

salesforce

TRENDS *in* WORKFLOW AUTOMATION

워크플로우 자동화 동향

전 세계 25,000명 이상의 고객, 비즈니스 고객 및
전문가로부터 얻은 인사이트



목차

Introduction 03

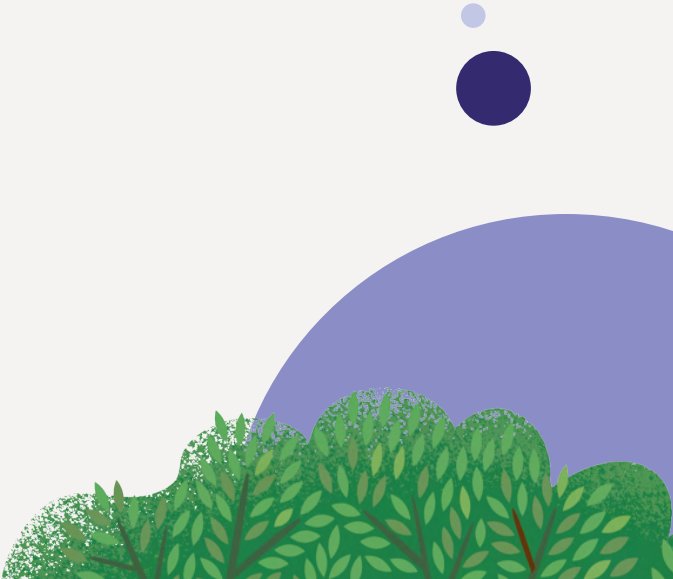
01 | 고객 기대치 상승으로 직원에게 가중되는 압박..... 04

02 | IT의 필수 의무가 된 자동화..... 07

03 | 수요 폭증으로 인해 진화하는 고객 서비스 프로세스..... 11

04 | 주류로 자리 잡은 세일즈 자동화 16

데이터 소스 및 연구 방법론 20



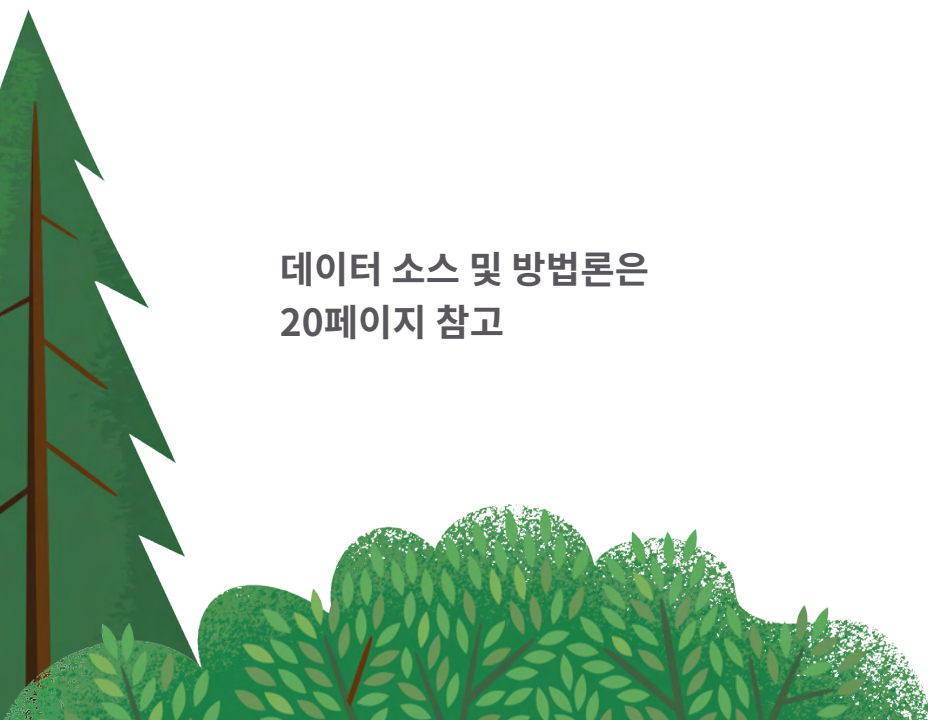
Introduction

빠르게 변화하는 세상에서 고객들의 연결된 참여와 혁신에 대한 기대가 계속해서 높아지고 있으며, 이에 따라 기업과 담당자의 부담은 더욱 커지고 있습니다. 모든 이해관계자의 니즈를 충족하기 위해 많은 기업들은 워크플로우 자동화 계획을 새롭게 추진하거나 기존의 혁신을 더욱 가속화하고 있습니다.

본 보고서는 워크플로우 자동화가 직원 및 고객 참여의 다양한 방면에 미치는 다음과 같은 영향을 탐구합니다.

- 비즈니스 및 IT 전략 분야에서 가장 뜨거운 주제인 직원 경험(EX, Employee Experience)에 자동화가 미치는 영향
- IT와 고객 대응 팀이 프로세스의 새 시대를 열기 위해 협업하는 방식
- 세일즈 및 고객 서비스 팀에 자동화가 미치는 영향

데이터 소스 및 방법론은
20페이지 참고



01

고객 기대치 상승으로 직원에게 가중되는 부담

2020년에는 디지털 혁신이
매우 가속화되었습니다.

물론, 디지털화는 이미 많은 기업의 로드맵에
포함되어 있습니다. 하지만 코로나19와 그 여파로
인해 기업이 새로운 고객 니즈와 습관에 빠른
속도로 적응해야 하는 시급함이 야기되었으며,
점진적으로 진행되었을 상황이 이로 인해
가속화되고 있습니다.

물리적 소통에 대한 규제와 고객 라이프 스타일 및
비즈니스의 갑작스러운 변화로 디지털 변화에
대한 요구의 목소리가 매우 큰 상황입니다.
비즈니스 경영진들은 다음과 같이 말합니다.

47%의 경영진들은 코로나19로 인해
고객 경험(CX)을 근본적으로 재정의하게
되었다고 말합니다.¹

코로나19 기간 중 디지털 경험에 대한 고객 수요의 증가

고객 및 기업 고객들의 응답²

나는 기업들이 코로나19로 인해
디지털 혁신 계획을
가속화할 것이라 생각한다.

87%

코로나19로 인해 기업들의
디지털 역량에 대한
기대치가 높아졌다.

67%

2020년 초 이후
기업과 소통하는 방식이
완전히 바뀌었다.

55%

01 고객 기대치 상승으로 직원에게 가중되는 부담

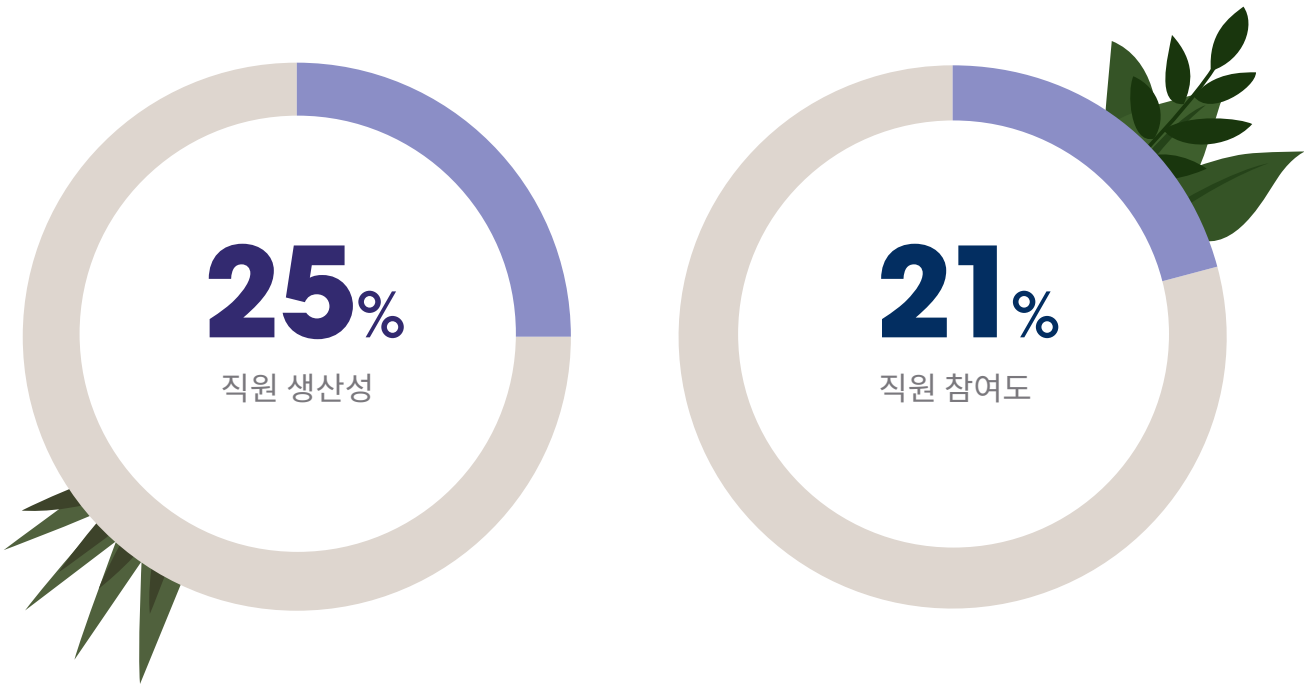
고객 수요의 증가에 따라 직원들은 새로운 업무 환경과 그로 인한 개인적 스트레스 유발 등으로 어려움을 겪고 있습니다.

코로나19 이후 원격으로 근무하는
직원의 35%는 평소보다 더 오래
근무한다고 응답했습니다.³

다수의 IT 리더들은 직원들이 앞으로 닥쳐올 도전적인 과제에 완전히 준비되지 않은 상태라 조언합니다. 직원 경험(EX)이 IT의 최고 우선순위 중 하나임에도 불구하고 대부분의 IT 리더들조차 직원 생산성이나 참여도를 극대화하기 위한 기술이 부족하다는 데에 동의하고 있습니다.

더 오랜 시간, 충분한 자원 없이 근무하는 직원들

기술이 다음 항목을 극대화 한다고 응답한 IT 리더들⁴



IT 리더들의 탑5 우선 순위⁴

- 1 고객 경험
- 2 보안 및 신뢰
- 3 시스템 통합
- 4 직원 경험(EX)
- 5 모바일 기술



Spotlight: 직원 경험(EX), 고객 경험(CX) 및 매출 간의 상관 관계

연구에 따르면 직원 경험(EX)을 우선순위로 둬으로써 매출을 상승시킬 수 있다고 합니다.¹ 고객 경험(CX)과 매출 간의 관계는 이미 오래 전부터 알려져 있었는데, 기업 경영진에 따르면 EX가 개선되면 CX를 개선함으로써 간접적으로 매출을 높일 뿐 아니라 직접적으로 매출을 높이는 효과를 가질 수 있다고 합니다.

EX와 CX 간의 관계는 일방향입니다. 경영진에 따르면 EX를 개선하면 CX도 개선된다고 합니다. 하지만 그 반대도 성립하는 ‘선’ 순환은 없습니다. 즉, 대부분의 경영진은 CX에 투자한다고 해서 EX가 본질적으로 개선되는 것이 아니라고 생각한다는 것입니다. 이는 행복한 직원이 있어야 고객 만족이 높아진다는 주장을 뒷받침합니다.

EX 우선순위화와 매출 증가의 관계

EX가 향후 3년 동안 Top 5 목표라고 응답한 경영진들 (전년 대비 매출 증가를 기준으로)¹

81%

10% 이상 매출 증가

70%

5~9.9% 매출 증가

47%

0~4.9% 매출 증가

EX에서 CX를 거쳐 매출로 연결되는 일방향 관계

다음 사항에 동의한 경영진¹

EX는 CX를 높인다

70%

CX는 매출을 높인다

69%

EX는 매출을 높인다

67%

CX는 EX를 높인다

33%

02 IT의 필수 의무가 된 자동화

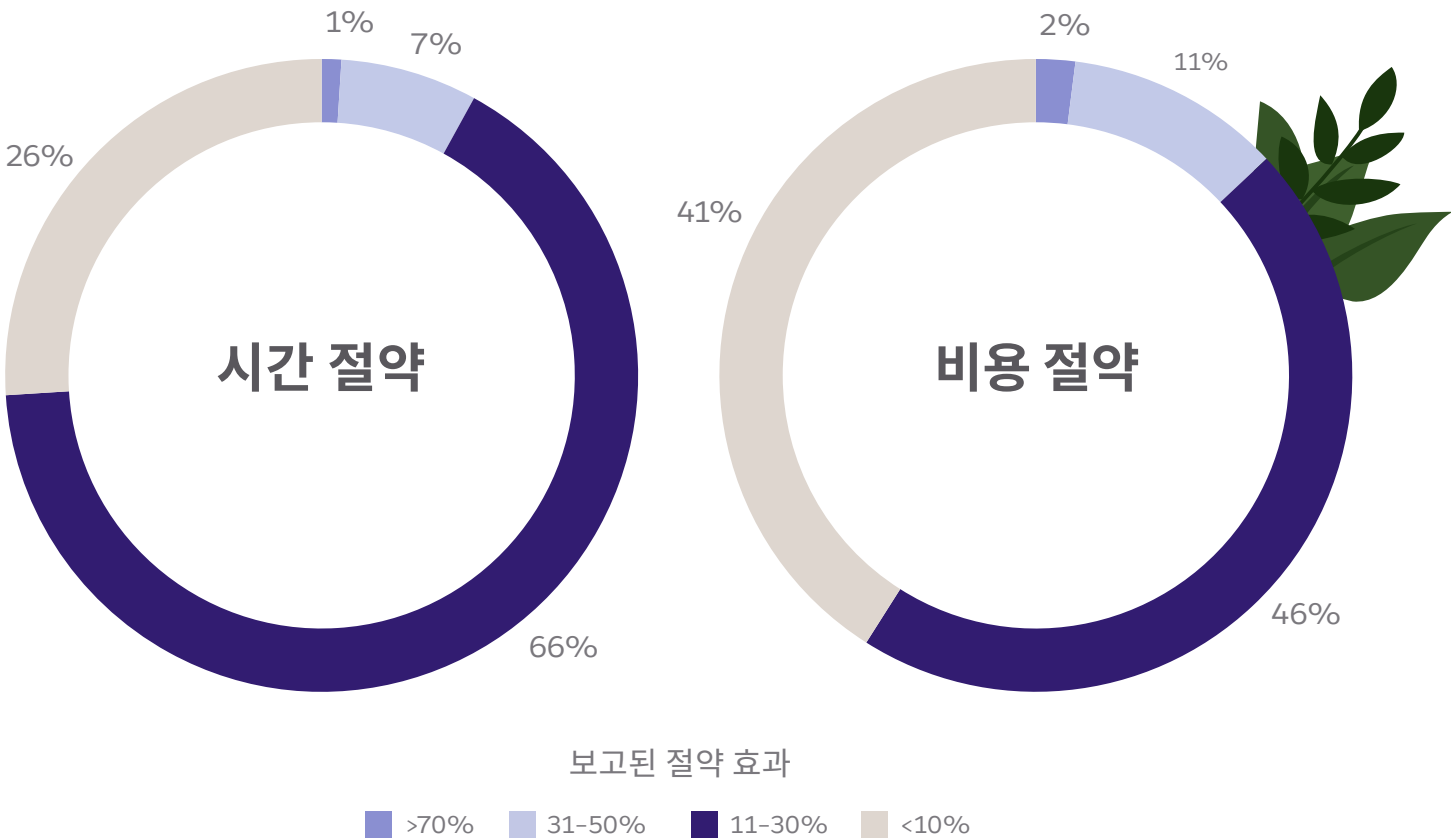
기업 내의 모든 직원들이 더 적은 리소스로 더 많은 일을 해야함에 따라 기술 부문 리더들은 프로세스 자동화에 주목하고 있습니다.

95%의 IT 및 엔지니어링 리더들은 워크플로우 자동화를 우선순위에 두고 있다고 응답했습니다.⁵

자동화를 실행한 기술 부문 리더들은 강력한 투자 수익률(ROI)을 보고했습니다. 실제로 최대 75%가 일주일에 40시간 근무 중에서 최소 4시간에 가까운 시간을 절약했다고 합니다. 단순 반복 작업을 인간이 아닌 기계가 하게 되면서 직원들이 전략적인 업무에 집중할 시간이 더욱 많아진 것입니다.

자동화로 인한 비용 및 시간 절약

프로세스 자동화로 절약 효과를 보고한 IT 및 엔지니어링 리더들⁵



단순 반복 작업 프로세스 자동화를 우선순위에 둔 부서 평가를 기준으로 함.



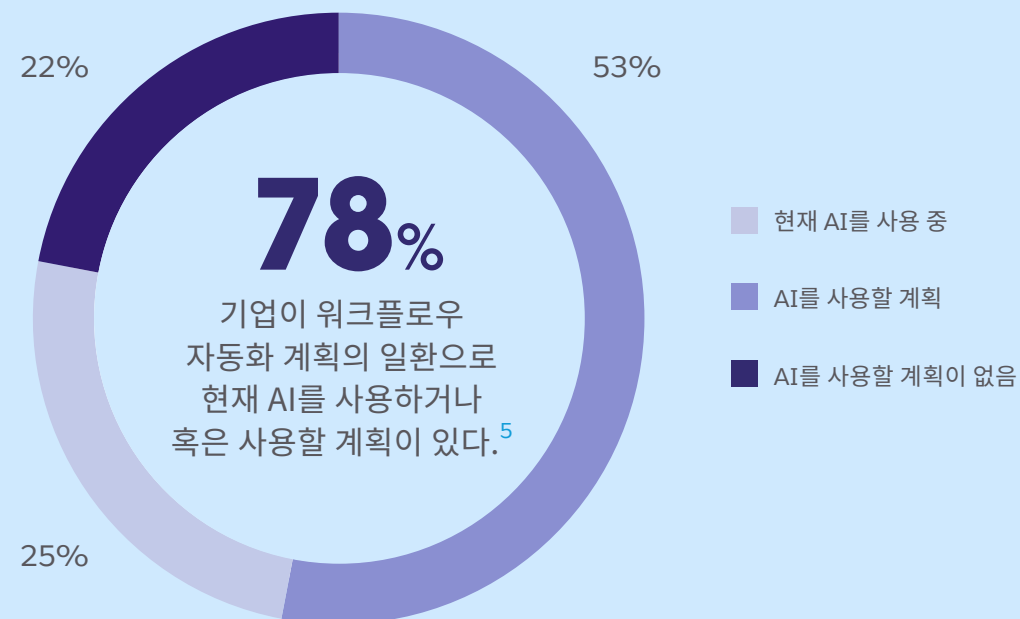
Spotlight: 자동화와 인공지능(AI)

인공지능(AI)은 고도로 정교한 자동화 기술의 많은 부분을 구성하는 필수 요소입니다. 하지만 IT 팀이 이를 실행하고자 할 때에는 어려움이 있을 수 있습니다. 현재까지는 3분의 1에 못 미치는 팀이 AI를 자동화 계획에 통합했으며, 앞으로 더욱 많은 팀이 둘 간의 통합을 계획 중입니다.

“ 규칙 기반 프로세스가 여전히 자동화라는 새로운 세상에서 가장 중요하게 여겨지고 있습니다. 하지만 AI는 언어 이해, 행동 예측 또는 추천 기능으로 워크플로우를 확장할 수 있습니다.”

- 마르코 카사라이나(MARCO CASALAINA)
세일즈포스 아인슈타인 제품 관리 SVP
(SVP PRODUCT MANAGEMENT, EINSTEIN SALESFORCE)

IT 부문은 워크플로우 자동화 계획에서
AI의 사용을 3배 가량 늘리려 하고 있습니다.



응답층: IT 및 엔지니어링 리더.

IT 리더들이 AI를 실행할 때 마주하는 주요 도전 과제들⁴

- 1 불충분한 기술적 능력
- 2 상충하는 기타 우선순위



02 IT의 필수 의무가 된 자동화

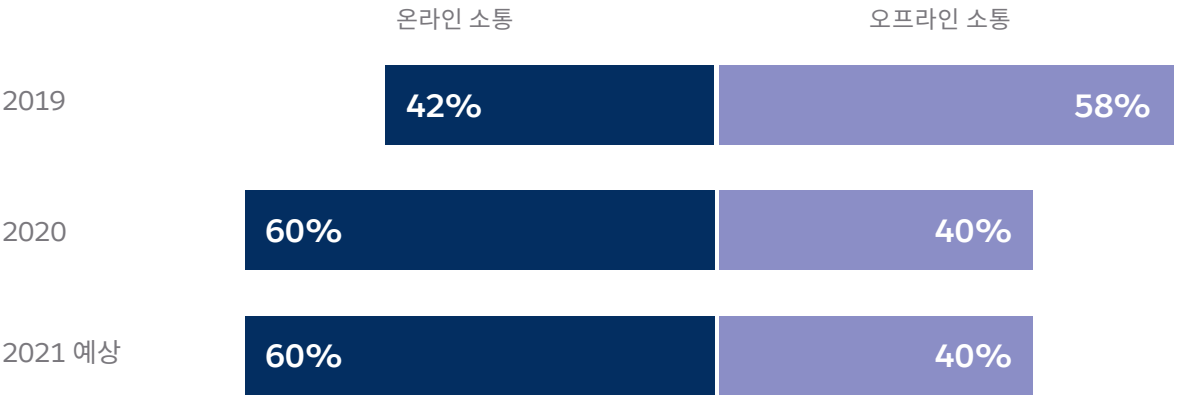
오늘날 IT 부서가 작업할 프로젝트는 넘쳐나고 있습니다. 다른 부서 직원과 같이 IT 역시 가속화되는 수요 증가로 인해 큰 타격을 받았기 때문입니다. 원격으로 근무하는 직원층이 늘어난 것뿐만 아니라, 고객들도 이전보다 온라인에서 더욱 많은 시간을 보내기 때문에 디지털의 중요성이 점점 더 높아지고 있습니다. 전 세계적으로 디지털 프로젝트에 대한 수요가 상승하는 추세이며, 이에 다수의 IT 팀들의 부담은 커져가고 있습니다.

37%의 현업 부서 직원들은 IT가 수요를 감당할 능력과 기술을 가지고 있다고 자신합니다.⁶

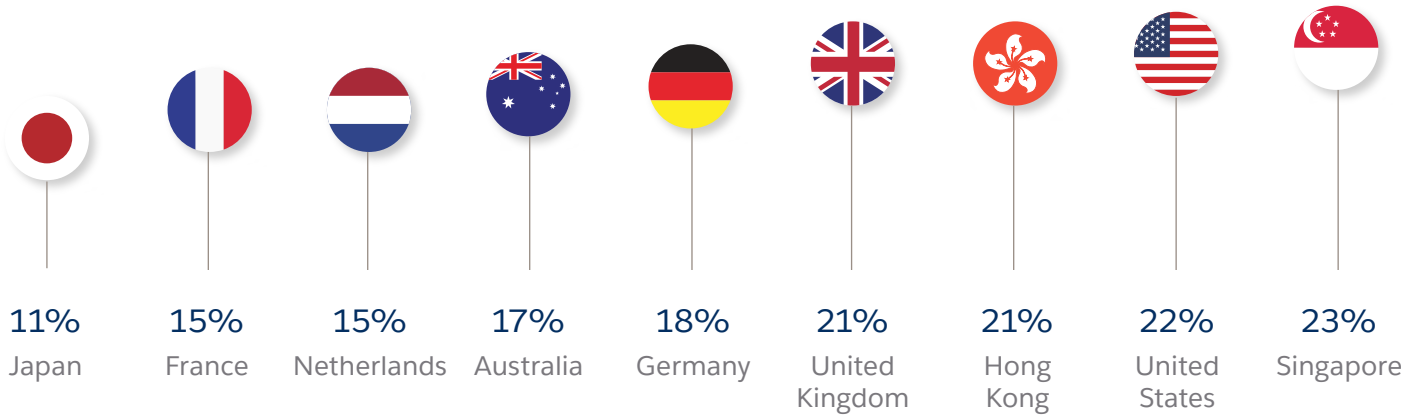


점점 더 디지털화되는 세상의 IT 업무량 증가

고객과 회사 간의 온라인 및 오프라인 소통 관련 예상 비율²



코로나19으로 인한 IT 디지털 프로젝트의 비율 증가⁶



응답층: 비즈니스 라인 직원들.

02 IT의 필수 의무가 된 자동화

현업 부서(Line of Business, LOB) 직원들은 IT가 해결해야 할 과제에 끝이 없다는 사실을 이미 알고 있습니다. 많은 직원들은 리더들이 미래 지향적인 프로젝트를 신경쓰기보다는 일상적인 작업에 너무나도 치중하고 있다고 말합니다.

3분의 2 이상의 현업 부서 직원들이 디지털 혁신을 위해 IT와 협력하고자 한다는 사실에서 진행을 가속화하고자 하는 이들의 열망을 확인할 수 있습니다. 그리고 해당 그룹의 직원들은 로우코드 애플리케이션 플랫폼(LCAPs, Low-Code Application Platforms)에서 이를 빠르게 실현할 가능성을 찾을 수 있습니다.

LCAP는 코딩을 많이 할 필요가 없기 때문에 기술적 관련 지식이 부족한 팀도 앱을 구축할 수 있는 톨입입니다. 가트너(Gartner)는 ‘2023년이면 중대형 기업의 50% 이상이 전략적 애플리케이션 플랫폼으로 LCAP을 도입했을 것이다’라고 전망하기도 했습니다.⁷

IT 프로젝트 가속화를 모색하는 현업 부서 직원들

다음 사항에 동의한다고 응답한 현업 부서 직원들⁶

나는 디지털 프로젝트가 증가함에 따라 생산성을 위해 데이터와 IT 기능에 액세스하기를 원한다

82%

IT와 현업 부서 직원들이 함께 디지털 혁신을 주도해야 한다

68%

리더들은 사무실 불을 켜 두는 데에만 치중하고 있다

58%



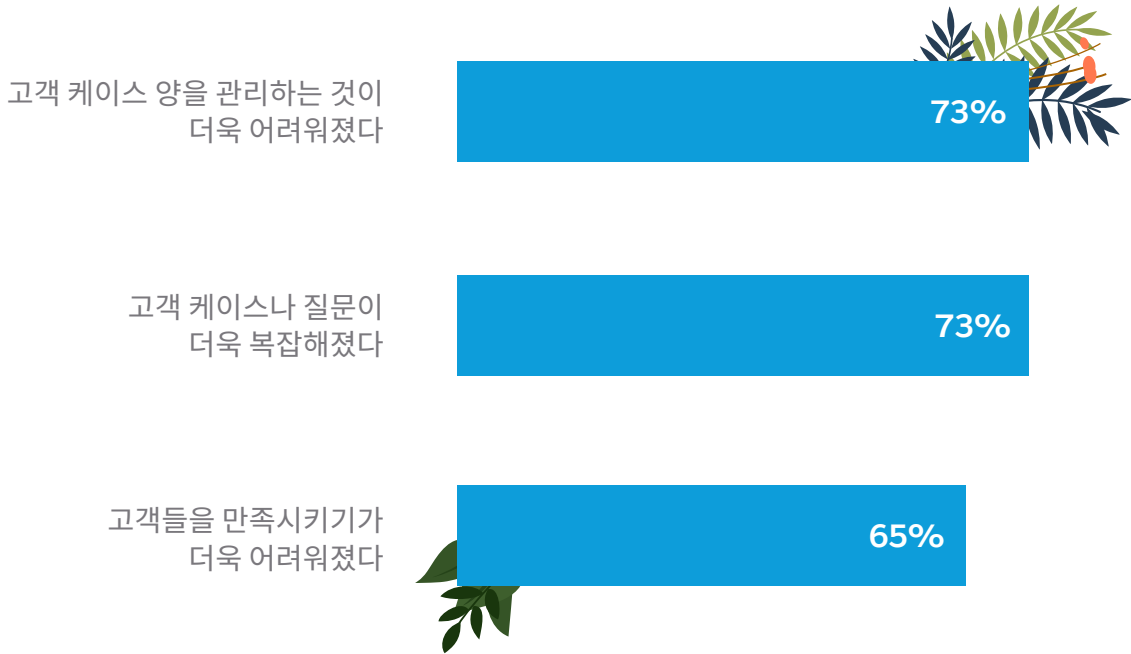
03 수요 폭증으로 인해
진화하는 고객 서비스
프로세스

기업이 고객 참여 방안을 재설계하고 있는 가운데, 고객 관계의 최전선에 있는 서비스 상담원들은 특히 엄청난 부담을 마주하고 있습니다. 고객 케이스가 그 어느 때보다도 많고 도전적임에도 불구하고, 코로나19로 인한 보건 및 경제 위기 이후 소수의 서비스 팀만이 추가 예산을 배정받거나 직원을 채용했다고 합니다.

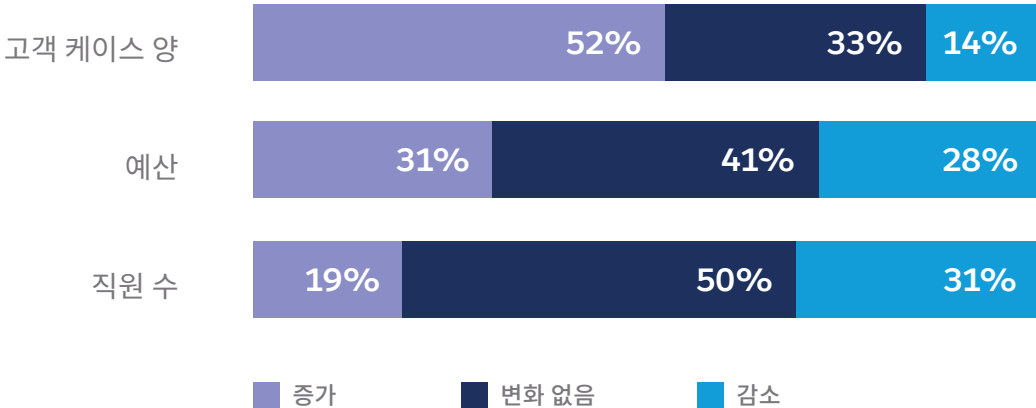
57%의 고객들은 코로나19로 인해 고객 서비스에 대한 기준이 높아졌다고 말합니다.²

자원은 늘지 않는 가운데 가중되는 상담원들의 업무량

다음 사항에 동의한다고 응답한 서비스 전문가들⁸



2020년 중 서비스 조직에서의 변화⁸



03 수요 폭증으로 인해 진화하는 고객 서비스 프로세스

고객 서비스 팀들은 나날이 높아지는 업무량을 조금이라도 줄이기 위해 자동화에 기대를 걸고 있습니다.

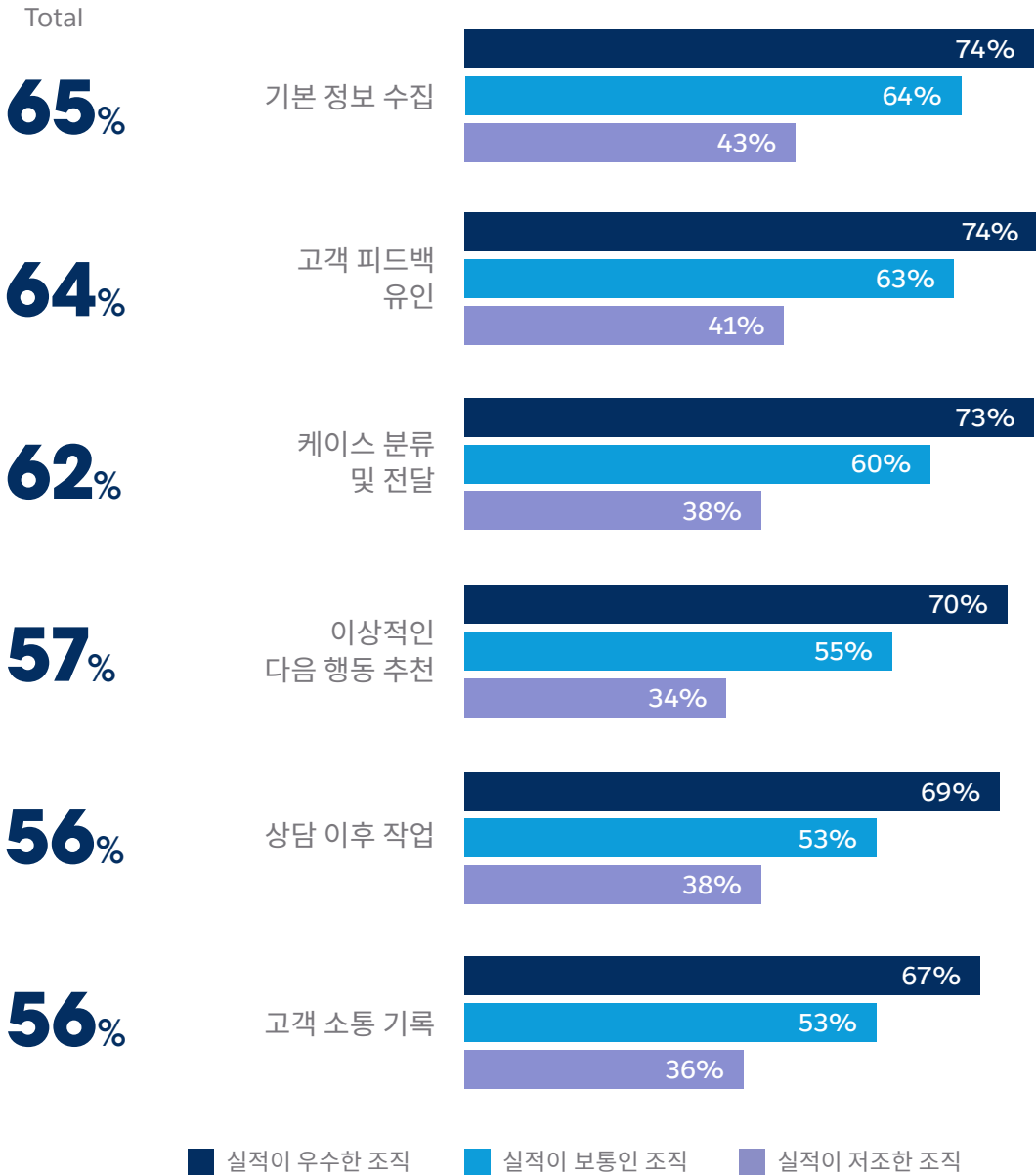
많은 시간이 소요되는 배경 정보 수집이나 케이스 상담 이후 작업 등의 단순 반복 작업 등은 고객과 직원 모두를 힘들게 할 수 있기 때문입니다.

오늘날, 대다수의 서비스 전문가들은 이러한 반복 작업이 조직 차원에서 대부분 자동화되었다고 말합니다. 최고의 고객 만족으로 높은 성과를 내는 서비스 팀들이 변화를 주도하고 있는 것입니다.

71%의 서비스 의사 결정자들은
자동화 계획을 가속화하고 있다고
말한다.⁸

프로세스를 자동화한 서비스 팀이 우수한 성과를 냅니다

다음 사항이 조직 차원에서 대부분 자동화되었다고 응답한 서비스 전문가들⁸



응답에는 '대부분' 또는 '완전히' 자동화(아니면 대부분 또는 '완전히' 수동)된 것도 포함됩니다. 실적이 우수한 직원들은 고객 만족이 '우수'하다고 응답했고, 실적이 보통인 직원들은 '좋다', 실적이 저조한 직원들은 '보통' 또는 '형편없다'라고 응답했습니다.

03

수요 폭증으로 인해 진화하는 고객 서비스 프로세스

고객 서비스 분야에서 가장 잘 알려진
자동화 중 하나인 챗봇이 최근 몇 년 동안
빠르게 확산되었습니다.

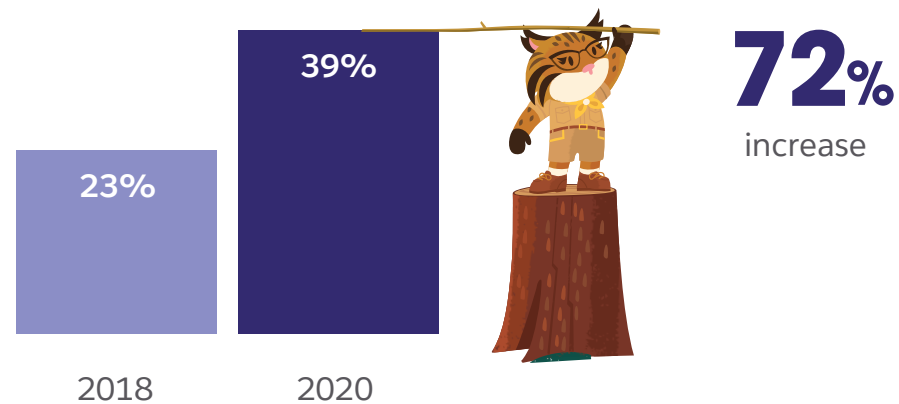
“ 챗봇은 담당자에게 케이스를
전달하고 간단한 질문에 응답하는 등
반복적인 작업을 대신할 수 있습니다.
잘만 활용한다면 직원들이 더욱
창의적이고 값진 작업에 몰두할 수 있는
시간이 많아질 뿐만 아니라 케이스 양이
많을 때에도 고객에게 빠른 응답을
제공할 수 있습니다.”

- 브라이언 솔리스(BRIAN SOLIS)
세일즈포스 글로벌 이노베이션 전도사
(GLOBAL INNOVATION EVANGELIST SALESFORCE)

83%의 고객들은 기업과 접촉한 직후
누군가와 소통하기를 기대합니다. 이는
2019년의 78%보다 증가한 수치입니다.²

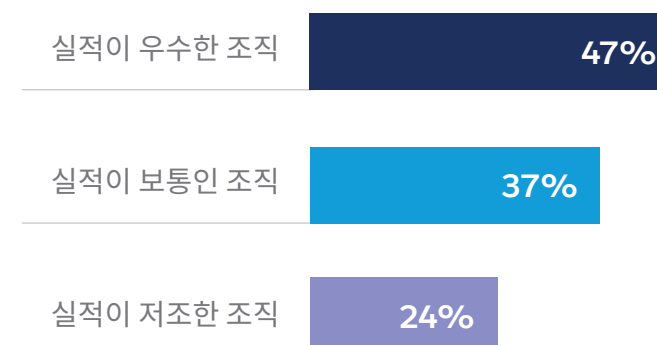
점점 더 많아지는 챗봇 활용 서비스 조직

챗봇을 활용하고 있다고 응답한 서비스 의사 결정자들⁸



전년 대비 증가율은 (새로운 값-이전 값)/이전 값 공식을 통해 산출되었음.

서비스 조직 실적 수준별 챗봇 활용률⁸



응답처: 서비스 의사 결정자들.

실적이 우수한 직원들은 고객 만족이 '우수'하다고 응답했고, 실적이 보통인 직원들은 '좋다', 실적이 저조한 직원들은 '보통' 또는 '형편없다'라고 응답했습니다.

03 수요 폭증으로 인해
진화하는 고객 서비스
프로세스

모든 서비스 자동화가 인공지능(AI)에 기반하는 것은 아니지만, 챗봇과 같이 보다 정교한 기술에는 AI가 필요합니다.

AI는 보이지 않는 곳에서 인사이트와 추천을 만들고, 데이터를 추가하며, 프로세스를 호출하는 등 고객 서비스 부문에서 강력한 툴이 되었습니다.

현재는 AI를 활용하는 서비스 팀의 비율이 절반에도 미치지 못하지만, 활용도는 늘어나고 있습니다. 다수의 서비스 의사 결정자들은 AI 계획을 수립해둔 상태라고 말합니다.



서비스 부문에서 증가하는 AI 사용

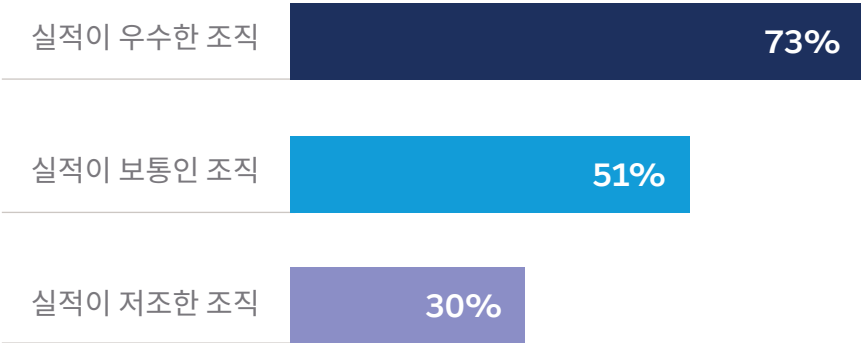
AI를 사용한다고 응답한 서비스 의사 결정자들



전년 대비 증가율은 (새로운 값-이전 값)/이전 값 공식을 통해 산출되었음.



AI 계획을 수립해둔 상태라고 응답한 서비스 의사 결정자들



실적이 우수한 직원들은 고객 만족이 '우수'하다고 응답했고, 실적이 보통인 직원들은 '좋다', 실적이 저조한 직원들은 '보통' 또는 '형편없다'라고 응답했습니다.



업계 자세히 보기: 서비스 자동화 동향

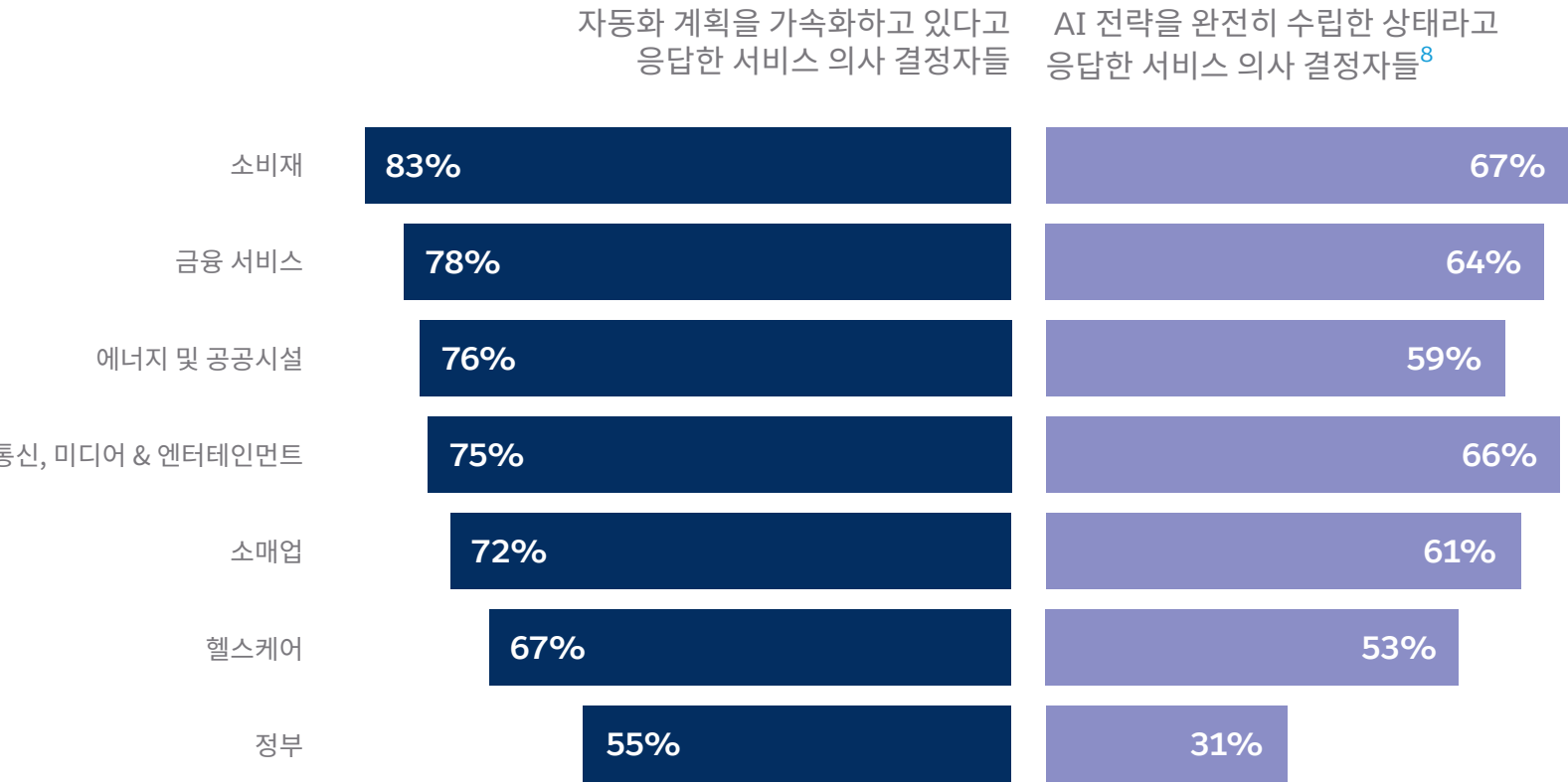
대부분의 산업이 고객 서비스 프로세스를 자동화해야 한다는 부담을 느끼고 있기는 하지만, 더욱 빠르게 움직이고 있는 부문이 있습니다.

예를 들면, 소비재 부문에서는 무려 80%의 서비스 의사 결정자들이 자동화 계획을 가속화하고 있다고 말합니다.

하지만 인공지능(AI)과 관련된 계획은 살짝 뒤쳐지는 모습을 보입니다. 더 적은 수의 사람들이 AI 전략을 수립했다고 응답했기 때문입니다.

예산과 규제가 더욱 엄격한 정부 기관은 다른 산업 대비 AI와 자동화 부문에서 진행이 더딘 모습을 보이고 있습니다.

소비재가 서비스 자동화 및 AI의 선두를 달리는 가운데, 정부가 가장 뒤쳐지고 있다



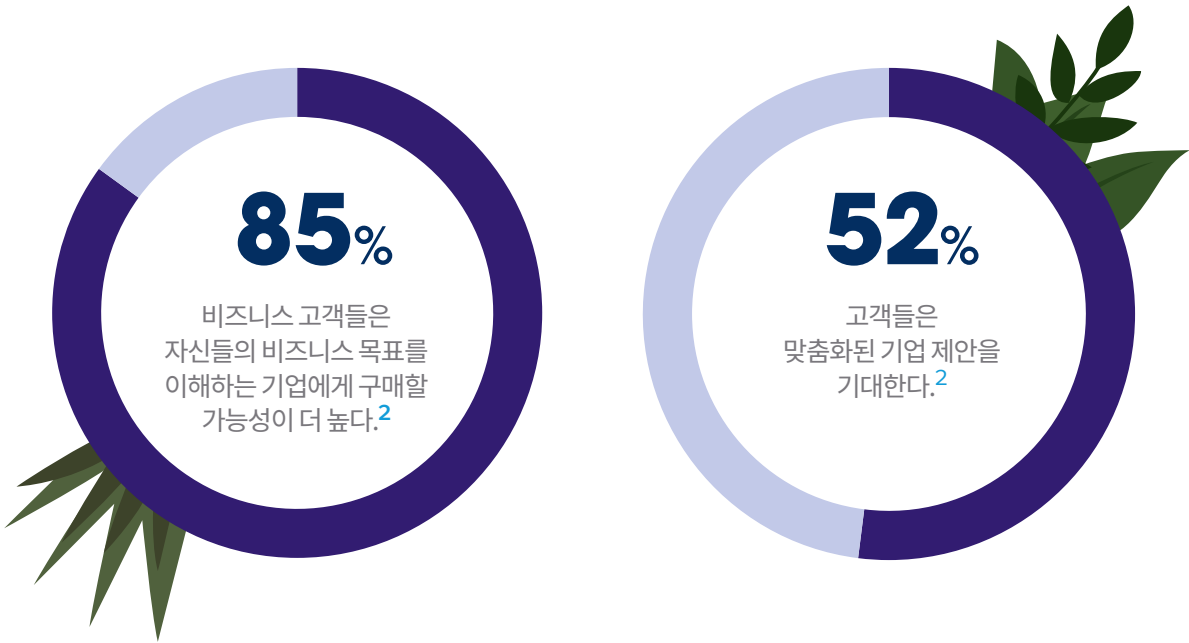
04

주류로 자리 잡은 세일즈 자동화

올바른 지식과 공감 능력을 갖춘 어드바이저로서 세일즈 인력이 지닌 가치는 모호함과 변화가 가득한 시기에 더욱 중요해집니다. 고객이 일반적인 설명보다는 자신들만의 고유한 니즈를 이해하고 가치를 제안하는 기업을 선택하게 되는 상황에서 맞춤화는 그 무엇보다도 중요한 요소입니다.

하지만 제안을 맞춤화하기 위한 배경 정보를 수집하는 데에는 시간이 걸리며, 많은 세일즈 인력들은 필요한 정보를 수집하기에는 다른 업무가 너무 많다고 이야기하고 있습니다.

늘어나는 고객 수요로 고전하고 있는 세일즈 인력들



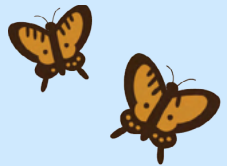
세일즈 인사이트에 대한 현실



90% 세일즈 인력은 현재 경제 상황으로 인해 고객 니즈를 예측하는 것이 중요해졌다고 말한다.¹⁰

77%

세일즈 인력은 필요한 고객 인사이트를 수집할 시간이 부족하다고 말한다.¹⁰



04

주류로 자리 잡은 세일즈 자동화

세일즈 리더들에 따르면, 여러 자동화 기술의 중요한 구성 요소인 인공지능(AI)은 세일즈 직원들이 고객 니즈를 해결하는 데 많은 도움이 된다고 합니다.

AI가 세일즈에서 사용되는 범위는 실제로도 빠르게 확장되고 있습니다. 예측 정확도를 개선하는 등 세일즈에서 사용되는 기타 사례도 있지만, 리더들은 AI의 가장 중요한 영향이 고객 관계와 직결된다고 말합니다. AI 기술을 활용해 세일즈 직원들이 고객과 더 많은 시간을 보내고 고객 니즈를 더욱 잘 이해할 수 있게 되기 때문입니다.

“ 기존에도 훌륭한 고객 관계를 유지하고 있었지만, AI가 더욱 심도 있는 고객 관계를 돕는 촉매제가 되었습니다.”

- 펠리사 팔라기(FELISA PALAGI)
인터넷 크리에이션즈 CEO
(INTERNET CREATIONS CEO)

세일즈 부문에서 증가하는 AI 사용

AI를 사용한다고 응답한 세일즈 리더들



전년 대비 증가율은 (새로운 값-예전 값)/예전 값 공식을 통해 산출되었음.

AI가 세일즈 팀에 미치는 탑 3 영향¹⁰

- 1 고객 니즈 이해
- 2 세일즈 직원들의 시간 활용
- 3 경쟁 이해

응답층: 조직에서 AI를 사용하는 세일즈 리더들.
개선 정도가 '두드러졌다'라고 응답한 비율 순.

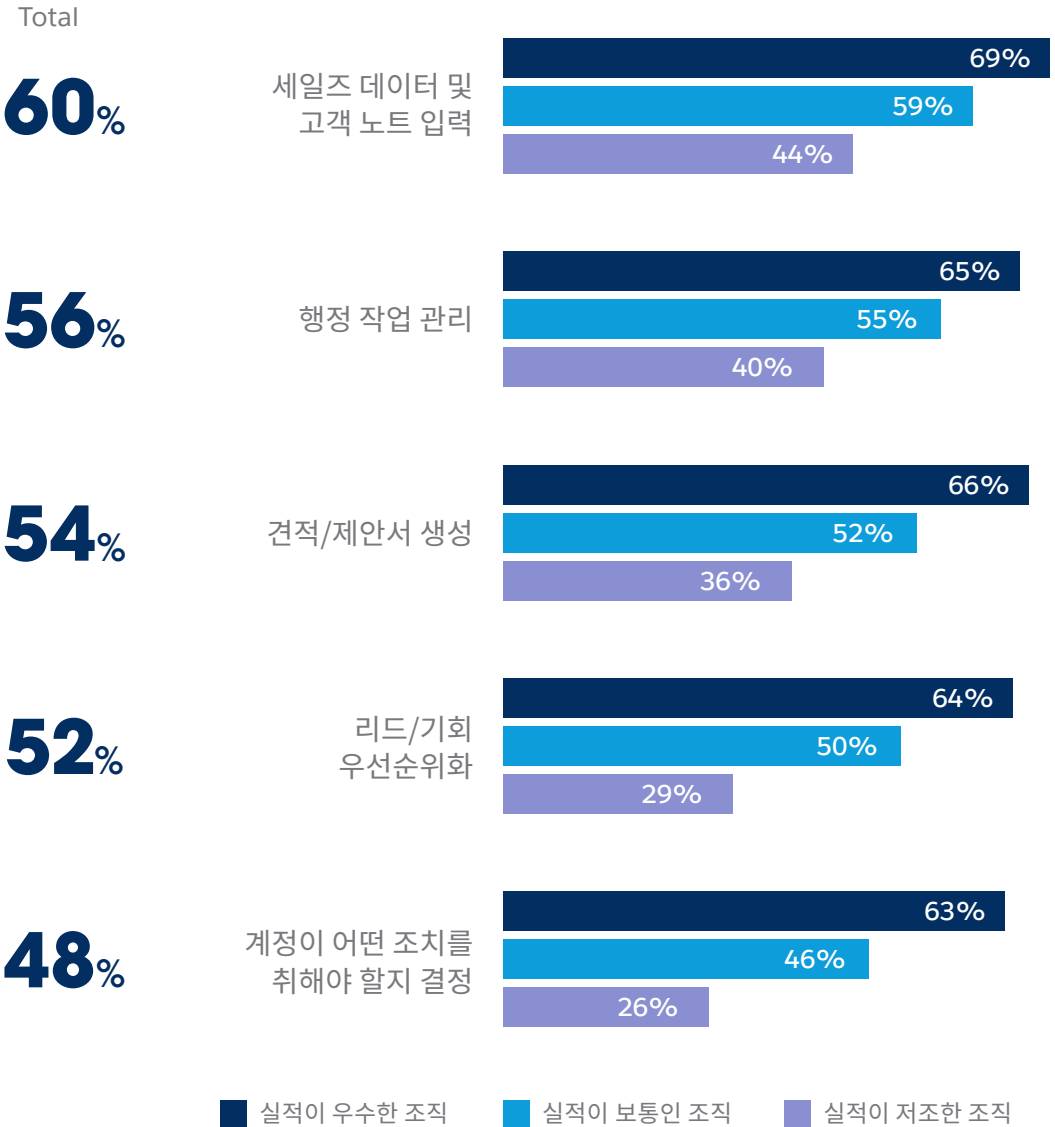
04 주류로 자리 잡은
세일즈 자동화

고객은 자신을 이해하고 개인적으로 신경을 써주는 기업으로부터 구매할 가능성이 높습니다. 당연한 결과일 수도 있겠지만 데이터에 따르면, 최고 세일즈 조직들은 단순 반복 작업을 자동화해 세일즈 직원들이 의미 있는 고객 소통을 할 수 있는 시간을 마련해주는 것으로 나타났습니다.

세일즈 데이터와 메모 전산화는 세일즈 팀이 가장 흔하게 자동화하는 작업 중 하나입니다. 하지만 실적이 우수한 세일즈 팀들은 계정이 취할 수 있는 조치를 추천하는 작업을 자동화함으로써 크게 차별화되는 모습을 보여주고 있습니다.

프로세스를 자동화한 세일즈 팀이 우수한 성과를 냅니다

다음 사항이 대부분 조직 차원에서 자동화되어 있다고 응답한 세일즈 전문가들⁸



실적이 우수한 세일즈 조직은 거래를 성사함에 있어 '완전한' 자신감을 보였고, 실적이 보통인 세일즈 조직은 '대체적으로' 또는 '보통 수준으로' 자신감 있었으며, 실적이 저조한 세일즈 조직은 '조금' 자신감 있거나 '자신감이 없다.'라고 응답하였습니다.



업계 자세히 보기: 서비스 자동화 동향

산업마다 어떤 세일즈 프로세스를 자동화하고자 하는지가 다를 수 있습니다. 하지만 세일즈 데이터 및 고객 노트 입력은 많은 산업에서 공통되게 자동화를 진행하는 작업입니다.

물론 일부 산업이 다른 산업 대비 세일즈 자동화 채택 수치에서 강세를 보여주고 있습니다. 에너지/공공사업 및

소매업 부문이 주도하고는 있지만 통신, 미디어 및 엔터테인먼트처럼 자동화가 덜 진행된 산업도 강력한 수치를 보여주고 있습니다. 이는 세일즈 자동화가 특정 산업에 국한된 틈새 전략이 아니라 모든 세일즈 부문에 걸쳐 일반적으로 발생하는 동향임을 시사합니다.

다음 사항이 조직 차원에서 대부분 자동화되었다고 응답한 세일즈 전문가들¹⁰

	세일즈 데이터 및 고객 노트 입력	행정 작업 관리	견적/제안서 생성	리드/기회 우선순위화	계정이 어떤 조치를 취해야 할지 결정
에너지/공공사업	67%	63%	60%	59%	58%
소매업	66%	62%	61%	61%	60%
헬스케어	63%	60%	58%	51%	47%
금융 서비스	61%	57%	56%	49%	50%
소비재	61%	52%	59%	53%	48%
통신, 미디어 및 엔터테인먼트	54%	49%	44%	50%	39%

설문조사에 응답한 모든 산업이 위에 열거되어 있는 것은 아님.



데이터 소스 및 연구 방법론

모든 데이터는 타사 패널 응답자를 대상으로 한 이중맹검 설문조사 (Double-Blind Survey)에 기반합니다. 본 보고서에 인용된 모든 데이터에는 미국인으로만 구성된 The Experience Equation을 제외하고는 모두 전 세계 응답자를 포함합니다.

세부 응답자 인구통계와 분류 정의 및 방법론 정보는 아래 소스에서 확인할 수 있습니다.

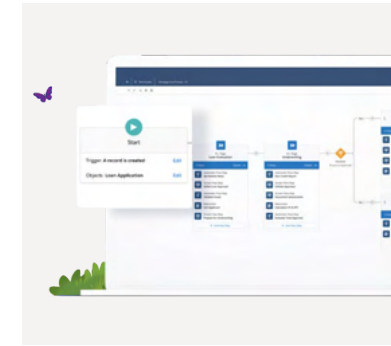
설문 조사 데이터는 인용된 보고서에 게재되어 있지 않을 수도 있습니다.

가장 최신 State of Sales, State of the Connected Customer 및 State of Service 설문조사에서 국가를 표준화하였습니다. 그 결과, 본 보고서에 게재된 수치와 원본 보고서에 게재된 수치가 상이할 수 있습니다.

소스

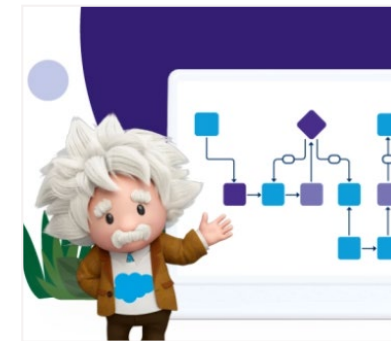
- 1 The Experience Equation survey, Salesforce & Forbes Insights, November 2020.
- 2 State of the Connected Customer survey, Salesforce, July-August 2020.
- 3 Snapshot Research Series, Salesforce, May 2020.
- 4 Enterprise Technology Trends, Salesforce, May 2019.
- 5 Workflow Process Automation survey, Salesforce, March 2021.
- 6 The State of Business and IT Innovation, MuleSoft, December 2020.
- 7 Magic Quadrant for Enterprise Low-Code Application Platforms, Paul Vincent et al., 30 September 2020.
- 8 State of Service survey, Salesforce, August-September 2020.
- 9 State of Service, Salesforce, March 2019.
- 10 State of Sales survey, Salesforce, May-June 2020.
- 11 State of Sales, Salesforce, May 2018.

관련 리소스



Einstein Automate로
업무 속도 가속화하기.

[더 알아보기 \(영문\) >](#)



자동화가 직원들의
업무 성과 극대화에
미치는 영향 알아보기.

[더 알아보기 \(영문\) >](#)



The 360 Blog에서
자동화와 AI 더 알아보기

[블로그 읽기 \(영문\) >](#)



sfdc.co/DiscoverEinsteinAutomate