

What **NITROFILL** Korea Can Do For You!

니트로필 코리아



고정고객 확보

- 차량을 구매한 고객 중 약 40%는 구매 후 단 한번도 차량 보수에 대한 비용을 지불하지 않습니다.
- 국립 자동차 판매업 협회 자료에 따르면 자동차 딜러로서 가장 큰 매출 손실이 발생하는 원인은 다수의 고객이 재방문 의사를 갖는 고정고객이 되기 전에 딜러를 교체하는 것입니다. 연평균 약 25%의 고객이 딜러십을 떠나는 것으로 조사되었습니다.
- 조사 자료에 따르면, 신규 자동차 딜러의 경우 차 한 대를 판매하기 위해 약 50만원의 광고비를 지출하지만, 고객 유지를 위한 투자는 거의 없는 것으로 나타났습니다. NitroFill의 경우 판매 차량 한 대당 약 2만원의 저렴한 비용으로 기존 고객유지를 가능하게 합니다.



서비스 판매 증가

- 일반 차량 서비스센터의 경우 한 고객 당 연간 방문 횟수가 약 1.2회인 반면, NitroFill 보유 서비스센터의 경우 그 횟수가 약 4.6회 까지 증가하는 것으로 확인되었습니다.
- 차량을 소유한 고객은 평균적으로 총 주행거리 5만 km 이하일 때보다 5만 km ~ 10만 km 사이에 약 5배 이상의 차량 관리비를 지출합니다. 하지만, 대부분의 딜러는 5만 km가 되기 이전에 고객의 2/3를 잃는 것으로 나타났습니다.
- 지난 36개월간 차량 보수를 위한 서비스센터 방문이 약 50% 가량 감소함에 따라 고객의 방문 횟수를 늘릴 수 있는 다른 요소가 필요합니다. 타이어 점검은 차량을 보유한 고객의 서비스센터를 방문 횟수의 가장 큰 비중을 담당하고 있습니다.



타이어 판매 증가

- 약 78%의 운전자는 차량 구매 후 처음으로 방문한 차량관리소에서 타이어 교체를 하는 것으로 나타났습니다. NitroFill은 서비스 고객의 재방문율을 높일 수 있는 기회를 제공합니다.
- NitroFill 보유 업체의 경우 고객의 서비스센터 방문횟수가 4배까지 늘어날 뿐만 아니라, 타이어 점검 의사를 갖고 방문하게 됩니다.



차량 판매 증가

- 신규고객의 차량 구매율은 약 8%인 반면, 고정고객의 경우 약 66%가 재구매 의사를 갖습니다.
- 고정고객에게 추가 차량을 판매하는 것 보다 새로운 고객을 유치하는데 약 10배 가까운 마케팅 비용이 소요되는 것으로 알려져 있습니다.
- 일반적으로 딜러가 보유한 고객 리스트 중 약 2%의 고객이 한 달에 차량 한 대씩을 구매합니다. 이 중 고정고객은 기존의 딜러에게서 차량을 구매할 확률이 매우 높습니다.

**No Other Service Need, Product or Program
Drives Traffic Like NitroFill!**