

자동차 영업사원, '할인' 보다는 '믿음'을 주어라

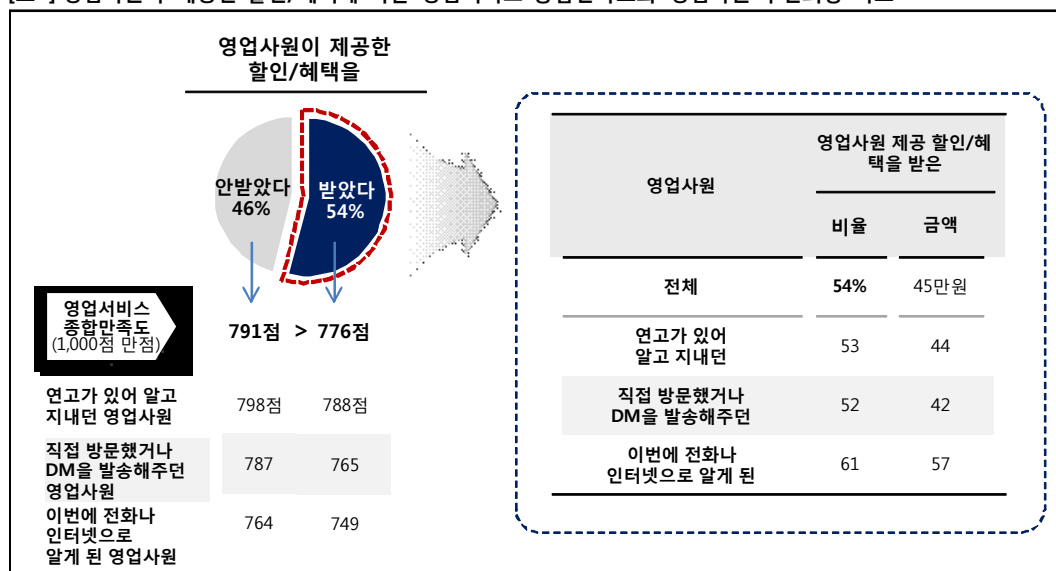
- '할인/혜택' 받은 사람 만족도 낮아
- 판매 후 관심 보이는 것이 더욱 중요

자동차 구매자와 영업사원이 서로 처음 알게 된 경우 이들은 전부터 알던 경우보다 더 큰 '할인/혜택'을 주고 받았다. 그러나 구매자들은 더 많이 받고도 만족도는 낮았다. 영업사원 역시 이들을 좋아하지 않았다. 좋은 관계로 발전하려면 영업사원이 차를 판 후에도 고객과 고객이 산 차에 관심을 보여야 한다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(대표:김진국)는 1년 이내(2011년 7월 기준이므로 2010년 7월 이후) 새 차를 사서 이용 중인 사람 8,936명에게 차를 구입할 때 영업사원에게 추가적인 할인이나 혜택을 받았는지, 그리고 받았다면 얼마나 받았는지, 그것에 얼마나 만족하는지 물었다.

조사결과 새 차를 산 사람들의 1/2 이상(54%)이 차를 살 때 영업사원으로부터 할인이나 혜택을 받았다. 금액으로 환산했을 때 평균 45만원 정도였다[표1].

[표1] 영업사원이 제공한 할인/혜택에 따른 영업서비스 종합만족도와 영업사원 추천의향 비교



영업사원에게 추가적인 할인/혜택을 받았는지 여부와 그 금액은 영업사원을 알게 된 경로에

For more Information

문의: 이견호 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

따라 달랐다. 영업사원에게 할인/혜택을 받은 비율은 영업사원이 연고가 있거나 직접 접촉이 있었던 경우보다는 전화나 인터넷 등을 통해 간접적으로 알게 된 경우가 10% 정도 높았고 (53%, 52% vs. 61%), 그 금액도 평균 14만원 정도 더 많았다(44만원, 42만원 vs. 57만원). 사전에 기본적인 인간관계가 없었던 만큼 보다 현실적인 거래를 한 것으로 보인다.

흥미로운 점은 자동차를 구입하는 동안 경험하는 영업소, 영업사원, 차량 인도과정 등 영업 서비스 전반에 대한 영업서비스 만족도다. 할인/혜택을 안 받은 사람들이 791점으로 예상과 달리 받은 사람(776점) 보다 15점 더 높았다. 구매자와 영업사원이 서로 알던 사이였나 아닌가에 따라라도 만족도에 차이가 있었다. 알던 사이가 20점 이상 높았다.

‘할인/혜택’을 주고 받는 것은 영업사원과 구매자가 ‘신뢰’와 ‘배려’를 나누는 현실적인 방법으로 보인다. 모르던 사이에서는 보다 확실한 담보로 더 큰 ‘할인/혜택’이 필요하다. 그러나 이는 일회용일 뿐이어서 지속적인 관계로 이어지는 것은 아니다.

나아가 조사 결과는 ‘전부터 알던 영업사원’, ‘전에 거래해 본 적이 있는 영업사원’에 대한 만족도(각각 833점, 819점, 참고로 전체 평균 783점)가 높으며, 판매 후에 연락을 해 온 영업사원(815점)을 그렇지 않은 경우(637점) 보다 월등히 좋아하며, 지인에게 추천할 의향에서도 현격한 차이(70%와 25%)를 보여준다.

이 연구 결과는 영업사원에게 몇 가지 조언을 준다.

먼저, 차는 연고가 있는 사람에게 파는 것이 유리하다. 지인의 지인이라도 좋다. 설사 아는 놈이 더 하다는 말을 들어도 낫다. 할인/혜택을 덜 주어도 괜찮고, 고객의 만족도도 높다.

둘째, 할인/혜택이 과하게 들더라도 팔아라. 팔지 않으면 영원히 끝이지만, 팔면 또 다른 기회가 있다. 처음부터 천사 같은 고객은 없다.

셋째, 고객에게 항상 진심으로 감사하고, 꾸준히 연락해라. 과한 할인/혜택을 줘야 했던 고객일수록 더 꾸준히 연락해라. 미워하면 평생 다시 볼 일이 없지만, 계속 연락하면 훌륭한 후원자가 될 것이다.

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 8,936명

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