

salesforce

단 **5** 분 만에 다시보는

# Salesforce Live: Korea 2022

국내 디지털 혁신 패러다임을 선도하고 있는  
국가대표 'Best 11'의 디지털 혁신 스토리

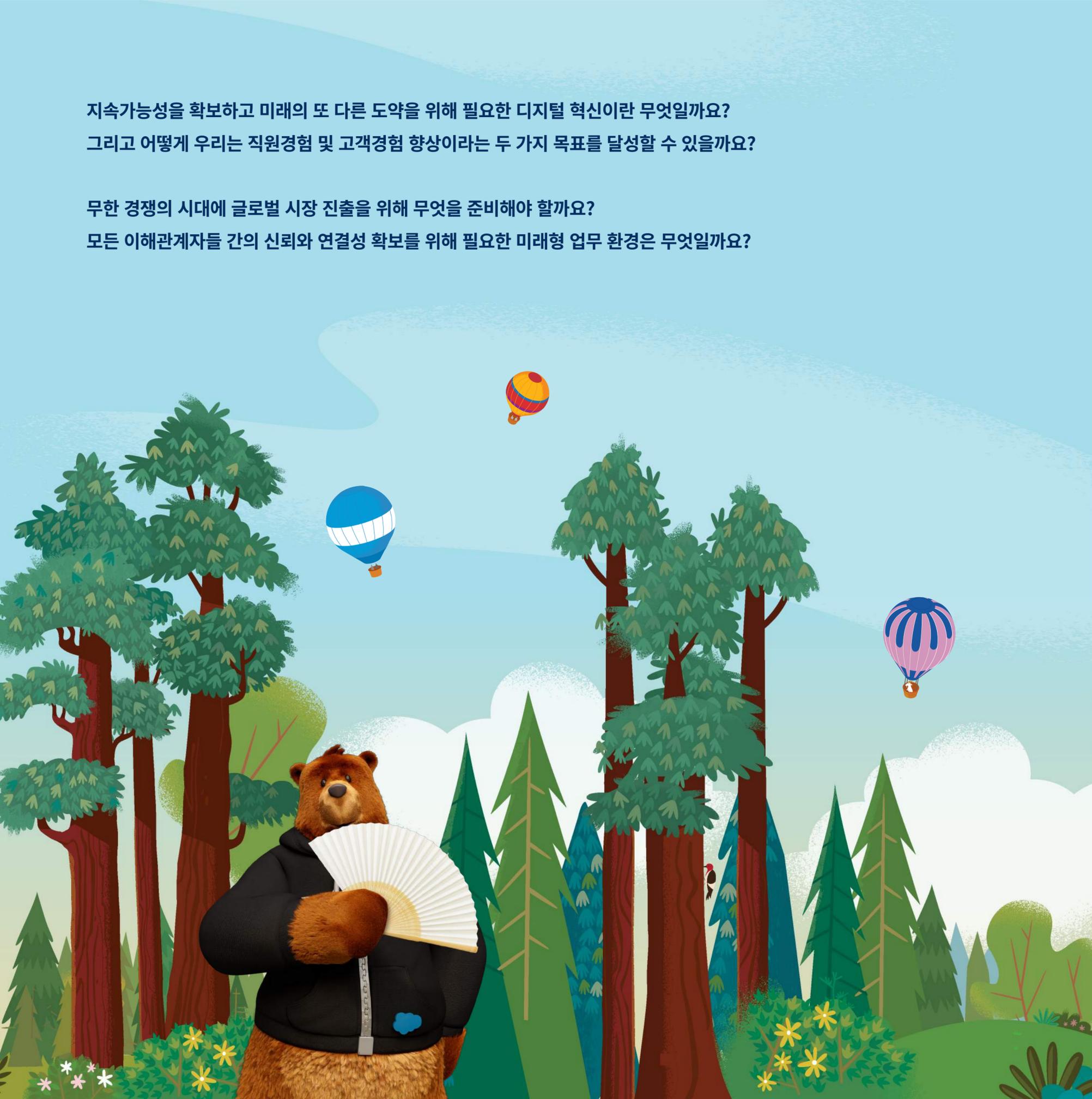


지속가능성을 확보하고 미래의 또 다른 도약을 위해 필요한 디지털 혁신이란 무엇일까요?  
그리고 어떻게 우리는 직원경험 및 고객경험 향상이라는 두 가지 목표를 달성할 수 있을까요?

무한 경쟁의 시대에 글로벌 시장 진출을 위해 무엇을 준비해야 할까요?  
모든 이해관계자들 간의 신뢰와 연결성 확보를 위해 필요한 미래형 업무 환경은 무엇일까요?

국내 시장의 디지털 혁신 패러다임을 선도하고 있는  
'Best 11'과 함께 그 해답을 직접 살펴보세요!

기업이 속한 산업군과  
기업의 규모를 초월한  
트레일블레이저들의  
혁신 여정을  
다시 공개합니다.



# We are in a New World, Wow your Customer with Customer 360

세일즈포스의 최신 비즈니스 스토리 

## #보다 강력해진 세일즈포스 커스터머 360

새로운 기술과 변화하는 시장과 고객의 니즈에 맞춰 세일즈포스 커스터머 360은 지속적인 혁신을 거듭하고 있습니다. **세일즈포스 커스터머 360**은 주요 고객접점인 영업, 마케팅, 서비스, 커머스 영역의 디지털 혁신과 더불어 IT 부서의 페인포인트 해소를 지원함으로써 고객경험 및 직원경험 향상을 지원하고 있습니다. 슬랙 및 태블로와의 시너지를 바탕으로 세일즈포스 커스터머 360은 디지털 본사에 기반한 업무, 사람, 데이터의 연결성 확보는 물론, 언제 어디서든 협업할 수 있는 디지털 워크플레이스 구축을 지원합니다.



## #하이퍼포스

세일즈포스의 **하이퍼포스(Hyperforce)**는 세일즈포스의 모든 제품과 생태계가 퍼블릭 클라우드상에서 구동될 수 있는 기술입니다. 하이퍼포스는 세일즈포스가 제공하는 세일즈클라우드, 마케팅 클라우드, 커머스 클라우드, 그 외 산업에 특화된 클라우드 제품들을 퍼블릭 클라우드 상에서 운용이 가능하도록 지원합니다. 이 과정에서 고객은 더욱더 뛰어난 유연성, 보안성은 물론, 로컬 규제에 부합하는 세분화된 데이터 레지던시 제어가 가능해집니다.



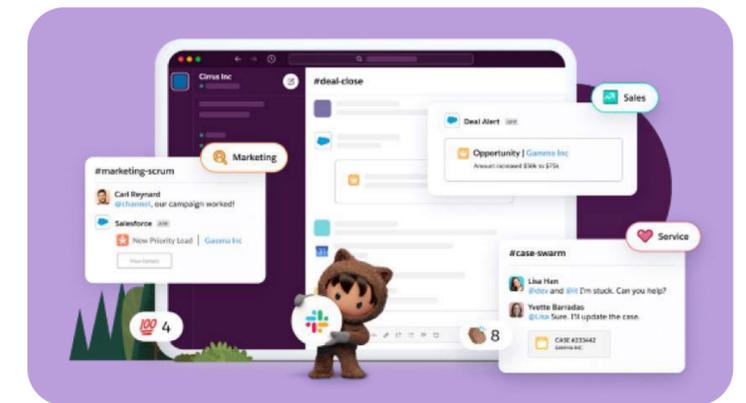
## #디지털 본사

세일즈포스는 언제 어디서나 디지털을 기반으로 보다 안전하게 연결성을 확보하고, 차별화된 경험을 제공할 수 있는 **디지털 본사 구축**을 지원하고 있습니다. 또한, 다양한 신규 통합 기능을 통하여 하나의 워크플로우에서 전사 부서가 신속하게 협업하고, 업무를 자동화하고, 실시간 데이터 인사이트를 기반으로 의사결정을 내릴 수 있도록 합니다. 슬랙, 태블로 등 인수 기업과의 시너지 효과를 통해 세일즈포스는 장기적으로 고객, 임직원, 파트너 등을 포함한 모든 이해관계자들이 함께 성장할 수 있는 디지털 본사를 구축 및 고도화할 것입니다.



## #넷제로 클라우드

‘지속가능한 발전(Sustainability)’을 기업의 핵심가치로 삼고 있는 세일즈포스는 자사와 함께 혁신하고 선한 영향력을 행사 하는 기업, 단체, 개인을 ‘트레일블레이저 (Trailblazer)’라고 칭합니다. 이러한 전세계 1,600만 명 이상의 ‘트레일블레이저’와 함께 더 나은 세상을 만들고 있습니다. **‘넷제로 클라우드 2.0’**은 고객이 전문가의 도움 없이도, ‘포인트&클릭’, ‘드래그&드롭’만으로 탄소 배출 데이터를 분석하고 탄소 배출량을 감축할 수 있는 지속가능한 경영 환경 구축을 지원합니다.





## 01 LG CNS

### 세일즈포스와의 전략적 제휴를 통해 엔드 투 엔드 디지털 혁신 경험 제공

- 도입배경**
- ▶ 국내 기업들이 디지털 혁신 여정간 직면하는 페인포인트를 해소
  - ▶ 기업의 Value Chain을 총체적으로 관리할 수 있는 SaaS Integration 솔루션 개발
  - ▶ 기술제안, 컨설팅, 유지보수, 사후 서비스 등을 포함 엔드 투 엔드 서비스 역량 확보
  - ▶ 국내 IT 생태계 강화 및 국내 기업들의 글로벌 시장 진출 지원 역량 강화

- 도입효과**
- ▶ 과학적인 영업 파이프라인 관리
  - ▶ 영업 기회의 수익성 및 리스크 분석
  - ▶ 고객 데이터의 체계적인 관리 위한 고객정보시스템 구축
  - ▶ 차별화된 디지털 혁신 경험 제안
  - ▶ 기업의 규모 및 산업군별 맞춤형 가치제안 역량 확보



“ LG CNS의 비전은 고객의 성공적인 디지털 전환을 지원하는 “Digital Growth Partner”이다. 이를 위해 단순한 시스템 구축이 아니라, 고객의 니즈 구체화부터 DX 컨설팅, 도입하시고 나서 유지보수까지 고객의 디지털 전환 경험의 End to End 서비스를 제공해야 한다고 생각한다. 글로벌 CRM 시장을 선도하는 세일즈포스의 월드 베스트 기술력과 LG CNS만의 디지털 전환 역량이 합쳐져서 지금까지 국내 고객분들이 경험하지 못했던 토탈 서비스를 제공할 계획이다.”

LG CNS 김창은 상무

## 02 현대오토에버

### 차세대 CRM 플랫폼 구축 통해 지속가능한 모빌리티 가치 제안

- 도입배경**
- ▶ 영업, 마케팅, 고객 서비스 부문의 디지털화 요망
  - ▶ 고객 대상의 맞춤형 초개인화 통한 브랜드 가치 제고 요망
  - ▶ 고객 데이터 통합 관리 및 부서간 데이터 연결성 확보
  - ▶ 글로벌 시장내 데이터 기반의 인사이트 확보

- 도입효과**
- ▶ IONIQ5의 디지털 캠페인 통해 1만 명의 리드 확보
  - ▶ 3,600건의 판매 기회 통해 총 228건의 판매 성과
  - ▶ 차별화 및 개인화된 경험 제공 통한 브랜드 만족도 증대
  - ▶ 글로벌 시장에서의 경쟁우위 확보 가속화
  - ▶ 차세대 CRM 플랫폼 구축 통한 국내 기업의 디지털 혁신 지원 역량 강화

“ 최근 오토에버는 세일즈포스 컨설팅 파트너사로 세일즈포스 기반의 차세대 CRM 구축과 운영뿐 아니라, DX 컨설팅 역량을 확보 중에 있다. 추후 고객 데이터를 통한 밸류체인을 새로운 가치를 창출하고 디지털 혁신을 선도할 수 있는 컨설팅 역량을 확보함으로써 실시간 지능형 비즈니스 인사이트 플랫폼을 고객에게 제공하는 것을 목표로 하고 있다.”

현대오토에버 김현영 상무





### 03 패스트파이브

도입제품  
세일즈 클라우드 | 서비스 클라우드 | 슬랙

## 영업 및 서비스 부문의 디지털 혁신 통한 비즈니스 성장 가속화

#### 도입배경

- ▶ 파이프라인 관리 시스템, 계약 관리 시스템, 고객 문의 응대 시스템의 분리된 운영
- ▶ 지속적인 고객의 수 증가에 따른 서비스 문의 급증
- ▶ 부서간 데이터 사일로 현상에 따른 통합적인 고객 뷰 확보의 어려움
- ▶ 사업 다각화 및 확대에 따라 민첩성, 확장성, 통합성을 보유한 CRM 플랫폼 필요성 증가
- ▶ 지속가능한 디지털 혁신 환경 구축 요망

#### 도입효과

- ▶ 고객과의 계약, 입주, 사후 서비스를 포함 모든 고객 여정간 맞춤형 공간경험 제안
- ▶ 데이터 기반의 과학적인 영업 파이프라인 관리 및 통합 서비스 채널 확보
- ▶ 임직원 간의 데이터 연결성 확보 및 유기적인 협업 환경 구축
- ▶ 신규 비즈니스 사업부와 기존 사업부 간의 업셀링/크로스셀링 기회 확보
- ▶ 시장 및 고객의 변화에 따른 실시간 대응 역량 강화



패스트파이브에 있어 세일즈포스는 베이스캠프이다. 많은 임직원들이 하루의 시작을 커피로 시작하는 것처럼 세일즈포스는 패스트파이브의 모든 임직원들이 하루의 업무를 시작할 때 가장 먼저 살펴보는 업무의 시작점이라고 할 수 있다. 패스트파이브는 미래의 또 다른 변화를 대비하고 지속가능한 디지털 혁신 기업으로 거듭나기 위해 세일즈포스와의 동반 여정을 계속해나갈 것이다.

패스트파이브 고혜경 이사



### 04 신세계라이브쇼핑

도입제품  
서비스 클라우드

## 세일즈포스 통해 서비스 업무 생산성 11% 향상, 스마트컨택센터 구축을 향한 여정

#### 도입배경

- ▶ 제품 판매의 40% 이상이 콜센터를 통해 진행
- ▶ 콜센터 상담원들의 업무 생산성 및 서비스 품질 향상 요망
- ▶ 주문, 상품문의, 취소, 반품 등의 서비스 업무 통합관리 플랫폼 요망
- ▶ 신뢰 및 공감 기반의 고객 커뮤니케이션 톨의 부재
- ▶ 스마트컨택센터 구축 목표

#### 도입효과

- ▶ 상담사의 고객 응대 평균 통화시간 약 8% 감소
- ▶ 고객상담내역의 후처리 시간 약 20% 감소
- ▶ 상담원의 일평균 업무 생산성 11% 이상 향상
- ▶ 상담원의 인에이블먼트 기간 대폭 감축
- ▶ 고객의 목소리에 기반한 협업 환경 구축
- ▶ 데이터 기반의 과학적인 의사결정 및 업무수행 가능 환경 구축



최근 디지털트랜스포메이션이 많이 부각되고있는데 결국 디지털트랜스포메이션도 고객 경험 향상이 주요 과제 일수 밖에 없다고 생각한다. 고객컨택의 최전선인 콜센터에서 고객의 니즈를 정확히 파악하고 그것을 업무 프로세스 개선에 적용이 가능하도록 지원하는 것이 중요한데, 우리는 고객 니즈 파악을 위해서 세일즈포스 서비스 클라우드를 도입하였고, 단기간에 스마트컨택센터를 구축할 수 있었다.

신세계라이브쇼핑 주용노 상무





## 05 LS일렉트릭

도입제품  
세일즈 클라우드 | 서비스 클라우드

### 영업, 서비스, 현장 서비스 통합 플랫폼을 통한 Customer 360 View의 완성

#### 도입배경

- ▶ 고객 데이터의 체계적인 축적, 관리 및 분석 환경 구축 요망
- ▶ 추후 해외 사업부, 서비스, 마케팅 등으로 확장이 가능한 CRM 플랫폼 요망
- ▶ 지속적인 서비스를 통한 사후 관리 기반의 2차 매출 창출 기회 확보
- ▶ 고객의 특성과 영업 히스토리에 따른 맞춤형 가치 제안 요망

#### 도입효과

- ▶ 데이터 기반의 맞춤형 영업 전략 수립
- ▶ 고객 관련 업무의 투명한 공유 및 관리
- ▶ 인사이트 기반의 신속한 의사결정 환경 구축
- ▶ 정기 보고 등을 포함 반복 업무 제거 및 미래형 업무환경 구축



이제는 디지털 혁신이라는 것은 해야 할지 말아야 되는지에 대해 고민하는 단계가 아니라, 누가 먼저 시작 하느냐의 문제라고 생각한다. 한 번의 시스템 구축이나 투자를 통해서 모든 것을 완성할 수 있다는 생각은 버려야 하며, 가능한 범위내에서 하나하나 지속적으로 변화할 수 있는 시스템을 만드는 것이 중요하다. 이를 실현하기 위해 우리는 전세계 No.1 CRM 기업인 세일즈포스와 디지털 혁신 여정을 함께하고 있다.

LS일렉트릭 최인식 담당

## 06 대응제약

도입제품  
세일즈포스 플랫폼

### 프로세스 리엔지니어링 통한 기업과 고객의 Win-Win

#### 도입배경

- ▶ 지속적이며 민첩하게 혁신할 수 있는 CRM 솔루션 요망
- ▶ 20년 이상 15만 고객들과 함께 축적한 디지털 혁신 인사이트
- ▶ SaaS 및 PaaS 환경 모두를 제공하는 소프트웨어 요망
- ▶ 현장 중심의 시스템 구축 통한 맞춤형 고객경험 제안 환경 구축

#### 도입효과

- ▶ 부서간 고객 데이터에 대한 싱글 뷰 확보 통한 초개인화 실현
- ▶ 영업, 마케팅, 서비스 등 고객접점 부서간 업무 및 데이터 연결성 확보
- ▶ 데이터 기반의 영업 프로세스 매뉴얼 통한 영업 역량 상향 평준화
- ▶ 단일 플랫폼 내 고객접점 업무 통합 관리 환경 구축
- ▶ 지속가능하고 주도적인 디지털 혁신 환경 구축



세일즈포스의 핵심가치인 '고객성공'과 대응제약의 핵심가치인 상생은 동일한 가치를 추구한다고 생각한다. 대응제약은 앞으로 CRM을 통해 업무를 혁신하는 것 뿐만 아니라 모든 일의 중심에 고객을 두고, 고객에게 정말 필요하고 고객이 원하는 니즈를 충족시키며 혁신적인 플랫폼으로 새로운 가치를 창출하여 사회에도 공헌할 수 있게 되기를 희망한다.

대응제약 손경하 매니저





## 07 록시땅

도입제품  
마케팅 클라우드 | 커스터머 데이터 플랫폼(CDP) | 로열티 엔진(Loyalty Engine)

### 쿠키 없는 시대, 선도적인 마케팅 전략 수립을 위한 디지털 혁신

#### 도입배경

- ▶ 동종 업계 내 다수의 디지털 혁신 성공 케이스 보유한 세일즈포스
- ▶ 태블로를 포함, 다양한 솔루션들과의 연계성
- ▶ 기존 시스템에서 변화하는 마케팅 환경에 따른 시스템 업그레이드의 어려움
- ▶ 옴니채널에서의 고객관계관리 역량 강화 위한 고객정보 통합 니즈 존재
- ▶ 마케팅 캠페인 자동화 및 멤버십 프로그램의 고도화 요망

#### 도입효과

- ▶ 옴니채널 간 고객의 브랜드 경험 강화
- ▶ 맞춤형 고객 멤버십 프로그램 기획 및 실행 역량 강화
- ▶ 고객의 리텐션 비율, 재구매 비율 등 지속적인 매출 성장
- ▶ 마케팅 캠페인 자동화에 따른 업무 생산성 및 직원경험 향상



세일즈포스는 실무자의 공수를 줄이고 정확도 높은 다양한 캠페인을 운영할 수 있는 환경 구축을 지원하고 고객의 구매 내역, 반응도가 높은 캠페인 등 360도로 고객을 한 눈에 파악할 수 있는 기능이나, 캠페인 결과를 포함한 다양한 데이터 분석 등 기업의 니즈에 따라 굉장히 다양한 솔루션들이 세분화 되어 있기 때문에 고도화된 CRM 프로그램을 세팅하기에 매우 용이한 솔루션이다.

록시땅 손현영 매니저



## 08 라코스테 코리아

도입제품  
커머스 클라우드

### 심리스한 옴니채널 쇼핑 경험 제공을 위한 열쇠, '헤드리스 커머스'

#### 도입배경

- ▶ 옴니채널 커머스 전략을 위한 CRM 솔루션 요망
- ▶ 다양한 채널에서 소비자의 쇼핑 경험 고도화
- ▶ 잠재고객을 구매고객으로 전환시키기 위한 커머스 환경 구축 요망
- ▶ 주문 및 재고관리 등 고객의 쇼핑 경험을 통합 관리할 수 있는 커머스 플랫폼 요망

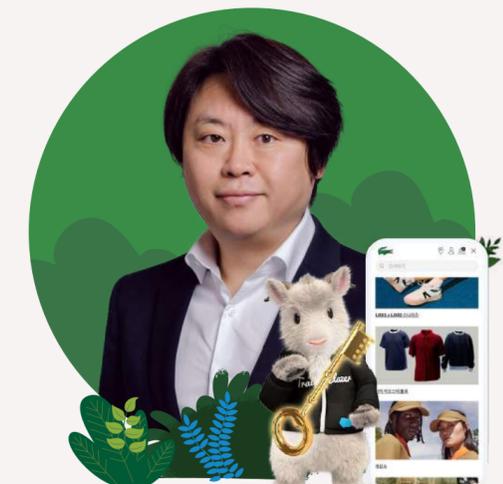
#### 도입효과

- ▶ 다각화된 쇼핑 채널을 단일 커머스 플랫폼으로 통합 운영관리 실현
- ▶ 헤드리스 커머스를 통한 실시간 맞춤형 쇼핑 경험 제공
- ▶ 쇼핑 채널의 특성에 따른 운영 및 커머스 플랫폼과의 API 기반의 연결성 확보
- ▶ 전체 재고 네트워크 연결 통한 실시간 주문처리 및 데이터 기반의 재고관리 환경 구축
- ▶ 웹, 모바일 등의 채널 기반의 지속적인 자사몰 매출 증가



소셜 채널의 트래픽 향상이 실제 매출 향상으로 이어지도록 하고 자사몰에서 다양한 개인화 맞춤형 프로모션을 기획 및 실행할 수 있다는 점에서 세일즈포스 커머스 클라우드는 고객의 쇼핑 여정간 보다 고도화된 고객경험을 제공하고 고객관계관리 프로세스를 최적화 할 수 있다는 점에서 매우 중요한 역할을 수행하고 있다. 세일즈포스는 라코스테가 최고의 패션 브랜드로 성장하는데 있어 동반성공을 지원할 수 있는 매우 든든한 디지털 혁신 성공 파트너이다.

라코스테 코리아 김선종 상무





## 09 해성DS

도입제품

세일즈 클라우드 | 익스피리언스 클라우드 | 플랫폼

### 글로벌 반도체 시장 선도 위한 CRM 기반의 협업 및 파트너십 역량 강화

#### 도입배경

- ▶ 양산 진입 실패 요인 및 기회 비용 분석이 용이한 비즈니스 환경 요망
- ▶ 산재된 영업기회 관련 히스토리 데이터의 체계적인 추적 및 관리 요망
- ▶ 담당자 변경시 업무 인수인계에 많은 시간이 소요
- ▶ 다수의 해외 에이전트들과의 유기적인 협업환경 구축 요망

#### 도입효과

- ▶ 고객 중심의 영업 프로세스 구축 기반의 싱글뷰 확보
- ▶ 단일 플랫폼 상에 체계적으로 데이터 추적 및 관리 환경 구축
- ▶ 신제품 수주 동향 및 영업 예측 분석을 통한 전략적 의사결정 가능 환경 구축
- ▶ 데이터 분석에 따른 인사이트 기반의 기술 개선 방향 및 로드맵 기획 지원
- ▶ 글로벌 시장의 고객 및 에이전트와의 유기적인 협업을 위한 연결성 확보



세일즈포스와 함께 디지털 혁신의 첫 단추를 채웠다고 생각한다. 현재는 영업을 중심으로 CRM 플랫폼을 운영하고 있지만 전사적인 디지털 혁신을 위해 다양한 부서들이 함께 고민하고 있다. 세일즈포스의 가장 큰 장점은 사용자의 필요성에 따른 강력한 확장성을 보유하고 있다는 것이다. 성공적인 디지털 혁신을 위한 열쇠는 경영진의 의지와 실제 사용자의 참여도이며, 디지털 기술 도입과 함께 기업문화에도 큰 변화가 필요하다고 생각한다.

해성DS 설정훈 팀장



## 10 클래스101

도입제품

세일즈 클라우드

### 스타트업 기업문화 그로스 해킹하기

#### 도입배경

- ▶ 크리에이터 및 수강생 모집을 위한 고도화된 플랫폼 구축
- ▶ 클래스 제작 후 런칭을 위한 전체 프로세스 통합관리 요망
- ▶ 다양한 영역에서의 혼재된 업무 프로세스
- ▶ 글로벌 시장 진출을 위한 체계화된 비즈니스 환경 구축

#### 도입효과

- ▶ 크리에이터 소싱 및 클래스 제작 등의 전 여정의 시스템화
- ▶ 체계적인 히스토리 관리 통한 업무 연결성 확보
- ▶ 각 업무 영역별 프로세스 체계화 및 업무 표준 정립
- ▶ 산재되어 활용하던 다양한 디지털 툴의 일원화



세일즈포스의 기업문화는 클래스101이 가진 그로스 문화와 연결성이 깊다고 생각한다. 지금까지 다양한 디지털 툴들을 도입 및 사용하며 시행착오를 거쳤지만 세일즈포스를 기반으로 디지털 툴들을 일원화하고, 이를 통해 임직원들의 생산성에도 긍정적인 변화가 생길 것이라고 기대한다. 추후 클래스101은 세일즈포스와 함께 글로벌 시장 진출 및 고객경험 고도화를 위한 혁신을 지속해나갈 예정이다.

클래스101 윤다슬 리드



지속가능한 성장과 미래의 또 다른 도약을 위한 혁신,  
국가대표 'BEST 11'과 함께 살펴보는 세일즈포스 도입 성공 스토리

## 11 월드비전

### 세일즈포스와 함께하는 NGO 플랫폼의 디지털 혁신

도입제품

서비스 클라우드 | 마케팅 클라우드 | 태블로

#### 도입배경

- ▶ 수기로 처리해야 하는 단순 반복 업무의 증가
- ▶ 산재된 업무 처리 방식에 의한 휴먼에러 리스크 존재
- ▶ 후원금 사용내역의 투명한 공개 및 공유 간의 리소스 한계
- ▶ 데이터 사일로 현상으로 인해 서비스 부서의 후원자 정보 파악의 어려움
- ▶ 각 부서간 유기적인 협업 환경 구축의 필요성 존재

#### 도입효과

- ▶ 디지털 기반의 효율적인 업무 환경 구축
- ▶ 마케팅 및 서비스 등 유관 부서간 데이터 연결성 확보
- ▶ 후원자 중심의 통합 싱글뷰 확보 및 투명한 후원금 관리 환경 구축
- ▶ 데이터 기반의 맞춤형 후원 여정 관리 실현
- ▶ 단순 반복 업무의 자동화 및 실시간 후원 현황에 따른 전략적 의사결정
- ▶ 후원금 처리 관련 업무 소요 시간 25% 감소



한국 월드비전이 디지털 혁신을 이루었다는 것을 세일즈포스를 통해 체감할 수 있었다. 세일즈포스 도입 후 직원의 업무 효율성이 대폭 향상하고 후원자 경험이 개선된 것이 그 증거이기 때문이다. 후원자들이 로열티를 가질 수 있도록 꾸준한 서비스와 접점을 제공함으로써 한국 월드비전은 글로벌 NGO 산업에서 디지털 혁신의 선도자로 도약하기 위한 노력을 아끼지 않을 것이다.

월드비전 김학일 팀장



세일즈포스코리아와 다양한 채널에서 만나보세요!



세일즈포스가 제공하는  
'고객 중심 디지털 혁신'에 대한  
최신 뉴스레터 구독하기

구독하기 >

Salesforce Live:  
Korea 2022  
하이라이트 다시보기

다시보기 >



더 많은 세일즈포스 도입 성공 스토리가 궁금하시다면?

세일즈포스를 기반으로 국내 디지털 혁신  
패러다임을 선도하고 있는 또 다른  
트레일블레이저 스토리를 살펴보세요!





salesforce

## 세일즈포스 코리아

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.