

WOW your Customer
with **Salesforce**



미래의 도약을 위한 혁신 트렌드는?

국내 기업의 세일즈포스 도입 사례집

언제 어디서나 성공할 수 있는 디지털 업무 환경을 구축하고,
고객경험을 향상하기 위하여 디지털 혁신을 선도하고 있는
국내 기업의 최신 성공 사례를 소개합니다.



**DIGITAL
INNOVATION**



SUCCESS



salesforce

CONTENTS

1. 도입 (Introduction)	04
2. 국내 기업 사례	06
1. LG 화학	06
2. 롯데렌탈	08
3. LS 엠트론	10
4. 현대글로벌서비스	12
5. 메가존클라우드	14
6. 한국월드비전	16
7. 메쉬코리아	18
8. 씨티케이	20
9. 로지스팟	22
3. 더 많은 자료 보러가기	24

INTRODUCTION

세일즈포스는 국내 재계의 핵심 키워드로 떠오른 ‘고객경험(Customer Experience)’의 중요성을 일찍이 파악하고 고객경험의 향상을 넘어서 ‘고객성공(Customer Success)’을 기업의 핵심 가치로 두고 있습니다. 또한, 1999년 설립과 함께 클라우드 기반 CRM 소프트웨어 분야를 개척하고 세계 최초로 쉽고 저렴하게 사용할 수 있는 SaaS(서비스형 소프트웨어, Software as a Service) 서비스를 선보였습니다. 세일즈포스의 이러한 혁신은 바로 ‘고객에게 어떻게 하면 더 편리하고 좋은 IT 서비스를 제공할 수 있을까’하는 고민에서 시작되었습니다.

세일즈포스는 고객 성공이란 단순히 고객의 요구에 대응하는 것 이상으로 고객의 니즈를 파악하고 선제적으로 기여하는 것이라고 정의합니다. 기업들이 ‘고객 경험을 향상하기 위해서 어떻게 할까’를 고민하고 있었다면, 세일즈포스는 ‘고객과 지금부터 함께 무엇을 목표로 할까’를 고민해야 한다고 합니다.

좋은 제품과 서비스를 제공하는 것이 기업의 성공에 필수적이지만 더 장기적으로 기업의 팬을 확보하고, 고객의 충성도를 유지하기 위해서는 기업과 고객과의 친밀감을 높여야 합니다.

디지털 혁신의 물결은 이미 시작되었습니다. 이러한 변화의 파도에 휩쓸려 도태되지 않으려면 기업은 끊임없이 변화를 주시하고, 민첩하게 대응할 수 있어야 합니다. 세일즈포스의 연구조사 데이터에 따르면, 국내 전문가 중 51.6%는 ‘IT 기술에 기반한 업무수행 방식의 혁신’이 필요하다고 응답했습니다. 또한, 87.6%의 응답자가 ‘디지털 혁신은 고객경험 향상을 위해 필수적’이라고 생각합니다. 국내 기업의 성공적인 디지털 혁신을 위하여 세일즈포스는 영업, 마케팅, 서비스, 커머스 등 다양한 업무 영역에서 쌓은 노하우와 경험을 공유합니다. 본 사례집을 통해 고객 중심 디지털 혁신을 위한 인사이트를 포함하여 또 다른 미래의 변화를 선도하기 위한 국내 기업의 디지털 혁신 스토리를 소개합니다.

비즈니스는 더 나은 세상과 변화를 위한 가장 강력한 플랫폼이다.

- 세일즈포스 CEO 마크 베니오프 -



LG 화학

산업 | 석유화학

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

석유화학 산업 최초로 고객 지향적인 디지털 CRM 플랫폼을 구축한 LG화학

도입 솔루션

세일즈 클라우드, 익스피리언스 클라우드, 태블로, 헤로쿠

목표 : 디지털 플랫폼을 기반으로 ‘고객을 위한’, ‘고객이 찾던’ 고객 경험 제공

LG화학은 석유화학 업계 최초로 디지털 CRM 플랫폼을 구축하였습니다. 이를 통해 디지털 혁신 트렌드에 맞춰 디지털 화학 플랫폼 기업으로 성장할 수 있는 발판을 마련하였습니다. 세일즈포스 CRM을 기반으로, LG화학은 온·오프라인 채널에서 발생하는 고객 데이터를 하나의 싱글 플랫폼에 통합하고 실시간으로 공유하며 차별화된 고객 경험을 제공할 수 있게 되었습니다. 디지털 플랫폼으로 고객과 효율적인 양방향 커뮤니케이션을 실현하며, LG화학은 고객 친화적인 ‘화학 제품의 온라인 쇼핑몰’이 되고자 합니다.

LG화학은 고객의 페인 포인트를 파악하고 시간과 장소의 제약 없이 차별화된 고객 서비스를 제공하고자 500여 개 이상의 고객사 요청사항을 분석하였습니다. 또한, 이렇게 분석한 고객 정보를 기반으로 고객이 속한 업종, 제품 종류에 따른 물성, 기술정보를 실시간으로 제공하고자 디지털 플랫폼을 구축하였습니다. 플랫폼에서 실시간 상담을 지원하며, 마치 오프라인에서 직원이 직접 제품을 추천해주는 것처럼 세밀한 서비스를 비대면 환경에서도 동일하게 제공하고 있습니다.

또한 LG화학은 세일즈포스 CRM을 기반으로 축적한 고객 데이터로 더욱 개인화되고 맞춤형 디지털 경험을 제공하고 자 합니다. 이는 ‘고객별 제품 추천’을 포함합니다. 고객의 요구사항, 주문내용 등을 기반으로 고객이 관심을 가질 만한 제품을 추천하고 더욱더 빠른 의사결정을 내릴 수 있도록 지원합니다. 이를 통해 LG화학의 고객은 쉽고 빠르게 다양한 제품들을 비교하며 용도에 적합한 제품을 선택할 수 있습니다.

LG 화학의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



김중

석유화학 DX추진 고객DX팀

“CRM 영역에서 통합성이 좋은 SaaS를 적용하기 위해 다양한 솔루션들을 검토하였고, 그 과정에서 10개의 글로벌 화학 기업 중 5개의 기업이 세일즈포스를 활용하고 있으며, 국내 여러 업체 또한 세일즈포스 도입을 적극적으로 추진하고 있다는 것을 확인했습니다. 이에 따라 검증된 SaaS 솔루션인 세일즈포스를 선택하게 되었으며, 프로젝트 진행 시 ‘스프린트’ 방식으로 현업과 개발팀의 소통을 거치면서 완성도 높은 CRM 플랫폼을 구축할 수 있었습니다.”

롯데렌탈

산업 | 임대서비스

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

롯데렌탈, 고객 니즈에서 출발해 애자일한
디지털 혁신 실현

도입 솔루션

세일즈 클라우드, 플랫폼

목표 : 새로운 소비 패러다임을 제안하고 디지털 혁신을 선도하는 플랫폼 기업

최근 공유 경제가 활성화되고 있는 가운데 롯데렌탈은 고객의 니즈에서 출발하여 신속한 고객 대응과 부서 간 유기적인 협업을 위하여 세일즈포스 기반의 디지털 영업 정보 시스템을 구축했습니다. 이를 통해 롯데렌탈은 실시간으로 고객 데이터와 거래 상황을 파악하고 더 많은 영업 기회를 포착할 수 있었습니다. 이제 롯데렌탈은 세일즈포스와 함께 데이터 기반의 과학적인 영업 활동이 가능해졌습니다.

디지털상의 고객 접점을 확보하고 부서 간 유기적인 협업을 실현한 롯데렌탈은 신서비스 확장 및 고객/공급 채널의 다양화를 통하여 미래 성장을 위한 경쟁력을 갖추기 위해 B2B 플랫폼으로 거듭나는 것을 목표로 하고 있습니다. 이러한 목표 실현을 위해 롯데렌탈은 사업 확장성 및 연계성을 갖춘 세일즈포스 솔루션을 통하여 지속적인 시스템 개선을 이어나갈 예정이며, 뉴모빌리티 산업의 렌탈 비즈니스 강자로 부상하기 위해 기존 렌탈 비즈니스에서 축적한 노하우, 고객 데이터 및 체계화된 영업 가이드라인을 구축해나갈 것이라고 전했습니다.

롯데렌탈은 세일즈포스를 “CRM 업계 1위의 노하우로 기업의 변화를 가속화하고 기회 발굴을 지원하는 디지털 혁신 여정의 파트너”라고 정의합니다. 급변하고 있는 디지털 혁신의 시대에 데이터를 기반으로 명확한 목표를 설정하고, 효율적인 차세대 업무 문화를 만들어 나가야 하기에 롯데렌탈은 세일즈포스와 함께 공유경제 비즈니스의 디지털 혁신을 주도하고 있습니다.

롯데렌탈의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



엄희석
플랫폼 구축 TF팀장, 롯데렌탈

“뉴노멀 시대의 경쟁력을 갖춘 렌탈기업이 되기 위해서는 고객 접점의 체계적인 디지털화와 직원이 효율적으로 협업할 수 있는 디지털 워크플레이스가 필수적이라고 생각했습니다. 세일즈포스가 추구하는 ‘디지털 본사’는 빠르게 성장하는 렌탈 시장에 민첩하게 대응하기 위한 필수적인 업무 환경입니다. 고객의 니즈를 전사 직원에게 신속하게 전달하고 고객 맞춤형 상품과 서비스를 적기에 제공하기 위해 롯데렌탈은 세일즈포스와 함께 디지털 역량을 확보했습니다.”

LS엠트론

산업 | 농업 및 임업용 기계 제조

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

세일즈포스를 통해 데이터 기반의 영업 활동을 위한
표준 매뉴얼을 구축한 LS엠트론

도입 솔루션

세일즈 클라우드, 태블로

목표 : 데이터를 통해 고객 니즈를 선제적으로 받아들이고 신속하게 반응하는 조직

전 세계 40여 국에 트랙터를 수출하고 있는 종합농기계 메이커 LS엠트론은 세일즈포스와 함께 트랙터와 농기계 산업의 디지털 혁신 패러다임을 선도하고 있습니다. 세일즈포스 도입 이전, LS 엠트론의 임직원들은 개개인의 '감'에 의존하여 임의로 판단을 내렸습니다. 그러나 현재, 세일즈포스에 축적된 고객 데이터를 토대로 영업 시나리오를 구축하고, 장기적으로 고객 만족도를 제고할 수 있도록 데이터에 기반한 의사결정을 내리고 있습니다.

세일즈포스를 통하여 데이터 기반의 영업 환경을 구축한 뒤, LS 엠트론은 기존 80개에 달하던 국내 판매 모델 중 기반하여 구매 전환율이 낮은 판매 모델을 49개로 축소하고 영업 비용을 절감할 수 있었습니다. 또, 판매 기회가 높은 제품의 재고를 미리 확보함으로써 수급의 안정성을 도모할 수 있게 되었습니다. 데이터를 통하여 제품별 구매 전환율과 판매 실적을 빠르게 파악하고 애자일하고 효율적으로 대응할 수 있는 업무 환경을 구축한 것입니다. LS 엠트론은 영업사원의 살아있는 매뉴얼로서 운영될 수 있도록 세일즈포스 기반의 '국내 영업업무 표준화 TFT'를 조직하고 내재화를 지속해서 추진하고 있습니다.

LS 엠트론의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



이상민

이사, LS엠트론

“세일즈포스의 모든 기능은 고객 중심으로 연계되어 있으며 모바일이 제공된다는 장점이 있습니다. 또한 고객사의 비즈니스에 따라 고객, 파트너 등이 연결되어야 하는 경우가 많은데 세일즈포스는 CRM의 범주를 넘어 플랫폼 제공자로서 다양한 확장성을 제공합니다. 또한 이렇게 축적된 고객 중심의 데이터는 현업사용자가 손쉽게 가공하여 활용할 수 있다는 점에서 기존 소프트웨어와 차별화됩니다.”

현대글로벌서비스

산업 | 엔지니어링 서비스

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

고객 목소리를 경청하여 성공적인 디지털 혁신을
이룬 현대글로벌서비스

도입 솔루션

세일즈 클라우드, 플랫폼, 태블로

목표 : 고객 중심 디지털 기업으로 도약하여 글로벌 엔지니어링 시장 선도

엔지니어링서비스 전문 기업인 현대글로벌서비스는 디지털 혁신의 필요성을 느끼고 기업의 비즈니스 특성에 가장 적합한 솔루션으로 세일즈포스를 선정 및 도입하였습니다. 고객 정보를 데이터베이스화하고 이를 통해 영업 기회를 발굴할 수 있는 세일즈포스 솔루션을 통하여 현대글로벌서비스는 체계적으로 고객 정보를 관리하고 높은 품질의 고객 서비스를 제공하고 있습니다.

현대글로벌서비스는 상시로 국내 주요 선사 고객과 면담을 진행하며 고객의 니즈와 고충을 파악하고 있다고 전합니다. 세일즈포스 도입 이전, 고객과의 면담 기록은 담당자가 수기로 기록하고 메일로 공유하였기 때문에 휴먼에러가 발생할 위험이 존재했습니다. 또, 기록을 다시 살펴보는 것에도 많은 시간과 인력이 투입되었습니다. 이에 세일즈포스 CRM 솔루션에 모든 미팅 정보와 주요 사항을 통합하여 디지털 기반의 효율적인 업무 프로세스를 구축하였습니다. 고객을 중심으로 모든 전사 임직원이 고객의 페인 포인트와 니즈를 파악할 수 있는 싱글 뷰(Single View)를 성공적으로 구축한 것입니다.

현대글로벌서비스는 세일즈포스를 잘 활용할 수 있는 노하우로 내부 태스크포스팀 운영이라고 설명합니다. 또한 현대글로벌서비스는 전사 임직원이 세일즈포스 기반의 디지털 업무 환경에 익숙해지고, 활발하게 활용할 수 있도록 태스크포스팀을 구성 및 운영하는 것이 신규 솔루션 내재화는 물론, 성공적인 변화관리의 핵심이라고 이야기합니다.

현대글로벌서비스의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



김동환

차장, 현대글로벌서비스

“세일즈 클라우드를 도입한 이후 체계적인 고객정보 관리가 가능하게 되었습니다. 특히, 다양한 유형의 기업과 디지털 혁신을 주도한 노하우가 있는 세일즈포스 팀과의 협업으로 효율적인 고객 데이터 관리가 가능하게 됐다는 것이 가장 큰 변화입니다.”

메가존클라우드

산업 | 클라우드 시스템 구축 서비스

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

메가존클라우드, 세일즈포스 솔루션으로
고객경험(CX)과 직원경험(EX) 향상

도입 솔루션

세일즈 클라우드, 서비스 클라우드, 플랫폼, 파닷컴

목표 : 고객의 성공을 돕기 위한 모든 가치 창조·협업·운영 방식의 재정의

메가존클라우드는 기술력을 바탕으로 AWS, 구글, 알리바바 등 다양한 클라우드 기업과 파트너십을 맺으며 대표적인 국내 MSP(Managed Service Provider) 기업으로 자리 잡았습니다. 메가존클라우드는 세일즈포스의 다양한 솔루션을 도입하여 임직원의 업무 생산성을 제고하고, 고객의 만족도를 극대화할 수 있었습니다.

세일즈포스 도입 이후, 메가존클라우드는 업무 성과와 생산성 향상이라는 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있었습니다. 구두 보고, 이메일, 메신저 등으로 분산되어 있던 내부 임직원들의 커뮤니케이션 채널을 하나로 통합하고, 싱글 플랫폼에서 유기적으로 협업하며 영업 성과를 대폭 향상할 수 있었습니다.

또한, 서비스 클라우드를 통하여 다양한 고객 채널에서 발생한 데이터를 통합 및 추적함으로써 모든 고객 문의를 신속하게 처리할 수 있게 되면서 고객경험(CX)을 향상시킬 수 있었습니다. 이러한 업무 프로세스의 효율화는 직원의 업무 생산 성과 직무 만족도 향상에 기여함으로써 직원경험(EX)까지 제고하는 성과를 거둘 수 있었습니다.

메가존클라우드의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



한승찬
이사, 메가존클라우드

“메가존클라우드는 글로벌 CRM 리더 세일즈포스가 걸어온 길인 ‘Salesforce Way’를 깊이 이해하고 함께 성장하기를 기대합니다. 메가존클라우드는 세일즈포스 플랫폼 기반 비즈니스 최적화와 지속적 업무 확장을 위해 세일즈포스 전문 조직을 운영할 정도로, 메가존클라우드는 세일즈포스에 진지한 회사입니다.”

한국월드비전

산업 | NGO

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

한국월드비전, 후원자 중심의 디지털 혁신 통해
업무 효율성 및 후원자 경험 향상

도입 솔루션

서비스 클라우드, 마케팅 클라우드

목표 : 디지털 혁신을 통한 업무 프로세스의 최적화 및 후원자 경험 제고

한국월드비전은 세일즈포스 도입 이전, 수기로 직원이 처리해야 하는 업무가 많아 업무의 정확도와 효율성이 떨어지는 페인포인트를 겪고 있었습니다. 디지털 기반의 효율적인 업무 처리를 통해 후원자와 밀접하게 연결하고, 후원자의 개인화 경험을 향상하기 위해 한국월드비전은 세일즈포스를 통하여 한국의 비즈니스 환경에 맞는 IT 기반을 구축했습니다.

한국월드비전은 ‘마케팅 클라우드’의 도입을 통해 수기로 진행하던 업무를 자동화함으로써 업무 생산성을 대폭 상승시켰습니다. 수기로 업무를 처리하였을 때 후원자에게 1년에 최대 5번 정도만 후원 여정에 대한 알리를 제공했다면, 이제는 약 50단계로 상세해진 후원 단계마다 자동으로 이메일, 문자 등을 보낼 수 있게 되어 보다 신속하고 상세하게 후원금 사용 내역을 알릴 수 있게 되었습니다.

또한, 서비스 클라우드의 도입을 통해 각 부서에 산재하던 후원자 데이터를 싱글 플랫폼에 통합했습니다. 서비스 부서는 후원자 또는 고객을 중심으로 모든 데이터가 통합되고 연결되는 ‘단일 데이터 저장소(SSOT, Single Source of Truth)’를 통해 업무의 정확도를 향상했고, 후원자에 대한 이해도를 제고하여 연결된 후원 경험을 제공할 수 있게 되었습니다. 한국월드비전은 데이터 기반의 과학적인 경영 및 사업 활동을 통하여 후원 경험 향상을 위한 디지털 혁신을 지속할 계획입니다.

한국월드비전의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



김학일

IT팀 팀장, 월드비전

“적은 인력과 비용으로 최대 효과를 내는 SaaS 기반의 세일즈포스는 매력적으로 다가왔습니다. 필요한 소프트웨어를 마치 ‘레고 블록’처럼 적재적소에 사용할 수 있으며, 유지보수를 위한 전문 인력 또한 필요치 않고 초기 구축에 드는 비용과 시간이 적다는 것을 높게 평가했습니다.”

메쉬코리아

산업 | 물류 서비스

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

메쉬코리아, CRM 솔루션으로 비즈니스 인사이트
발굴

도입 솔루션

태블로, 슬랙, 세일즈 클라우드,
익스피리언스 클라우드

목표 : CRM의 고도화와 데이터의 축적을 통한 비즈니스 인사이트의 도출

메쉬코리아는 세일즈포스의 CRM 솔루션을 활용해 단일 플랫폼에서 영업 데이터를 체계적으로 관리할 수 있는 디지털 퍼스트 비즈니스 환경을 구축했습니다. 또한, 숨겨진 비즈니스 인사이트를 발굴하고 이를 기반으로 장·단기적인 비즈니스 계획을 수립 및 실시하는 등 CRM 솔루션의 역할을 크게 확장함으로써 고객 경험을 극대화할 수 있었습니다.

편의점, 슈퍼마켓을 비롯한 대기업부터 소상공인에 이르기까지 다양한 고객을 대상으로 물류 서비스를 제공하는 메쉬코리아는 타 물류 기업과 차별화된 영업 역량을 갖춰야 했습니다. 세일즈포스의 CRM을 도입한 메쉬코리아는 하나의 플랫폼에서 영업 DB를 체계적으로 축적할 수 있게 되었고, 전체적인 영업 파이프라인을 효과적으로 관리할 수 있는 비즈니스 환경을 구축함으로써 영업 역량을 향상할 수 있었습니다.

물류 데이터를 하나의 플랫폼에서 통합하여 관리하고, 고객에게 최적화된 물류 서비스를 제공하고 있는 메쉬코리아는 세일즈포스를 도입함으로써 내·외부 고객 경험을 고도화할 수 있었습니다. 탁정욱 본부장(CSO)은 메쉬코리아를 “IT를 기반으로 전방위적 물류 서비스를 제공하는 기업”이라고 정의하며, 최상의 통합 물류 파트너임을 강조합니다. 앞으로도 메쉬코리아는 CRM 1.0, CRM 2.0이라는 구체적인 로드맵을 수립하고, 세일즈포스와 협업해 CRM의 활용도를 더욱 극대화하여 고객에게 지속 가능한 가치를 제공하기 위한 디지털 혁신 여정을 지속해 나갈 것입니다.

메쉬코리아의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



탁정욱

본부장, 메쉬코리아

“CRM을 통해 업무와 고객을 체계적으로 관리하는 것을 넘어, 인사이트와 가치를 찾아내 비즈니스와 시너지 효과를 낼 수 있도록 하는 것이 CRM 도입의 핵심이라고 생각합니다. 메쉬코리아는 CRM 플랫폼에 통합된 데이터를 기반으로 직원들이 최적의 의사 결정을 내릴 수 있도록 세일즈포스의 CRM을 100% 이상 활용할 계획입니다.”

씨티케이

산업 | 무공장 화장품 제조

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

씨티케이, 최고의 뷰티 플랫폼 기업으로
도약하기 위한 발판 마련

도입 솔루션

플랫폼

목표 : 미래 핵심역량 확보 및 비즈니스 프로세스 혁신

씨티케이는 보고서 작성과 분산된 데이터 취합에 많은 시간을 할애했었습니다. 또한, 하나의 프로젝트를 수행할 때 각각의 임직원이 업무 영역에 따라 주어진 과제를 수행해야 했습니다. 부서 간의 단절과 협업 시 별도로 전화나 이메일을 통하여 논의해야 하는 소통의 어려움 등 다양한 페인포인트가 있었습니다. 보다 효율적인 업무 환경을 구축하기 위하여, 씨티케이는 세일즈포스 플랫폼을 도입하였습니다.

세일즈포스 플랫폼을 도입하면서 씨티케이는 각 업무의 마감 시한과 진행 상황을 디지털 환경에서 유기적으로 공유할 수 있게 되었으며, 화장품의 개발 단계부터 유통되기까지의 모든 여정을 프로젝트 팀원 모두가 한눈에 확인할 수 있게 되었습니다. 또한 프로젝트 히스토리와 각종 데이터를 하나의 대시보드에서 가시적으로 확인할 수 있는 환경을 구축함으로써 주간 팀 미팅 시간이 50% 감소하고, 전반적인 업무 생산성이 60% 향상되는 쾌거를 이루었습니다.

로우코드-노코드 앱 개발 환경을 지원하는 세일즈포스 플랫폼의 도입으로 씨티케이의 직원들은 복잡한 코딩 작업 없이도 드래그 앤 드롭만으로 업무에 필요한 기능들을 개발하고 이용할 수 있었습니다. 업무의 특성에 따른 대시보드를 모든 임직원이 부담 없이 구성할 수 있었고, 자연스럽게 변화에 적응할 수 있었습니다. 씨티케이의 이성훈 팀장은 “단기간에 세일즈포스를 도입하고 전사 구성원들이 혁신을 내재화할 수 있었던 이유는 IT 팀이 아니더라도 실무팀이 직접 업무를 개발할 수 있도록 독려함으로써 실제로 현업에서 활용이 가능한 실용적인 결과물을 만들어 낼 수 있었기 때문”이라고 합니다.

씨티케이의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



최선영

대표(CEO), 씨티케이

“디지털 혁신을 위한 툴을 직접 개발하고 소유하던 시대는 끝났습니다. 필요한 기술을 적재적소에 활용할 수 있다는 점과 조직의 작은 부분부터 점진적으로 디지털 혁신을 실행할 수 있다는 점이 세일즈포스의 가장 큰 강점입니다. 글로벌 시장에서 신뢰받는 최고의 화장품 플랫폼 기업으로 도약하기 위해 혁신의 노력을 아끼지 않을 것입니다.”

로지스팻

산업 | 디지털 물류 플랫폼

성공의 비결 (Recipe for Success) - 도입 사례

로지스팻, 디지털 업무 프로세스의 표준 구축

도입 솔루션

세일즈 클라우드, 파닷

목표 : 데이터 기반 과학적 영업 활동 및 의사결정 최적화를 위한 디지털 플랫폼 구축

로지스팻은 화물운송업을 혁신한다는 목표로 출범한 디지털 통합 물류 스타트업입니다. 디지털 통합 물류란 AI·빅데이터·클라우드 등 디지털 기술을 전체 물류 프로세스에 통합함으로써 물류 가시성 확보, 실시간 정보 공유 및 업무 자동화를 실현하는 물류 전 과정의 혁신을 의미합니다. 로지스팻은 2017년부터 세일즈포스와 함께 디지털 혁신을 선도하며 700여 개 이상의 기업 물류를 책임지고 있습니다.

로지스팻은 팬데믹으로 인해 폭발적으로 증가하는 고객 데이터를 효과적으로 관리하기 위하여 수기로 진행되었던 서류 업무와 정산 업무를 디지털 기반으로 통합했고, 고객 문의 내역을 비롯한 주요 데이터를 체계적으로 CRM에 업데이트하며 직원들의 실적관리를 최적화하고 업무 누락 등의 리스크를 최소화했습니다.

로지스팻은 레고 모형처럼 필요한 솔루션만 원하는 대로 조립하여 사용할 수 있는 SaaS 기반의 세일즈포스 솔루션을 이용하여 통합 CRM을 구축할 수 있었습니다. 세일즈포스의 '파닷'을 통하여 로지스팻은 잠재 고객에 대한 데이터를 한눈에 파악하고, '세일즈 클라우드'를 통해 이를 활용하여 고객의 구매 전환율을 제고합니다. 두 솔루션의 완벽한 연동을 통해 로지스팻은 고객 여정을 원활하게 연결함으로써 진정한 고객 친화 브랜드가 될 수 있었습니다.

로지스팻의 디지털 혁신 여정에 대해
더 자세히 살펴보기 >>



박준규
대표(CEO), 로지스팻

“세일즈포스의 CRM은 ‘일하는 방식의 교본’이라고 할 수 있습니다. 이전까진 비즈니스 성과가 개별 구성원의 역량에 의존했다면, 이제는 세일즈포스를 기반으로 싱글 플랫폼에서 더욱 과학적인 방법으로 고객과 상호작용하고 고객의 요구에 민첩하게 대응할 수 있게 되었습니다. 이제 로지스팻의 직원들은 어떻게 효과적인 세일즈 활동을 할 수 있는지 자연스럽게 파악할 수 있게 되었습니다.”

세일즈포스와 함께 디지털 혁신 패러다임을 선도해보세요!



세일즈포스 공식
[뉴스레터 구독하기 >>](#)



고객 중심 디지털 혁신을 위한
[세일즈포스의 최신 자료 살펴보기 >>](#)

세일즈포스코리아와
다양한 채널에서 만나보세요!



유튜브
구독하기



링크드인
팔로우하기



페이스북
좋아요하기



인스타그램
팔로우하기





salesforce

CONCLUSION

세일즈포스에 대하여

전 세계 CRM 시장을 선도하고 있는 세일즈포스는 디지털 시대에 기업이 보다 긴밀한 고객 접점을 형성할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한, 1999년 설립된 세일즈포스는 클라우드, 모바일, 소셜, 사물인터넷, 인공지능, 음성, 블록체인 등과 같은 신기술 지원을 통해, 기업이 속한 산업군이나 기업의 규모와 상관없이 고객에 대한 360도 뷰 확보를 지원하고 있습니다.

korea-marketing@salesforce.com
www.salesforce.com/kr

세일즈포스 코리아

Salesforce는 Salesforce, Inc.의 미국 및 기타 국가의 등록 상표입니다. 또, 기타 서비스명도 Salesforce, Inc.의 상표 또는, 등록 상표입니다.

기타 각종 제품명은 각 기업의 제품 명칭, 상표 또는, 등록 상표입니다.

해당 콘텐츠에 대한 모든 저작권은 세일즈포스 코리아 측에 있으며, 무단 복제 및 배포를 금지합니다.