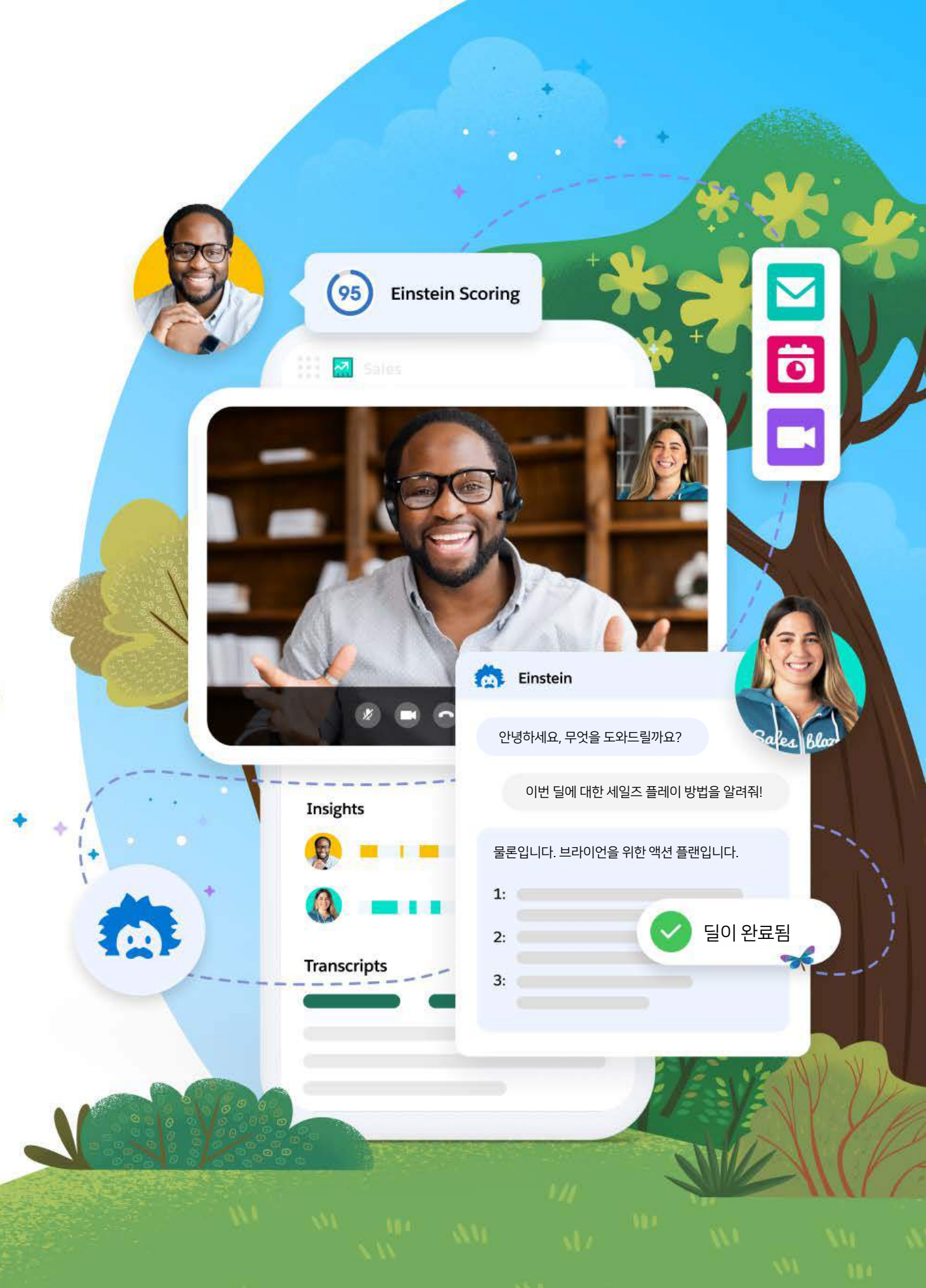


salesforce

세일즈 AI 플레이북: AI가 더 많은 거래를 성사시키는 7가지방법

최첨단 AI를 통해 시작할 수 있는 활용 사례와
성공 사례를 알려드립니다.



목차

세일즈 성과를 높여주는 AI 동료 3

Use cases

1 | 잠재 고객 자격 심사 자동화 4

2 | 거래 우선순위 정하기 5

3 | 프롬프트를 사용하여 개인 맞춤형 이메일 작성 6

4 | 즉시 회의 준비 7

5 | 전화 메모 자동 작성 및 주요 요점 식별 8

6 | CRM 업데이트 자동화 9

7 | 거래를 빠르게 성사시키기 위한 실시간 가이드 받기 10

세일즈를 위한 AI를 준비하는 4단계 11

AI를 사용하여 판매를 돕는 추가 리소스 12



세일즈 성과를 높여주는 AI 동료

세일즈를 위한 인공지능은 이제 전환점을 맞이하고 있으며, 성과가 높은 세일즈 팀은 성과가 낮은 팀보다 거의 두 배 더 많이 AI를 사용하고 있습니다. 하지만 이 기술은 하루아침에 등장한 것이 아닙니다.

예측 AI는 10년 전 처음 등장했으며, 고객 데이터를 모니터링하고 판매자에게 인사이트와 추천을 제공하는 도구와 함께 시작되었습니다. 이러한 도구는 가장 유망한 잠재 고객, 위험에 처한 거래, 그리고 예측 목표 달성 여부를 알려줍니다.

2022년에 **생성형 AI**가 등장하면서 AI는 단순히 정보를 제공하는 것을 넘어섰습니다. AI는 콘텐츠를 생성하고, 통화 내용을 요약하며, 이메일을 작성하고, 세일즈 전략을 만들기 시작했습니다. 우리는 더 이상 코드로가 아니라 대화로 AI와 소통할 수 있게 되었습니다.

최근에는 **자율형 AI**가 등장하여 복잡한 작업을 수행하는 비서 역할을 합니다. 웹사이트 방문자와 대화를 나누고, 그들을 잠재 고객으로 분류하는 등의 작업을 처리합니다.

세일즈 담당자를 위한 AI 혁신은 다음과 같습니다 :

예측 AI(PREDICTIVE AI)

AI 기반 인사이트 확인후
다음 단계 진행

“이 잠재 고객 중 누구에게
판매해야 할까?”

생성형 AI(Generative AI)

AI에게 콘텐츠 생성을
요청하기

“이 잠재 고객들에게 저를 소개하는
이메일을 작성해 주세요.”

자율형 AI(AUTONOMOUS AI)

AI에게 더 복잡한
작업을 맡기기

“응답한 잠재 고객에게 전화를
걸어 미팅 일정을 잡아 주세요.”

이제 AI는 단순한 컴퓨터 프로그램이 아닌 동료처럼 느껴지기 시작합니다. AI는 여러분만큼이나 고객을 잘 알고 있습니다. AI를 불러서 책상에 함께 앉아 대화를 나누고, 도움을 요청할 수 있습니다. 그 혜택은? 더 빠르게 잠재 고객을 찾고, 더 스마트하게 판매하며, 더 많은 거래를 성사시키는 것입니다.

하지만 모든 AI 발전과 흥분 속에서도 세일즈 팀은 준비가 되지 않았다고 느낍니다. 오직 47%만이 직장에서 생성형 AI를 최대한 활용하는 방법을 알고 있다고 답했습니다. 이 가이드가 도움을 드릴 수 있습니다. 세일즈를 위한 AI의 가장 중요한 활용 사례와 이를 회사에 도입하는 모범 사례를 함께 공유하겠습니다.



USE CASE
01

잠재 고객 자격 심사 자동화

세일즈 담당자는 세일즈와 관련이 없는 작업에 72%의 시간을 소비하며, 잠재 고객을 찾는 것이 가장 시간 소모적인 작업 중 하나입니다. 웹사이트 자체를 세일즈 담당자처럼 일하게 하고, AI를 사용하여 자격을 갖춘 잠재 고객을 보내줄 수 있다면 어떨까요?

AI의 역할:

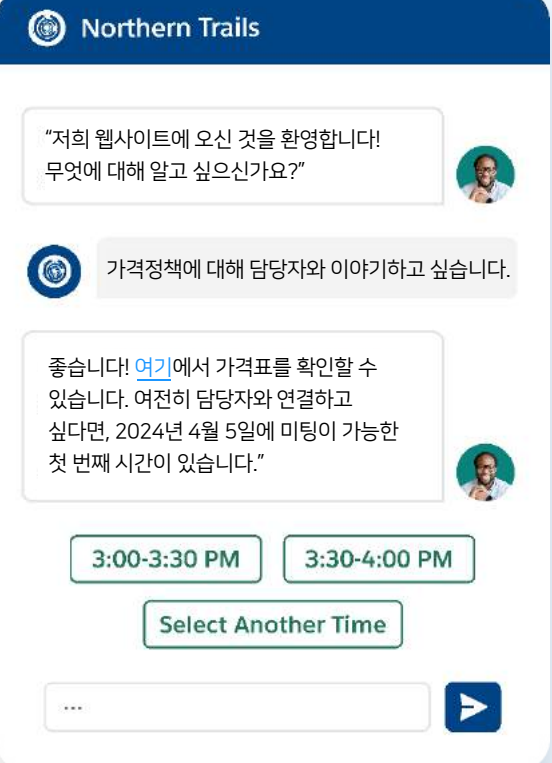
AI는 웹사이트의 기존 양식을 없애고 실시간 대화로 대체합니다. 채팅 도구를 사용하여 잠재 고객과 대화를 나누고, 무엇을 구매하고자 하는지 조사하는 중요한 순간에 질문을 통해 자격을 확인합니다.

AI의 실제 활용 사례:

잠재 고객이 회사 웹사이트를 방문하여 제품 조사를 하고, 더 많은 정보를 얻기 위해 라이브 채팅을 시작합니다. Sales Cloud의 채팅 도구인 Buyer Assistant가 그들을 맞이하고, 프로필과 관심 수준을 이해하기 위해 질문을 합니다. 이 잠재 고객이 판매자가 설정한 구매자 페르소나 기준에 부합하는 것으로 나타나면 Buyer Assistant는 그들을 잠재 고객으로 자격을 부여하고 연락처 정보를 수집합니다. AI는 CRM 데이터를 교차 확인하여 그들 또는 그들의 회사와 관련된 다른 기록이 있는지 확인하고, 이후 세일즈 담당자를 위한 컨텍스트를 수집합니다.

채팅이 끝나면 채팅 도구는 구매자에게 즉시 세일즈 담당자와 연결하거나 예약된 미팅을 선택할 수 있는 옵션을 제공합니다. 잠재 고객이 선택을 하면 세일즈 담당자는 성공적인 대화를 위해 필요한 모든 정보를 받습니다. 채팅 기록, 잠재 고객 기록, 및 기타 관련 CRM 데이터 같은 데이터를 포함해서 말이죠.

Sales Cloud의 Buyer Assistant가
웹사이트에서 리드를
자격 심사하고 전달합니다.



USE CASE
02

거래 우선순위 정하기

성과를 얻기 위해서는 먼저 복잡한 데이터 속에서 중요한 정보를 찾아야 합니다. 어떤 잠재 고객이 실제 거래로 이어질지 또는 어떤 잠재 고객이 무의미할지 파악하는 것은 지루하고, 시간 소모적이며, 많은 데이터를 기반으로 판단을 내려야 하는 작업입니다. 즉, AI에게 맡기는 것이 가장 좋은 작업입니다.

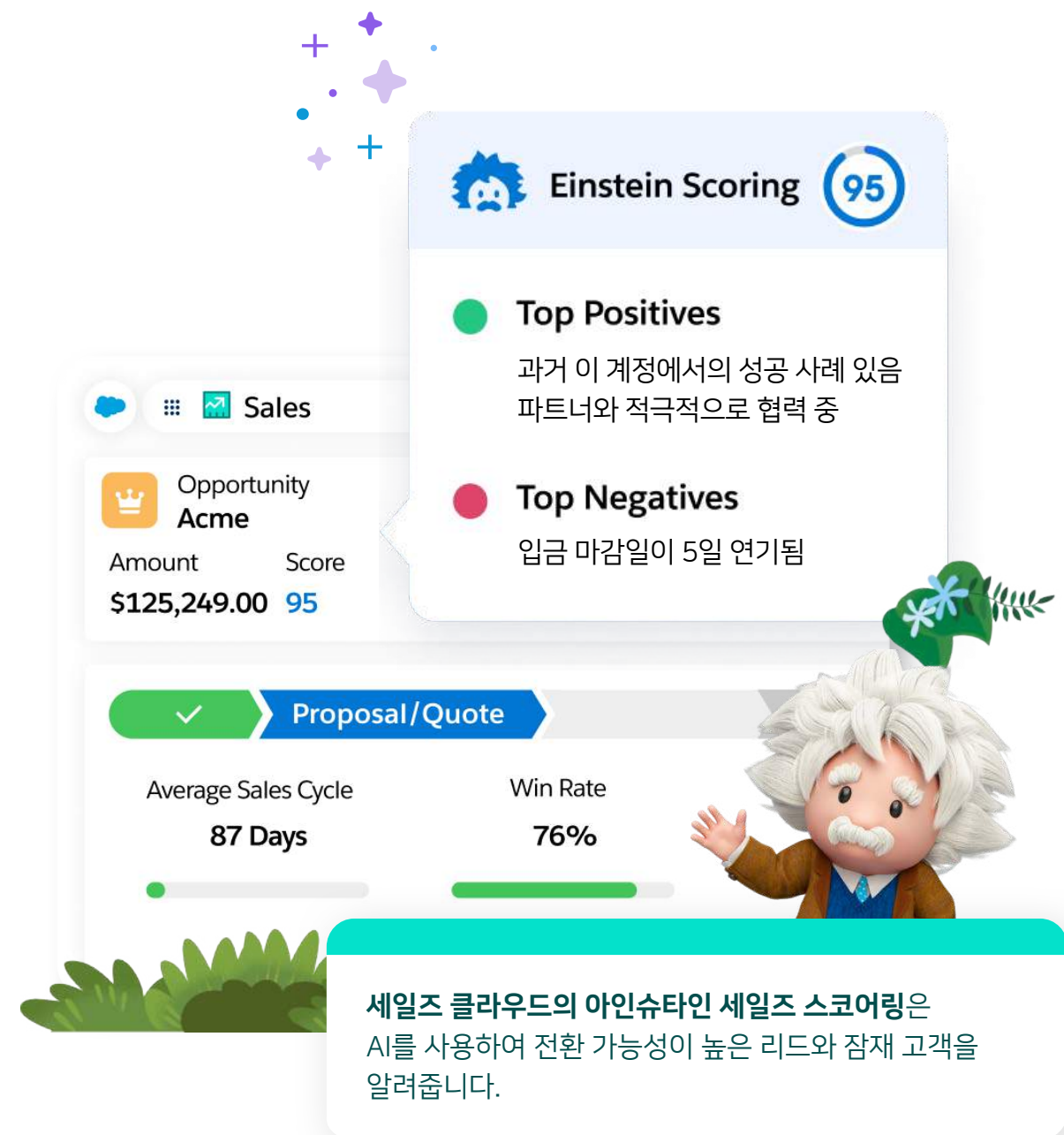
AI의 역할:

AI는 CRM의 과거 데이터를 분석하여 성공적인 거래와 실패한 거래의 공통 특성을 찾아냅니다. 이를 통해 미래의 잠재 고객이 거래로 이어질 가능성을 정확하게 예측하는 모델을 생성하고 점수를 매겨 순위를 정합니다. 세일즈 담당자가 고객과의 상호 작용을 계속하고 그 데이터를 CRM에 기록함에 따라 AI 도구는 잠재 고객 프로필을 지속적으로 업데이트하여 점수가 항상 정확하도록 합니다.

AI의 실제 활용 사례:

분기의 시작에 세일즈 담당자는 목표를 달성하기 위해 올바른 잠재 고객에 집중하려고 합니다. 현재 잠재 고객 목록을 불러와 Sales Cloud에서 제공하는 기회 점수(Opportunity Scores)에 따라 정렬합니다. 이 점수는 1(거래 성사 가능성이 매우 낮음)부터 99(거래 성사 가능성이 매우 높음)까지 순위가 매겨져 있습니다.

세일즈 담당자는 더 많은 정보를 얻기 위해 점수를 클릭하여 각 점수 뒤에 있는 긍정적 및 부정적 요인을 살펴봅니다. 이를 통해 왜 특정 거래가 다른 거래보다 더 유망한지 이해하게 됩니다. 그리고 세일즈 담당자는 거래 성사 가능성이 높은 고객에게 연락하기 시작합니다.



USE CASE
03프롬프트를 사용하여
개인 맞춤형 이메일 작성

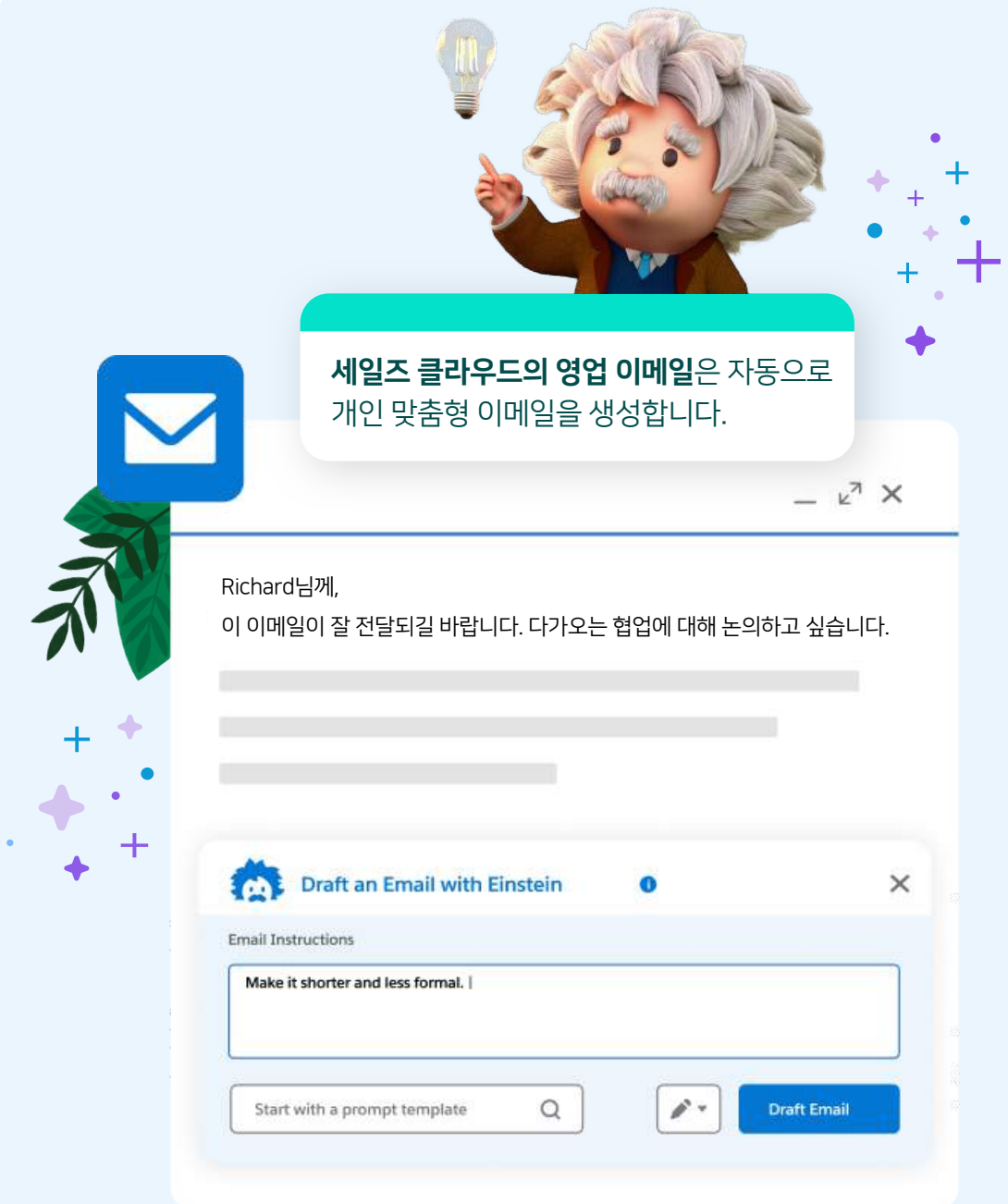
당신은 이메일 작성을 하기위해 세일즈를 시작한 것이 아닙니다. AI는 사람만큼 효과적으로 세일즈 이메일을 작성할 수 있어 더 많은 시간을 판매 활동에 집중할 수 있게 해줍니다. 82%의 세일즈 팀이 이미 이메일과 같은 콘텐츠를 생성하는 데 생성형 AI를 사용하고 있는 것은 놀라운 일이 아닙니다.

AI의 역할:

2022년에 생성형 AI는 인간처럼 글을 쓰는 능력으로 우리를 놀라게 했습니다. 초기 모델들은 공개 데이터를 사용했지만 오늘날의 생성형 AI는 내부 고객 데이터도 분석할 수 있습니다. 이를 통해 팀은 일반적인 이메일을 넘어 CRM에 이미 저장된 정보를 사용해 더욱 개인화된 접근을 할 수 있게 됩니다.

AI의 실제 활용 사례:

세일즈 담당자가 Outlook을 사용하여 잠재 고객에게 연락을 하고 세일즈 대화를 시작합니다. Einstein은 Sales Cloud에 새로운 거래 기록을 생성하고, 담당자와 잠재 고객이 이메일을 주고받을 때마다 Einstein이 이메일 요약을 기록에 업데이트합니다. 결국 담당자와 잠재 고객은 통화로 만나 데모 일정을 잡습니다. Einstein은 모든 단계를 추적하여 거래를 다음 파이프라인 단계로 이동시키고 통화 기록과 요약을 거래 기록에 추가합니다.



USE CASE
04

즉시 회의 준비

세일즈는 관계를 구축하는 게임입니다. 그래서 세일즈 담당자들은 더 강한 연결을 만들기 위해 잠재 고객의 관심사, 필요, 행동을 연구하는 데 매주 몇 시간을 보냅니다. 이러한 작업을 대신해주고 몇 초 만에 최신 정보를 습득할 수 있는 도구가 있다면 어떨까요?

AI의 역할:

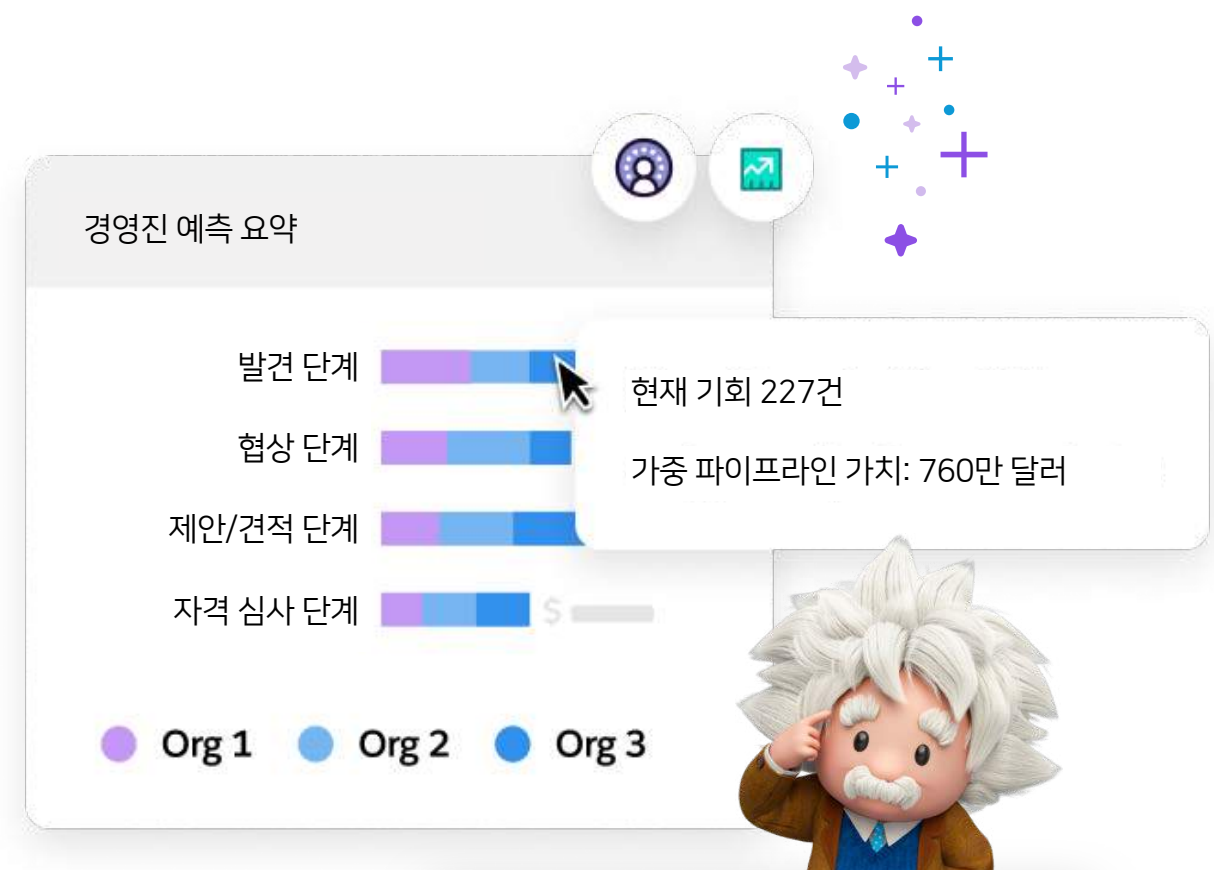
AI는 공개 데이터와 CRM 데이터를 분석하여 회의 전에 알아야 할 중요한 정보를 요약해줍니다. 특정한 정보가 필요하다면, 질문을 입력하면 AI가 그에 맞는 답변을 제공합니다.

AI의 실제 활용 사례:

한 세일즈 담당자가 휴가 중인 동료 대신하여 주요 고객 계정을 파악하려고 합니다. Sales Cloud에서 100,000달러 이상의 거래를 필터링합니다. 이러한 거래 중 많은 데이터가 수년 전으로 거슬러 올라가며 많은 정보를 걸러내야 합니다. Einstein은 관련된 사람, 최근 활동, 주의해야 할 리스크, 추천 다음 단계와 같은 주요 정보를 제공하여 거래 요약을 도와줍니다.

Einstein은 고객 중 한 명이 가격에 대한 질문을 포함한 이메일을 보냈고 답변을 기다리고 있다는 것을 알립니다.

세일즈 담당자는 Einstein에게 묻습니다. "이 이메일에 답변하기 전에 이 고객에 대해 알아야 할 핵심 사항은 무엇인가요?" Einstein은 주요 계정 세부 사항과 이전 회의에서의 메모를 포함하여 거래를 평이한 단어로 요약해 주어 세일즈 담당자가 대화를 이어갈 수 있도록 돕습니다.



Sales Cloud의 영업 요약 기능은 질문에 빠르게 응답하고 즉시 회의 준비를 할 수 있게 도와줍니다.

USE CASE
05전화 메모 자동 작성 및
주요 요점 식별

세일즈 통화에는 중요한 정보가 가득하지만 이러한 정보를 수작업으로 기록하기는 어렵고 나중에 다시 탐색하기는 더욱 어렵습니다. 한 가지 중요한 말을 찾고자 하는 세일즈 담당자는 통화 전체를 다시 들어야 합니다. 이는 시간 소모가 큰 작업입니다.

AI의 역할:

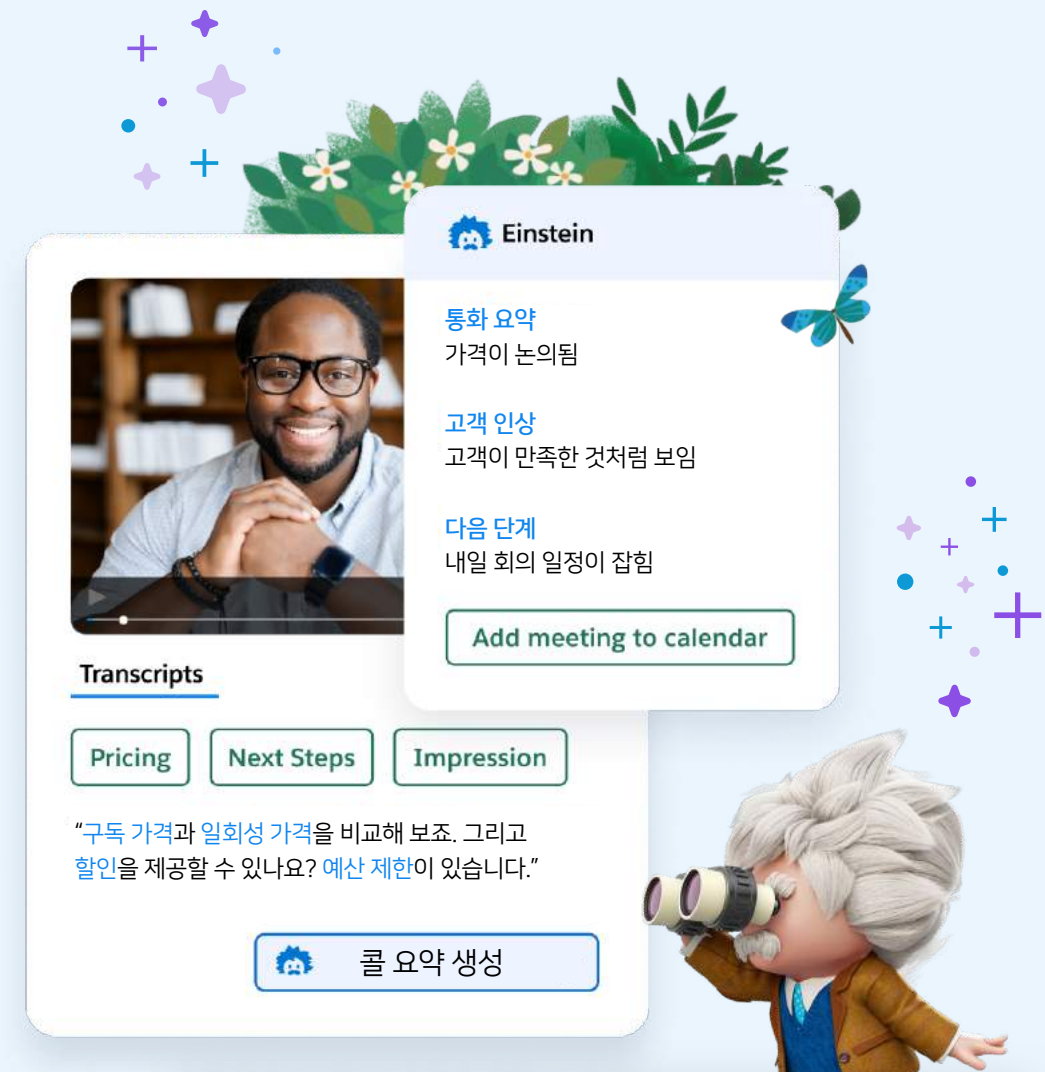
AI는 세일즈 통화를 구조화된 요약본으로 기록하고, 중요한 순간을 표시하며, 다음에 취할 최적의 조치를 식별할 수 있습니다. 이렇게 풍부하게 주석이 달린 문서는 세일즈 통화를 다루기 어려운 데이터에서 인사이트를 얻을 수 있는 유용한 데이터로 변환시킵니다.

AI의 실제 활용 사례:

통화 중에 세일즈 담당자는 [Einstein Conversation Insights \(ECI\)](#)를 사용하여 자세한 메모를 작성하고 고객에게 집중할 수 있습니다. 통화가 끝난 직후 ECI는 통화 내용 기록, 고객 감정 요약 및 목표, 반대 의견, 언급된 제품 등 논의된 주제 요약 등 세일즈 담당자가 필요한 내용을 정확하게 정리해 줍니다. ECI는 또한 다음에 취할 권장 조치도 포함합니다.

몇 달 후 고객이 다시 이메일로 문의합니다. “몇 달 전에 논의했던 구매 옵션을 비교할 시간이 있을까요?”

내용을 까마득하게 잊어버린 세일즈 담당자는 Einstein에게 묻습니다. “몇 달 전 통화에서 논의했던 구매 옵션이 뭐였죠?” 몇 초 만에 Einstein이 답합니다. “고객은 구독 패키지와 일회성 구매를 비교하고 싶어 했으며, 구독 패키지의 비용이 너무 비싸다고 했습니다.” 세일즈 담당자는 자료 준비를 마치고 전화를 겁니다.



콜 요약 및 통화 탐색 기능은 Sales Cloud에서 제공됩니다.
이 기능들은 통화를 요약하고, 다음 단계 조치를 추천하며,
이전 대화를 탐색하는 데 도움을 줍니다.

USE CASE
06

CRM 업데이트 자동화

AI가 인사이트와 지침을 제공하려면 모든 세일즈 활동을 파악할 수 있어야 합니다. 모든 데이터를 기록하는 것은 하루 종일 해야 하는 또 다른 업무처럼 느껴질 수 있습니다. 특히 69%의 세일즈 전문가가 이전보다 일이 더 어렵다고 느끼는 상황에서는 더욱 그렇습니다. 과연 해결책은 무엇일까요? AI가 데이터를 대신 기록하게 하여 당신이 더 많은 시간을 판매 활동에 할애할 수 있도록 하는 것입니다.

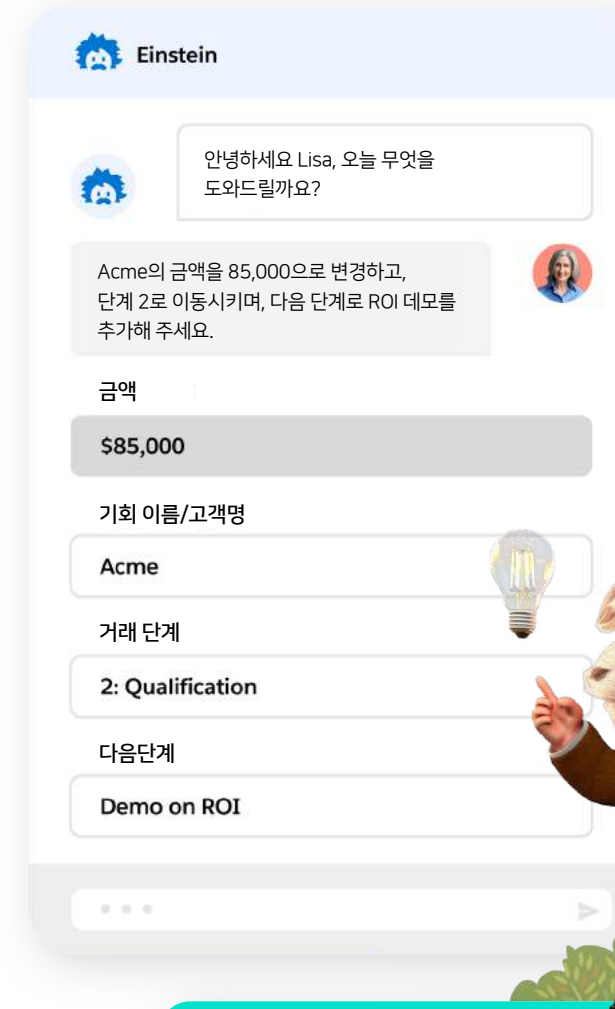
AI의 역할:

세일즈 담당자가 세일즈 과정을 진행하면서 AI는 고객 상호 작용(통화, 이메일, 메시지)에서 필요한 모든 데이터를 자동으로 수집합니다. 이를 통해 AI는 고객의 행동을 분석하고 거래 위험을 경고하며 기회를 식별합니다.

AI의 실제 활용 사례:

세일즈 담당자가 Outlook을 사용하여 잠재 고객에게 연락을 하고 세일즈 대화를 시작합니다. Einstein은 Sales Cloud에 새로운 거래 기록을 생성하고 담당자와 잠재 고객이 이메일을 주고받을 때마다 Einstein이 이메일 요약물을 기록에 업데이트합니다. 결국 담당자와 잠재 고객은 통화로 만나 데모 일정을 잡습니다. Einstein은 모든 단계를 추적하여 거래를 다음 파이프라인 단계로 이동시키고 통화 기록과 요약물을 거래 기록에 추가합니다.

데모 발표 전에 세일즈 담당자는 LinkedIn에서 잠재 고객을 조사하고 그들이 비용 절감과 생산성에 관심이 있다는 사실을 발견합니다. 세일즈 담당자는 Einstein에게 거래 기록에 이 주제들을 데모에서 강조하라는 메모를 남기도록 요청합니다. 데모를 발표할 때가 되면 담당자는 맞춤형 데모가 잠재 고객이 찾고 있는 정확한 내용을 전달할 것이라는 자신감을 느낍니다.



Einstein Activity Capture와 Einstein Copilot은 판매 프로세스 전반에 걸쳐 데이터를 수집하고 가이드를 제공합니다.

USE CASE
07

거래를 빠르게 성사시키기 위한 실시간 가이드 받기

“이 거래를 성사시키기 위해 무엇을 해야 하나요?” 이것은 판매자가 할 수 있는 가장 중요한 질문 중 하나이며, 오늘날 AI는 이에 대한 답을 제공할 수 있습니다.

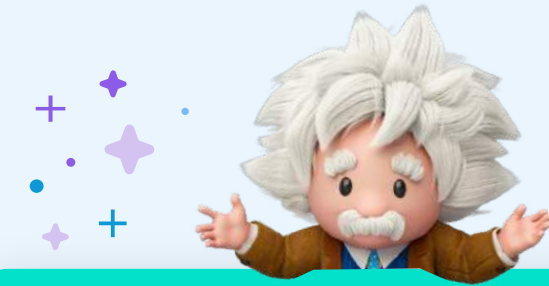
AI의 역할:

생성형 AI는 세일즈 팀에게 거래를 성사시키기 위한 구체적인 단계별 행동 계획을 제공할 수 있습니다. 이러한 계획을 자동화하기 어려운 이유는 구매자의 활동과 팀의 변화하는 전술에 따라 항상 변경될 필요가 있기 때문입니다. 이제 생성형 AI는 내부 및 외부 데이터를 살펴보면서 이러한 변화를 따라잡을 수 있게 되었고, 추천되는 행동은 구매자와 판매자 모두에게 개인화되어 새로운 정보가 나올 때마다 업데이트될 수 있습니다.

AI의 실제 활용 사례:

한 세일즈 담당자가 진행이 멈춘 거래를 다루고 있습니다. 문제 없습니다. 담당자는 단순히 Einstein에게 거래를 재개할 수 있는 세일즈 전략을 요청합니다. Einstein은 즉각적으로 분석을 수행하여 문제를 파악합니다: 세일즈 담당자가 경쟁사의 가격과 맞서고 있다는 것입니다.

Einstein은 경쟁사를 능가할 수 있는 행동 계획을 추천합니다: 경쟁사의 제안을 능가할 수 있는 두 가지 특정 제품의 할인 번들 제안을 보내라는 것입니다. 세일즈 담당자는 Einstein에게 할인 번들의 세부 사항을 경쟁사의 제품 및 가격과 비교하는 데이터 시트를 포함한 이메일을 보내 달라고 요청합니다.



Generative Sales Plays는 영업 직원들에게 거래를 성사시키기 위한 단계별 지침을 제공합니다.



안녕하세요, 무엇을 도와드릴까요?

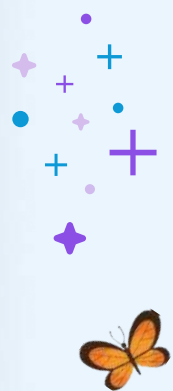
이 기회를 성공적으로 마무리하기 위한 플랜을 알려줘

물론입니다! Acme를 위한 실행 계획입니다:

1, 재 접촉 콜, 2024년 5월 4일
 액션: Chandra Patel(CTO)에게 전화하세요.
 중점 사항: 소통 부족을 인정하고, 새로운 인수 후 우리의 위젯이 가지는 가치를 설명하세요. 회의를 제안합니다.

2.대면 회의, 2024년 5월 8일

액션: Acme 본사에서 만남을 가지세요. Chandra Patel (CTO)와 Jeff Steen(운영 부사장)을 초대합니다.
 중점 사항: 새로운 맥락에서 위젯을 시연하세요.”



세일즈를 위한 AI를 준비하는 4단계

AI의 가능성을 받아들일 준비가 되셨나요? 여정에 나서기 위한 네 가지 단계를 소개합니다.



1 AI가 효과적으로 작동하려면 당신이 보는 것과 동일한 고객 데이터를 볼 수 있어야 합니다.

문제는 이 고객 데이터가 종종 내부 및 외부 시스템에 분산되어 있고, 다양한 형식을 사용한다는 것입니다. 이러한 다양한 데이터 소스를 표준화하여 하나의 통합된 데이터 스트림으로 만들 수 있는 [기술](#)을 사용하여 모든 데이터를 통합하세요. 이를 통해 AI는 고객에 대한 360도 뷰를 확보할 수 있습니다.

3 고객 데이터를 보호하세요.

많은 고객이 자신의 데이터를 기업에 맡기는 것을 신뢰하지 않으며, 71%의 IT 리더는 생성형 AI가 [데이터 보안 위험을 초래](#)할 것이라고 말합니다. AI를 사용하기 전에 업계 표준 보안 조치를 통해 데이터 보안과 개인정보 보호를 보장하세요.

이러한 조치에는 프롬프트 암호화, 개인 식별 정보 제거, 그리고 데이터를 CRM 외부에 저장하지 않는 것이 포함됩니다.

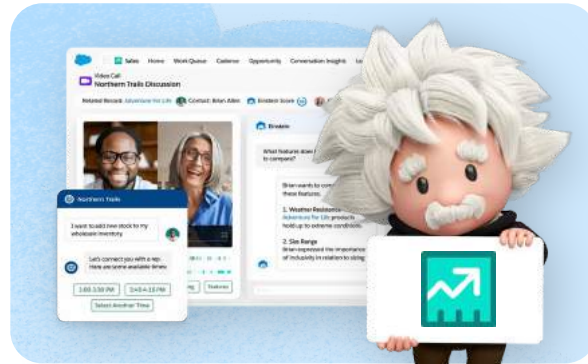
2 AI 도구를 하나의 장소, 즉 CRM에 통합하세요.

이제 AI가 고객 데이터를 볼 수 있도록 정리했으니, 기술 스택을 [단순화하여 AI 도구를 CRM 내에 통합](#)하세요. 이렇게 하면 데이터와 AI 기능이 한 곳에 중앙 집중되어, 세일즈 담당자들이 이미 사용하고 있는 시스템에서 인사이트와 생성 도구를 제공받아 더 효율적으로 일할 수 있습니다. 또한 복잡한 기술 스택을 유지하는 데 드는 비용을 절감할 수 있습니다.

4 AI의 윤리적 사용을 보장하세요.

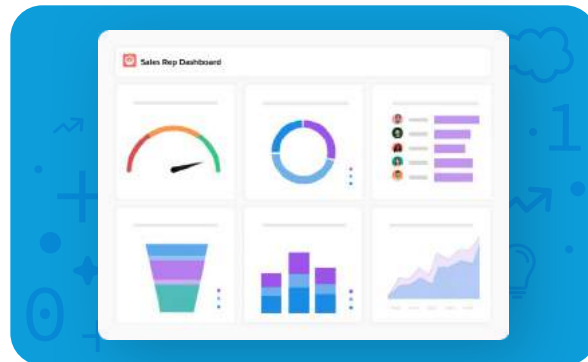
54%의 세일즈 전문가들이 생성형 AI 사용에 [윤리적 가이드라인이 중요하다](#)고 말합니다. 이는 AI 결과물이 잘못된 정보, 유해성, 편향성을 포함할 위험이 있기 때문입니다. 세일즈를 위한 AI가 더욱 강력하고 널리 사용됨에 따라, 결과를 사람이 검토하고 피드백을 제공하여 모델을 개선하는 등의 점검과 통제가 중요합니다.

AI를 사용하여 판매를 돕는 추가 리소스



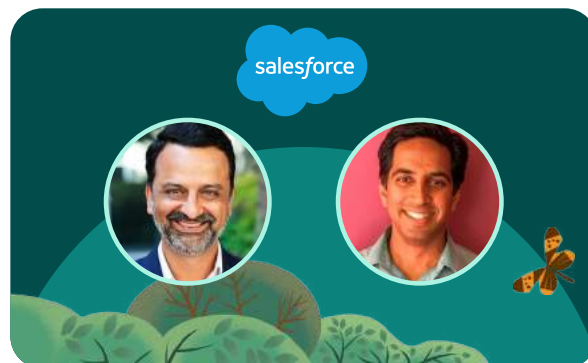
Sales Cloud에 내장된 AI 기능을 알아보세요.

Sales Cloud에서 제공하는 완전한 생성형 및 예측형 AI 도구 세트를 세일즈 팀에게 제공하여 거래를 더 빠르게 성사시킬 수 있도록 지원하세요.

[AI와 함께 시작하세요](#)

AI의 거래 성사 능력을 직접 확인해 보세요.

Sales Cloud의 AI 도구가 일상적인 작업을 처리하고, 각 거래에 대한 최적의 조치를 안내하는 모습을 확인해 보세요.

[데모 보기](#)

AI를 위한 데이터 보안에 대한 전문가의 조언을 얻으세요.

두 명의 세일즈포스 임원과 함께 AI 기반 비즈니스 성장의 새로운 시대에서 안전하게 경쟁하고 성공하는 방법에 대해 논의해 보세요.

[웨비나 시청하기](#)



Salesforce 솔루션 문의하기

Salesforce 솔루션에 대해 궁금하신 사항이 있다면 연락주세요.
Salesforce의 숙련된 전문 담당자가 바로 연락 드리겠습니다.

- 🌐 www.salesforce.com/kr
- ✉ korea-marketing@salesforce.com
- ☎ 080-822-1378