

salesforce

# CRM을 위한 AI 트렌드 리포트

전 세계 소비자, 비즈니스 리더, 기술 리더로부터 발견한  
AI 인사이트를 확인하세요.



AI Assistant



Hi Laura, how can I help you?



Can you create a close plan for this opportunity?



Here is your close plan:

1. Send Information to Laura Lake
2. Send Pledge Packet to Sarah Summit
3. Schedule a meeting

Create Tasks

Describe your task or ask a question...

Trusted AI



## Salesforce AI CEO가 전하는 말



**Clara Shih**

Salesforce AI, CEO

업무를 간소화하고 성과를 개선하며 탁월한 고객 경험을 제공할 수 있는 무한한 기회를 제공하는 생성형 AI 혁명이 도래했습니다. 이미 코드 생성, 고객 서비스 자동화, 영업 요약 등의 분야에서 초기 성과를 거두었지만 이제 시작에 불과합니다.

기업 AI의 주요 성공 요인으로 신뢰가 부각되고 있으며, 여기에는 데이터 보안, 데이터 프라이버시, 안전 및 윤리적 가이드라인이 포함됩니다. 다음으로는 병목 현상, 고충 해결, 성과 개선 기회를 다루는 가장 영향력 있는 사용 사례에 집중할 필요성이 있습니다. 완성형 AI 솔루션은 가치 실현 시간을 단축하고 가치 실현 시간을 가속화하고, 초기 자동화 기회를 테스트 및 검증할 수 있는 가장 빠르고 위험이 적은 경로입니다.

데이터는 모든 AI 전략의 중추이며, 기업 AI의 잠재력을 최대한 발휘하는 열쇠입니다. 이 데이터의 상당 부분은 이미 회사의 CRM에 존재합니다. 기업들이 더 성숙한 사용 사례를 달성하려고 할 때, CRM 데이터를 활용하는 것에서 벗어나 기업 전반에 걸쳐 활용되지 않은 데이터를 활용하는 방향으로 전환할 수 있습니다. 이 시점에서 많은 고객이 Salesforce의 데이터 클라우드를 통해 하고 있는 것처럼, 애플리케이션 전반에 걸쳐 데이터를 통합하고 조화시키는 전략을 실행하는 것이 필수적으로 됩니다.

마지막으로, AI의 전례 없는 빠른 변화 속도는 기업들이 전 직원을 대상으로 기술을 향상시킬 것을 요구합니다. 이는 한 번으로 끝나는 작업이 아니라, AI가 발전함에 따라 지속적으로 학습해야 하는 과정입니다. Salesforce에서는 Trailhead 학습 플랫폼을 통해 AI 과정과 인증을 제공함으로써, 기업들이 팀을 강화하고 변화의 최전선에 설 수 있도록 돕는 데 전념하고 있습니다.

앞으로 우리는 더욱 큰 변화를 목전에 두고 있습니다. 우리는 생성, 요약, 분석 기능을 넘어, 더 높은 수준의 계획, 추론, 그리고 조정을 더 큰 자율성을 가지고 수행할 수 있는 능동적 AI로 빠르게 진화하고 있습니다. 또한, 비용과 계산 능력의 균형을 맞추는 소규모 도메인 특화 모델의 새로운 가능성도 떠오르고 있습니다.

이 보고서에서는 기업들이 AI를 어떻게 접근하고 있으며, 기업 AI 성숙도를 높여 변혁적인 결과를 달성하는 방법에 대한 최신 인사이트를 확인하실 수 있습니다.

## 리포트 개요

매년 Salesforce는 다양한 직무, 산업 및 지역의 전문가들이 자신에게 가장 관련성이 높은 트렌드를 파악할 수 있도록 연구를 수행합니다. 이 특별 보고서는 2023년 2월부터 2024년 4월 사이에 실시한 여러 차례의 익명성이 보장된 Salesforce 설문조사에서 얻은 데이터를 집계한 것입니다.

이 설문조사에는 전 세계 비즈니스 의사결정권자, 기술 의사결정권자, 일반인으로부터 수천 건의 응답이 있었습니다. 자세한 내용은 31페이지를 참조하세요. 반올림으로 인해 이 보고서의 모든 백분율 합계가 100%와 같지는 않습니다. 모든 비교 계산은 반올림된 숫자가 아닌 전체 숫자로 이루어졌습니다.



# 목차

- 핵심요약 ..... 05
- 서론: AI의 잠재력을 활용하기 위한 기업들의 경쟁 ..... 06
- 1장 | 고객들이 AI를 평가할 때 가장 중요한 것, 신뢰 ..... 10
  -  **심층분석:** AI 윤리에 대한 전문가의 관점 ..... 14
- 2장 | 기업의 데이터 기반 평가 ..... 15
  -  **심층분석:** AI 모델, 데이터, 그리고 직접 개발 VS 구매의 딜레마 ..... 19
- 3장 | 기업 전반에서 구체화되는 AI 사용 사례 ..... 20
- 4장 | AI 시대에 맞춘 직무 기술과 정책의 변화 ..... 26
  -  **심층분석:** 직원들을 위한 AI 가이드라인에 대한 전문가의 관점 ..... 29
- 추가 자료 ..... 30



## 핵심 요약

### 서론: AI의 잠재력을 활용하기 위한 기업들의 경쟁

AI가 다양한 산업과 사회 전반에서 차지하는 역할은 불과 몇 년 안에 기하급수적으로 성장할 것으로 예상됩니다.

IDC에 따르면, 기업들은 2023년에 생성형 AI 솔루션에 160억 달러를 투자했으며, 2027년에는 1,400억 달러를 투자할 것으로 예상됩니다. 이는 연평균 성장률(CAGR) 70%에 해당합니다.

## 01

고객이 AI를 평가할 때 가장 중요하게 생각하는 것은 신뢰입니다.

소비자들은 AI를 일상 생활의 일부로 점점 더 받아들이고 있지만, 신뢰와 투명성을 바탕으로 한 접근이 필요하다는 다양한 감정을 가지고 이 기술에 접근하고 있습니다. 전체 인구의 74%가 AI의 비윤리적 사용에 대해 우려하고 있으며, 63%는 AI의 편향성에 대해 걱정하고 있습니다.

## 02

데이터 기반의 평가가 중요해진 기업들

AI가 잠재력을 발휘하기 위해서는 우수한 데이터가 필요합니다. AI 기술의 발전은 기업들로 하여금 데이터의 품질, 적시성, 그리고 보안을 평가하도록 촉발하고 있습니다. 86%의 기술 의사결정자들은 AI의 출력은 입력된 데이터의 품질에 달려 있다고 동의합니다.

## 03

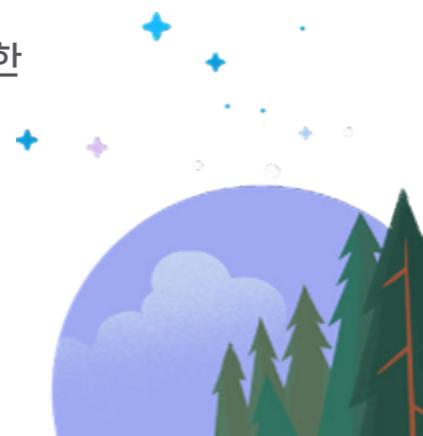
기업 전반에서 구체화되는 AI 사용 사례

콘텐츠와 커뮤니케이션 생성이든, 프로세스 최적화든, 팀들은 AI를 업무 흐름에 통합하는 최적의 방법을 찾아가고 있습니다. 투자 규모가 증가함에 따라, 판매, 서비스, 마케팅 또는 커머스 팀의 92% 이상이 AI 투자를 고려하고 있습니다.

## 04

AI 시대에 맞춰 진화하는 직장 내 기술 및 정책

직원들은 AI가 자신의 경력에 미칠 변혁적인 영향을 인식하고 있지만, 고용주들은 그들을 성공적으로 준비시키는 데 있어 대부분 뒤처지고 있습니다. 56%의 사무직 근로자들은 생성형 AI가 자신의 역할을 변화시킬 것이라고 믿고 있지만, 단 21%만이 회사가 AI 사용에 관한 명확한 정책을 제공했다고 말합니다.



# 서론:

AI의 잠재력을 활용하기 위한  
기업들의 경쟁



# 디지털 네이티브, AI 도입을 선도하다

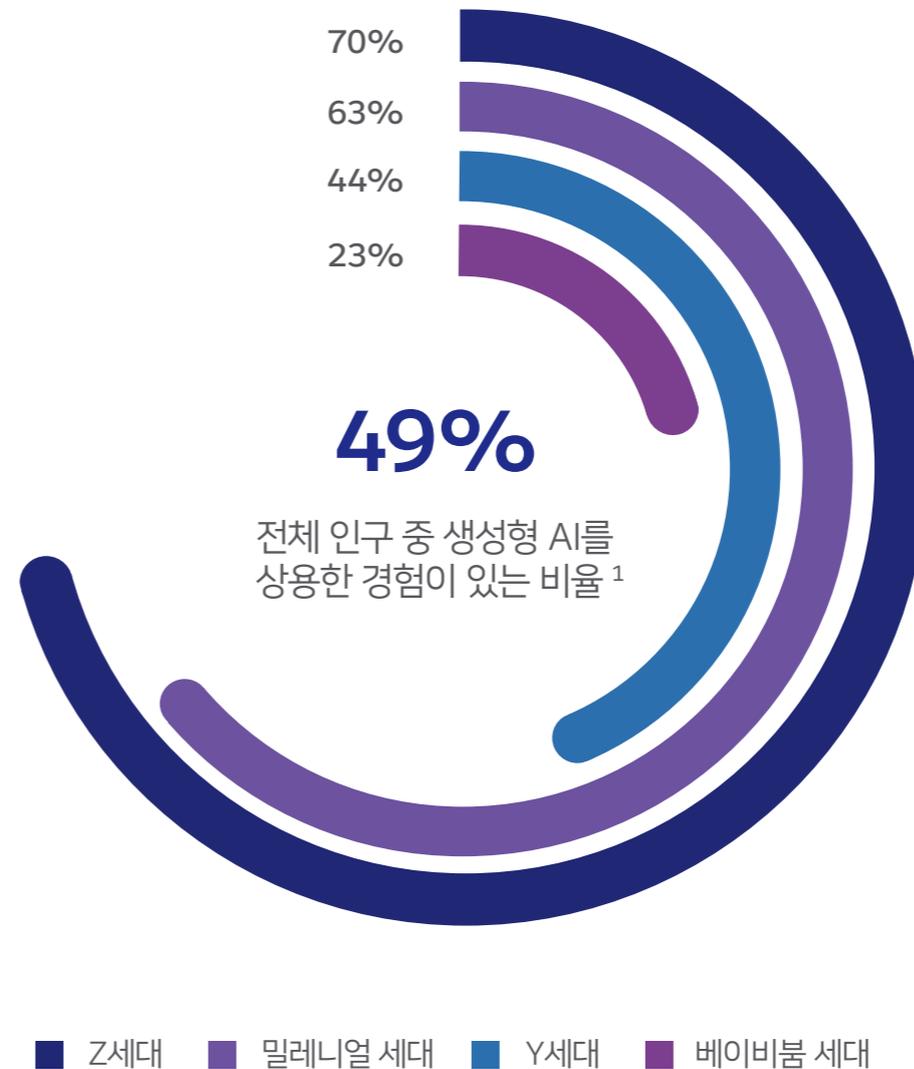
2022년 11월 ChatGPT가 도입된 이후 사회는 생성형 AI의 힘에 매료되어 비즈니스와 일상 생활에 미치는 영향에 대해 많은 논의가 이루어지고 있습니다.

2023년 말 기준, 전체 인구의 약 절반, 즉 모든 기업의 최종 고객이나 사용자 중 상당수가 최소한 한 번은 생성형 AI를 사용해 보았으며, 그중 많은 사람들이 이를 정기적으로 사용하고 있습니다.

새로운 기술이 대개 그렇듯, 젊은 세대가 AI를 더 잘 받아들입니다. Z세대 10명 중 무려 7명이, 밀레니얼 세대 10명 중 6명 이상(63%)이 생성형 AI를 사용하고 있습니다.

**52%의 생성형 AI 사용자들이 AI 기술 사용이 증가하고 있다고 말합니다.<sup>1</sup>**

## 젊은 세대의 AI 수용



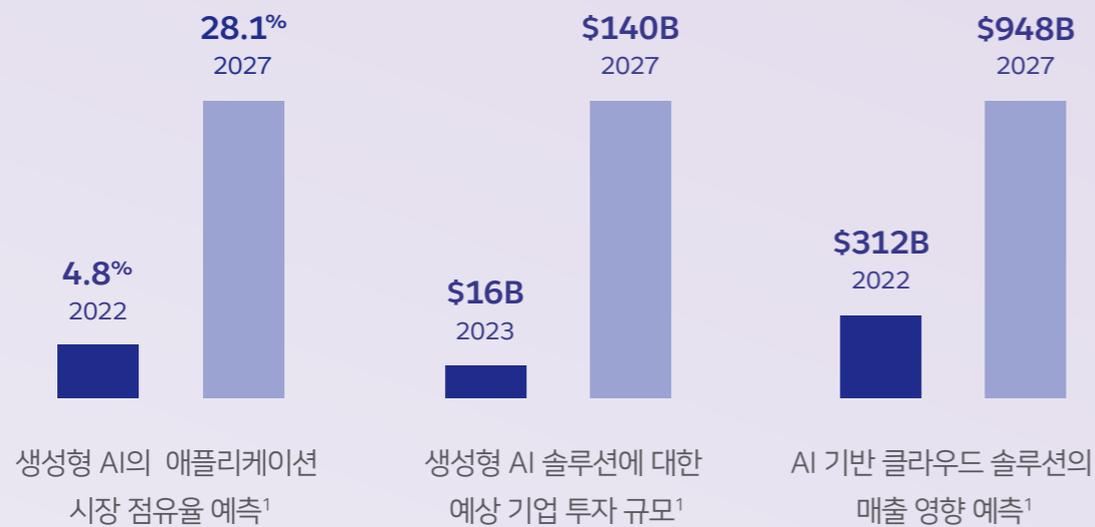
<sup>1</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 시리즈: AI의 분열, 2023년 9월.

# AI의 파급력은 이제 시작에 불과합니다

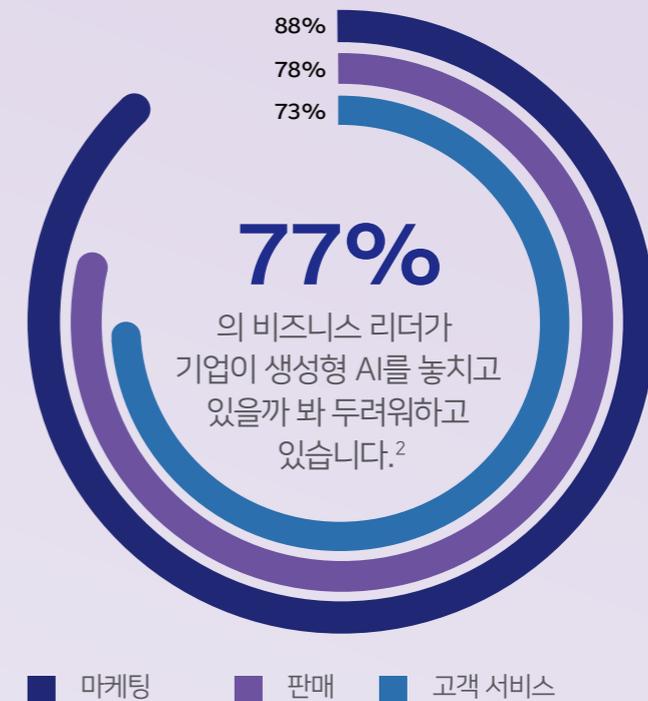
AI는 이미 비즈니스에 큰 영향을 미치고 있는 지각 변동과 같은 기술이며, 앞으로 몇 년간 그 영향력은 기하급수적으로 커질 것입니다. IDC는 AI 기반 클라우드 솔루션의 매출이 2022년부터 2027년까지 연평균 성장률(CAGR) 20%를 기록할 것으로 예측하고 있으며, 2023년부터 2028년까지 기업들이 생성형 AI 솔루션에 대한 투자가 70%의 연평균 성장률(CAGR)을 기록할 것으로 전망하고 있습니다.

이러한 기술적 혁신은 빠르게 다가오며, 이를 따라가지 못하는 기업들은 경쟁에서 뒤처질 위험이 큼니다. 과거에 인터넷 시대나 클라우드 컴퓨팅 혁명에 적응하지 못했던 기업들처럼, 많은 비즈니스 리더들은 이미 뒤처질 수 있다는 우려를 하고 있습니다.

## AI 혁명은 이제 시작일 뿐



## 기업들은 AI FOMO를 가지고 있습니다



<sup>1</sup> IDC 백서, 세일즈포스 후원, 세일즈포스 이코노미: AI 기반 클라우드 솔루션의 힘, 문서 #US51404923, 2023년 12월

<sup>2</sup> Salesforce 데이터 및 분석 현황, 2023년 11월.



# 직원들은 혁신적 효과를 기대합니다

생성형 AI 사용자의 72%가 고용 상태에 있으며, 이는 미국의 노동 참여율인 62%보다 훨씬 높은 비율입니다. 따라서 여러 산업에 걸쳐 기업들에게 미치는 영향은 결코 과소평가할 수 없습니다.

**56%의 사무직 근로자들이 생성형 AI가 자신의 역할을 변화시킬 것이라고 믿고 있습니다.**

AI는 이미 업무 흐름의 중요한 특징으로 자리 잡아가고 있습니다. 2024년 1월 기준, 사무직 근로자 4명 중 1명이 직장에서 AI 도구를 사용해 보았다고 답했으며, 이는 4개월 전 5명 중 1명이 사용해 보았다고 답한 것에 비해 24% 증가한 수치입니다. AI를 직장에서 사용해 본 사람들의 80%는 AI가 생산성을 향상시켰다고 말했습니다. 이는 사무직 근로자들이 약 41%의 시간을 본래 업무에 크게 기여하지 않는 반복적이고 낮은 가치의 작업에 소비하고 있다는 점을 고려할 때 중요한 성과입니다.<sup>3</sup>

**생성형 AI, 생산성 향상을 이끈다.**

41%

반복적이거나 낮은 영향의 작업에 소비되는 추정 작업 시간<sup>3</sup>

80%

생산성 향상을 보고하는 직장 내 AI 사용자<sup>3</sup>

65%

생성형 AI를 통해 전략적 업무에 집중할 수 있다고 믿는 사무직 근로자<sup>2</sup>

<sup>1</sup>노동 통계국 2024년 5월 고용 상황 보고서.

<sup>2</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 시리즈: 인력 기술, 2023년 7월

<sup>3</sup>Slack Workforce Lab 설문조사, 2024년 1월.

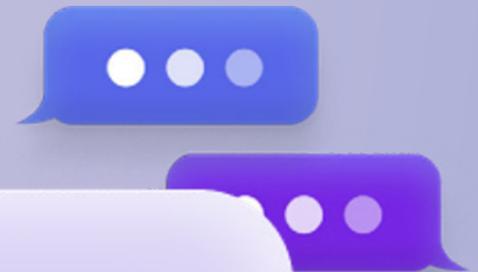
# 01

고객들이 AI를  
평가할 때 가장  
중요한 것, 신뢰



**Trust Layer**

010101010101



## 01

# 사회가 AI 시대에 접어들면서 다양한 감정이 교차하고 있습니다.

일반 대중이 생성형 AI를 바라보는 시각에는 호기심이 바탕을 이루고 있으며, 특히 젊은 세대는 이 기술에 대해 대체로 흥분과 희망을 느끼고 있습니다.

하지만 모든 세대, 특히 베이비붐 세대와 X세대는 어느 정도의 의심과 불안감을 느끼고 있습니다. 베이비붐 세대는 AI의 부상에 대해 두려움을 가장 큰 감정으로 꼽기도 했습니다.

AI 혁명이 부정적인 결과를 초래할 수 있다는 경고는 전문가들과 관찰자들 사이에서 끊임없이 제기되고 있습니다. OpenAI의 CEO인 샘 알트먼은 의회 증언에서 “이 기술이 잘못되면, 매우 잘못될 수 있다”고 언급했습니다. 동시에 AI가 질병, 기아, 기후 변화와 같은 어려운 사회적 문제를 해결하는 데 도움이 될 수 있다는 논의도 활발히 이루어지고 있어, AI 기술의 영향이 어떻게 펼쳐질지에 대한 불안정한 태도가 형성되고 있습니다.

**전체 인구의 88%가 생성형 AI가 자신들의 삶에 어떤 영향을 미칠지 명확하게 이해하지 못한다고 답합니다<sup>2</sup>**

## 생성형 AI는 특히 사람들의 호기심을 자극합니다.

연령대별 생성형 AI에 대한 상위 5가지 감정<sup>1</sup>

	베이비붐 세대	X세대	밀레니얼 세대	Z세대
1	호기심	호기심	호기심	호기심
2	의심	의심	흥분	흥분
3	불안	희망	희망	희망
4	희망	불안	의심	의심
5	공포	흥분	불안	불안



<sup>1</sup>Salesforce 커넥티드 고객 현황, 2023년 8월

<sup>2</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 시리즈: AI 격차, 2023년 9월.

## 01

# AI의 확산은 신뢰에 대한 의문을 제기합니다

기업들은 생성형 AI 도구가 대중 시장에 도달하기 전부터 이미 신뢰의 위기에 직면해 있었으며, 이러한 도구의 도입은 고객 신뢰 확보의 필요성을 더욱 시급하게 만들고 있습니다.

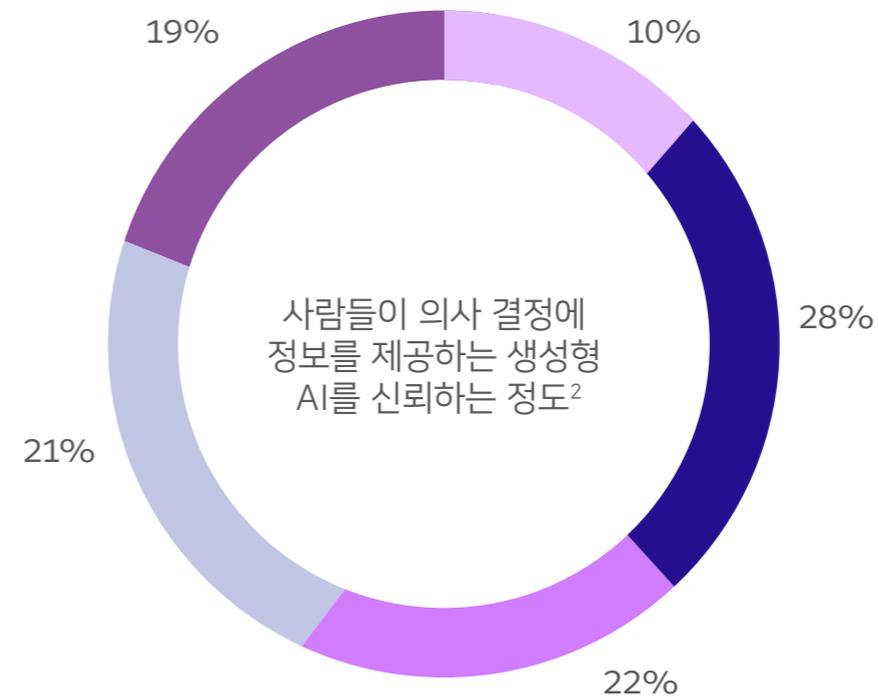
**전체 인구의 68%가 AI의 발전이 기업의 신뢰성을 더욱 중요하게 만든다고 믿고 있습니다.<sup>1</sup>**

예를 들어, 전체 인구의 74%가 AI의 비윤리적 사용에 대해 우려하고 있으며, 63%는 AI의 편향성에 대해 걱정하고 있습니다. 더 나아가, 생성형 AI의 유용성은 아직 일반 대중에게 입증되지 않았으며, 단 10%만이 AI를 통해 정보에 입각한 결정을 내리는 데 전적으로 신뢰한다고 답했습니다.

<sup>1</sup>Salesforce 커넥티드 고객 현황, 2023년 8월.

<sup>2</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 시리즈: AI의 분열, 2023년 9월

## 아직 사용자의 신뢰를 얻지 못한 AI



■ 매우 그렇다. ■ 다소 그렇다. ■ 아니다.  
■ 전혀 그렇지 않다. ■ 확실하지 않다.



## 01

# 책임감 있고 투명한 AI로 고객 신뢰 확보

AI를 운영에 도입하려는 기업들은 AI의 사용 목적, 그로 인한 혜택, 그리고 AI를 훈련하는 데 사용된 데이터 세트에 대해 투명하게 공개하는 것이 중요합니다.

고객 신뢰를 높이는 또 다른 중요한 요소로는, AI 결과물을 더 널리 사용하기 전에 검증하고, 고객이 기술과 어떻게, 어느 정도로 상호작용할지에 대해 더 많은 통제권을 제공하는 것이 있습니다.

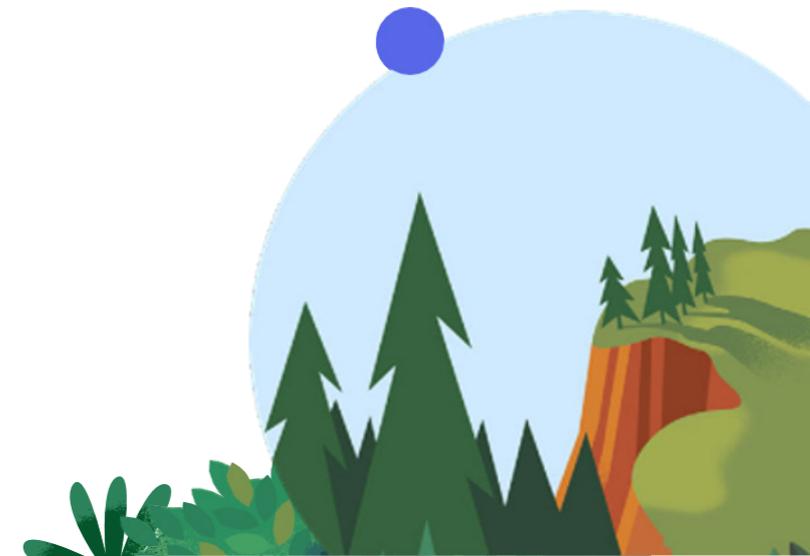
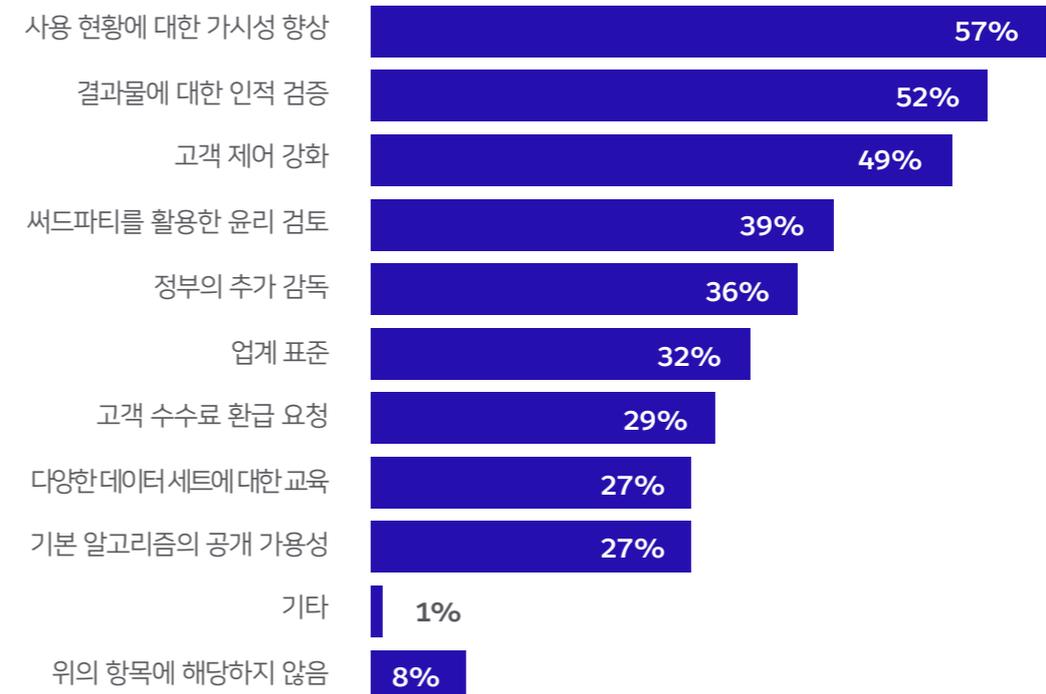
또한, 기업들은 AI 모델의 기반이 되는 데이터를 어떻게 보호하고 있는지를 입증할 책임이 있습니다. 전체 인구의 64%는 AI가 더 안전하다고 확신할 수 있다면, 생성형 AI를 시도해 보거나 더 자주 사용할 것이라고 답했습니다.

<sup>1</sup>Salesforce 커넥티드 고객 현황, 2023년 8월

<sup>2</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 시리즈: AI 격차, 2023년 9월.

## 기업들은 AI에 대한 신뢰를 높이기 위해 다양한 방안을 활용할 수 있습니다.

고객의 AI 신뢰를 강화할 수 있는 요인들<sup>1</sup>



# 심층분석 : AI 윤리에 대한 전문가의 관점

## 생성 AI와 관련하여 어떤 윤리적 우려가 있나요?

엔터프라이즈 AI 회사로서 우리가 중점적으로 다루는 위험 요소는 정확성, 편향성, 유해성, 안전성, 그리고 프라이버시입니다. 이러한 윤리적 우려를 가지고 있는 것은 우리만이 아닙니다. 대중, 고객, 그리고 규제 기관 모두 AI 기술의 빠른 발전을 매우 주의 깊게 지켜보고 있습니다.

## 생성형 AI로 인해 고객 데이터와 관련하여 어떤 위험이 발생할 것으로 예상하나요?

Salesforce에서는 이러한 위험을 완화하기 위해 세 가지 접근 방식을 취하고 있습니다. 첫째, 모델의 안전성과 프라이버시를 보장하는 것입니다. 둘째, 신뢰할 수 있는 기능 설계와 아키텍처를 구축합니다. 마지막으로, 정책과 사용 사례에 대한 안전 장치를 구현합니다.

이 과정에는 AI를 훈련하는 데 사용하는 데이터를 신중하게 선택하고, 고객에게 영향을 미치기 전에 편향성과 유해성을 평가하며, 생성형 AI 기술에 직접적으로 위험 완화 조치를 포함하는 것이 포함됩니다. 우리는 AI 시스템을 설계할 때 AI를 다루는 사람이 주도권을 가질 수 있도록 가드레일과 보호 장치를 구축하고 있으며, 여기에는 신뢰도 점수, 프롬프트 엔지니어링, 안전 필터, 인용 및 설명 기능이 포함됩니다.

## 기업은 무엇을 준비해야 할까요?

고품질 데이터를 수집하고, 수집 과정에서 투명성과 동의를 보장하는 것은 항상 중요했습니다. 하지만 단순히 데이터를 수집하는 것만이 전부가 아닙니다. 데이터를 수집한 이후에 그 데이터가 어떻게 처리되는지도 중요합니다. 우리는 AI 모델을 지원하는 사람들의 정보를 보호하기 위해, 그들의 데이터가 쉽게 침해되거나 악용될 수 있는 저장소에 남겨지지 않도록 보장합니다.

Einstein 신뢰 계층은 내부 정책과 외부 협정과 더불어, 회사 데이터를 보호하여 기업이 위험 없이 AI의 혜택을 누릴 수 있도록 합니다. 데이터의 필요성은 여전히 크지만, 기업이 고객을 보호하기 위해 할 수 있는 최선의 방법은 데이터를 안전하게 유지하고, 고객의 신뢰를 우선시하는 방법론을 구축하는 것입니다.



**Paula Goldman**

윤리 및 인도적 사용 책임자,  
Salesforce

# 02

## 기업의 데이터 기반 평가



 **Customer Engagement**  
Last 30 days

 **Website Visits (2)**  
In the Last 30 days

NTO.com/localhikes.html  
August 24, 2022 • Chrome Browser

 **Merchandise Purchased (17)**  
In the Last 30 days

Sunglasses  
\$99 • September 22, 2022

[View All](#)

## AI가 기업 데이터의 부족한 점을 드러내다

"가비지 인, 가비지 아웃"이란 말은 데이터와 분석 분야에서 오랫동안 사용된 격언입니다. 하지만 이 말이 대형 언어 모델(LLM)의 시대인 지금만큼 더 적절했던 적은 없습니다.

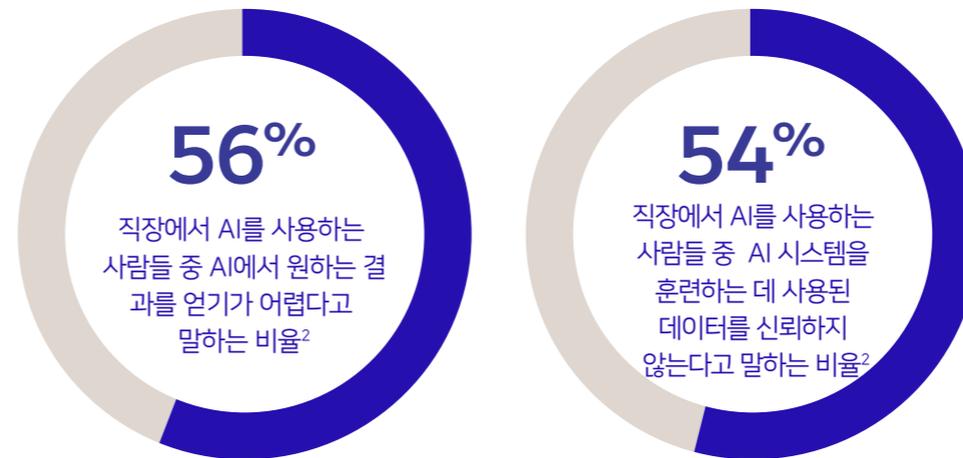
86%의 분석 및 IT 리더들이 AI의 출력이 입력 데이터의 품질에 달려 있다고 동의하며, 87%는 AI의 발전이 데이터 관리의 우선순위를 높이고 있다고 동의합니다.<sup>1</sup>

조직 내에서 신뢰할 수 있는 데이터의 부족은 AI를 활용하려는 기업들에게 큰 장애물이 되고 있습니다. 직원들이 AI를 받아들이고 있음에도 불구하고 말입니다. 실제로, 직장에서 AI를 사용하는 직원들 중 절반 이상이 AI 기술에서 필요한 것을 얻기가 어렵다고 말하며, 거의 같은 비율의 사람들이 AI를 기반으로 하는 데이터를 처음부터 신뢰하지 않는다고 답했습니다. 관련 연구에서는 이러한 불신이 기술 부서보다 비즈니스 부서 리더들 사이에서 더 흔하다는 결과도 나타났습니다.<sup>1</sup>

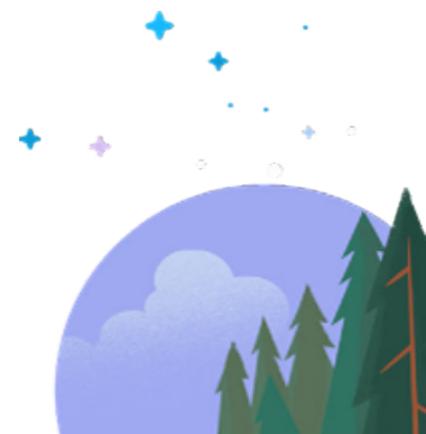
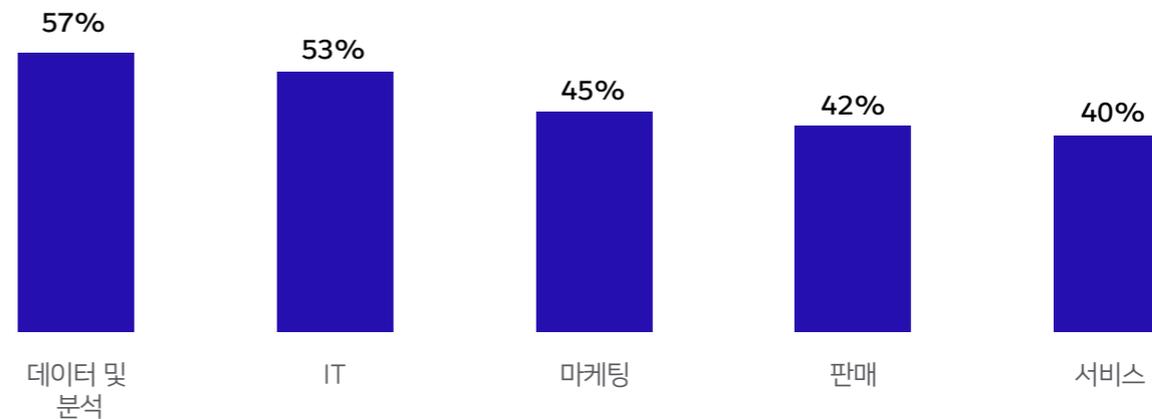
<sup>1</sup>Salesforce 데이터 및 분석 현황, 2023년 11월.

<sup>2</sup>Salesforce 데이터, AI 연구, 2024년 4월.

### AI의 잠재력을 가로막는 데이터 문제



### 데이터 정확성에 대해 완전한 신뢰를 가진 응답자<sup>1</sup>



## 데이터 전략의 부재로 데이터는 더 복잡해지고, 규제는 더 강화되고 있습니다

직원들은 데이터 정확성(82%), 데이터 보안(82%), 데이터 완전성(78%)을 AI에 대한 신뢰를 구축하는 데 중요한 요소로 꼽고 있으며, 대부분은 자사의 고유하고 관련성 있는 인사이트로 훈련된 AI에 대해서도 같은 의견을 가지고 있습니다.

**53%의 직원들이 포괄적인 고객/회사 데이터를 기반으로 AI를 훈련시키는 것이 기술에 대한 신뢰를 높인다고 말합니다.**

그러나 포괄적이고 고품질의 회사나 고객 데이터를 사용해 AI를 구동하는 것은 기업 데이터의 현황을 고려할 때 말처럼 쉽지 않습니다. 59%의 조직이 통합된 데이터 전략을 갖추고 있지 않습니다.

상황은 점점 더 복잡해지고 있습니다. 기업들은 데이터 양이 연평균 23% 증가할 것으로 예상하고 있으며, 이 데이터는 평균 991개의 애플리케이션에 분산되어 있습니다.

**IT 리더들의 95%가 통합 문제로 인해 AI 도입이 지연되고 있다고 말합니다<sup>2</sup>**



<sup>1</sup>Salesforce 데이터 및 분석 현황, 2023년 11월.

<sup>2</sup>Mulesoft 연결성 벤치마크 보고서, 2024년 1월.

## 데이터 성숙도가 AI 준비 상태를 알려줍니다.

데이터 성숙도는 성공적인 AI 도입의 기본 요소로, 데이터 성숙도가 높은 조직은 낮은 조직에 비해 우수한 인프라, 전략, 그리고 조정 능력을 갖추고 있다고 말합니다.

데이터 품질, 완전성, 그리고 전반적인 전략 측면에서 데이터 성숙도가 높은 기업과 낮은 기업 간의 차이는 확연합니다.

**데이터 성숙도가 높은 응답자들은 낮은 응답자들에 비해 AI를 효과적으로 활용하기 위해 필요한 고품질 데이터를 보유할 가능성이 두 배 더 높습니다.**

<sup>1</sup>Salesforce 데이터 및 분석 현황, 2023년 11월.

## 성숙도가 높은 조직은 AI 활용에 더 잘 준비되어 있습니다.

자신의 회사에서 다음을 우수하다고 평가하는 분석 및 IT 리더<sup>1</sup>

	낮은 데이터 성숙도	중간 수준의 데이터 성숙도	높은 데이터 성숙도
데이터 품질	30%	39%	59%
기술 인프라	36%	40%	57%
인공 지능 전략	32%	36%	56%
기술 인재/기술	33%	36%	56%
비즈니스 이해관계자 조정	34%	36%	55%
보안/규정 준수 기능	32%	39%	55%

\*데이터 성숙도가 낮은 조직은 데이터 성숙도가 전혀 없거나 업계 표준보다 낮다고 보고한 응답자로 정의됩니다. 데이터 성숙도가 높은 조직은 데이터 성숙도가 동급 최고 수준이라고 자체 보고한 응답자로 정의됩니다.



# 심층분석 : AI 모델, 데이터, 그리고 직접 개발 VS 구매의 딜레마

기업들, 특히 대기업들은 AI 모델을 선택할 때 점점 더 “모든 AI 모델 옵션을 고려하는” 접근 방식을 취하고 있습니다. AI를 사용하는 기업 IT 리더 5명 중 4명은 이미 여러 모델을 사용하고 있다고 답했으며, 69%는 향후 몇 년 동안 사용하는 모델의 수를 늘릴 것으로 예상하고 있습니다. 생성형 AI를 배포하려는 기업들은 자신들의 사용 사례에 가장 적합한 대형 언어 모델(LLM)을 선택해야 합니다.

대형 언어 모델(LLM)은 두 가지 주요 형태로 제공됩니다. 첫 번째는 OpenAI의 GPT나 Google’s Gemini와 같은 사전 훈련된 버전으로, “즉시 사용 가능한(off-the-shelf)” 형태입니다. 두 번째는 Meta의 LLaMA와 같은 오픈소스 버전으로, 사용자가 특정 요구에 맞게 커스터마이징할 수 있습니다. 각 버전은 비용, 처리할 수 있는 데이터 유형(예: 텍스트, 이미지, 음성 등), 필요한 기술 전문성, 데이터 보안 등 다양한 요소에서 장단점이 있습니다.

새로운 전략으로 떠오르는 “검색 증강 생성(RAG)”은, 기관 데이터를 포함한 벡터 데이터베이스를 기반 LLM과 안전하게 연결하여 AI를 강화하기 위해 구조화된 데이터와 비구조화된 데이터를 모두 더 효과적으로 활용할 수 있게 합니다. 최근 451 Research의 연구에 따르면, 87%의 IT 리더들이 이 전략을 긍정적으로 평가하고 있습니다.<sup>2</sup>

더 다양한 유형의 데이터를 동시에 활용하는 방향으로 발전하고 있는 기업 AI



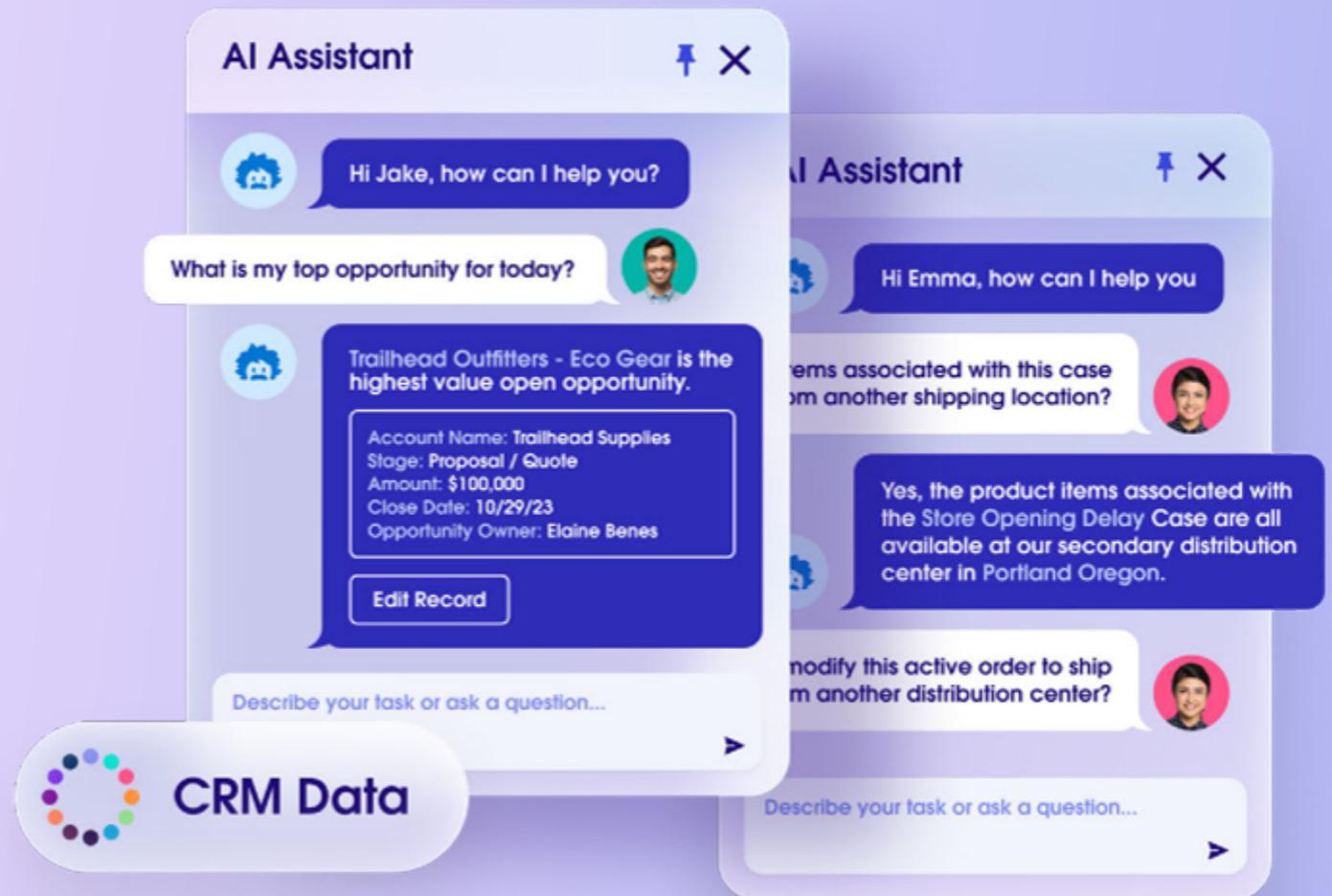
<sup>1</sup>Mulesoft 연결성 벤치마크 보고서, 2024년 1월.

<sup>2</sup>S&P 글로벌 시장 인텔리전스 451 리서치 비즈니스 영향 개요: AI로 생성된 콘텐츠: 검색 증강 세대와 이것이 중요한 이유, 2024년.



# 03

## 기업 전반에서의 AI 도입 사례



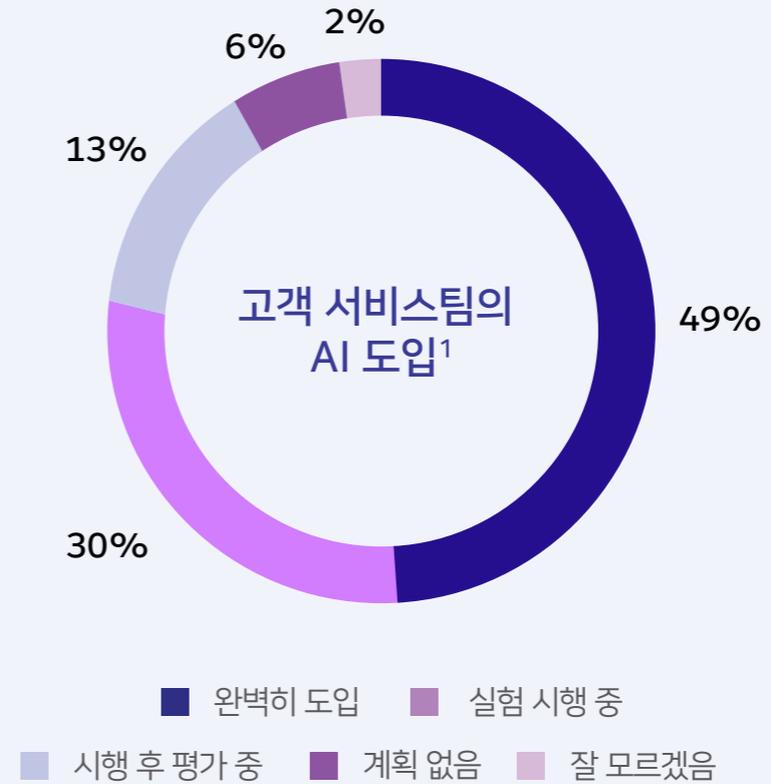
03

# 고객 서비스팀의 AI

고객 서비스팀은 수년간 챗봇과 콜 라우팅 같은 솔루션을 도입해왔으며, 기업 내 AI 도입의 선두에 서 있습니다. 그럼에도 불구하고, 에이전트들은 여전히 근무 시간의 평균 39%를 고객과의 작업에 할애하고 있으며, 나머지 시간은 행정 업무나 기타 반복적인 작업에 사용하고 있습니다. 이는 기술의 역할이 앞으로도 계속해서 확대될 것임을 시사합니다.<sup>1</sup>

**서비스 팀의 84%는 내년에 AI에 대한 투자가 증가할 것으로 예상합니다.<sup>1</sup>**

다른 부서들과 마찬가지로, 고객 서비스팀도 AI가 초래할 수 있는 보안 위험에 대해 우려하고 있습니다. 그러나 특히 많은 대형 언어 모델(LLM)이 자사 비즈니스와 고객에 대한 맥락적 지식을 충분히 갖추지 못할 수 있다는 점을 염려하고 있습니다. 또한, 서비스 팀은 AI로 인해 인간적인 요소가 사라질 위험을 인지하고 있으며, 이는 고객 관계에서 실제 사람의 역할을 유지하는 것이 얼마나 중요한지를 보여줍니다.



고객 서비스팀의 주요 AI 사용 사례<sup>2</sup>

- 1 서비스 자동화 커뮤니케이션
- 2 서비스 콘텐츠 작성
- 3 서비스 데이터 분석

고객 서비스팀의 주요 AI 관심사<sup>2</sup>

- 1 맥락적 지식의 부족
- 2 인간의 창의성 부족
- 3 보안 위험

<sup>1</sup>Salesforce 서비스 현황, 2024년 4월.

<sup>2</sup>2023년 5월~6월 Salesforce 생성형 AI 스냅샷 연구 시리즈.



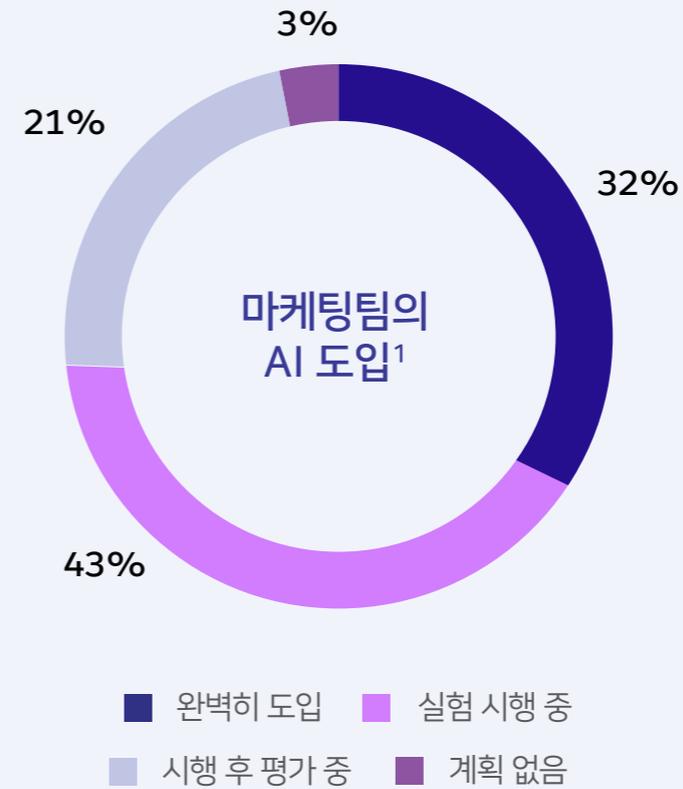
03

# 마케팅팀의 AI

마케팅팀 중 거의 3분의 1이 AI를 완전히 도입했으며, 65%는 AI를 평가하거나 실험 중에 있습니다. 고객 참여, 콘텐츠 생성, 분석 등 다양한 유용한 사용 사례가 있는 가운데, AI를 직원들이 활용할 수 있도록 하는 것이 마케팅 리더들의 최우선 과제입니다. 그러나 이는 단점이 없는 것은 아닙니다.

**마케터들은 AI 도입을 최우선 과제로 삼고 있지만, 동시에 가장 큰 도전 과제로도 인식하고 있습니다.<sup>1</sup>**

소비자와 규제 기관이 마케터들이 고객 데이터를 어떻게 활용하는지에 대해 더욱 면밀히 조사함에 따라, 마케터들은 AI를 탐색하는 과정에서 데이터 노출이나 유출에 대한 우려가 특히 큼니다. 또한, AI의 이점을 누리기 위해 필요한 고품질 데이터의 확보 가능성에도 신경을 쓰고 있습니다.



마케팅팀의 주요 AI 사용 사례<sup>1</sup>

- 1 고객 상호 작용 자동화
- 2 콘텐츠 생성
- 3 광고 성과 분석

마케팅팀의 주요 AI 관심사<sup>1</sup>

- 1 데이터 노출 또는 유출
- 2 필요한 데이터의 부족
- 3 전략 또는 사용 사례의 부족

<sup>1</sup>Salesforce 마케팅 현황, 2024년 5월.

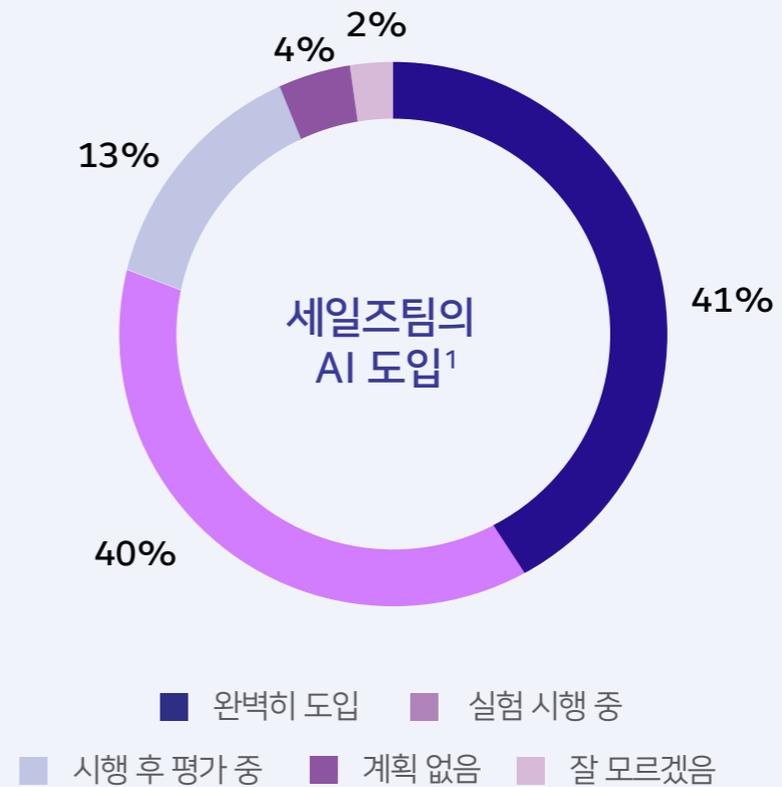
## 03

## 세일즈팀의 AI

세일즈팀은 빠르게 AI를 도입하고 있으며, 40% 이상이 이미 완전히 도입했다고 보고했고 더 많은 팀이 도입을 준비하고 있습니다.

**영업 조직의 79%가 내년에 AI를 도입할 것으로 예상합니다.<sup>1</sup>**

계정 활동을 기반으로 고객을 위한 이메일 초안과 같은 영업 커뮤니케이션 작성이 가장 일반적인 사용 사례이지만, 팀에서는 예측, 보고 및 기타 작업을 지원하는 데도 이 기술을 활용하고 있습니다.



### 세일즈팀의 주요 AI 사용 사례<sup>2</sup>

- 1 세일즈 커뮤니케이션 관련 글쓰기
- 2 세일즈 예측
- 3 세일즈 리포팅

### 세일즈팀의 주요 AI 관심사<sup>1</sup>

- 1 보안에 대한 우려
- 2 직원에 대한 미흡한 교육
- 3 기술에 대한 고객의 불신

<sup>1</sup>Salesforce 영업 현황, 2024년 7월.

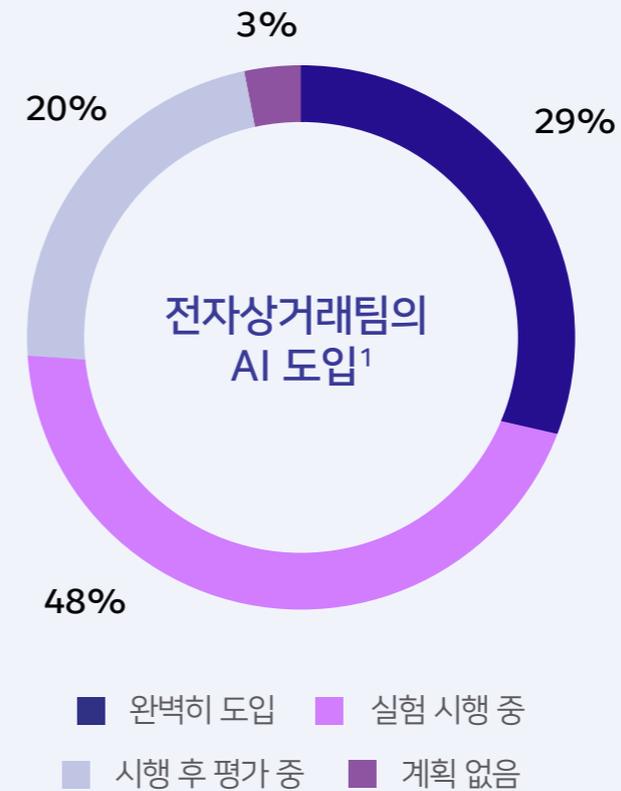
<sup>2</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 연구 시리즈, 2023년 5월~6월

## 03

## 전자상거래팀의 AI

AI는 전자상거래에서 새로운 기술이 아닙니다. 많은 소매업체들이 가격 최적화와 개인화된 제안과 같은 예측 기능을 이미 도입해왔습니다. 예를 들어, Salesforce Commerce Cloud에서는 2023년 3분기에 AI가 전자상거래 주문의 17%에 영향을 미쳤습니다. 현재 전자상거래 기업들이 제품 소개 자료 작성과 같은 생성형 AI 사용 사례를 도구 키트에 추가하고 있습니다.”

**전자상거래 전문가들은 AI 구현을 최우선 순위로 꼽습니다.<sup>1</sup>**

전자상거래팀의 주요 AI 사용 사례<sup>2</sup>

- 1 제품 설명 자료 작성
- 2 상품 판매 최적화
- 3 채널 전략 최적화

전자상거래팀의 주요 AI 관심사<sup>1</sup>

- 1 보안/신뢰 문제
- 2 부족한 직원들이 기술 세트
- 3 명확한 AI 전략 부족

<sup>1</sup>Salesforce 상거래 현황, 2024년 1월.

<sup>2</sup>2023년 5월~6월 Salesforce 생성형 AI 스냅샷 연구 시리즈.

## 03

## AI의 급증하는 수요와 빠른 변화에 대처하는 IT 팀

IT 팀은 특히 생성형 AI를 그들이 지원하는 조직의 패러다임을 바꿀 혁신으로 보고 있습니다.

**86%의 IT 리더들은 생성형 AI가 곧 그들의 조직에서 중요한 역할을 할 것이라고 믿고 있습니다.<sup>1</sup>**

IT는 AI에 대한 관심과 유용성이 부족하지 않다고 보고하고 있습니다. 실제로 78%의 IT 리더들은 AI의 역할이 이미 조직 내에서 잘 정의되어 있다고 생각하고 있습니다.<sup>1</sup> 그러나 이 관심의 물결에는 단점이 있으며, 특히 IT 팀의 오래된 대역폭 문제를 악화시키고 있습니다.

**IT 리더의 12%만이 요청되는 모든 AI 관련 요구를 지원할 수 있다고 답했습니다.**

게다가 AI가 급속히 발전하고 비즈니스 라인에서 수요가 급증하면서 많은 IT 전문가들이 지식과 기술을 최신 상태로 유지하기 어려워하고 있으며, 일부는 자신의 가치에 미치는 영향에 대해 우려하고 있습니다.

**IT 리더의 62%는 AI가 자신의 커리어에 미칠 영향에 대해 우려하고 있습니다.<sup>1</sup>**

### IT팀의 AI 전문성, 도입 속도에 비해 부족하다

아래 AI 분야에 전문성이 있다고 생각하는 IT 리더<sup>2</sup>

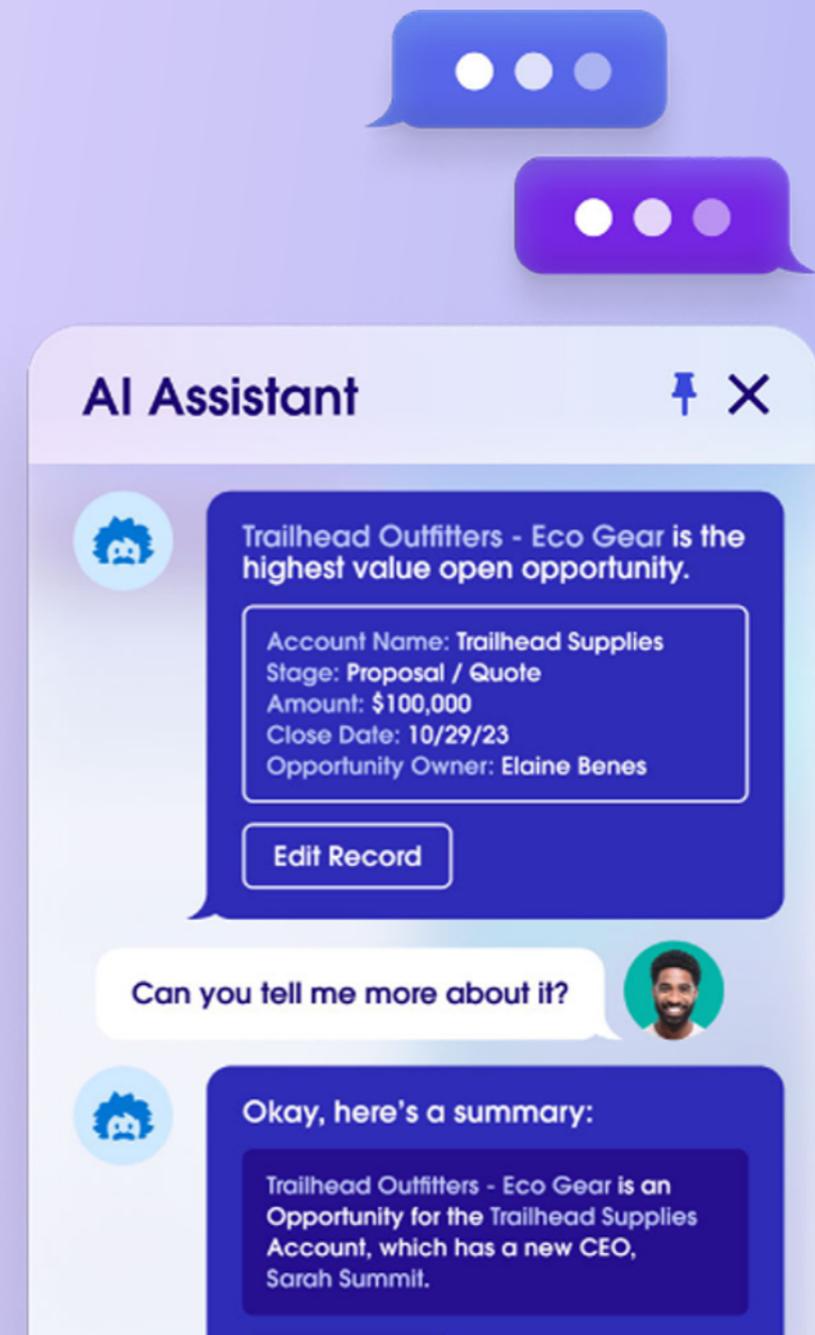


<sup>1</sup>Salesforce IT 현황, 2023년 7월

<sup>2</sup>Salesforce AI-IT 연결 해제 연구, 2024년 3월.

# 04

## AI 시대에 맞춘 직무 기술과 정책의 변화



## 주목받은 직원 교육과 재훈련

AI가 고용에 미치는 부정적인 영향에 대한 우려가 있지만, IDC의 모델은 향후 몇 년 동안 AI로 인한 일자리의 상당한 증가를 예측하고 있습니다.

**2022년부터 2028년까지 AI 기반 클라우드 솔루션으로 인한 순수 일자리 증가가 1,160만 개에 이를 것으로 예상됩니다.<sup>1</sup>**

컴퓨터가 타자기를 대체했던 지난 세기와 마찬가지로, AI 시대에 맞춰 직무 기술을 전환하는 데는 직원과 고용주 모두의 노력이 필요합니다. 현재 62%의 사무직 근로자들은 생성형 AI를 효과적이고 안전하게 사용할 수 있는 기술이 부족하다고 생각하며, 53%는 AI에서 최대 가치를 끌어내는 방법을 모르고 있다고 답했습니다.<sup>3</sup>

**41%는 기회를 잡기 위해 자신의 AI 기술을 과대포장할 의향이 있다고 답했습니다.<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>IDC 백서, 세일즈포스 후원, 세일즈포스 이코노미: AI 기반 클라우드 솔루션의 힘, 문서 #US51404923, 2023년 12월

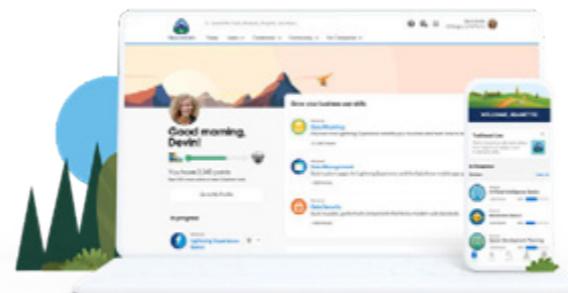
<sup>2</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 시리즈: 워크포스 스킬, 2023년 7월

<sup>3</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 시리즈: 직장에서의 AI의 약속과 함정, 2023년 11월.

**많은 고용주들이 AI 시대에 직원들을 제대로 준비시키지 못하고 있습니다.**



하지만



Salesforce는 무료 온라인 학습 플랫폼인 Trailhead를 통해 고객 여부에 관계없이 누구나 32개의 AI 주제에 대한 학습을 제공합니다.

[트레일헤드로 이동](#)

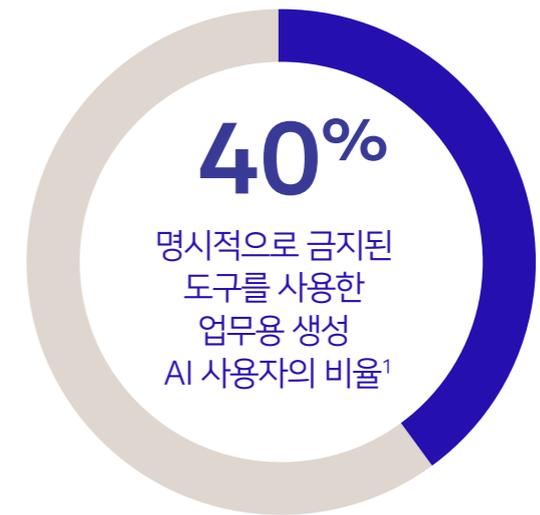
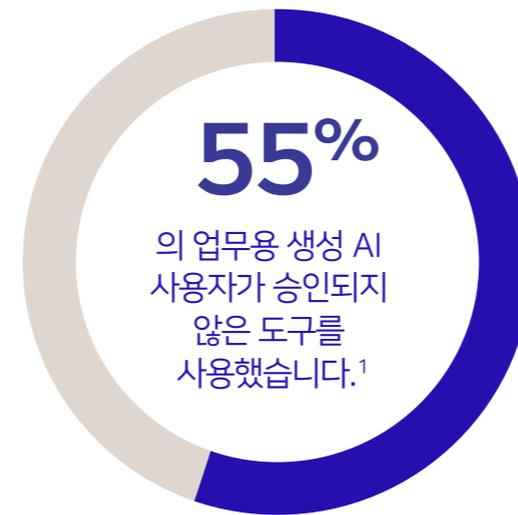
## 정책이 부재한 틈을 탄 직원들의 비승인 행위 증가

대부분의 기업이 AI 사용 방법이나 기준을 직원들에게 명확히 하지 않았기 때문에, AI 교육이 도입 속도에 뒤처지고 있는 것은 놀랍지 않습니다.

사무직 근로자들은 생성형 AI의 효과적이고 안전한 사용을 위해 회사 승인 도구와 프로그램이 가장 중요하다고 평가하지만, 회사가 이러한 정책을 제공했다고 답한 비율은 21%에 불과합니다.<sup>1</sup>

근로자들은 생성형 AI 사용에 대한 프로토콜을 정의해 주기를 기다리지 않고, 정책과 승인된 도구가 없는 상황에서도 적극적으로 사용을 시도하고 있습니다. 이로 인해 데이터 보안과 윤리 문제를 일으키는 새로운 형태의 비공식 IT 자원이 등장하고 있습니다.”

직원들은 AI 사용 허가를 기다리지 않습니다.



<sup>1</sup>Salesforce 생성형 AI 스냅샷 시리즈: 직장에서의 AI의 약속과 함정, 2023년 11월.

# 심층분석 : 직원들을 위한 AI 가이드라인에 대한 전문가의 관점

## "AI를 사용해야 할까요?"라는 질문이 이 시점에서 리더가 해야 할 올바른 질문일까요?

사실, 직원들은 허가 여부와 관계없이 어떤 식으로든 AI를 사용할 가능성이 높습니다. 더 적절한 질문은 기업이 직원들이 명확한 경계 내에서 안전하게 탐색할 수 있도록 권한을 부여하고 장려하는 혁신적인 문화를 조성하고 있는지 여부입니다. 생산성 도구로서 AI를 업무 환경에 통합할 때, 이미 알려진 위험이나 개발 중인 위험을 완화하면서 창의적인 실험을 촉진하는 지침과 보호 장치를 고려하고 (도구의 발전에 따라) 재고하세요.

## 기업이 직원들을 위한 AI 사용 지침을 어떻게 만들어야 할까요?

직원들이 다양한 AI 도구의 숲을 무방비 상태로 헤매지 않도록 해야 합니다. 내부 AI 프로토콜을 구축하여 직원들에게 안전하게 AI 도구를 제공하고, 데이터 프라이버시와 보안을 보장하기 위해 제 3자 도구의 사용을 제한하는 규정을 시행하십시오. 또한, AI를 절대 사용해서는 안 되는 경우—예를 들어 법적, 재정적, 또는 의료적 조언을 제공하는 경우—를 강조하는 것도 중요합니다.

## 리더들은 정책이 효과를 보고 있는지 어떻게 알 수 있을까요?

빠르게 변화하는 환경을 고려할 때, 기업은 정책을 살아있는 문서로 간주하고 정기적으로 검토 및 업데이트할 계획을 세워야 합니다. 리더들에게 강력한 보고 메커니즘을 제공하여 AI 관련 문제의 투명성을 확보하고 신속하게 해결하며, 잘못된 부분에 대한 수정 작업을 지원할 수 있도록 하세요. AI 도구를 사용하는 것은 좋은 첫걸음이 될 수 있지만, AI는 인간의 판단을 대체할 수 없습니다. 직원들이 AI의 출력을 비판적으로 평가하고 수정하도록 장려하는 문화를 조성하여 AI가 인간의 판단을 보완하고 단축하는 것이 아니라 강화하도록 해야 합니다.



**Lori Middlehurst**

인사 및 고용 담당 선임 이사,  
Salesforce



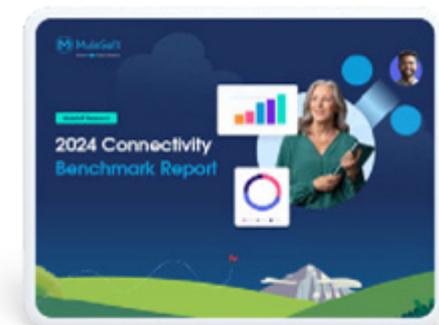
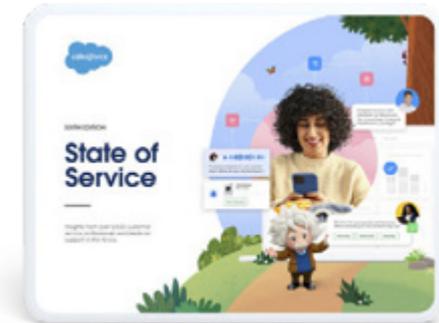
# 추가 자료



# 관련 연구 보고서

이 보고서에서 인용한 다른 출처 외에도, 데이터는 Salesforce의 최근 연구 조사에서 가져온 것입니다.

방법론, 응답자 및 지리적 범위에 대해 자세히 알아보려면 각 보고서를 참조하세요.



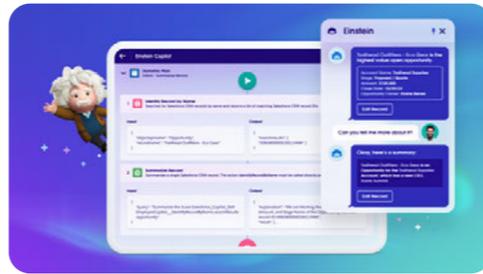
# 더 알고 싶으신가요?



## Salesforce AI 개요

귀사의 비즈니스를 이해하고 성장시키는 AI를 만나보세요. 저희 솔루션을 확인해 보시기 바랍니다.

[자세히 보기](#)



## Salesforce AI 데모

Salesforce의 최신 AI 혁신 기술인 아인슈타인 코파일럿과 프롬프트 빌더의 데모를 시청하세요.

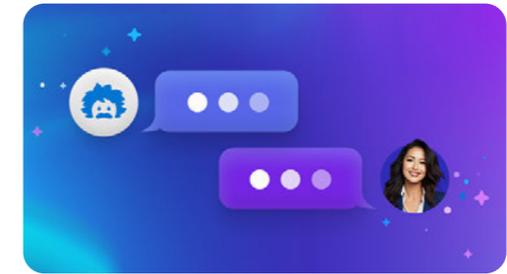
[자세히 보기](#)



## AI 시작하기

AI의 기본 사항과 놀라운 기능의 이면에 숨겨진 기술에 대해 알아보세요.

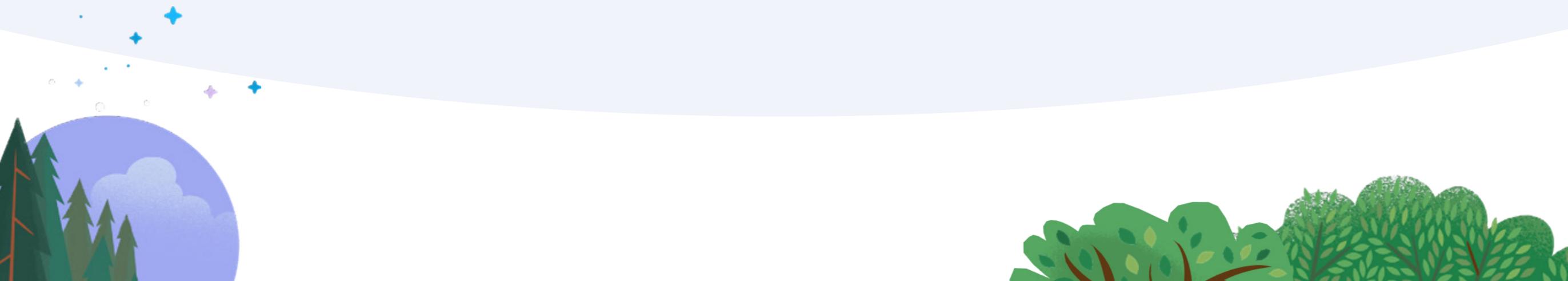
[자세히 보기](#)



## 전문가와 상담하기

AI에 대한 요구 사항을 문의하고 전문가에게 문의하세요.

[자세히 보기](#)





이 보고서에 제공된 정보는 전적으로 고객의 편의를 위한 것이며 일반적인 정보 제공 목적으로만 사용됩니다. 에서 발행했다고 해서 이를 보증하는 것은 아닙니다. Salesforce.com은 이 가이드에 포함된 정보, 텍스트, 그래픽, 링크 또는 기타 항목의 정확성이나 완전성을 보증하지 않습니다. Salesforce.com은 본 보고서의 조언을 따를 경우 특정 결과를 얻을 수 있다고 보장하지 않습니다. 변호사, 회계사, 건축가, 비즈니스 고문 또는 전문 엔지니어와 같은 전문가와 상담하여 특정 상황에 맞는 구체적인 조언을 얻는 것이 좋습니다.