추천의향률 (Top3 box %)
전체(9,578명)	100%	783점	62%
연고있는 영업사원(5,179명)	(54)	(793)	(66)
영업사원이 되기 전부터 알던 친구/친지	9	833	77
이전에 거래하던 영업사원	12	819	74
이번에 주위사람이 소개해준 영업사원	33	773	61
직접 접촉한 영업사원(2,916명)	(30)	(775)	(58)
판촉을위해 직장/집에 찾아온 영업사원	2	803	62
판촉 DM을 보내 주던 영업사원	2	789	58
영업소를 직접 방문해서 만난 영업사원	27	773	58
간접 접촉한 영업사원(985명)	(10)	(755)	(54)
영업소에 전화 걸었을 때 통화한 영업사원	5	763	56
인터넷을 통해 알게 된 영업사원	4	750	54
중고매매상을 통해 소개 받은 영업사원	1	736	42
기타	5	784	58

개별 경로 별로 살펴보면 ‘영업사원이 되기 전부터 알던 친구/친지’를 통한 구입이 833점으로 가장 높았고, 다음 ‘이전에 거래하던 영업사원’이 819점으로 2위였다. 가장 점수가 낮은 경우는 적은 경우이지만 ‘중고매매상을 통해 소개받은’ 경우(736점)와 ‘인터넷을 통해 알게 된’ 경우(750점)였다. 그리고 ‘지인이 소개해준’ 경우보다는 연고가 없어도 ‘직접 찾아온’ 경우와 ‘판촉 DM을 보내주던’ 경우가 더 높았다.

이런 조사결과는 차를 사려는 사람과 영업사원에게 중요한 한가지씩을 말해준다. 먼저 차를 사려는 사람에게는 ‘아는 사람을 통해 차를 사라’는 것이다. ‘아는 사람’이 없으면, 이전에 거래 경험이 있던 영업사원이라도 좋다. 그것도 아니면 판매에 적극적인 영업사원을 찾아야 한다. 조사 결과는 한 다리 건너 연고 보다는 직접 발품 팔아 찾아 오거나 적극적인 영업사원을 통한 구입이 더 만족스러웠음을 보여준다.

영업사원에게 주는 교훈은 ‘차를 사려는 사람에게 믿음을 주라’는 것이다. 연고는 신뢰의 직접적인 증표이지만, 직접 방문이나 DM 발송 등의 적극적인 접촉 시도 믿음을 갖도록 촉진하는 역할을 한다. 자동차 회사는 차와 서비스로 소비자를 만족시켜야겠지만, 영업 서비스의 최전선에서 뛰는 사람은 결국 영업사원이다. ‘만사(萬事)는 인사(人事)’라 했다.

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

[조사개요]

- 조사명: 2011 자동차 품질 및 고객만족 조사
- 조사기관: ㈜마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사대상: 1년 내 새차 구매자
- 조사기간: 2011년 7월
- 조사방법: 온라인 우편조사(e-mail survey)
- 표본규모: 총 응답자 9,578명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사'로부터 발췌한 것입니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr 에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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

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