

국내 중견강소기업의 디지털 혁신 성공 사례집

국내 중견강소 기업의 디지털 혁신 성공 사례를 통해 팬데믹 이후
직원, 고객, 파트너 및 이해관계자들이 디지털 본사를 기반으로 연결되고
유기적으로 협업할 수 있는 디지털 워크플레이스 구축 방법에 대해 소개합니다.





Contents

도입 (Introduction)	3
국내 기업 사례	5
1. 한경기획	6
2. 민병철유폰	7
3. 메쉬코리아	8
4. 씨티케이	9
5. 샌드버드	10
6. 버즈빌	11
7. 로지스팟	12
결론 (Conclusion)	13



도입 (Introduction)

전세계 2,500명 이상의 중견 및 강소기업 리더들 중 71%는 디지털화를 통해 팬데믹 위기를 극복했다고 이야기합니다. 이렇듯 팬데믹 이후 비대면 환경에서 고객과의 접점을 형성하고 직원 및 파트너 간의 연결성을 확보하기 위한 '디지털 혁신'은 단순히 '하면 좋은 것'이 아닌 '반드시 해야하는 것'으로 그 중요성이 확대되고 있습니다.

특히 세일즈포스는 현재와 같은 상황을 '신뢰의 위기'를 극복해야 하는 매우 중요한 순간이라고 설명합니다. 대부분의 접점이 디지털 채널에서 이루어지는 현 상황에서 고객은 믿을 수 있고, 보다 자신에 대해 잘 이해하고 있는 브랜드로부터 제품과 서비스를 구매합니다. 뿐만 아니라 내부 임직원들 간의 오프라인 교류가 축소됨에 따라 조직에 대한 몰입도 또한 감소하고 있는 추세이며, 이제 직원들은 보다 뛰어난 직원경험을 제공받길 희망합니다. 비즈니스 파트너들과의 신뢰 또한 매우 중요합니다. 시장에 존재하는 수많은 비즈니스 파트너들과 연결성을 확보하고, 투명하게 비즈니스를 이끌어가기 위해서는 디지털 시대에 걸맞는 체계와 시스템이 필요한 이유이기도 합니다.

이러한 현 상황에서 세일즈포스는 영업, 마케팅, 서비스, 이커머스, 앱개발 플랫폼 등 디지털 시대에 필수적으로 갖추어야 할 선도적인 디지털 혁신 솔루션을 제공하고 있습니다. 직원들이 언제 어디서든 연결되고, 업무를 수행할 수 있는 '디지털 본사(digital HQ)' 구축을 지원하는 것은 물론, 고객 및 파트너들과 신뢰에 기반한 연결성을 확보할 수 있도록 돕습니다. 더 나아가 세일즈포스는 직원들의 생산성과 비즈니스의 성장을 위한 솔루션을 제공하는 것을 넘어 다양한 내외부 변화가 공존하는 현 상황에서 단순히 변화에 대응하는 것이 아니라, 새로운 변화와 트렌드를 선도할 수 있는 디지털 혁신을 지원하고 있습니다.





‘혁신’과 ‘디지털’이 결합된 디지털 혁신은 하루 아침에 이루어지지 않습니다.
또한, 기업이 속한 산업군과 기업의 규모에 따라 디지털 혁신 여정은 상이할 것입니다.
국내 비즈니스 리더들의 이러한 페인포인트들을 해소하기 위해 저희 세일즈포스는
전세계 시장에서 20년 이상 15만 고객과 함께 해온 노하우와 검증된 기술력을 기반으로
디지털 혁신 여정을 지원하고 있습니다.

이번 “국내 중견강소기업의 디지털 혁신 성공 사례집”에서 현재 국내 기업들이
다가올 시장의 변화를 선도하기 위한 국내 기업들의 디지털 혁신 사례와 더불어
‘고객 중심’ 비즈니스 환경을 구축하기 위한 성공 조건인 ‘Success from Anywhere’에 대해
보다 자세히 소개하고자 합니다. 언제 어디서든 기업을 둘러싼 모든 이해관계자들의 성공을
지원하기 위한 조건, 글로벌 No.1 CRM 기업인 세일즈포스와 함께 만나 보실까요?





국내 기업 사례

한정기획, 디지털 혁신을 통해 가맹점과의 지속 가능한 관계를 구축하다

기업명

한정기획

도입 솔루션

서비스 클라우드

세일즈 클라우드

헤로쿠

목표

디지털 기반의 시스템 구축을 통한 지속가능한
프랜차이즈 브랜드 양성

한정기획은 청년다방, 은화수식당, 심야식당치치 등의 브랜드를 기반으로 국내에서 450개 이상의 매장을 운영 중이며, 한정기획의 대표적인 브랜드이자 프리미엄 떡볶이 전문점으로 알려진 청년다방은 1분당 3.8개의 떡볶이 판매량을 기록하면서 한국의 외식 문화를 전세계에 알리는 데 기여하고 있습니다.

“가맹점과 본부가 함께 상생하고 오랫동안 지속할 수 있도록 브랜드의 깊은 뿌리를 만들어 가는 것이 이번 디지털 혁신의 목표이다. 디지털 기반의 경영 환경을 구축함으로써 글로벌 시장에 한국의 문화를 알리고 창업을 꿈꾸는 국내 청년들을 위한 창업 교육을 제공하는 등 최종적으로 글로벌 외식문화 플랫폼으로 도약하기 위한 혁신을 지속할 계획이다”

- 한정기획 한정민 대표

한정기획은 국내 외식 프랜차이즈 업종의 디지털 혁신을 선도하고, 본부와 가맹점간의 유기적인 소통과 협업이 가능한 디지털 기반의 경영 환경을 구축하기 위해 세일즈포스를 도입했습니다. 프로젝트를 총괄한 한정기획의 전략기획팀은 혁신 파트너 선정을 위해 3년간 10여 곳 이상의 업체를 검토해왔으며, 서비스형 소프트웨어(SaaS: Software as a Service)를 기반으로 지속적인 혁신을 지원할 수 있는 세일즈포스만의 확장성과 통합성을 최종 파트너 선정 이유라고 설명했습니다.

한정기획은 세일즈포스를 기반으로 ▲24/7 가맹점 및 본부간 소통 채널 구축 ▲데이터 기반의 의사결정 환경 구축 ▲모바일 업무 접근성 강화 ▲글로벌 통합 관리 플랫폼 구축 등의 성과를 달성했으며, 전사 직원들이 언제 어디서든 디지털 기반의 업무 수행이 가능한 미래 지향적 근무 환경을 구축했습니다.

또한 한정기획은 세일즈포스를 기반으로 개발한 모바일 앱을 통해 각 가맹점은 매출, 발주, 행사, 서비스 요청 등의 각종 업무를 실시간으로 처리할 수 있게 되었습니다. 한정기획의 본부 또한 점포가 위치한 상권과 매출 집중 시간대, 배달 데이터 등을 기반으로 신메뉴를 개발하거나 촉진전략을 수립 및 실행하는 등 점포의 특성에 따른 맞춤형 경영과 시장의 변화에 따른 민첩한 대응이 가능해졌습니다. 이렇듯 본사와 가맹점은 세일즈포스 도입 이후 디지털 채널 기반의 유기적인 연결성을 확보하면서 지속가능한 비즈니스 환경을 구축했습니다.

웹에서 자세히 읽기



민병철유폰, 초개인화 통해 차별화된 고객경험을 제공하다

기업명

민병철유폰

도입 솔루션

마케팅 클라우드

목표

초개인화된 고객경험 제공 위한

인텔리전트 마케팅 환경 조성

‘매일 조금씩, 언제 어디서나 꾸준히 영어회화를 할 수 있는 최고의 교육 경험을 제공하겠다’라는 목표로 40년간 업계를 선도해온 민병철교육그룹의 민병철유폰은 지난 5년간 전화영어 및 영어회화 부문에서 소비자선호도 1위를 차지하였으며, 외국인강사 수업 만족도 99.4%의 높은 수치를 기록하며 성장세를 이어가고 있습니다.

민병철유폰은 무료수업 체험 고객이 점차 확대됨에 따라, 실질적으로 해당 고객들의 유료 강의를 구매 및 수강 전환율을 높이기 위해 세일즈포스를 도입했습니다. 이에따라 민병철유폰은 다양한 마케팅 캠페인을 빠르게 생성하고 관리할 수 있는 생산성 높은 마케팅 환경을 구축한 것은 물론, 다양한 마케팅 채널로부터 유입되는 고객 데이터를 체계적으로 관리할 수 있게 되었습니다.

“마케팅 클라우드를 기반으로 하나의 툴에서 고객 데이터를 관리하고, 이를 통해 개인화된 메시지를 카카오톡, LMS, SNS 채널 등을 통해 전달할 수 있게 됐다. 고객에게는 광고를 넘어 필요한 영어회화 정보 콘텐츠를 제공할 수 있도록 마케팅을 향상시켜 나갈 예정이며, 이를 통해 점진적으로 고객 구매전환율이 높아질 것으로 기대된다.”

- 민병철교육그룹 김성숙 마케팅 팀장

세일즈포스의 마케팅 클라우드를 기반으로 고객의 모든 구매 여정을 모니터링할 수 있는 역량을 확보한 민병철유폰은 개인화된 마케팅 캠페인을 실행했습니다. 데이터에 기반한 마케팅 활동을 통해 민병철유폰은 캠페인에 대한 고객 참여율과 구매 전환율을 각각 30%, 150% 이상 향상시켰으며, 마케팅 단계에서 소요되는 비용과 리소스를 관리해 효율적인 마케팅 활동을 위한 최적화를 진행했습니다.

특히, 고객 및 마케팅 유관 데이터로의 접근성을 높여준 마케팅 클라우드를 통해 연결된 구성원들이 유기적으로 협업하면서 마케팅 성과 및 업무 생산성이 극대화되었습니다. 민병철유폰은 3일 이상 소요되던 마케팅 캠페인 기획 프로세스를 단 하루 만에 처리하는 디지털 협업 환경을 구축했습니다.

앞으로 민병철유폰은, 마케팅 부문의 혁신을 넘어 전사 구성원들이 고객과 보다 밀접한 관계를 형성할 수 있도록 하고, 디지털 툴을 기반으로 업무 생산성을 향상함으로써 미래로의 도약을 준비하고 있습니다.

웹에서 자세히 읽기



메쉬코리아, 고객중심 비즈니스 환경을 구축하다

기업명

메쉬코리아

도입 솔루션

세일즈 클라우드

익스피리언스 클라우드

슬랙

태블로

목표

고객관리 역량 강화 및 데이터 기반의 영업 전략 수립 및 실행

“VROONG(부릉)”이라는 배달 서비스를 제공하는 브랜드로 알려진 메쉬코리아는 전국 450개의 물류거점과 부릉 주문 관리시스템(OMS), 창고관리시스템(WMS), 운송관리시스템(TMS)과 같은 IT 물류 솔루션을 보유하고 있습니다. 보유한 인프라와 기술을 바탕으로, 메쉬코리아는 오토바이(2륜)과 트럭(4륜)을 통해 실시간·당일·새벽 배송 등 다양한 수·배송 서비스를 고객에게 신속하고 정확하게 제공함으로써 국내 물류 시장을 선도하고 있습니다.

“350여개 기업 고객을 보유하고 있는 메쉬코리아는 현재도 세일즈 기회가 지속 발생하고 있으며 이에 보다 체계적, 효율적인 CRM을 위해 세일즈포스를 전격 도입하게 됐다. 프로세스 혁신의 일환인 이번 CRM 도입을 통해 데이터를 축적하고 분석해 고객사에 최적화된 서비스로 보답하는 기회를 만들 것이다.”
- 메쉬코리아 탁정욱 전략총괄(CSO)

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 고객경험을 극대화할 수 있었습니다.

또한 메쉬코리아는 전체 물류 프로세스에서 파생되는 데이터를 세일즈포스 플랫폼에 성공적으로 통합함으로써 기존 물류 기업들이 갖고 있던 폐인 포인트를 개선했습니다. 앞서 예시로 들었던 비효율적인 라우팅 시스템을 해결하기 위해, 메쉬코리아는 머신러닝 기반의 배차 솔루션인 ‘부릉 TMS’를 개발해 최적화된 라우팅 정보와 경로, 배차 순서를 도출했습니다. 실제로 부릉 TMS 솔루션을 사용한 기업은 라우팅 캐파 효율을 30%가량 향상시킬 수 있었습니다.

세일즈포스는 대시보드 기능을 통해 메쉬코리아가 영업기회를 효과적으로 관리하고, 궁극적으로 매출 및 비즈니스에서 성장을 이룰 수 있도록 지원하고 있습니다. 메쉬코리아의 영업 담당자는 영업기회에 대한 플랜과 실제 진행되는 현황을 한눈에 확인할 수 있는 통합 뷰를 기반으로 당일·새벽배송, TMS, 풀필먼트 등 물류 서비스별 영업기회에 대한 플랜과 실제 진행 현황을 한눈에 확인할 수 있게 되었습니다.

향후 메쉬코리아는 세일즈포스와 함께 CRM의 활용도를 극대화해 단순한 물류를 넘어 식자재 유통, 금융, 부동산, 블록 체인, 로봇틱스 분야 등 많은 영역에서 고객에게 지속가능한 가치를 제공하기 위한 디지털 혁신 여정을 지속해 나갈 계획입니다.

웹에서 자세히 읽기



씨티케이, 최고의 뷰티 플랫폼 기업으로 도약하기 위한 발판을 마련하다

기업명

씨티케이코스메틱스

도입 솔루션

플랫폼

목표

미래 핵심역량 확보 및 비즈니스 프로세스 혁신

2001년 설립 후 20년간 쌓아온 전문적인 노하우를 바탕으로 제품 기획부터 원료 개발, 패키지 디자인, 마케팅, 생산, 물류까지 뷰티 풀서비스를 제공하며 뷰티 업계를 선도하는 씨티케이코스메틱스는 세계 유수의 글로벌 뷰티 브랜드들과 함께 시장의 트렌드를 이끌어 가고 있습니다.

“디지털 혁신을 위한 툴을 직접 개발하고 소유하던 시대는 끝났다”며 “필요한 기술을 적재 적소에서 활용할 수 있다는 점과 조직의 작은 부분부터 점진적으로 디지털 혁신을 실행할 수 있다는 점이 세일즈포스의 가장 큰 강점이다. 글로벌 시장에서 신뢰받는 최고의 화장품 플랫폼 기업으로 도약하기 위한 혁신의 노력을 아끼지 않을 것이다”

- 씨티케이코스메틱스 최선영 대표

이번에 씨티케이코스메틱스가 도입한 ‘세일즈포스 플랫폼’은 세일즈포스가 제공하는 주요 서비스형 소프트웨어(SaaS)의 근간이 되는 서비스형 플랫폼(PaaS)입니다. 로우코드 및 노코드 앱 개발 환경을 지원하는 세일즈포스 플랫폼은 전문가가 아니더라도 고객과 시장이 필요로 하는 업무 툴과 앱을 빠르고 신속하게 개발할 수 있는 환경을 지원합니다.

씨티케이코스메틱스는 세일즈포스 플랫폼을 기반으로 △투명한 프로젝트 관리 △조직 구성원간 유기적인 협업 △데이터 기반의 의사결정 등이 가능한 디지털 업무 환경을 구축했습니다. 비대면 및 원격 환경에서도 업무 관련 정보를 실시간으로 공유할 수 있게 돼 프로젝트 진행의 생산성과 연결성이 대폭 향상된 것은 물론, 시장과 고객의 변화를 빠르게 감지하고 능동적으로 대응할 수 있는 민첩성을 확보했습니다.

기존에 씨티케이코스메틱스의 직원들은 프로젝트 진행간 업무공유 및 고객사의 요청 업무를 처리하기 위해 별도의 전화 및 이메일 소통을 진행해야 했으며, 정기적인 회의에 필요한 보고서 작성에 많은 시간을 할애해야 했습니다. 그러나 씨티케이코스메틱스는 세일즈포스 도입 이후 디지털 기반의 업무 환경을 구축함으로써 팀 미팅 시간 간소화, 보고서 작성 시간의 축소, 재택근무간 협업 효율성 증가 등의 효과와 함께 전반적인 업무 생산성이 60% 이상 증가하는 성과를 달성했습니다.

웹에서 자세히 읽기



샌드버드, 영업 및 서비스 부문의 디지털 혁신을 가속화 하다

기업명

샌드버드

도입 솔루션

세일즈 클라우드

서비스 클라우드

목표

단일 워크플로우 기반의 고도화된 영업 및 서비스 역량 확보

2013년 설립된 샌드버드는 모바일 및 데스크톱 환경에서 즉시 활용 가능한 채팅 및 메시징 서비스를 제공하고 있으며, 신세계 그룹의 SSG, KB국민은행, LG유플러스, KT, 우아한형제들, 카카오 골프 예약, 스노우(SNOW) 등의 국내 고객사들은 물론, 딜리버리히어로, 야후(Yahoo) 등 전 세계 약 7천만 명의 고객에게 고도화된 채팅 솔루션을 제공하고 있습니다.

“세일즈포스는 일하는 방식에 대한 근본적인 변화를 이끌고 있으며, 영업손실이나 잠재 기회에 대한 분석을 통해 필요한 인사이트를 신속하게 파악할 수 있도록 지원하고 있다”라며
“이번 세일즈포스 솔루션 도입에 이어 견적서 자동화 솔루션인 세일즈포스 CPQ의 도입 또한 추가적으로 고려하고 있다”라고 전했다.

- 샌드버드 에디 파칸스키(Eddie Parkansky) 판매 운영 책임자

샌드버드가 도입한 세일즈포스 ‘세일즈 클라우드’는 데이터에 기반한 과학적인 영업 활동을 지원하며, ‘서비스 클라우드’는 고객의 서비스 문의에 대한 신속한 답변은 물론, 고도화된 고객 서비스를 제공할 수 있는 서비스 환경 구축을 지원함으로써 보다 긴밀한 고객 관계 형성을 돕고 있습니다.

샌드버드는 세일즈포스만의 고유한 영업관리 프레임워크가 데이터로부터 다양한 인사이트를 확보할 수 있도록 지원하며, ▲연속성 있는 영업관리 ▲잠재기회 분석 ▲고객사가 속한 산업군 및 지역에 따른 성과 분석 ▲리드에 대한 평가와 결과 분석 등 세일즈포스를 활용함으로써 영업 관리 역량이 대폭 향상됐다고 설명합니다.

특히, 세일즈포스가 제공하는 커스터마이징 기능을 통해 샌드버드의 특색에 맞는 워크플로우 구축이 가능하다는 점과 세일즈포스 플랫폼 내에서 아웃룩(Outlook), 링크드인 세일즈 네비게이터(LinkedIn Sales Navigator)와 같은 기업용 업무지원 툴들을 즉시 사용할 수 있다는 점을 세일즈포스의 주요 강점으로 꼽았습니다.

샌드버드는 이제 이메일, 통화, 미팅 히스토리 등 영업 관련 데이터를 체계적으로 수집 및 추적할 수 있게 되었으며, 이를 기반으로 영업 담당자는 보다 과학적인 영업 활동을, 서비스 담당자는 보다 신속한 고객 응대가 가능해졌습니다.



버즈빌, 과학적인 영업을 위한 디지털 워크플레이스 구축하다

기업명

버즈빌

도입 솔루션

세일즈 클라우드

목표

데이터 기반 영업 활동 및 유기적인 내부 협업
기반의 비즈니스 효율성 향상

2012년 설립된 버즈빌은 전 세계 30개국에 리워드형 광고 플랫폼을 제공하고 있으며, 일간 약 2억 5천만 건의 광고 조회 수를 기록하는 등 국내 모바일 매체사 중 4번째(리서치애드 보고서 기준)로 많은 광고주를 보유하고 있습니다. 또한 버즈빌은 세일즈포스를 도입한 2015년, 36억 원의 매출로 시작하여 약 10배 이상의 매출 성장을 바라보고 있으며 그 과정에서 세일즈포스와 함께 디지털 혁신 여정을 지속하고 있습니다.

“혁신 범위를 조직의 작은 부분부터 점진적으로 확대해 나갈 수 있다는 확장성과 기업의 규모가 커지더라도 조직의 민첩성은 그대로 유지할 수 있다는 것이 세일즈포스만의 특징점이다. 디지털 시대에 맞는 워크플로우를 기획하고 기업의 리소스 활용을 최적화하기 위한 혁신은 ‘과감한 리더의 결단력’에서 시작한다”
- 버즈빌 이관우 대표

버즈빌은 ▲SaaS 구독 서비스 기반 ▲연간 총 3회 자동 업그레이드 ▲20년 동안 축적한 17만 고객의 혁신 노하우 등이 세일즈포스를 디지털 혁신 파트너로 선택한 이유라고 설명합니다.

세일즈포스 세일즈 클라우드를 도입한 이후, 버즈빌의 영업 담당자는 고객과의 영업 현황을 보다 쉽게 관리할 수 있게 되었으며, 축적된 데이터를 통해 고객의 특성과 과거 영업 히스토리를 한 눈에 파악할 수 있게 되면서 보다 과학적인 영업 활동이 가능해졌습니다.

또한, 고객 데이터를 조직 구성원들과 유기적으로 공유할 수 있게 되어 영업 현장과 백엔드 조직간의 협업이 용이해진 것은 물론, 영업 담당자가 바뀌더라도 영업 진척도와 고객 특성에 따른 맞춤형 제안을 할 수 있게 되었습니다. 영업 리더의 경우 팀원들의 성과 데이터를 기반으로 인적자원을 보다 효과적으로 활용할 수 있게 되었으며, 영업 담당자를 효과적으로 코칭할 수 있어 영업 업무간 생산성이 비약적으로 증가하는 효과를 거두었습니다.



로지스팟, 디지털 업무 프로세스의 표준을 형성하다

기업명

로지스팟

도입 솔루션

세일즈 클라우드

파닷

목표

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

로지스팟은 자체개발 화물운송플랫폼을 기반으로 여러 산업의 기업 고객사에게 운송 서비스를 제공하고 있는 기업입니다. 화물운송이 필요한 화주 기업과 화물을 필요로 하는 기사/운송사 간의 거래를 모바일 앱과 웹플랫폼을 통해 연결해주는 서비스를 제공하며, 국내에서는 유일하게 운송통합관리, 입출고 관리, ERP시스템 연동 등을 통해 엔터프라이즈형 플랫폼을 제공하고 있습니다.

“작은 규모로 시작하여, 기업의 성장에 발맞춰 적용 범위를 넓히는데 제약이 없는 세일즈포스의 확장성과, 비즈니스 활동에 대한 뛰어난 가시성이 세일즈포스를 선택한 주요 이유다. 세일즈포스 도입은 단순히 소프트웨어를 사용하는 것이 아니라 업계 최고 전문가들의 도움을 통해 사내 업무 프로세스의 표준을 형성하는 과정이다.”
- 로지스팟 박준규 공동대표

로지스팟은 기존에 스프레드시트를 기반으로 모든 영업 관련 데이터를 관리하였기에 영업 현장에서 발생하는 고객 정보의 공유에 어려움을 겪었으며, 고객 데이터 관리 체계의 부재는 잠재고객에 대한 기회 손실을 야기하는 등 영업 생산성 저하를 가져왔습니다.

이에 로지스팟은 디지털 혁신 파트너로 세일즈포스를 선정하였으며, 로지스팟은 비즈니스 활동에 대한 높은 가시성과 뛰어난 확장성이 세일즈포스를 도입한 이유라고 설명했습니다. 로지스팟은 세일즈포스를 기반으로 매일 반복되는 업무를 자동화 하고 영업 담당자가 영업 활동의 우선순위에 따라 업무를 수행하고, 딜 클로징을 위해 필요한 인사이트를 빠르게 확인할 수 있는 환경을 구축하였습니다. 또한 경영진은 영업 담당자들이 관리하고 있는 영업 파이프라인과 목표 달성도를 가시적으로 파악할 수 있게 되어 보다 과학적인 영업 활동이 가능해졌습니다.

영업 현장에서 발생하는 고객의 데이터를 체계적으로 축적하여 영업담당자가 고객 응대를 위해 사용하던 시간을 기존 대비 50% 이상 감소하였으며, 이에 따라 영업사원은 보다 많은 시간을 잠재적인 영업 기회 발굴과 더 많은 리드 확보에 할애할 수 있게 되었습니다. 또한 B2B 마케팅 자동화 솔루션인 파닷을 기반으로 리드관리, 판매주기를 가속화하고 더욱 스마트하고 개인화된 마케팅 활동이 가능해졌습니다.



결론 (Conclusion)

세일즈포스의 시장 연구조사에 따르면 성장하는 중견강소기업의 72%가 전자상거래를 위한 플랫폼을 보유하고 있으며, 그 중 35%는 지난 1년 이내에 전자상거래 플랫폼을 구축한 기업들입니다. 또한 직원의 몰입도를 향상시키기 위해 50%의 기업들은 직원들에게 유연한 근무 방식을 제공하고 있습니다.

이렇게 디지털 혁신을 기반으로 팬데믹을 이겨낸 기업들은 동시에 기술 투자에도 적극적인 모습을 보이고 있습니다. 특히 디지털 혁신을 시도한 71%의 비즈니스 리더들 중 66%는 만약 디지털 혁신 없이 기존의 기술에 의존했다면 팬데믹 상황에서 살아남기 어려웠을 것이라고 응답했습니다. 사소해보이지만 이러한 변화들은 추후 더 큰 변화를 만들어 내는 기폭제 역할을 수행합니다.

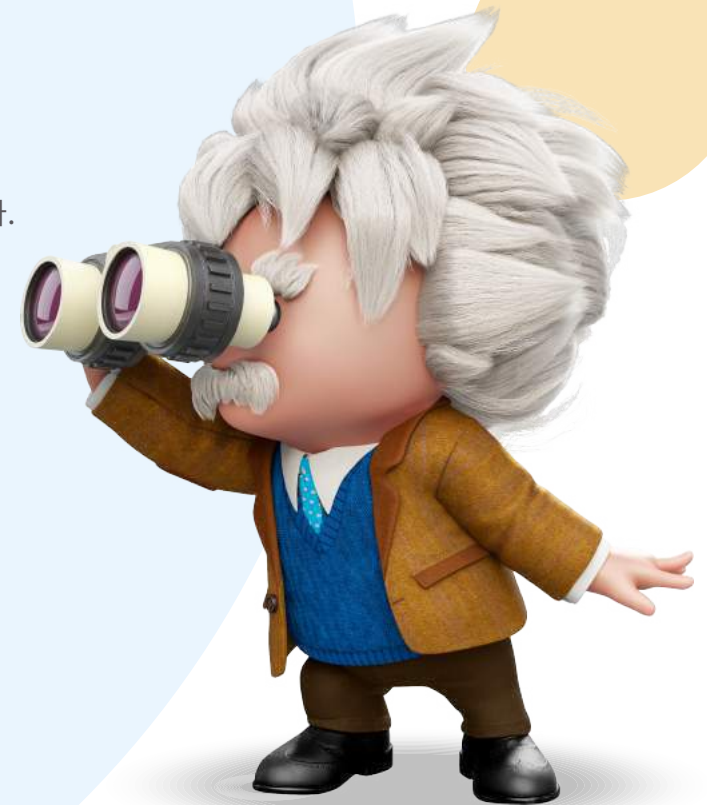
중견강소기업 중 95%가 사이버 공격으로부터 기업과 고객 데이터를 보호하기 위한 조치에 집중하고 있는 가운데, 79%의 기업은 디지털 기반으로 변화된 비즈니스 및 업무 방식이 추후 장기적인 기업의 성장에 도움이 될 것이라고 응답했습니다. 이는 단순히 기업의 성장과 직원 생산성에 그치는 것이 아닙니다. 직원들이 보다 안전하게 업무를 수행하고 언제 어디서든 연결성을 확보할 수 있는 기반을 마련하는 것입니다.

직원들이 언제 어디서든 연결되고, 업무를 수행할 수 있도록 지원하는 세일즈포스는 영업, 마케팅, 서비스, 이커머스, 앱개발 플랫폼 등 디지털 시대에 필수적으로 갖추어야 할 선도적인 디지털 혁신 솔루션을 제공하고 있습니다.

그러나 저희 세일즈포스가 제안하는 가치는 단순히 직원들의 생산성과 비즈니스의 성장을 위한 것만이 아닙니다. 다양한 내외부 변화가 공존하는 현 상황에서 단순히 변화에 대응하는 것을 넘어, 새로운 변화와 트렌드를 선도할 수 있는 디지털 퍼스트 기업으로의 도약을 지원하고 있습니다.

이번 중견강소기업의 디지털 혁신 사례집과 관련하여, 전세계 2,500개 기업의 비즈니스 리더들이 응답한 데이터와 다양한 인사이트를 포함하고 있는 세일즈포스 '중견강소기업 리포트'에서는 이번 국내 기업의 디지털 혁신 사례와 관련된 다양한 데이터와 인사이트들을 살펴보실 수 있습니다.

중견강소기업 리포트 살펴보기



세일즈포스코리아 스타트업, 중견강소기업 전문가와 상담하세요.

중견강소기업 디지털 혁신, 스타트업 스케일업에 고민이 있으신가요?
세일즈포스 전문가와 지금 상담하세요.

본 사례집에 소개된 기업 외에도 더 많은 글로벌, 국내 사례를 소개해 드리며
고객님의 상황에 맞는 최적의 솔루션을 제시해 드립니다.

솔루션 상담





세일즈포스코리아

korea-marketing@salesforce.com

salesforce.com/kr

주식회사 **Salesforce.com**

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

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