



Agentforce World Tour

Korea



2026 highlight & Workbook





Agentforce World Tour Korea 2026

에이전트 시대, 지금 시작됩니다.

2026년 6월 10일 서울 COEX, 한국 AI 혁신가들을 위한 국내 최대 규모의 AI Agent 컨퍼런스 ‘Agentforce World Tour Korea 2026’이 성황리에 막을 내렸습니다. 이번 행사를 관통하는 단 하나의 핵심 메시지는 분명했습니다. **“AI는 사람을 대체하는 것이 아니라, 사람의 역량을 폭발적으로 증폭시킨다.”** 포스코, 무신사 등 산업을 대표하는 국내 선도 기업들은 무대에 올라 Agentforce(에이전트포스)와 함께 고객 경험을 혁신하고 일하는 방식을 완벽히 뒤바꾼 생생한 비즈니스 성과를 공유했습니다. 이는 ‘Agentic Enterprise(자율형 AI 기업)’로의 전환이 특정 대기업이나 테크 기업만의 이야기가 아닌, 지금 당장 우리가 마주한 현실임을 증명하는 자리였습니다.

이 e-book을 활용하는 방법

본 자료는 총 50여 개의 전체 세션 중, 비즈니스 임팩트가 가장 컸던 핵심 세션 30여 개(약 16시간 분량)의 알짜배기 인사이트만 압축하여 담아낸 프리미엄 요약본입니다. 독자님의 상황에 맞춰 이 문서를 스마트하게 활용해 보세요.

현장의 열기를 다시 한번! [행사 참석자라면]

- 초고속 내부 공유: 팀원들에게 인사이트를 전파하거나 결과 보고서를 작성할 때 이 요약본을 복사하여 적극 활용하세요.
- 놓친 세션 캐치업: 세션 시간이 겹쳐 아쉽게 듣지 못했던 다른 트랙의 주요 발표 내용들을 빠르게 파악할 수 있습니다.
- 나만의 워크북 완성: 각 세션 하단의 [My Key Takeaway] 영역에 우리 팀에 바로 적용할 수 있는 나만의 아이디어와 실행 계획을 메모해 보세요.

아쉽게 현장을 놓쳤다면? [행사 불참자/온디맨드 시청자라면]

- 핵심만 먼저 스캐닝: 긴 강연을 모두 보기 전, 요약본을 통해 우리 비즈니스에 꼭 필요한 전략과 트렌드를 먼저 탐색하세요.
- VOD 골라 보기: 요약본을 읽다 더 깊이 알고 싶은 내용이나 원본 발표 장표가 궁금하시다면? 문서에 안내된 [Salesforce+](#) 링크를 통해 해당 세션의 전체 영상을 바로 시청하실 수 있습니다.
- 맞춤형 컨설팅 연결: 직무별, 산업별로 우리 회사에 맞는 AI 전환 전략이 궁금하시다면 담당 영업대표나 [Salesforce 홈페이지](#)를 통해 문의해 주세요. 고객 맞춤형 심화 세션을 제공해 드립니다.



Agentic Enterprise, 사람과 AI 에이전트가 함께 만드는 고객 성공

기업용 Agentic AI의 핵심인 비즈니스 컨텍스트 플랫폼, 사람과 AI 에이전트가
진정한 팀원으로 함께 일하며 “측정할 수 있는 비즈니스 성과”를 만드는 방법

[Speakers] 박세진 (Jay Park) – 한국 대표이사, Salesforce / Mary Ann Patel – Agentforce 세일즈 CPO, Salesforce /
노성래 – 마케팅 전략실 실장, 포스코 / 길기용 – 디렉터, Core AI & CS 엔지니어링, 무신사 / Glen Kim - Strategic SE, Salesforce

1. 핵심 장표



AMU 처리 규모

3.8B

- 프로덕션 고객 총 AWU 처리
- 111% QoQ 성장
- 28.6T 토큰 처리 (152%, QoQ)

Salesforce 자체 성과

- 2X 파이프라인 생성 평균 증가
- \$130M 연간 환산 세일즈 파이프라인
- 2.2M 자율 해결된 서비스 케이스
- 75K+ 직원이 Slackbot 활용

글로벌 고객 성과

- Anthropic: 60% 빠른 영업 사이클
- Finnair: 문의 80% 해결, 만족도 2배↑
- Williams-Sonoma: 케이스 60% 처리
- 80% AI로 줄어든 데이터 입력 건수

Slack & 플랫폼 성장

- 24억 건 월간 메시지 전송량
- 900% AI 사용자 성장
- 10M+ FY26 신규 고객사
- 300% 커스텀 AI 에이전트 증가

2. 핵심 요약

에이전틱 기업(Agentic Enterprise)이란 단순히 직원 생산성을 높이는 ‘도구’가 아닙니다. 사람과 AI 에이전트가 진정한 팀원으로 함께 조직적으로 일하며, 그동안 상상하지 못했던 창의적 업무 수행을 통해 ‘측정할 수 있는 비즈니스 성과’를 이루는 것입니다. 아무리 좋은 기술이 있어도, 비즈니스의 깊은 맥락을 이해하며 AI 에이전트를 기획·운용할 수 있는 ‘사람’이 준비되지 않으면 에이전틱 기업의 청사진은 완성될 수 없습니다.

Salesforce는 Agentforce AWU(에이전틱 작업 단위)를 새 성과 지표로 제시하며 실질적인 비즈니스 임팩트를 증명하고 있습니다. 단순 토큰 소비가 아닌 ‘실제 완료된 작업’을 측정하는 AWU는 현재 3.8B 규모로 111% QoQ 성장 중이며, Salesforce는 스스로 Agentic Enterprise로 전환하여 AI SDR 에이전트로 파이프 라인을 2배 증가시키고 \$130M 연간 세일즈 파이프라인을 달성한 실증 사례를 직접 공유했습니다.

Headless 360은 Salesforce를 모든 사람·에이전트·플랫폼에 열린 플랫폼으로 확장하는 핵심 아키텍처입니다.

Fortune 500 기업의 90% 이상이 Salesforce에 담긴 비즈니스 컨텍스트를 기반으로, API와 MCP 연동을 통해 어떤 AI 에이전트·외부 시스템과도 자유롭게 연결됩니다. 별도 설정 없이 기능만 활성화하면 비즈니스 맥락을 완전히 이해하는 에이전트 동료 (Agentforce Coworker)와 함께 일할 수 있습니다.

Slack은 이제 단순 메시지 협업 도구를 넘어 ‘AI가 실제로 일하는 공간’으로 재정의되었습니다. Slackbot은 업무와 컨텍스트를 파악하고 적절한 Agentforce 에이전트에 업무를 전달하는 상시 가동되는 디지털 동료입니다. Salesforce의 27년 비즈니스 도메인 역량이 Slack-First 경험으로 재설계되어, 영업·서비스·마케팅 등 전 부서 앱이 Slack 안에서 통합 작동합니다.

포스코와 무신사는 Salesforce Agentic Enterprise의 한국 대표 성공 사례입니다. 포스코는 AI 기반 디지털 맞춤형 철강 시대를 설계하며 사람과 AI 에이전트가 함께 일하는 영업·마케팅 모델을 구축했으며, 무신사는 OCMP(One Core Multi Platform) 전략의 최적 고객 관리 플랫폼으로 Salesforce를 도입해 전사 메신저 Slack과 통합 활용하며 AI 네이티브 초격차 패션 테크 생태계 구축을 목표로 하고 있습니다.

3. My Key Takeaway



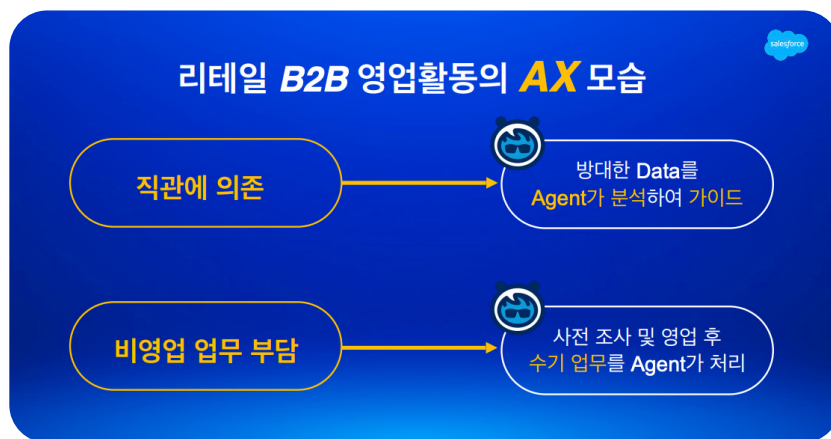
우리 팀에 적용해보면 좋은 점

성과를 만드는 조직은 Agentforce와 일한다: CJ Freshway의 AI Agent 실행 전략과 Agentforce Vibes 경험화

리테일 B2B 영업의 고질적 과제인 '직관 의존·비영업 업무 과부하'를 Customer 360 Agent, Sales Agent, Agentforce Vibes로 돌파한 CJ Freshway의 실전 AI 전환 여정

[Speakers] 임형주 - Industry Advisor, Salesforce / 김아름 - 팀장, CJ Freshway

1. 핵심 장표



B2B 영업 현황

40%

순수 영업활동 비율
(잠재 고객 발굴·미팅 등)
나머지 60%는 비영업 업무 부담

직관 의존 영업

43%

고객 응대 시 데이터가 아닌
'직관과 경험'에 의존하는
B2B 영업사원 비율

Agentforce Vibes 성과

- 비개발자가 자연어로 견적 프로세스 직접 빌드
- 원래 2개월+ 걸릴 업무 → 단 2주 완성·배포
- AI 보조 코드 비율 42% (2025년 기준)
- 개발 생산성 10~20%+ 확보 목표

AI Agent 3종 전략

- Customer 360: 고객 전체 뷰 즉시 조회
- Sales Agent: KPI 인사이트 + Next Action 추천
- Agentforce Vibes: 자연어 기반 개발 생산성 혁신
- 목표: MA 영업 생산성 기준 대비 2배 향상

2. 핵심 요약

CJ Freshway B2B 영업의 근본 과제는 '직관 의존'과 '비영업 업무 과부하'였습니다. 영업사원(MA)의 순수 영업활동 비율은 40%에 불과하고, 고객 응대의 43%는 데이터 기반이 아닌 직관과 경험에 의존하는 구조였습니다. 방대한 SKU 속에서 복잡한 단가 체계로 견적 산정이 어렵고, 잦은 SKU 변경에 따른 대체품 검색·조정도 수동 작업으로 처리해 영업 효율이 한계에 직면해 있었습니다.

CJ Freshway가 Agentforce를 도입한 핵심 이유는 '개발 생산성 확보'와 '안전한 가드레일'이라는 두 가지 기대였습니다. 기획·개발·테스트 전 과정에서 개발 생산성을 최소 10~20% 이상 확실하게 확보하는 것이 첫 번째 목표였고, Salesforce Trust Layer를 통해 고객 데이터를 학습에 활용하지 않으면서도 내부 보안 기준과 컴플라이언스 요구사항을 충족하는 안전한 AI 환경을 구축하는 것이 두 번째 목표였습니다.

Agentforce Vibes를 활용해 비개발자 팀원이 자연어만으로 업종별 복잡한 견적 프로세스를 코딩 없이 직접 빌드했고, 기존 2개월+ 걸릴 작업을 단 2주 만에 완성·배포하는 데 성공했습니다. 자연어 코딩 + 메타데이터 인식 + 코드 롤백 + 프로토타이핑 + 멀티 LLM 지원 기능을 결합해 CJ Freshway 특화 표준 견적서 및 맞춤 견적서 생성 프로세스를 구현했으며, 견적 화면 조회·필터 적용·매익를 설정·레코드 조회·PDF/Excel Export까지 일괄 자동화했습니다.

Sales Agent는 영업 담당자가 방대한 고객 데이터를 직관 없이도 활용할 수 있도록 KPI 인사이트, Next Action 추천, 업종·큐진 맞춤 제품 제안을 자동으로 제공합니다. 활동 데이터 및 영업 기회 현황을 분석해 담당자가 Next Action을 놓치지 않도록 다음 3가지 주요 Task를 제안합니다. ① 연간 식자재 납품건 견적서 전달 ② 영업기회 Close Plan 작성 및 매니저 공유 ③ 업종·큐진 기반 맞춤 제품 제안서 작성 및 발표. 궁극적으로 현장 MA의 영업 생산성을 기존 대비 2배로 올리는 것이 올해의 비즈니스 목표입니다.

Customer 360 Agent는 영업 담당자가 고객 응대 전 준비부터 사후 수기 업무까지 AI가 처리하게 함으로써, MA가 고객을 만나는 시간 자체에 집중할 수 있는 환경을 만듭니다. 고객 기본 정보·문의 이력·영업 기회·영업 활동 이력·활동 보고 내역·파일을 하나의 360 뷰로 즉시 조회하고, 미팅 후 음성 파일을 분석해 미팅 레코드 등록과 주유비 정산 신청까지 자동 처리합니다. CJ Freshway는 이를 통해 IT 부서가 단순 지원 조직을 넘어 비즈니스를 리딩하는 조직으로 거듭나는 것을 지향합니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

Agentic Enterprise for Manufacturing: AI 에이전트가 바꾸는 제조업의 미래

AI 에이전트 가치 실현을 위한 데이터 파운데이션 구축의 필요성. Informatica × Salesforce Data Cloud 통합 아키텍처와 nepes의 단계별 AI Build-up 전략으로 완성하는 제조 기업의 90일 착수, 6개월 성과 달성 실전 로드맵

[Speakers] 윤승택 - 파트장, 네페스 / 송인준 - 한국 및 대만 세일즈 리더, Salesforce

1. 핵심 장표



MESSAGE 01. 데이터로 차별화된다.

누구나 같은 LLM에 접근 가능합니다. 경쟁 우위는 자사 데이터의 통합도·정합성·맥락에서만 만들어집니다.

MESSAGE 02. 데이터 사일로가 에이전트를 멈춘다.

평균 기업은 다수의 앱과 서비스를 쓰지만 연결된 비율은 29%. 가장 가치 있는 인사이트 70%가 갇혀 있습니다.

MESSAGE 03. Data Cloud 먼저, Agentforce는 그 다음.

3단계 데이터 기반 (정리 → 통합 → 거버넌스) 위에 Agentforce를 엮습니다. 순서가 거꾸로면 PoC에서 멈춥니다.

2. 핵심 요약

Agentforce는 신뢰할 수 있는 데이터 없이는 작동하지 않습니다. Informatica는 Salesforce Agentic Enterprise 아키텍처의 핵심 구성요소입니다. Informatica는 이제 단순한 데이터 통합 도구가 아닙니다. Salesforce Agentic Enterprise 아키텍처에서 'System of Context'를 담당하는 데이터 파운데이션 레이어로서, 기업 전체에 걸쳐 Salesforce의 신뢰(Trust)와 메타데이터를 확장합니다. MuleSoft와 함께 Informatica는 AI 에이전트가 올바른 판단을 내리기 위한 맥락 데이터를 공급하는 핵심 인프라 역할을 합니다.

nepes는 4단계 AI Build-up Plan으로 데이터 혼돈에서 AI 기반 지능형 엔터프라이즈로의 체계적 전환 전략을 제시합니다.

nepes의 AI Build-up Plan은 ① Cloud 인프라 구축/확장(유연하고 확장 가능한 데이터 기반), ② Data Hub 정보 추출&통합(사일로 없는 중앙 집중형 데이터 통합), ③ Management 품질 개선&거버넌스(AI 신뢰성을 위한 데이터 라이프사이클 관리), ④ AI Ready 지능적 의사결정(준비된 데이터로 Agentic AI와 GenAI를 즉시 활용) 순서로 단계적 가치를 창출합니다.

Informatica IDMC는 MES/ERP부터 CRM까지 분산된 데이터를 4시간 이내 전달 체계로 통합하고, Data Cloud에 80개 이상의 데이터 모델 객체를 공급합니다. 데이터 통합 흐름은 MES/ERP·CRM·DB 등 분산 소스 → Informatica IDMC Integration Hub → Salesforce Data Cloud → BI·AI 서비스 소비로 구성됩니다. 이 파이프라인은 데이터 수집·변환·분석·실행을 자동화하여 Data Delivery TAT를 4시간으로 단축하며, Governance·MDM·AI Services가 내장되어 데이터 품질의 일관성을 보장합니다.

Salesforce Data Cloud의 Zero Copy 아키텍처는 데이터를 복사하지 않고 정형+비정형 데이터를 하나의 컨텍스트로 통합하여 Agentforce에 신뢰할 수 있는 입력을 제공합니다. Data Cloud는 외부 데이터레이크(Snowflake·Databricks·BigQuery), 실시간 이벤트·IoT 스트리밍, 200개 이상 파트너 Zero Copy Network를 복사 없이 연결합니다. 통합된 데이터는 Vector DB 비정형 데이터 임베딩, Real-time Sub-second 인덱싱·검색을 거쳐 Unified Customer Profile로 구성되고 Agentforce Reasoning Engine에 공급됩니다. Data Foundation 구축 이후 ETL 시간 60%↓, 이슈 건수 75%↓, 장애복구 80%↓의 운영 효율을 검증했습니다.

90일 안에 시작해 6개월 내 측정 가능한 성과를 만드는 3단계 의사결정 로드맵과 제조 기업의 현실적인 AI 전환 출발점을 제시합니다. Priority 01(Days 1-30)은 Agentforce 첫 유스케이스에 필요한 데이터 원천 3~5개 식별 및 데이터 준비도 스코어카드 작성입니다. Priority 02(Days 31-90)는 Zero Copy로 데이터레이크를 복사 없이 활용하며 단일 유스케이스에 통합 고객 프로필을 구성합니다. Priority 03(Days 91-180)은 측정 가능한 유스케이스 1개를 production 배포하여 Case Deflection 25%↑, CSAT 개선을 달성하도록 설계됩니다.

3. My Key Takeaway

 **우리 팀에 적용해보면 좋은 점**

Agentic 자산운용: 1주일을 2시간으로

RFP 1건당 평균 33시간, 3개 팀이 매달리던 제안서 작업을 5단계 Agentic 워크플로우(Detect → Decode → Deliver → Discuss → Distribute)로 RM 1인이 2시간 만에 완성하는 대유넥스티어의 AI 자산운용 혁신 사례

[Speakers] 강승연 - 책임, 대유넥스티어

1. 주요 내용

제안 업무 혁신

33h

RFP 1건당 평균 소요 시간

→ Agent 도입 후
2시간으로 단축

운용·IR·컴플 3명 → RM 1인 검토 중심

영업 성과 지표

·AUM(· 운용자산):
134.7조 (▲+5.5% YOY)
·파이프라인: 41.0조 (▲+7.0조)
·당월 신규수주: 2.4조 (▲+12%)
·수주 습률(YTD): 57% /
제안서 환산도: 78%

5D 워크플로우

① Detect: 대시보드 분석 →
위기 감지·업무 지시
② Decode: 고객 미팅 →
요구사항 정성 추출
③ Deliver: 제안서 초안 자동 생성
(Data Cloud)
④ Discuss: Canvas 기반 유관부서
동시 협업
⑤ Distribute: Agentforce →
제안서 PPT 최종 생성

산업별 확장 가능성

·보험·법인영업: 갱신 위험 감지 →
언더라이팅 제안서 자동화
·증권·IB/기관: 딜 파이프라인 위기 →
IM·투자 제안서 초안 생성
·B2B SaaS: 이탈 신호 감지 →
RFP·SOW 자동 생성
·핵심: 점검 → 대화 → 산출 → 협업 →
제출 단일 흐름

2. 핵심 요약

자산운용사의 RFP 대응은 구조적 비효율의 핵심이었습니다. 1건당 평균 33시간이 소요되고, 운용·IR·컴플라이언스 3개 팀이 매달려야 했지만, 제출 물량은 늘어도 대응 인력·시간은 따라가지 못하는 한계가 반복되었습니다. 국민연금 부동산 위탁 RFP 최대 1.2조원 출자, 산업은행 국민성장펀드 7.45조원 위탁 선정 진행과 같이 대형 RFP가 잇따라 발주되면서 대응 부담이 가중되었고, 결국 제안서 작성의 질과 속도가 수주 승패를 가르는 핵심 과제가 되었습니다.

대유넥스티어는 Detect → Decode → Deliver → Discuss → Distribute 5단계 Agentic 워크플로우로 RFP 제안 전 과정을 하나로 이었습니다. 단순한 단일 제품이 아니라, 대시보드(Tableau) 기반의 정량 신호 감지에서 시작해 고객 미팅의 정성적 요구사항 추출, Data Cloud를 활용한 제안서 초안 자동 생성, Canvas를 통한 유관부서 동시 협업, 그리고 Agentforce가 최종 제안서 PPT까지 생성하는 엔드투엔드 자동화를 구현했습니다. Tableau + ECI Agent + Slack + AWS + Data Cloud + Canvas 등 네 개의 Salesforce 제품과 AWS가 하나로 움직일 때 비로소 Agentic Enterprise가 완성됩니다.

도입 이후 가장 극적인 변화는 ‘시간’이었습니다. 일주일이 걸리던 제안 작업 시간이 2시간으로 단축되었고, 운용·IR·컴플라이언스 3명이 담당하던 업무를 RM 혼자 검토 중심으로 처리할 수 있게 되었습니다. 자동화 범위는 점검(대시보드 위기 감지)부터 제출(PPT 완성)까지 한 흐름으로 이어지며, 병목 없는 제한 발표 전환율은 29%까지 개선되었습니다(7건→2건 수준). 현장 RM은 고객에게 집중하고, 에이전트는 실행하며, 사람은 검토한다는 역할 재정의가 핵심입니다.

기관영업본부 RM 김본부의 실제 하루는 대시보드 점검으로 핵심 고객의 이탈 신호를 감지하고, 미팅에서 요구사항을 대화로 추출하며, 제안서 초안을 자동으로 받아 검토·수정한 뒤 RFP 마감 D-5에 완성하는 루프로 구성됩니다. 과거 구매 내역과 미팅 이력, 영업 기회를 분석한 주요 요약 정보를 바탕으로 미팅 종료 직후 음성 파일을 전송하면 미팅 내용 등록과 주유비 정산 신청까지 자동 완료됩니다. Agentforce가 추천하는 Next Action을 따라가면 RM은 고객을 만나는 시간 그 자체에만 집중할 수 있습니다.

이 모델은 자산운용에만 국한되지 않으며, ‘위기 감지 → 미팅 니즈 추출 → 제안 문서 자동 생성’이라는 동일한 아키텍처를 보험·법인영업, 증권·IB, B2B SaaS 등 제안서·견적서 경쟁이 치열한 모든 산업에 그대로 적용할 수 있습니다. 세션의 핵심 메시지는 단 한 문장입니다. “에이전트는 실행하고, 사람은 검토합니다.” 워크 플로우는 끝까지 가고, 시간은 일주일에서 두시간으로 줄었습니다. 이것이 대유넥스티어가 증명한 Agentic 자산운용입니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

KB와 함께 만드는 셀러 성장 모델 : 국내 최초 Partner Portal by Bank - Agentic AI가 작동하는 임베디드 금융 플랫폼

SME의 일상 업무 속으로 선제적으로 다가가는 은행, Recruit → Onboard → Enable → Sell → Grow 전 과정을 AI Agent가 지원하는 KB-Salesforce 공동 셀러 성장 에코시스템

[Speakers] 이동윤 - 부장, KB국민은행 / 박진수 - Industry Advisor, Salesforce

1. 핵심 장표



임베디드 금융 시장

10→20조\$

2026년 10조 달러(한화 1.4경원)
→ 2030년 20조 달러
(CAGR 20%)
국내 SME 대출 시장 1,020조 중 침투율 3%

**KB Partner Portal :
금융이 임베디드 된,
AI가 돕는 업무 공간**

- Foundation : Salesforce 핵심 솔루션
- Workflows
- Financial Triggers : 핵심 가치 창출 레이어
- Intelligence & Agents: Onboarding, Recommendation, Service, Settlement

**KB-플랫폼-SME가 함께하는
3-Way Value Loop**

- 플랫폼: 운영비/문의절감 및 셀러 생태계 안정화/성장
- SME: 적시 자금 조달 및 행정/정산 공수 절감
- KB은행: 포용 금융 확대

**파트너사와 SME의 파트너
포털 Journey**

- 잠재 셀러/가맹 문의
- 매장 오픈 체크리스트
- 교육 이수 프로그램
- 주문 및 정산
- 셀러/가맹점 360

2. 핵심 요약

KB국민은행과 Salesforce는 국내 최초로 ‘Partner Portal by Bank’를 구현하여, 은행이 SME의 일상 업무 속으로 선제적으로 들어가는 새로운 금융 패러다임을 제시했습니다. 글로벌 Embedded Finance 시장은 2026년 약 10조 달러(한화 1.4경원)에 달하며 2030년에는 20조 달러로 성장이 예상되는 가운데, 국내 SME 대출 시장 1,020조 원 규모에서 임베디드 금융 침투율은 아직 3% 수준에 불과합니다. KB와 Salesforce는 바로 이 거대한 미래적 시장을 공략하기 위해 2026년 5월 공식 업무협약을 체결했습니다.

KB Partner Portal은 단순한 파트너 관리 포털을 넘어, 셀러를 모집(Recruit)하고, 온보딩(Onboard)하고, 교육(Enable)하고, 기획(Plan)하고, 마케팅(Market)하고, 판매(Sell)하고, 정산(Order/Perform)하고, 성장시키는(Grow) 전 생애 주기를 하나의 플랫폼에서 지원합니다. Salesforce Experience Cloud 기반의 Multi-Org 구조로 각 파트너사는 자기 데이터만 안전하게 다루면서도 코어뱅크·보안·파트너 포털 인프라를 공동으로 활용합니다. 글로벌 14,000개 이상의 선도 기업이 이미 Experience Cloud 기반 Partner Portal을 운영 중이며, KB는 금융이 임베디드된, AI가 돕는 업무공간을 준비중에 있습니다.

Agentforce AI Agent 4종(Onboarding · Recommendation · Service · Settlement Agent)이 온보딩부터 정산까지 전 과정을 지원하여, 담당자는 ‘다음에 뭐 하지’를 고민할 필요 없이 AI가 추천하는 Next Best Action에 집중할 수 있습니다. 예를 들어 박 점주가 문의를 입력하는 즉시 AI Agent가 분석을 마치고 “이 분, 가능성 높습니다. 빨리 연락하세요. 늦으면 놓칩니다.”라는 후속 안내 메일을 자동 발송합니다. 담당자는 한 명이라도 더 만나고 실제 가맹으로 영입하는 일에 집중할 수 있습니다.

‘셀러 360’ 대시보드는 월별 매출 추이·등급·카테고리별 매출을 한 화면에 보여주고, 단순 현황 조회를 넘어 ‘어떻게 더 성장시킬 것인가’를 판단할 수 있는 수치를 제공합니다. 교육 이수 현황(Step 1~6 필수 과정 추적·진척률 수치화), 등급 관리(현재 Platinum → 다음 Diamond 승급 조건·달성률·예상 지원금 한눈에 확인), 매출 기반 대출(RBF) 자동 연계 제안까지 포함하여 플랫폼이 셀러의 성장 파트너 역할을 합니다. 막연했던 ‘준비 상태’가 숫자가 되는 순간이 바로 KB Partner Portal의 핵심 가치입니다.

KB Partner Portal은 프랜차이즈만의 것이 아닌, 마켓플레이스·유통사·프랜차이즈 등 파트너 생태계를 운영하는 모든 기업에 적용할 수 있으며, 이 세션의 핵심 메시지는 ‘은행과 플랫폼이 함께 성장하고 에코시스템을 만드는 새로운 방식’입니다. 첫째, 은행은 이제 고객의 업무 속으로 들어갑니다. 둘째, 그 업무의 중심엔 플랫폼과 SME가 함께 협업·소통하며 지원받는 업무가 있습니다. 셋째, KB와 Salesforce가 만드는 이 파트너 포털이 그 일이 실제로 일어나는 무대입니다. 2026년 7월 KB Partner Portal v1.0 출시를 시작으로, First-Mover 파트너사를 공개 모집 중입니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

플랫폼의 미래 수익은 B2B에 있다 : Spotify Ads, Uber Enterprise, Indeed가 증명하는 B2B 비즈니스 성장 전략

데이터에 잠들어 있던 기회를 AI가 깨웁니다.

Acquire · Grow · Reactivate, 세 가지 성장 레버로 플랫폼 B2B 비즈니스의 새로운 수익 방정식을 제시합니다.

[Speakers] 장은혜 - 영업 대표, Salesforce / 신지연 - 솔루션 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표

성공을 만드는
AX, 세일즈포스
Agentforce와
함께 하세요

Spotify
잠재 고객 육성부터 ROAS 성장 까지,
Agentforce로 완성하는 영업 혁신

Uber
파트너 성장 여정에 따라 선제적인 Cross/
Up-Sell을 지원하는 Agentforce

Indeed
글로벌 채용 플랫폼 Indeed의
휴면 기업고객 재활성화 캠페인

AX는 실험이 아니라 **실전**입니다
데이터와 프로세스가 없으면 작동하지 않습니다

데이터에 **잠들어 있던 기회**를 AI가 깨웁니다
이미 데이터 안에 있었지만 우리가 못 보고 있었을 뿐

Agent를 만드는 것이 목표가 아닙니다
비즈니스 성과가 목표입니다

Spotify Ads

+40%

Salesforce-Slack 통합으로
영업 생산성 40% 증대
YoY 광고 수익 +19% · 클릭률 +53%
· QoQ 마진 +180%

Uber Enterprise

X3

이메일 전환율
7.17% → 22.18%
실질 영업 시간 15%→45%
온보딩 리드 아웃리치 100%

Indeed

65%

Self-Service 해결률
65% 달성 목표
채용 시간 50% 단축 목표
· 320TB 파편 데이터 통합

AX 핵심 원칙

- AX는 실험이 아니라 실전
- 데이터·프로세스 없이 Agent는 작동 안 함
- 데이터 속 잠든 기회를 AI가 깨움
- Agent 구축이 목표가 아닌, 비즈니스 성과가 목표

2. 핵심 요약

플랫폼 B2B 수익화의 세 가지 성장 레버 ‘Acquire(Spotify), Grow(Uber), Reactivate(Indeed)’ 각각의 단계에서 Agentforce가 담당자의 ‘다음 행동’을 자동화하고 파이프라인을 가속합니다. Spotify Ads는 잠재 고객 육성부터 ROAS 성장까지, Uber는 파트너 성장 여정에 따른 선제적 Cross/Up-Sell, Indeed는 휴면 기업고객 재활성화 캠페인에 각각 Agentforce를 적용했습니다. 세 사례 모두 공통적으로 ‘데이터와 프로세스가 없으면 Agent는 작동하지 않는다’는 AX 실전 원칙을 확인시켜 줍니다.

Spotify Ads는 Salesforce와 Slack 통합을 통해 영업 생산성을 40% 향상시켰으며, YoY 광고 수익 19% 성장, 파트너 개인화 배너 광고 클릭률 53% 상승, 클라이언트 데이터 쿼리 속도 95% 단축이라는 성과를 달성했습니다. 특히 ‘Zabar’s 2025 캠페인’의 경우 분기 대비 마진이 5%에서 14%로 상승하며 QoQ 마진 증가율 180%를 기록했습니다. 팟캐스트·플레이리스트·음악 장르별 타겟 오디오인 스와 캠페인 데모그래픽(W18-34)의 70% 오버랩이 이 성과의 핵심이었습니다. 지난 1년 반 동안 Spotify 광고 비즈니스는 10억 유로를 돌파했습니다.

Uber는 Agentforce를 통해 파트너 운영 프로세스를 재설계, 실질 영업 시간을 15%에서 45%로 3배 확대하고 이메일 전환율을 7.17%에서 22.18%로 3배 끌어 올렸습니다. 온보딩 이탈에서 리드 아웃리치 100%를 달성했습니다. RFP Agent가 캠페인 일정·예산·타겟·상품 니즈를 자동 추출해 Opportunity를 생성하고 미디어 플랜까지 자동 완성합니다. Onboarding Agent는 24시간 개인화 대화형 이메일을 스페인어·프랑스어·독일어 등 다국어로 자동 발송합니다. AM과 Ad Sales가 동일 플랫폼에서 파트너 데이터를 단일 뷰로 통합해 업셀·크로스셀을 지원합니다.

Indeed는 350만 고용주 데이터와 연간 3억 건 이메일 발송 역량을 보유하고도, 마케팅·영업·서비스 시스템 분리로 파편화된 320TB 데이터를 개인화 GTM에 활용하지 못하는 구조적 한계를 갖고 있었습니다. Agentforce Marketing을 통해 고용주 행동 신호 기반 타겟팅·리타겟팅이 가능해지고, “어떻게 할지”보다 “왜 하는지”에 더 집중할 수 있게 되었습니다. Employer Support Agent는 Self-Service 해결률 65% 달성을, Agentforce Onboarding Agent는 채용 시간 50% 단축을 목표로 합니다. 지금까지 한 번도 유료 전환이 없었거나 채용에 따른 수익이 발생한 적 없는 고객을 정밀하게 재활성화합니다.

이 세션의 핵심 메시지는 ‘AX는 실험이 아니라 실전’입니다. 데이터와 프로세스가 없으면 Agent는 작동하지 않으며, 이미 데이터 안에 잠들어 있던 기회를 AI가 깨웁니다. Agent를 만드는 것이 목표가 아니라 비즈니스 성과가 목표입니다. 플랫폼 B2B 비즈니스의 차별화된 성장 전략은 ‘파트너에게 차별화된 B2B 솔루션 제공’에 있으며, 파트너 360 View를 통해 성장 여정을 주도적으로 컨설팅하고 B2B 비즈니스를 확대하는 것이 Agentforce의 실전 역할입니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

잡코리아에서 워크스피어로 — 국내 1위 HR 테크 기업이 다시 그리는 플랫폼 비즈니스의 미래

단순 채용 플랫폼을 넘어, 일하는 사람의 인생 전반을 동반 성장시키는 진정한 인생 파트너로의 전환
- Work + Sphere, Worxphere. Agentforce가 만드는 AI 기반 영업 혁신과 HR 플랫폼의 미래를 확인하세요.

[Speakers] 박수석 – Commercial Platform Tribe 실장, 워크스피어 / 박일영 – 성과지원실장, 워크스피어 / 이홍래 – 영업대표, Salesforce

1. 핵심 장표



플랫폼 전환 배경

63%

글로벌 기업의 비즈니스 혁신
최대 장벽: 노동시장 스킬 격차
국내 SME 매출 시장 1,020조 중 침투율 3%

B2B 영업 현실

- 43% – 고객 응대 시 데이터가 아닌 ‘직관과 경험’에 의존하는 B2B 영업사원 비율
- 10% – 관리자가 팀원 육성에 사용하는 실제 시간
- AI 기반 코칭으로 관리자 없이도 1:1 맞춤 가이드 제공

AI 영업 프로세스

- AI 분석 기반 우선순위화 → 높은 기회에 집중
- AI 기반 영업활동 가이드 및 상품 추천
- AI 기반 콜 정성·정량 평가 및 피드백 자동화
- 영업 기회 단계별 직관적 변동 사항 확인

통합 플랫폼 가치

- 영업 파이프라인 증가 · 신규/크로스셀 수주 성공률↑
- 영업 task 시간 절감 · 의사결정 소요시간 절감
- 고객문의 해결 리드타임 감소 · ROI 증가
- 실시간 가시성을 넘어 인사이트 제공

2. 핵심 요약

잡코리아는 ‘워크스피어(Worxphere)’로 브랜드를 재정의하며, 단순 채용 플랫폼에서 벗어나 일(Work)과 영역(Sphere)의 결합을 뜻하는 새로운 사명을 선포했습니다. 채용에서 시작해 성장과 커리어 전환까지 통합 지원하는 ‘진정한 인생 파트너’가 목표입니다. 전통적인 플랫폼은 단순 일자리 매칭 기능에 머물렀지만, 워크스피어는 직무 역량 강화와 이직 설계 등 전문적인 커리어 케어는 물론, 일하는 사람의 인생 전반을 동반 성장시키는 방향으로 역할을 확장합니다.

웍스피어 B2B 영업 현장의 현실은 냉혹합니다. 고객 응대 시 데이터가 아닌 ‘직관과 경험’에 의존하는 영업사원 비율이 43%에 달하고, 관리자가 팀원 육성에 실제로 사용하는 시간은 전체의 10%에 불과합니다. 이제 Agentforce AI Agent가 그동안 축적된 데이터를 바탕으로 현장에서 즉시 활용할 수 있는 체계적인 가이드를 제공하기 때문에, 개인의 ‘감’이나 ‘과거 경험’에 의존할 필요가 없어집니다. 항상 부족했던 관리자의 코칭 리소스 문제 역시 자연스럽게 해결됩니다.

웍스피어의 AI-driven 영업 프로세스는 영업활동 사전 준비 → 고객 대응 → 후속 조치 전 단계에 AI를 내재화하여, 담당자가 우선순위가 높은 기회에 집중할 수 있도록 설계되었습니다. 영업 기회 리스트에서는 AI가 제시하는 우선순위 높은 기회에 집중해 영업 효과성을 높이고, 영업 기회 단계와 직관적으로 변동 사항을 확인합니다. AI 기반 영업활동 가이드 및 상품 추천으로 담당자는 ‘다음에 무엇을 해야 할지’ 고민할 필요가 없습니다. 콜 이후에는 AI가 정성·정량 평가와 피드백을 자동으로 제공합니다.

Salesforce 기반의 표준화된 통합 플랫폼은 매출 관점(Actionable Data), 직원 생산성 관점(Intelligent Execution), 고객 응대 관점(Real-time Visibility) 세가지 차원에서 동시에 비즈니스 성과를 개선합니다. 영업 파이프라인 증가와 신규·크로스셀 수주 성공률 향상, 영업 task 시간과 의사결정 소요 시간 절감, 고객 문의 해결 리드타임 감소와 응대 ROI 증가가 동시에 실현됩니다. 단순한 현황 조회를 넘어 실시간 인사이트를 제공함으로써 파트너 360 View를 통해 성장 여정을 주도적으로 컨설팅하고 B2B 비즈니스를 확대하는 것이 핵심 가치입니다.

3. My Key Takeaway

 우리 팀에 적용해보면 좋은 점

제약·바이오 산업의 CDMO 비즈니스 성장 로드맵

글로벌 CDMO 시장은 단순 생산 경쟁을 넘어 운영 효율성과 전략적 파트너십 경쟁 단계로 진입했습니다. Salesforce와 Agentforce가 Legacy CDMO를 Agentic Enterprise로 전환하는 방법을 소개합니다.

[Speakers] 김봄 - 영업대표, Salesforce / 권지현 - 솔루션 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표



영업 생산성 향상

30%

Agentforce Sales 도입 시
CDMO 영업 생산성 향상

제안서 작성 생산성

31%

수주 리드 전환율 및
제안서 작성 생산성 개선

수기 문서 작성 시간

25%

CDMO 현장 실무자의
수기 문서 작성 소요 시간 비율
→ AI 자동화로 절감 대상

Sponsor 신뢰도 향상

25%

고객사(Sponsor) 신뢰도 향상
+ 글로벌 영업 전문가
온보딩 가속화
+ 기술이전 협업 속도 증대

2. 핵심 요약

글로벌 CDMO시장은 단순 생산 경쟁을 넘어 운영 효율성과 전략적 파트너십 경쟁 단계로 빠르게 이동하고 있습니다.

CDMO 고객(Sponsor)은 프로젝트 진행 상황, 품질 이슈, 생산 일정에 대해 실시간 디지털 가시성과 신속한 커뮤니케이션을 기대합니다.

기존 CDMO 기업들은 영업-생산-품질 부서 간 분절된 수작업 견적/계약 프로세스, 영업 담당자의 수기 데이터 입력 의존 구조, 수주 이력을 '보관'만 하는 기록 중심 시스템이라는 세 가지 Legacy 과제를 안고 있습니다.

Salesforce는 27년간 글로벌 Healthcare & Life Sciences 산업에서 쌓은 전문성을 바탕으로, 단순 CRM이 아닌 산업 맞춤형 데이터 모델·워크플로우·컴플라이언스 준수 영역을 포함하는 통합 Connected Platform을 제공합니다. 고객 Lead 발굴부터 Opportunity 관리·견적/계약서 관리·생산 관리·실적 분석까지 End-to-End로 연결하여 영업과 운영이 실시간으로 협업할 수 있도록 지원합니다. 이를 통해 CDMO 영업 측면에서는 단순 수주 관리가 아니라, 생산과 운영까지 연결된 전략적 Revenue Management 영역으로 진화할 수 있게 됩니다.

Agentforce가 구현하는 CDMO 영업의 미래는 RFP 자동 생성·Pricing 최적화·계약 검토·GMP 대응·Capacity 매칭 등 반복적이고 시간 소요가 많은 업무를 AI Agent가 수행하는 것입니다. 영업 담당자는 실제 복잡한 고객의 요구사항에 대응하고 제안하는 영역에 집중할 수 있습니다. Zero Admin(RFP 요약 및 CRM 입력 자동화), Precision Coaching(바이오파마 고객별 맞춤 제안서 초안 및 수주 협상 전략 제공), Built-in Compliance(글로벌 GMP 규제 가이드라인 기반 리스크 실시간 관리), Real-time Action(영업-생산 간 캔막이 허물고 실시간 가동률 연동) 네 가지 Agentforce 핵심 기능이 제공됩니다.

실제 Salesforce와 Agentforce를 미리 도입한 고객들은 신규 수주 확대와 제안서 생산성 향상, Capacity 활용 최적화, 부서 간 협업 강화, Tech Transfer 속도 개선의 효과를 경험했습니다. FY25 Customer Success Metrics 기준 Agentforce Sales 도입으로 영업 생산성 30% 향상, 수주 리드 전환율 및 제안서 작성 생산성 31% 개선, 고객사(Sponsor) 신뢰도 25% 향상, 글로벌 영업 전문가 온보딩 가속화 및 기술이전 협업 속도 증대 성과가 보고되었습니다. CDMO 현장 실무자가 수기 문서 작성에 소요하는 시간이 전체의 25%를 차지하는 만큼, AI 자동화를 통한 현장 효율화 여지도 큼니다

이 세션의 핵심은 'Agentic CDMO Enterprise로의 전환'입니다. AI로 가동률과 수주 파이프라인이 유기적으로 연결된 통합 팀, RFP 분석 및 글로벌 잠재 고객을 선제적으로 발굴하는 AI, 수주 데이터를 기반으로 AI Agent가 일하는 시스템이 바로 다음 단계입니다. 단순히 정보를 보여주는 Assist 수준을 넘어, AI가 실제 실행 단계(Action)로 진화하는 것입니다. Agentic Enterprise 전환의 핵심은 Data (신뢰할 수 있는 컨텍스트), Applications(업무 흐름 속 실행 중심 인사이트), Agents(산업 특화 AI Agent의 유기적 협업)의 세 레이어가 함께 작동하는 것입니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

금융권 실제 도입 사례로 보는 AX 기반 업무 혁신

2026년 4월 망분리 규제 완화로 금융권의 AI 도입 장벽이 낮아졌습니다. Agentforce Financial Services는 자산운용·보험중개 현장에서 이미 영업 타이밍 포착, 입찰 프로세스 표준화, OCR 문서 자동화를 실현하고 있습니다. 현장에서 직접 쌓아온 금융권 레퍼런스를 통해 AI 전환(AX)의 실질적 출발점을 확인하세요.

[Speakers] 박지은 - 솔루션 엔지니어, i2MAX

1. 주요 내용

금융권 AI 도입 규제 환경 변화

2026.04

- 망분리 규제 완화 - SaaS 내부망 사용 가능
- AI 가이드라인 구체화로 명확한 활용 기준 마련
- 혁신금융서비스 지정 없이도 AI 도입 가능
- 개인정보 규제 완화 시 B2C 서비스 확장 예정

H 자산운용 영업 AI 혁신

타이밍 ↑

- 고객 소통 히스토리 파악 → 인사이트 확보
- AI 회의록 요약 → 미팅 F/U 시간 절약
- 경쟁사보다 먼저 고객 접촉할 영업 타이밍 포착
- 투자 발굴·검토 전 과정 AI 지원

I 자산운용 입찰 프로세스

가시성 ↑

- 분산 관리된 입찰 프로젝트를 현황 통합 파악
- 전사 통용 표준화된 입찰 프로세스 정립
- 전체 일정 신속 파악 → 리소스 배분 의사결정
- 입찰 관련 정보 가시성 확보로 수주를 제고

보험중개사 OCR 문서 자동화

수기 ↓

- 상이한 양식 → OCR AI 문서 자동 분석
- 수기 입력 작업 완전 제거
- 글로벌 계약 관리 시스템 단일 플랫폼 통합
- 보험중개 비즈니스 전 과정 하나의 플랫폼으로

2. 핵심 요약

2026년 4월 망분리 규제 완화는 금융권 AI 전환의 실질적 출발 신호탄입니다. 그동안 금융권은 망분리 규제로 인해 SaaS 기반 솔루션 도입에 제약이 컸습니다. 2026년 4월을 기점으로 망분리 규제가 완화되면서 내부망에서도 SaaS를 사용할 수 있게 됐고, AI 가이드라인이 구체화되어 금융권에서도 AI 활용을 위한 명확한 기준이 마련됐습니다. 이제 금융사는 별도의 혁신금융서비스 지정 없이도 AI를 도입할 수 있는 환경이 조성됐습니다.

Agentforce Financial Services는 투자 발굴부터 성과 관리까지 자산운용 업무 전 과정을 AI로 지원하는 통합 솔루션입니다. i2MAX(아이투맥스)는 Agentforce Financial Services를 베이스로, AI 활용을 위한 Data 360*, 보안을 담당하는 Salesforce Shield, 현장 접근성을 위한 Mobile App-Plus로 아키텍처를 구성했습니다. 이를 통해 H 자산운용은 투자 발굴 및 검토 영역에서 고객과의 소통 히스토리를 파악하고 인사이트를 도출하여, AI가 생성하는 회의록 요약으로 미팅 후속 조치 시간을 절약하고 경쟁사보다 먼저 고객에게 접근하는 영업 타이밍을 포착했습니다.

I 자산운용은 분산 관리되던 입찰 프로젝트를 표준화된 프로세스로 통합하여 전사 리소스 배분과 의사결정 속도를 혁신했습니다. 기존에는 표준화된 입찰 프로젝트 관리 프로세스가 없어 조직 전체 현황 파악이 불가능했습니다. Agentforce Financial Services 도입 이후 전사에 통용되는 입찰 프로세스를 정립하고, 입찰 관련 정보 가시성을 확보했습니다. 이를 통해 I 자산운용은 입찰 프로젝트를 표준화된 프로세스로 관리할 수 있게 됐으며, 프로젝트 진행 중 관련 정보를 하나의 화면에서 쉽게 확인할 수 있게 됐습니다.

보험중개사는 아이투맥스와 함께 보험중개 비즈니스 전 과정을 하나의 글로벌 계약 관리 플랫폼으로 통합했으며, OCR AI로 수기 입력 작업을 완전히 제거했습니다. 서로 다른 양식을 사용하는 문서를 표준화하기 위해 수기 입력에 의존하던 기존 방식에서, OCR 기반 AI 문서 자동 분석 및 디지털 입력 방식으로 전환했습니다. 이를 통해 주성우 차장은 “아이투맥스와 함께 보험중개 비즈니스 전 과정을 하나의 플랫폼으로 통합하는 글로벌 계약 관리 시스템을 도입할 수 있었다”고 현장의 목소리를 전했습니다.

금융권 AX의 다음 단계는 AI Agent를 업무 전반에 확산시켜 거래 리스크 파악과 고객 재무 분석까지 자율 실행하는 Agentic 금융으로의 진화입니다. 아이투맥스는 Salesforce 공식 AI 인증 파트너로서, 단순 질의응답·요약 기능을 넘어 AI Agent가 거래 리스크를 파악하고 고객의 재무를 분석하는 등 다양한 분야에서 AI의 도움을 받는 미래를 제시합니다. 개인정보 보호 규제 완화가 진행되면 개인 고객을 대상으로 한 B2C 금융 서비스에서도 솔루션을 활용할 수 있는 더 넓은 확장 가능성이 열릴 것입니다.

3. My Key Takeaway

 우리 팀에 적용해보면 좋은 점

기업의 AX 실전 생존지: AI 도입 전 반드시 알아야 할 것들

좋은 의도로 시작했지만 현장에서 예상 밖의 현실을 마주한 기업들.
수십 개의 고객사 도입 현장에서 반복된 패턴을 정리했습니다.
Data-Ready · Process-Ready · Use Case Fit 이 세 가지가 준비될 때, AI는 비로소 성과를 냅니다.

[Speakers] 한정욱 – Success Architecture 시니어 매니저, Salesforce

1. 핵심 장표

선택지는 여럿. 가장 빠른 길은 하나.

데이터 · 프로세스 · 유스케이스 — 한 플랫폼 안에서 풀립니다.

Data-Ready

같은 데이터, 다른 이름

Data Cloud
시맨틱 레이어로 사용자 언어와 시스템 스키마를 매핑. Trust Layer로 안전한 그래프운딩.

Process-Ready

배포는 됐지만 운영자가 없음

Agentforce Topic·Action + Agent Builder
거버넌스 구조와 현업 친화적 개선 도구. Trust Layer 감사 로그.

Use Case Fit

어떤 일부터 맡길 것인가

Atlas Reasoning Engine
정형·비정형을 함께 추론. 표준 토픽으로 검증된 첫 유스케이스부터 시작.

Data-Ready

필드명
(매핑 정합성)

데이터가 없는 게 아니라
AI가 읽을 수 있는 형태가 아닌 것

Process-Ready

운영
(담당자 지정)

PoC 성공해도 현장에서
Agent를 사용하지 않는 이유

Use Case Fit

텍스트
(요약 전환)

실적 집계 → 텍스트 요약으로
유스케이스 전환 후 추가 투자 없이
빠른 첫 성과 달성

첫 AI Task 선정 기준

- 낮은 실패 비용 – 수정이 쉬운 업무
- 언어 처리 중심 – 텍스트 이해, 답변 업무
- 명확한 검증 가능성 – 품질을 직관적으로 판단 가능

2. 핵심 요약

AI 도입은 데이터 유무의 문제가 아니라, AI가 읽을 수 있는 형태의 문제입니다(Data-Ready). 국내 대기업 제조사 실사례에서 영업팀이 ‘Product’라 부르는 데이터를 시스템은 ‘Category’라는 필드에 저장하고 있었고, Agent는 아무것도 찾지 못했습니다. 데이터 필드명을 맞추는 한 번의 매핑 작업을 거치고 난 뒤, “열에 한 번도 못 찾던 Agent가 거의 매번 정확한 답을 내놓기 시작했습니다.” Data-Ready의 진짜 의미는 ‘있는 데이터’와 ‘믿을 수 있는 데이터’를 구분하는 것입니다.

기술 준비와 조직의 실행 준비는 전혀 다른 문제입니다(Process-Ready). 국내 대형 플랫폼사 사례에서 PoC도 성공하고 Agent 배포까지 완료했지만, 한 달이 지나도 실제 사용자들은 Agent를 거의 사용하지 않았습니다. 원인은 단순했습니다. “Agent가 가끔 틀린 답을 내놓을 때, 그걸 누가 고칠지가 정해지지 않았던 겁니다.” 운영 담당자를 지정하고 수정 절차를 설계하고 나서야 현장에서 쓰이기 시작했습니다. 시스템은 한 달이면 바뀌지만, 사람의 습관은 그렇게 빨리 바뀌지 않습니다. 이 갭을 어떻게 좁힐지가 도입 성공의 절반입니다.

AI에게 처음 맡길 일을 잘못 고르면, 좋은 데이터도 좋은 프로세스도 묻힙니다(Use Case Fit). 국내 대기업 제조사에서 처음엔 Agent에게 실적 데이터 조회와 집계를 맡겼는데 결과가 들쭉날쭉했습니다. “최근 30일”, “지난 달 1일부터 말일” 처럼 사람마다 다르게 해석될 수 있는 질의에 Agent도 매번 다르게 답했습니다. 해석의 여지가 덜한 텍스트 요약 업무로 유스케이스를 전환했더니, 추가 투자 없이 훨씬 빠르게 성과가 났습니다. 첫 성과를 위한 AI Task 선정 기준은 낮은 실패 비용, 언어 처리 중심의 업무, 명확한 검증 가능성 세 가지입니다.

여러 고객사 현장에서 반복 확인된 AI 도입 실패의 3가지 공통 원인이 있습니다: ① 파편화된 정보 – 같은 실체를 가리키는 데이터가 조직 곳곳에 다른 형태로 흩어진 상태, ② 문서화되지 않은 노하우 – 베테랑 직원 머릿속에만 있는 업무 로직, ③ 검증되지 않은 데이터 품질 – 양은 충분하지만 정확성을 보장하는 기준이 없는 상태. Agent는 사람의 머릿속을 들여다볼 수 없고, 부정확한 데이터를 그대로 가져다 쓰며, 검증되지 않은 품질의 결과물을 전달합니다. 이 세 가지는 사람의 문제가 아니라, 처음부터 설계되어야 했던 것이 빠져 있는 문제입니다.

Salesforce는 Data-Ready 문제는 Data Cloud Semantic Layer로, Process-Ready 문제는 Agentforce SubAgent·Action 거버넌스와 Trust Layer 감사로그로, Use Case Fit 문제는 Atlas Reasoning Engine으로 각각 대응하는 플랫폼 아키텍처를 제공합니다. 도입 이후에도 Salesforce CSG(Customer Success Group)는 Standard·Premier·Signature 세 단계의 성공 지원 체계를 통해 기획부터 테스트까지 Professional Services가, Go-Live 이후엔 Success Plan의 전문가 교육·온보딩·정기 성과 점검으로 고객이 스스로 운영하고 성장할 수 있도록 지원합니다. Signature 고객에게는 전담 Customer Success Manager가 배정되어 중대 이슈 발생 시 15분 이내 최우선 대응이 보장됩니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

Salesforce의 Agentforce 활용법: 실무자가 말하는 CS 업무에서의 Agentforce 도입 효과

연간 6,200만 건 방문하는 Help 포털에 Agentforce를 직접 도입한 Salesforce의 ‘Customer Zero’ 전략 — 3.4M 누적 대화, 60% 자체 해결률, 연간 \$100M 절감이라는 실전 성과를 실무자의 목소리로 공유합니다.

[Speakers] 권민형&강연수&김정수 - 테크니컬 서포트 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표

인간 + 에이전트와 함께 업무를 발전시키는 방법

인간 지식과 AI 기술의 동반 성장

에이전트와 사람이 각자 가장 잘하는 일을 수행하는 워크플로를 설계합니다.

예: 간단하고 반복적인 문의는 에이전트가 해결

AI 파워를 높이는 인간의 역량

AI의 답변을 검증하고 고객의 개별 상황에 맞춰 최적화하는 인간의 판단력이 핵심 역량으로 변경됩니다.

예: 에이전트의 결과물을 검수

인력의 새로운 기술 확보

더 깊은 가치와 개인적 성장이 있는 영역에 직원을 투자합니다.

예: 새로운 제품, 릴리스 정보 학습

사람과 에이전트 역할 재정립

AI 도입으로 변화하는 업무 환경에 맞게 사람과 에이전트의 협업 방식을 재설계합니다.

예: 지식 중심 서비스(KCS) 모델 업데이트



Agentforce 자체 해결률

60%

에이전트가 사람 없이 스스로 해결한 비율

누적 대화 수

3.4M+

Help 사이트 내 Agentforce 누적 대화

연간 비용 절감

\$100M

인력 22% 감소 속에서 달성한 연간 절감액

고객 확인 해결률

70%

고객이 직접 확인한 문제 해결 비율 (CSAT 4.5)

2. 핵심 요약

Salesforce는 ‘Customer Zero’ 전략으로 자사 Help 사이트에 Agentforce를 먼저 도입해 검증했습니다. 연간 6,200만 건이 방문하는 Help 포털에 Agentforce를 적용한 결과, 라이선스 수 5%(+240만 개) 증가에도 케이스 볼륨은 전년 대비 8% 감소했으며 60% 자체 해결률로 300만 건 이상의 문의를 처리했습니다.

파일럿에서 정식 출시까지 단 4주가 걸렸으며, UX 개선 단계마다 채택률이 크게 상승했습니다. 초기 주 116건에 불과하던 대화가 전체 화면 경험 도입 후 28,000건(+채택률 22%)으로 급증했습니다. 이후 인라인 인용 기능 추가로 채택률 27% 향상, 7개 언어 다국어 지원 도입으로 채택률 23% 추가 상승·이탈률 18% 감소 성과가 이어졌습니다.

Agentforce 성과는 ① 도입(Adoption) ② 에이전트 성능(Agent Performance) ③ 효과성(Effectiveness) 세 축으로 측정합니다. 도입은 시작 횟수·대화 건수를, 에이전트 성능은 응답 지연·해결 시간·답변 품질을, 효과성은 해결률·고객 확인 해결률·CSAT*를 핵심 지표로 관리합니다. 현재 고객 확인 해결률 70%, CSAT 4.5점(5점 만점)을 기록 중입니다.

Salesforce는 Agentforce 구축을 위한 5단계 실행 가이드를 정립하여 공개했습니다. ① North Star 목표 설정 → ② 빠른 실행을 위한 전담 AI 테스트팀 구성 → ③ KCS*(Knowledge-Centered Service) 기반 운영 체계 설계 → ④ 월간 CSAT 판독 피드백 루프 통합 → ⑤ AI가 AI를 직접 검증하는 자동화 테스트 환경 구축 순서로 진행됩니다.

단순 반복 업무를 Agentforce에 이전함으로써 지원 엔지니어들은 더 가치 있는 업무에 집중할 수 있게 됐습니다. Agentforce가 반복 문의를 처리하는 동안 엔지니어들은 복잡한 고객 대화와 신제품 학습에 집중하는 선순환 구조가 형성됐습니다. 그 결과 인력 22% 감소에도 불구하고 연간 \$100M 비용 절감을 달성했습니다.

3. My Key Takeaway

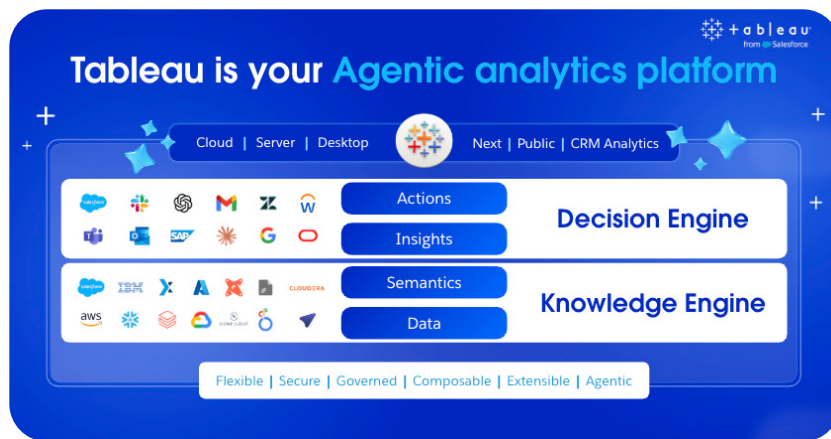
 우리 팀에 적용해보면 좋은 점

AI 시대를 이끄는 에이전틱 애널리틱스의 힘

데이터만으로는 부족한 AI 시대, 89%의 리더가 경험하는 AI 오류. Tableau의 Knowledge Engine과 Agentic Analytics가 어떻게 신뢰할 수 있는 의사결정의 닻(Anchor of Truth)이 되는지에 대한 여정

[Speakers] 김영균 – Tableau 한국 영업 총괄, Salesforce

1. 핵심 장표



AI 신뢰의 위기

89%

리더들이 부정확하거나 오해를
유발하는 AI 결과를 경험
(SF, State of Data & Analytics 2025)

Analytics 진화 4단계

- ① 시각적 분석 (Visual Analytics)
- ② 증강 분석 (Augmented Analytics)
- ③ 에이전틱 분석 ← 현재
- ④ 데이터팀: 실행자 → 지식 설계자

Tableau 플랫폼 2계층

- Knowledge Engine:
시맨틱 모델링
- Decision Engine: 의사결정 지원

Tableau 3대 핵심 역량

- Architecting Knowledge
- Powering Decisions
- Agentifying Actions
- Embedded MCP 연동

2. 핵심 요약

AI 시대, 89%의 리더가 부정확한 AI 결과를 경험했습니다. LLM의 '블랙박스' 문제(환각·근거 없음·정적 인사이트)가 핵심 원인이며, Tableau는 기업 데이터의 시맨틱 컨텍스트를 AI에 부여해 확률론적 세계에서 '신뢰의 닻(Anchor of Truth)'으로 기능합니다.

Analytics는 코딩 시대(1970s) → 대시보드(2000s) → AI 기반 분석(2020s) → 2025년 이후 에이전틱(Agentic) 시대로 진화했습니다. 데이터팀의 역할은 항상 진화해 왔지만 결코 대체되지 않았으며, 지금도 그 흐름은 계속됩니다.

Tableau의 플랫폼은 Knowledge Engine(데이터→지식 시맨틱 모델)과 Decision Engine(인사이트→행동)의 2계층으로, 대화형 분석에서 비교할 수 없는 정확도를 제공합니다. 자연어 질문 시 Knowledge Graph가 정확한 비즈니스 맥락을 파악해 LLM 단독 대비 환각·오류를 근본적으로 줄입니다.

Tableau는 ‘Architecting Knowledge → Powering Decisions → Agentifying Actions’의 3단계로 기업의 AX (AI 전환)를 완성합니다. Embedded Analytics와 MCP 연동으로 업무 흐름 속 인사이트가 즉시 행동으로 연결되고, Slack 봇으로 데이터 민주화*가 조직 전반으로 확산됩니다

AI가 아무리 진화해도 ‘신뢰를 담보하는 것’은 사람의 영역입니다. 가설 수립·비즈니스 맥락 부여·AI 가이드레일 설계 역할-Agentic Enabler·Trust Architect·AI Advisor-은 사람만이 할 수 있으며, 이것이 데이터 전문가의 미래 핵심 경쟁력입니다.

3. My Key Takeaway

 우리 팀에 적용해보면 좋은 점

Tableau Next:

신뢰 기반의 데이터를 실질적 비즈니스 실행으로

“분석은 끝이 아닌 시작입니다.” 89%의 데이터-분석 리더가 부정확한 AI 출력을 경험한 시대, Tableau Next는 비즈니스 컨텍스트가 풍부한 시맨틱 계층과 Agentforce 360 플랫폼 위에서 24시간 능동적 인사이트를 제공하고, 모든 CRM 사용자가 데이터를 실행 가능한 조치로 전환할 수 있도록 지원합니다.

[Speakers] 김동균 - Tableau 솔루션 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표



신뢰 가능한 데이터 기반

SSOT

- 할루시네이션 없는 단일 진실 공급원 제공
- 89%가 부정확한 AI 출력 경험한 시대 해법
- Tableau Semantics - 비즈니스 컨텍스트 부여
- Data 360에 통합된 시맨틱 계층

선제적 개인화 인사이트

24/7

- 묻지 않아도 알아서, 대화하듯 인사이트 확보
- 임계값 도달 시 선제 알림
- 비즈니스 전문 용어-위양스 이해
- 예: “예산 재승인” 문구 +22% 포착

데이터에서 즉시 실행으로

In-Flow

- 인사이트 → URL-작업-Flow-이메일 즉시 트리거
- Slack-CRM-앱 어디서든 In-Flow 실행
- 별도 BI 도구로 우회 불필요
- Salesforce Flow-MuleSoft 연계 자동화

개방형 확장 생태계

Open

- Snowflake-Databricks 등 Zero Copy 연동
- 모든 AI 솔루션과 유연한 결합
- Tableau Marketplace - 자산 공유-재사용
- 20+년 도메인 전문성 기반 인터스트리 앱

2. 핵심 요약

Agentic Analytics의 시대에는 신뢰 가능한 기반·선제적 개인화·즉시 실행·개방형 확장이라는 네 가지 축이 필수입니다. Tableau Next는 할루시네이션 없는 단일 진실 공급원(SSOT)을 제공하는 신뢰 기반 위에서, 사용자가 묻기 전에 먼저 움직이는 지능형 데이터 비서로 동작합니다. 인사이트에서 실행까지의 격차를 해소하고, 어떤 데이터 원천이나 AI 솔루션과도 유연하게 결합하는 개방형 인프라를 통해 분석을 ‘끝이 아닌 시작’으로 재정의합니다.

Tableau Next는 모든 CRM 사용자가 24시간 능동적·대화형 인사이트를 통해 자신감 있게 의사결정을 내리도록 지원합니다. 기존 분석 도구처럼 사용자가 별도 도구로 찾아가는 방식이 아닌, Slack-CRM 등 이미 사용 중인 모든 업무 경험에 내장된 에이전트 기반 분석을 제공합니다. 분석가에게는 데이터 준비 및 모델링의 반복 작업을 자동화하고, 비즈니스 사용자에게는 자연어 대화로 데이터를 탐색할 수 있는 환경을 제공하여 가치 창출 시간을 획기적으로 단축합니다.

회사 고유의 비즈니스 로직을 AI에 결합하는 핵심은 Tableau Semantics – 시맨틱 계층이 데이터에 비즈니스 의미를 부여합니다. 데이터 계층이 단일 진실 공급원(SSOT)에서 데이터를 수집·통합·조화시키면, 그 위에 위치한 시맨틱 계층이 복잡한 데이터를 ‘수익’ 또는 ‘투자 수익’과 같은 친숙한 비즈니스 용어로 변환합니다. 89%의 데이터 리더가 부정확하거나 오해의 소지가 있는 AI 출력을 경험했다는 조사 결과에서 보듯, AI가 정확한 인사이트를 제공하려면 컨텍스트가 필요하며, Tableau Semantics가 바로 그 역할을 수행합니다.

인사이트는 최종 목적지가 아닌 시작점입니다 – Tableau Next는 의사결정이 내려지는 업무 흐름 속에서 즉시 실행 가능성을

제공합니다. 올바른 행동 방침을 결정하고 올바른 결정을 내리기 위해 인사이트를 사용한다면, 인사이트를 기반으로 원활하게 조치를 취해야 합니다. Tableau Next는 URL 이동, Salesforce 레코드 작업 수행, Flow 트리거, 이메일 발송 등 엔터프라이즈 워크플로우 전체에 자동화를 제공합니다. Slack과 Salesforce Lightning 등 사용자가 일하는 곳 어디에서나 대화형 분석을 통해 별도 도구 우회 없이 바로 그 순간 의사결정이 이루어집니다.

Tableau Next는 Agentforce 360 플랫폼 위에 구축되어 엔터프라이즈급 보안·거버넌스·확장성을 기본 보장합니다. Data Layer (Zero Copy), Semantic Layer(Tableau Semantics), Insight Layer(시각화·인사이트 기술), Action Layer(Flow·MuleSoft)의 4계층 아키텍처가 Agentforce 360 위에 구축되어, CRM과 동일한 기반에서 실행되므로 수십 년간의 Salesforce 비즈니스 로직(계정 계층·기획 단계·지역 구조)을 자동으로 가져옵니다. 또한 사전 구축된 인더스트리·도메인 앱(세일즈·수익·서비스·현장 서비스·마케팅 등)을 통해 빠르게 가치를 입증할 수 있습니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

데이터·AI 시대의 문제 해결 사고방식과 커뮤니티 레버리지

AI가 확산과 수렴을 모두 수행하는 시대, 우리에게 남은 가장 중요한 역할은 ‘문제를 제대로 정의하는 것’입니다. Wicked Problem 프레임과 사고의 노드 개념으로 데이터·AI 시대의 문제 해결 사고방식을 재정립합니다.

[Speakers] 장서우 Tableau 앰버서더 & 커뮤니티 리더

1. 주요 내용

Wicked Problem 정답 없는 문제

- 고객 이탈을 어떻게 막을 것인가?
- 새로운 홍보 타겟은 누구인가?
- 매출은 어떻게 더 올릴 것인가?
- 명확한 정답이 없는 비즈니스 문제

확산과 수렴 사고 프레임

- 확산: 가능성을 넓히는 사고
- 수렴: 최적의 요소를 찾아 결정
- 디자인 연구 기반의 문제 해결 방법론
- 데이터는 확산의 출발점이자 도구

사고의 노드 문제 해결 단위

- 확산+수렴이 완성된 최소 사고 단위
- AI에게 위임 가능한 크기로 쪼개기
- 노드 크기와 단위 결정이 인간의 역할
- 연결된 노드들이 문제 해결 과정 구성

커뮤니티 레버리지

- 타인의 노하우로 사고 확장
- DataFam · STUG 실전 사례 공유
- AI 맥락을 넘어서는 집단 지성
- 성장·성공 경험의 선순환 구조

2. 핵심 요약

비즈니스에서 데이터로 해결하려는 문제 대부분은 ‘정답이 없는 문제(Wicked Problem)’입니다. 수학 문제처럼 정해진 답이 있는 Tame Problem과 달리, 고객 이탈 방지·매출 상승·새로운 타겟 발굴과 같은 비즈니스 문제는 상황에 따라 끊임없이 변하며 단일한 정답이 존재하지 않습니다. 정답이 없는 문제를 마주한 채 데이터와 대시보드만 바라보고 있으면, 데이터가 답을 줄 수 없고 행동의 변화도 일어나지 않습니다.

정답 없는 문제를 해결하는 사고방식의 핵심은 ‘확산’과 ‘수렴’의 반복입니다. 디자인 연구에서 발전한 이 프레임은, 먼저 답이 될 수 있는 다양한 가능성을 넓히는 확산 단계와 그중 납득할 수 있는 최적의 요소를 찾아 결정하는 수렴 단계로 구성됩니다. 발표자는 대학원 시절 넷플릭스 자막 기준의 문제를 시선 데이터로 분석한 경험이 이 사고의 출발점이 되었다고 소개했습니다.

문제를 해결할 수 있는 단위인 ‘사고의 노드’로 쪼개는 것이 AI와의 효과적인 협업 방식입니다. 확산과 수렴이 완성된 하나의 최소 사고 단위가 ‘노드’입니다. 전체 문제를 한 번에 AI에게 던지는 것이 아니라, 각각의 노드를 적절한 크기로 정의하고 그 노드 단위에서 AI가 확산과 수렴을 수행하도록 설계해야 합니다. 노드 크기와 단위를 결정하는 일이 바로 데이터 분석가의 핵심 역할입니다.

AI 시대에 인간의 역할은 ‘AI의 문제’가 아닌 ‘우리의 문제’를 정의하는 것입니다. AI는 이미 확산과 수렴 모두를 인간보다 빠르고 압도적으로 잘 수행합니다. 그러나 우리가 현장에서 해결해야 하는 것은 ‘AI의 문제’가 아닌 ‘우리의 문제’이며, 그 문제를 정의하는 주체는 결국 본인입니다. 프롬프트 엔지니어링, 컨텍스트 엔지니어링, 하네스 엔지니어링을 통해 AI에게 제공하는 맥락을 제한하고, 의도치 않은 방향으로의 확산을 막는 것이 핵심입니다.

커뮤니티는 빠르게 쏟아지는 AI 시대에 개인의 사고 노드를 확장하는 가장 효과적인 레버리지입니다. AI 활용 사례가 매일 쌓이는 속도는 개인이 따라갈 수 없습니다. 기술 발전 속도 앞에 고립되는 대신, 서로의 경험과 실패담을 나누는 커뮤니티라는 모닥불 주위로 모여야 합니다. Tableau Community(DataFam)와 STUG(Seoul Tableau User Group)는 각자의 문제 해결 사고를 나누고, 함께 해결하며, 다시 나누는 성장의 선순환 공간입니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

도입을 넘어 성과로: AI 시대의 영업 혁신과 비즈니스 성장 전략

영업 담당자의 40%가 비영업 업무에 소비됩니다. Agentforce Sales는 AI 에이전트가 반복 업무를 대신하고 영업 담당자는 오직 '수주'에 집중하는 구조를 만듭니다. Salesforce 자체 검증 성과와 LG CNS의 3단계 Agentic Sales 여정을 통해 AI 시대 영업 혁신의 실전 로드맵을 확인하세요.

[Speakers] MaryAnn Patel – SVP (Product Manager Agentforce Sales), Salesforce / 김대성 – 상무, LG CNS

1. 핵심 장표



영업 조직의
생산성 위기

50~80%

- 영업 담당자 비영업 업무 소비 시간
- 데이터 입력·수동 작업이 핵심 원인
- 역량 문제 아닌 구조적 용량 (Capacity) 문제
- AI 에이전트가 'Force Multiplier' 역할

Agentforce Sales
핵심 기능

24/7

- Prospecting · Meeting Prep · Coaching
- Pipeline Management · Quoting 자동화
- AI SDR: 텍스트·음성·영상 모든 형태 지원
- 도입 후 파이프라인 평균 2배 창출

Salesforce Org62
자체 검증 성과

\$63M

- SDR Agent: \$5M ACV · 300K 리드 처리
- 파이프라인: \$63M 확보 (기존 미접촉 리드)
- Pipeline Agent: 125K 시간 절약
- FY2026 누적 잠재고객 58만 명 확보

2. 핵심 요약

영업 조직의 한계는 역량이 아닌 '용량(Capacity)'의 문제이며, Agentforce Sales는 이를 구조적으로 해결합니다. 영업 담당자들은 동시에 두 가지 목표를 요구 받습니다. 광범위한 고객 수 공략과 깊이 있는 개인화 경험 제공. 이 딜레마의 원인은 의지나 역량이 아니라, 영업 담당자가 비영업 업무에 40% 이상의 시간을 소비하는 구조적 용량 부족입니다. Agentforce Sales는 에이전트가 반복 업무를 담당하고 영업 담당자는 '수주'에 집중하는 'Limitless Selling' 시대를 실현합니다.

AI SDR 에이전트는 웹사이트 방문자를 24시간 고객으로 전환하며, 도입 후 파이프라인을 평균 2배 창출합니다. Agentforce Sales의 AI SDR 에이전트는 텍스트·음성·영상 모든 채널을 통해 잠재 고객과 상호작용하고, 고품질 리드 파이프라인을 24시간 연속으로 확보합니다. 기존에 미접촉 상태로 남았을 잠재 고객까지 자동으로 발굴하여 영업 기회를 극대화합니다. Salesforce 자체 도입 결과, 기존 대비 파이프라인이 평균 2배 증가했습니다.

Salesforce는 자사 Org62에서 직접 검증했습니다 — Engagement Agent로 \$5M ACV·\$63M 파이프라인·30만 리드를, Pipeline Agent로 12.5만 시간을 절약했습니다. 고객에게 제안하기 전 Salesforce는 스스로 Agentforce Sales를 도입해 성과를 증명했습니다. Engagement(SDR) Agent는 기존에 접촉하지 못했던 30만 건의 리드를 처리해 \$5M ACV와 \$63M 파이프라인을 창출했으며, Pipeline Management Agent는 SMB 영업팀의 반복 업무 125K 시간을 절약했습니다. FY2026 기준 절약된 시간은 8.2만 시간, 확보된 고유 잠재고객은 58만 명에 달합니다.

Agentforce Sales(구 Sales Cloud)는 영업 관리 솔루션을 넘어, AX 실현을 위한 핵심 플랫폼으로도 기능합니다.

기업들이 AI를 도입하지만 실질적인 성과로 연결되는 경우는 많지 않습니다. AI를 제대로 활용하고 싶다면, AI가 제 역할을 할 수 있는 업무 중심 플랫폼부터 갖춰야 합니다. 업무에 대한 깊은 이해와 잘 갖춰진 IT 환경이 뒷받침될 때 비로소 AX는 실질적인 생산성과 효용성을 발휘할 수 있기 때문입니다. 이미 Agentforce Sales(구 Sales Cloud)를 사용하고 계시다면, 여러분은 AI 도입의 80%를 끝낸 상태입니다. 새로운 시스템을 찾지 마세요. 이미 보유한 시스템에 AI를 연결하는 것만으로도, 진정한 AX의 성과를 만들어낼 수 있습니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

음성부터 AI까지, Agentforce가 만드는 Connected Contact Center

챗봇·채널·AI를 모두 도입했는데도 고객과 상담원이 지쳐가는 이유는 하나입니다. 문제는 AI의 부족이 아니라, 연결의 부재입니다. Agentforce가 CRM·음성·AI·운명을 한 흐름으로 잇는 여정을 확인하세요.

[Speakers] 최석원 -영업대표, Salesforce / 신은지 - 솔루션 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표



고객센터 현장 위기

50~80%

AI 음성봇이 처리 가능한
단순 반복 문의 비율

AI봇 vs. Agentforce

- 기존 봇: 정해진 시나리오만
- Agentforce: CRM 기반 자율 판단·실행
- Assistant는 돕고, Agent는 수행·통제 가능한 AI가 핵심

AI봇 vs. Agentforce

- AI Voice Agent 24/7
- Intelligent Routing
- Service Assistant
- Command Center

입증된 도입 성과

- Wiley: 해결률 +40%, 연 3.5억↓
- Fisher & Paykel: 셀프서비스 70%
- 국내 H&B: 24/7 AI + 옴니채널
- 국내 식품제조: 6개월 구축 완료

2. 핵심 요약

고객센터의 진짜 문제는 AI 부족이 아니라 연결의 부재다. 챗봇·채널·AI를 이미 도입했음에도 고객은 채널을 옮길 때마다 같은 내용을 반복하고, 상담원은 여러 화면을 오가며 '잠시만요'를 반복한다. 채널·CRM·AI가 단절돼 함께 작동하지 않기 때문이다.

Agentforce는 기존 AI봇과 근본적으로 다르다. 기존 봇이 정해진 시나리오 안의 'Assistant'라면, Agentforce는 CRM 데이터와 업무 정책을 기반으로 스스로 판단·실행하는 'Agent'다. 핵심은 통제 가능성 — 권한·정책·데이터 접근을 운영 조직이 직접 설계하고 관리한다.

Connected Contact Center는 네 기둥으로 구성된다. ① AI Voice Agent가 반복 문의 50~80%를 처리하고, ② Intelligent Routing이 맥락을 유지한 채 사람 상담원에게 인계한다. ③ Service Assistant가 실시간 답변 초안·통화 후처리를 자동화하며, ④ Command Center가 AI·상담원 성과를 한 화면에서 실시간 관리한다.

Agentforce Builder로 코딩 없이 현업 담당자가 직접 에이전트를 설계·배포할 수 있다. AI의 추론 과정이 단계별로 투명하게 공개되며, 새 정책도 재개발 없이 즉시 반영된다. 단일 플랫폼에서 WFM·QA/QC까지 통합하면 운영 복잡도가 82% 개선된다.

성공 기업들의 공통점은 작은 유스케이스에서 시작했다는 점이다. Wiley는 이메일 자동화, Fisher & Paykel은 FAQ 채널봇 하나로 출발해 각각 상담 해결률 40% 향상과 셀프서비스율 70%를 달성했다. Salesforce AAP 프로그램을 통해 POC 펀딩 지원도 가능하다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

Snowflake x Salesforce 실전사례

AI 기반 고객데이터 통합부터 매출 증가까지

Formula 1·Bank of America·L'Oreal·Pfizer·Marriott·Spotify까지 — Snowflake AI Data Cloud와 Salesforce Data 360를 Zero-Copy로 연결해 데이터 사일로를 허물고 Agentforce 기반 AI 비즈니스 성과를 실현한 6대 글로벌 기업의 실전 통합 아키텍처와 도입 효과를 공유합니다.

[Speakers] 최석원 – 상무 CSP Partner Development Manager, Snowflake

1. 핵심 장표

산업별 사례 핵심 요약

산업/고객	핵심 이슈	도입 효과
미디어/스포츠 Formula 1	100개 이상 데이터 소스 분산 데이터 통합 파악 불가	응답 80%↑ / CTR 22%↑ / 만족도 90%
금융 서비스 Bank of America	AI 모델 결과 → CRM 실시간 연동 불가	데이터 복제 없이 AI Next-best-action 구현
뷰티/CPG L'Oreal	서드파티 쿠키 폐기 소매 파트너 PII 협업 불가	35개 브랜드 통합 360 구현 클린룸 협업 체계 확립
헬스케어/제약 Pfizer	HIPAA 규정 준수하면서 임상+CRM 통합 필요	Flagship Agentic Enterprise 환자 케어 AI 최적화
호텔/여행 Marriott International	각 브랜드 고객 데이터 분리 AI 콘텍스트 레이어 부재	Flagship Agentic Enterprise 투숙객 충성도 향상
미디어/OTT Spotify	플랫폼 간 데이터 분리 구독자 이탈 예측 불가	크로스플랫폼 개인화 / 이탈률 감소

Better Together
since 2015

4,300+

공동 고객사 보유
Snowflake 고객의 45%가
Tableau 사용 중

Zero-Copy
양방향 통합

- 데이터 복제 없이 실시간 공유
- ETL 없이 통합 거버넌스 적용
- Salesforce → Snowflake 분석
- Snowflake → Salesforce 활성화

AI 도입 현실적 장벽

- 95% AI 이니셔티브 ROI 실패 (MIT)
- 88% 조직 AI 확장에 어려움 (IDC)
- 30% AI 프로젝트 중단 (Deloitte)
- 원인: 사일로화·파편화·환각

글로벌 고객사 도입 성과

- 응답속도 80%↓ (Formula 1)
- 임상 프로토콜 85%↓ (Pfizer)
- 연 30% 비용 절감 (Marriott)
- 13,000+ 엔터프라이즈 고객

2. 핵심 요약

AI 성공의 진짜 병목은 모델이 아니라 '데이터 통합'입니다. 95% AI 이니셔티브가 사일로화된 데이터로 ROI에 실패하고(MIT), 88% 조직이 AI 확장에 어려움을 겪 으며(IDC), 30% AI 프로젝트가 컨텍스트 부족으로 중단됩니다(Deloitte). 모든 구성원·도구·데이터를 잇는 통합 플랫폼이 핵심 해법입니다.

2015년부터 이어진 'Better Together' 파트너십 — Zero-Copy 양방향 통합으로 데이터 복제 없이 Customer 360을 실현합니다. 4,300+ 공동 고객, Snowflake 고객 45%가 Tableau 사용 중. Salesforce Data 360과 Snowflake AI Data Cloud 간 Zero-Copy로 ETL 없이 통합 거버넌스를 유지하며 양방향 데이터 활성화를 구현 합니다.

Agentforce와 Snowflake Agents는 MCP 기반으로 연결되어 각 에이전트가 서로의 데이터·인텔리전스에 실시간 접근하는 ‘Agentic Integration’을 구현합니다. Agentforce가 데이터 범위를 벗어나면 Snowflake MCP Server의 Cortex Analyst·Search·Agents를 호출하고, 반대로 Snowflake 사용자도 Agentforce의 지능을 활용할 수 있습니다.

글로벌 6대 사례 모두 ‘데이터 복제 없는 통합’으로 실질적 AI 성과를 달성 – Formula 1 응답속도 80%↓, CTR 22%↑ / Marriott 연 30% 비용 절감 / Pfizer 임상 프로토콜 85% 단축. Bank of America(21.3만 명 조직 AI Next-best-action), L’Oreal (35개 브랜드 Customer 360), Spotify(크로스플랫폼 개인화)까지 산업을 불문하고 Zero-Copy Federation이 공통 아키텍처입니다.

Snowflake를 선택하는 이유는 EASY · CONNECTED · TRUSTED – 한국에서도 2021년 지사 설립 후 컨설팅 9배 이상 성장, 국내 10대 대기업 그룹 중 약 80% 고객사를 확보했습니다. 2026년 3월 한국 오피스를 개소하며 AWS에 이어 Azure 국내 지원까지 확장, 긴밀한 지원과 AI 데이터 혁신 파트너로 자리매김했습니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

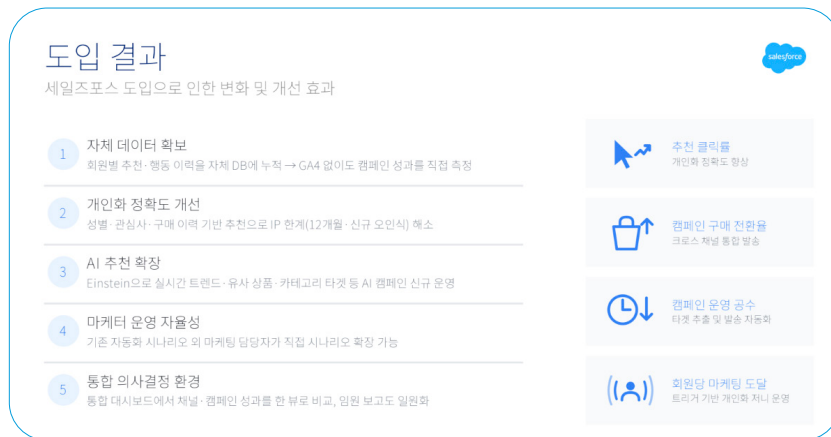
Beyond Campaigns

데이터 기반으로 고객 CRM 관계를 확장하다

‘일회성 캠페인을 넘어 지속적인 고객 관계로 — ASICS Korea가 Salesforce Marketing Cloud와 Commerce Cloud를 도입해 First-party Data 기반 개인화 추천, 16개 자동화 시나리오, Einstein AI를 구축하고 신규가입 17%↑ · 구매회원 60%↑ · 회원매출 59%↑를 달성한 실전 CRM 고도화 전략을 공유합니다.

[Speakers] 최서안- Digital Marketing 팀장, 아식스 코리아

1. 핵심 장표



신규 가입수 증가

17%↑

마케팅 자동화 +
온사이트 개인화 추천
도입 결과
(25' Apr. data)

구매회원수 증가

60%↑

고객 여정 기반
CRM 자동화 시나리오
16개 운영 결과

회원 매출액 증가

59%↑

회원별 추천·행동 이력
자체 DB 누적으로
정밀 개인화 달성

자동화 시나리오

·P1~P9: 개인화 추천 9종
·E1~E10: 인게이지먼트 10종
·장바구니·이탈·생일·로열티
·Einstein AI 실시간 추천

2. 핵심 요약

ASICS Korea의 CRM 전략은 ‘Catch → Convince → Convert’ 세 단계로 설계되며, 단순 캠페인이 아닌 고객 여정 전반에 걸친 지속적 관계 구축을 목표로 합니다. First-party Data 수집부터 개인화 추천, AI 기반 라이프사이클 CRM까지 – 러닝·테니스 등 운동의 여정 전반을 연결해 일회성 구매가 아닌 지속적 관계 구축에 집중합니다.

기존 솔루션의 핵심 한계는 ‘사람 손에 의존하는 타겟 추출’과 ‘외부 데이터 연동 제약’이었습니다. 수동 추출·고정 조건 노출·IP 기반 신규 고객 재인식 등이 마케팅 효율을 떨어뜨렸습니다. 채널별 따로 발송, 추천 정확도 부족, GA4 측정 시 광고 성과 데이터 영향, 캠페인 성과를 한눈에 볼 통합 대시보드 부재 등의 문제를 Salesforce 도입으로 해결했습니다.

Salesforce 도입 시나리오는 개인화(P) 9종 + 인게이지먼트(E) 10종 총 16개로 구성되며, 고객 여정의 모든 접점을 자동화합니다. 가입·온보딩(P1, E1~E2)부터 탐색·발견(P2~P4), 전환·구매(P5~P9, E3~E4), 재참여·로열티(E5~E8), 이탈 방지·복구(E9~E10)까지 고객 생애 전 단계를 커버합니다. 장바구니 이탈 리마인드 (E3), 위시리스트 재입고 알림(E4), 멤버십 승급 안내(E8) 등이 대표 시나리오입니다.

도입 결과, 마케팅 자동화·온사이트 개인화 추천으로 신규가입 17%↑·구매회원 60%↑·회원매출 59%↑를 달성했습니다. 특히 자체 DB에 고객 추천·행동 이력을 누적해 GA4 없이도 캠페인 성과를 직접 측정합니다. 성별·관심사·구매 이력 기반 추천으로 IP 한계(12개월·신규 오인식) 해소, Einstein으로 실시간 트렌드·유사 상품·카테고리 타겟 AI 캠페인 신규 운영, 통합 대시보드로 채널·캠페인 성과 한 뷰로 비교 가능해졌습니다.

Next Plan은 ‘CRM 에코 러닝 시스템’ 구축 – 러너 커뮤니티와 연계, 마라톤 참가자에게 맞춤형 CRM 참여 전략으로 브랜드 충성도를 높이는 지속 성장 체계를 지향합니다. CRM 데이터를 활용해 러너 커뮤니티를 CRM으로 연결하고, 러닝 이벤트·챌린지·보상 프로그램을 통해 개인에게 최적화된 콘텐츠와 제품을 제안해 지속적 참여와 브랜드 충성도를 제고합니다.

3. My Key Takeaway


우리 팀에 적용해보면 좋은 점

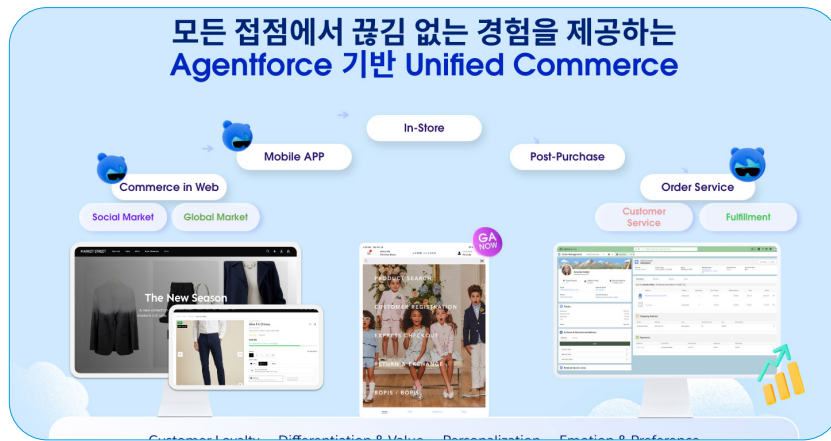
The Future of Unified Retail

지능형 리테일 시장의 미래와 자사몰의 로드맵

채널 중심에서 고객 중심으로 — 온·오프라인 전환을 격차(2~3% vs 20~30%)를 극복하는 Unified Commerce 전략과 Agentforce AI Agent의 현실적 구현. 검색부터 결제·배송·사후관리까지 대화 한 번으로 완성되는 Agentic Commerce의 로드맵을 공유합니다.

[Speakers] 이동훈 - 영업대표, Salesforce / 이현석 - 솔루션 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표



온오프라인 전환율 격차

10배

온라인 2~3% vs
오프라인 20~30%
UC로 격차 극복

UC 구현 3단계 전략

- Data Foundation (SSOT)
- System of Context (실시간 의도)
- System of Agent (자율 처리)

4가지 AI Agent 유형

- Shopper Agent (고객용)
- Order Support Agent (CS)
- Agent Order Routing (배송)
- Agent Merchandising (MD)

Agentic Merchandising ROI (26.06 출시)

- 시간 절약 90% (Agentic Sidebar)
- 수동 업무 감소 85% (자동 카테고리)
- 캠페인 속도 향상 99%

2. 핵심 요약

리테일 시장은 채널 중심에서 고객 중심으로 재정의되고 있습니다. 전 세계 온라인 스토어 평균 구매 전환율은 2~3%에 불과한 반면, 오프라인 매장은 20~30%에 달합니다. 고객은 SNS·모바일·매장을 자유롭게 이동하지만 대부분의 시스템은 여전히 채널 중심으로 운영되어 온·오프라인 고객을 동일 인물로 인식조차 못하는 구조적 한계가 있습니다.

Unified Commerce는 옴니채널(Omni-Channel)과 다릅니다. 옴니채널이 분절된 시스템을 억지로 이어 붙인 '채널 연결(Connected Channels)'이라면, Unified Commerce는 고객·재고·주문·매장 운영을 단일 실시간 플랫폼에서 처리하는 '비즈니스 연결(Connected Business)'입니다. SSOT 기반의 단일 고객 프로필이 전체 접점에서 일관된 경험을 보장합니다.

성공적 UC 구현의 3축은 Agentic Storefront · OMS · Smart POS입니다. 고객 접점인 Agentic Storefront(B2C)가 개인화된 온라인 물을 담당하고, OMS가 실시간 재고·주문·배송을 통합 처리하며, Smart POS가 매장 직원을 최고의 전문가로 만들어줍니다. 이 세 축을 연결하는 뇌 역할이 바로 Agentforce입니다.

4가지 데모 시나리오가 Agentic Commerce의 현실을 보여줍니다. Scene1(온라인 주문→매장 픽업 원스톱), Scene2(POS에서 품절 위기를 판매 기회로 전환), Scene3(대화·클릭만으로 완성되는 지능형 통합 주문관리), Scene4(시공간 제약 없는 옴니채널 자가 사후관리)까지 – AI Agent가 추천을 넘어 예약·결제·반품 프로세스를 자율적으로 완수합니다.

미래 로드맵: AEO 기반 ChatGPT·Gemini 연동과 Storefront Next가 핵심입니다. SEO를 넘어 ChatGPT·Gemini 같은 AI 채널에서 자사 상품이 추천·인용되도록 최적화하는 AEO(2분기 출시 예정)와, 자연어 명령만으로 프론트엔드를 제어하는 Storefront Next, Figma 디자인을 코드로 자동 변환하는 기능 등 커머스 운영 전반의 자동화가 가시화되고 있습니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

Data Foundation powered by 인포매티카

Informatica · MuleSoft · Data 360 · Tableau 결합의 Salesforce Trusted Context 아키텍처로
구현하는 데이터 Unlock → Trust → Activate 완전한 데이터 파운데이션 전략

[Speakers] Sasha Eysymontt - Emerging Technology SVP, Salesforce / 손인선 본부장 - 프로덕트 솔루션 엔지니어 팀, Salesforce

1. 핵심 장표



2. 핵심 요약

AI가 예측을 넘어 실행(Action)·에이전트 단계로 진화할수록, 데이터 기반이 없는 AI는 위험한 추측을 합니다. 캐나다 항공사의 잘못된 환불 약속 사례처럼, 잘못된 Data Foundation 위에서는 모델이 아무리 훌륭해도 비즈니스 리스크를 초래합니다.

데이터는 AI의 화폐입니다. AI가 아닌 데이터가 제약 요소입니다. 데이터 품질 저하는 IT 문제가 아니라 수익 유출이며, 연결이 끊긴 시스템은 FSI·Healthcare·Retail·Manufacturing·TMT 전 산업에서 동일한 문제를 야기합니다.

Context 문제를 해결하는 것이 핵심입니다. 단순한 데이터 액세스가 아니라 AI가 즉각적으로 이해하고 실행할 수 있는 상태, 즉 Connected·Timely·Governed·Understood한 Context 구축이 목표입니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

Vibe Coding with Headless 360 and Agentforce Vibes

API · MCP · CLI로 개방되는 Salesforce Headless 360 플랫폼과 29M LOC/월 · 87% 수락률이
증명하는 Agentforce Vibes의 실전 가치, 그리고 React · Slack · ChatGPT 전방위 배포 미래 아키텍처

[Speakers] Vivek Chawla, Product Management Director, Salesforce

1. 핵심 장표

Build

Agentforce Vibes 2.0 Enhancements

Vibe code secure apps and agents, grounded in enterprise trust

Powerful

Powerful Agents

Built using the power of Anthropic Agent SDK, Open AI SDKs, and more

Project Planner Mode

PRD generation, decomposition, and parallel execution orchestration

Subagents & Swarms

Swarm a group of coordinated agents to parallelize tasks

Tailored for Salesforce

Available in Every Org

Browser-based Vibes IDE pre-configured and ready to Vibe

Rules, Skills, MCPs

30+ Skills, 60+ MCPs tailored to Salesforce metadata, UI, and logic

Org Intelligence for Reuse

Vibes has full context of connected org's metadata & code to optimize reuse with Salesforce Catalog

Enterprise & Quality

Org Intelligence for Quality

Improve perf and scale using Apex Guru, Scale Center, and Code Analyzer

Quality by Default

Code Analyzer runs over 700+ rules for security, performance, and best practices

Analytics & Reporting

Dedicated dashboards for tracking agentic use

Trust

Agentforce Trust Layer

Protect the privacy of your code and metadata with Agentforce Trust Layer, Zero Retention and BYOM

Human-in-the-Loop

Per-action, per-session, and persistent options

GovCloud Mode

Gov org detection, FedRAMP-authorized models, data residency, and compliant connections

AI 코드 생성 월간 현황

29M LOC

월 AI 생성 코드 라인 출시 이후 22x 성장 (110x YoY)

AI 코드 수락률

87%

개발자가 AI 제안 코드를 수락하는 비율 정확도·품질 증명

누적 커밋 코드 라인

100M+

Production에 커밋된 AI 생성 코드 총합 (2024년 이후 누적)

Multi-Framework 지원 출시

·Beta: TDX (완료)
·GA: July '26 예정
·React 우선 지원
·AXL Beta: July '26

2. 핵심 요약

- Headless 360는 특정 기능이 아니라 Salesforce 전체 플랫폼 아키텍처의 전환입니다. API·MCP Tool·CLI Command로 Salesforce의 모든 워크플로우와 비즈니스 로직을 외부에 공개합니다. Constellation Research는 “Agentforce가 경쟁사 대비 1~2년 앞서 있다”고 평가했으며, 이제 개발자와 AI 에이전트는 브라우저 없이 Salesforce를 구축하고 배포할 수 있습니다.
- Agentforce Vibes 2.0은 ‘빠른 코딩’을 넘어 ‘신뢰 기반 AI 코딩’을 실현합니다. LLM 제공자의 Zero Data Retention을 보장하며, 조직 메타데이터·스키마·비즈니스 로직을 문맥으로 이해해 정확도 높은 코드를 생성합니다. 29M LOC/월, 87% 수락률, 100M+ 누적 LOC는 실제 Production 수준의 품질을 증명합니다.
- Multi-Framework 지원(React 우선)으로 기존 코드 자산을 재활용하며 Salesforce로 통합할 수 있습니다. React UI를 Salesforce 내 Micro-Frontend로 가져오거나, Claude Code·Cursor 등 선호 AI 도구로 Salesforce 앱을 직접 빌드할 수 있습니다. 별도 미들웨어나 ETL 레이어 없이 에이전트가 자동으로 데이터 쿼리, UI 컴 포넌트, 통합 로직을 처리합니다.

Headless Experience Layer(AXL)는 '한 번 정의, 어디서나 배포' 원칙으로 채널 파편화를 해소합니다. Slack·ChatGPT·Teams·커스텀 앱 등 모든 외부 채널에 에 이전트 UI와 비즈니스 로직을 일관되게 배포합니다. 사용자가 채널을 전환해도 컨텍스트를 유지하며, Salesforce Trust Layer가 외부 서비스까지 확장 적용됩니다.

AI 개발 성숙도는 단순 코드 보조 → 컴포넌트 생성 → 완전한 에이전틱 엔터프라이즈 앱으로 진화합니다. 현재 팀의 개발 성숙도를 진단하고, Vibes의 PRD 생성·병렬 실행 오케스트레이션·Subagents & Swarms 기능을 단계적으로 도입하면 18개월 백로그를 빠르게 해소할 수 있습니다.

3. My Key Takeaway

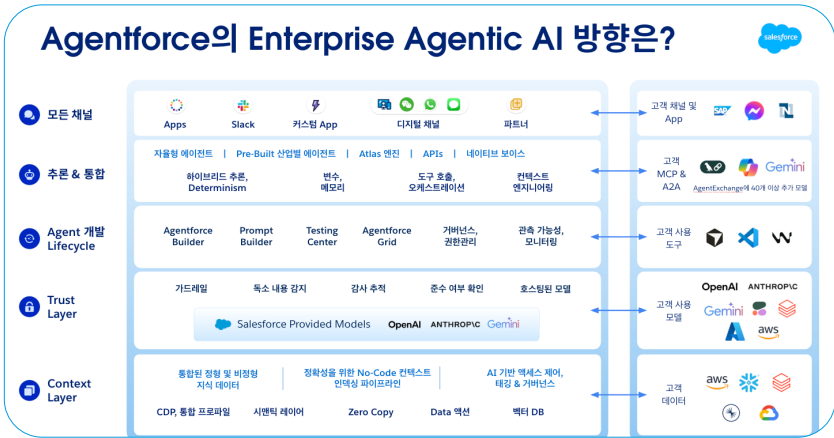
 **우리 팀에 적용해보면 좋은 점**

Agentforce가 바꾸는 개발의 미래

Design · Build · Test · Deploy · Observe Agent 생애주기 전체를 하나의 플랫폼으로 관리하는 Agentforce 실전 전략 워크북

[Speakers] 한문석 - Technical Architect, Salesforce / 국세경 - AFD360 스페셜리스트 솔루션 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표



최소 1개 이상 Agent 포함 앱 개발 비중

+80%

실제 운영 환경에 적용되는 Agent 증가율

31%

Enterprise 적용을 위한 필수 검증 5대 요건

신뢰성·보안·안정성·연동·통제

2. 핵심 요약

이미 31%의 기업이 Agent를 포함한 앱을 개발 중이며, 실제 운영 환경 적용은 +80% 증가했습니다. Agentic AI는 실험을 넘어 엔터프라이즈 현장에 빠르게 확산되고 있습니다. 그러나 대부분의 기업이 Demo·PoC 단계에 머물러 있으며, 정확성·보안·확장성·운영 안정성이라는 Enterprise 벽에 부딪힙니다.

“Agent는 구축보다 운영이 중요합니다.” 신뢰성·성능·비용·보안·결과 품질을 지속적으로 관리하지 않으면 실제 비즈니스 가치를 만들 수 없습니다. Enterprise 환경 적용을 위해서는 ① 검증된 사내 데이터 기반 답변(추적 가능) ② 허용된 권한 안에서만 시스템 접근 ③ 일관된 품질의 수행 및 성과 측정 ④ 안전하고 표준화된 시스템 연동 ⑤ 실시간 감시·제어 가능성의 5가지 요건을 반드시 충족해야 합니다.

Agentforce는 Agent 생애주기 전체를 하나의 플랫폼에서 관리합니다. Agentforce Builder(설계·No-Code 구성) → Testing Center(대규모 시뮬레이션 검증) → Experience Layer(채널별 최적 UI 배포) → Observability(실시간 의사결정 추적·개선)의 4대 전용 도구가 각 단계를 지원합니다.

Trust Layer와 Agentforce Grid가 Enterprise 보안과 거버넌스를 보장합니다. Agent의 역할·범위·권한을 사전 정의하고 Audit Trail로 전체 활동을 추적하며, MCP 서버를 통해 다양한 외부 시스템과 안전하고 표준화된 방식으로 연동됩니다. 기업 데이터가 외부 클라우드로 유출되거나 LLM 학습에 무단 활용되는 리스크를 구조적으로 차단합니다.

3. My Key Takeaway

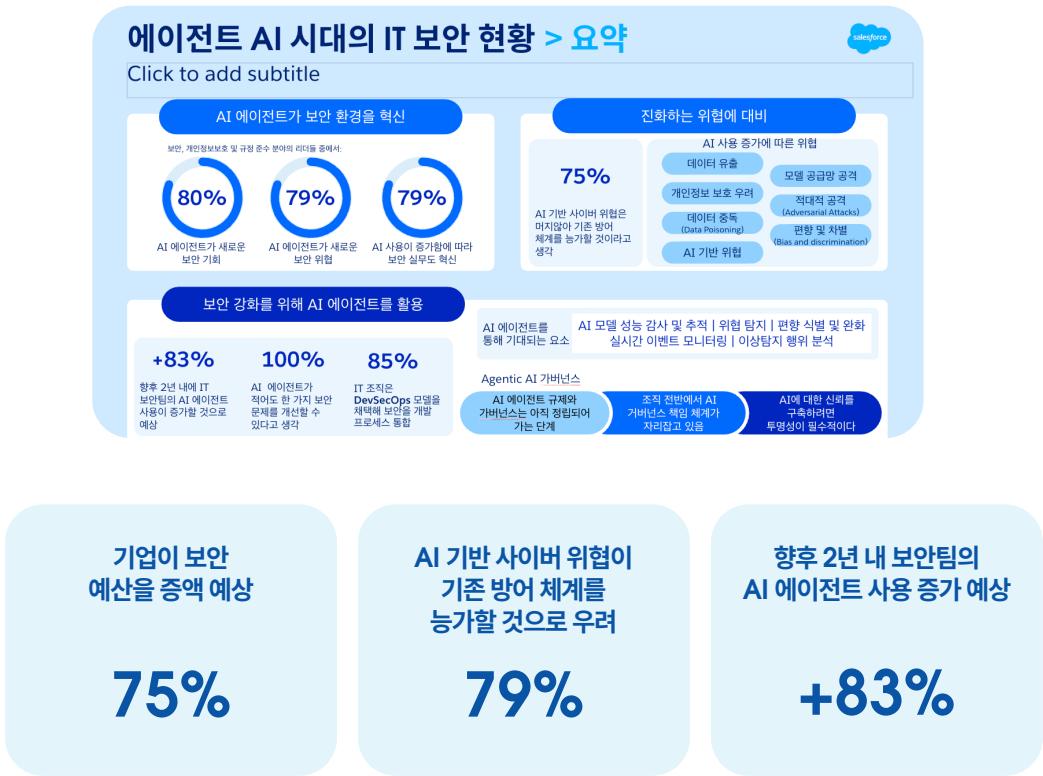
 우리 팀에 적용해보면 좋은 점

AI시대 데이터 보안, 무엇이 달라졌나

Foundation · Intelligence · Ecosystem Salesforce
3계층 데이터 보안 아키텍처로 완성하는 AI-Ready 보안 전략 워크북

[Speakers] 이동승 - 솔루션 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표



2. 핵심 요약

2026년은 공격자와 방어자 모두 AI를 본격 활용하는 보안 패러다임 전환의 원년입니다. 프롬프트 인젝션·데이터 오염·새도우 AI·자율 에이전트 공격 등 AI 특화 위협이 급부상하는 동시에, M-Trends 2026 기준 침투 매개체 1위는 서드파티 SaaS를 통한 MFA 우회(32%), 2위는 보이스 피싱(11%)으로 기존 위협 역시 AI로 고도화되고 있습니다. 공격 핸드오프 시간은 22초까지 단축되었으며, 이에 맞서는 선제적·다층적 방어 전략 구축이 시급합니다.

State of IT Security 2025 조사 결과, 보안 리더들은 AI의 양면성을 분명히 인식하고 있습니다. 기업의 75%가 보안 예산을 증액할 계획이며, 79%는 AI 기반 사이버 위협이 기존 방어 체계를 능가할 것이라 우려합니다. 그러나 75%는 AI 에이전트가 새로운 보안 과제를 가져온다고 보면서도, 80%는 동시에 새로운 보안 기회를 제공할 것이라 기대합니다. AI에 대한 신뢰 구축을 위해 투명성과 거버넌스가 필수 요건으로 떠올랐습니다.

Salesforce는 AI 대비 보안 아키텍처를 Foundation·Intelligence·Ecosystem 3계층으로 구성합니다. 기반(Foundation) 계층의 Shield는 256bit AES 암호화·HSM 키 관리·BYOK 지원·90여 개 이벤트 로그·21개 민감정보 자동 스캔으로 가시성을 확보합니다. 지능(Intelligence) 계층에서는 Agentforce 기반 보안 에이전트가 자연어 보안 조사·이상 징후 탐지·권장 조치를 단 몇 분·초 만에 처리하며, Transaction Security를 통해 AI 에이전트의 5,000건 이상 조화·민감 리포트 다운로드·이상 IP 로그인을 실시간 차단 합니다.

생태계(Ecosystem) 계층의 Security Mesh(2026년 출시 예정)와 Security Center with Agentforce(Beta, Summer'26)가 전체 보안 체계를 완성합니다. Security Center는 80여 개 보안 지표를 통합 모니터링하며 AI 기반 사고 조사 시간을 대폭 단축합니다. Security Mesh는 CrowdStrike·Okta 등 외부 보안 도구와 연동해 분산된 신호를 통합하고 리스크 우선순위를 지능적으로 산정합니다. 외부 AI 클라이언트 (ChatGPT·Claude·Cursor)와의 연동은 Salesforce Hosted MCP 서버를 통해 표준화된 경로로만 허용 하여 데이터 유출 통로를 원천 차단합니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점

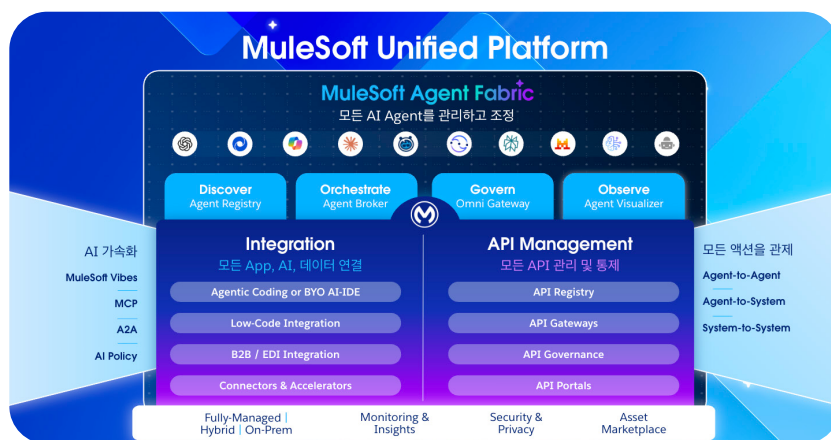
AI Agent의 실무투입

MuleSoft Agent Fabric으로 완성하는 '액션'의 기술

챗봇을 넘어 스스로 판단·실행하는 자율형 AI 에이전트, MuleSoft Agent Fabric의 Discover → Orchestrate → Govern → Observe 4단계 체계와 경동나비엔 실전 도입 사례로 증명하는 AI Agentic Enterprise 전환 전략

[Speakers] 전찬흔 - 솔루션 엔지니어, Salesforce / 김부식 - 매니저, 경동나비엔

1. 핵심 장표



Discover Agent Registry

- 400+ 에이전트 자동 검색
- 중앙 카탈로그 통합 등록
- Agent Scanners 주기적 갱신
- MCP 서버 카탈로그 관리

Orchestrate Agent Broker

- 지능형 라우팅 자동화
- 다단계 에이전트 워크플로
- 가이드된 제어·작업 실행
- Agent-to-Agent 협업

Govern Omni Gateway

- 모든 AI 자산 보안 정책
- LLM 비용·사용량 제어
- Trusted Agent Identity
- AI Policy 자동 적용

Multi-Framework 지원 출시

- Agent Network 시각화
- 핵심 성능 지표 모니터링
- 장애 즉시 감지·알림
- 운영 데이터 실시간 추적

2. 핵심 요약

MuleSoft는 기업의 모든 애플리케이션·데이터·시스템을 연결하는 통합(Integration) 플랫폼입니다. ERP, CRM, 데이터베이스, 클라우드 서비스를 API로 연결하고, 비즈니스 프로세스와 워크플로우를 자동화합니다. AI 에이전트가 실제로 '액션'을 수행하려면 이 연결 인프라가 반드시 필요합니다.

경동나비엔은 DB-Link 방식의 강한 종속성 문제를 MuleSoft 도입으로 해결하여 API 재사용율 13.6%, 99.99% I/F 성공률을 달성했습니다. 전사 차원의 I/F 통합 관리 체계를 확립하고, 현재 구축된 API 체계를 AI Agentic Enterprise로의 발판으로 활용하고 있습니다.

MuleSoft Agent Fabric은 ‘Discover → Orchestrate → Govern → Observe’ 4단계로 AI 에이전트 네트워크를 완전 관제합니다.
Agent Registry로 모든 플랫폼의 에이전트를 카탈로그화하고, Agent Broker로 지능형 오케스트레이션을 수행하며, Omni Gateway로 거버넌스를 적용하고, Agent Visualizer로 전체를 시각화합니다.

(글로벌 레퍼런스) Roche는 MCP로 1,500개 이상 API를 에이전트에 연결, Saint-Gobain은 90개 워크플로와 ERP를 Agent 기반 제조·스케줄링으로 확장했습니다. 금융사는 신용 등급·글로벌 시장 위험 데이터를 에이전트 오케스트레이션으로 종합 분석합니다.

3. My Key Takeaway

 **우리 팀에 적용해보면 좋은 점**

글로벌 무대를 장악한 K-뷰티의 숨겨진 본질 화려한 마케팅보다 강력한 ‘System Make-up’ 전략

32,000개+ K-뷰티 브랜드 중 0.05%만이 성장하는 비결, M.A.K.E 전략 프레임워크와
Salesforce로 의사결정·채널확장·고객경험·로열티 4가지 성장 엔진을 동시에 구동하는 속도 실행력 전략

[Speakers] 이건호 - 영업 대표, Salesforce

1. 핵심 장표



K-뷰티 브랜드 시장 규모

32,000개+

화장품 책임판매업자 수
2013년 3,884개 → 2023년 10년
간 8.2배 급증

K-뷰티 수출 규모

\$8.3B

2025년 중소기업
화장품 수출액
(출처: 중소기업본부)

성장 기업의 핵심 역량

- 의사결정 속도 (월→일 단위)
- 시장 확장 속도 (Key→중소)
- 운영 향상 속도 (팬덤 확장)
- 트렌드 대응 속도 (경쟁 생존)

성장 기업 비율

0.05%

매출 3조 원 이상
브랜드 비율 차이는
‘시스템’

2. 핵심 요약

K-뷰티 시장은 폭발적으로 성장하지만, ‘성장하는 브랜드’는 0.05%에 불과합니다. 차이는 마케팅이 아닌 ‘속도 실행력’이라는 시스템입니다. 2023년 기준 화장품 책임판매업자는 32,000개 이상이지만, 매출 3조 원을 돌파하는 브랜드는 극소수입니다. 선명한 브랜딩, MZ 타겟팅, 인플루언서 마케팅만으로는 경쟁 우위를 유지 할 수 없습니다. 압도적 성장의 근본은 ‘속도 실행력’, 데이터 기반 의사결정, 채널 확장, 운영 고도화, 트렌드 대응의 4가지 속도입니다.

Tableau 전사 대시보드로 ‘1달 뒤’ 아닌 ‘매일’의 글로벌 실시간 현황을 파악합니다. 국가별 영업목표·매출·추이를 실시간으로 확인하고, Slack Canvas에서 Tableau Next Metric을 구축해 별도 시스템 없이 일하는 자리에서 바로 분석·논의합니다. 주문 충족률 같은 메트릭에서 Agentforce를 호출해 PO 발행 SKU 기준 지표의 의미와 수치를 즉시 해석할 수 있습니다.

AI Prospecting Agent가 먼저 발굴하고, 바이어가 직접 주문하며, 핵심 어카운트는 단일 화면에서 360° 관리합니다. Prospecting Agent가 내부·서드파티 데이터를 분석해 유효한 바이어 후보와 추천 인사이트를 정리합니다. B2B Commerce로 바이어가 직접 포털에서 주문하고 샘플·규제서 류 요청은 Agent가 케이스로 연결합니다. 매출·주문·클레임·협업이력을 Account 360으로 통합해 다음 액션을 빠르게 파악합니다.

Instagram·WhatsApp·LINE 등 흩어진 글로벌 VoC를 하나의 콘솔로 통합하고, Slackbot + Tableau MCP로 원인을 즉시 파악합니다. AI가 문의 유형과 우선순위를 분류해 적절한 담당자에게 연결하며, SKU·채널별 환불·교환·불만 데이터를 Tableau Next CS 대시보드로 분석해 반복 이슈를 R&D·마케팅과 함께 봅니다. Slackbot에게 환불·반품 문의 분석을 요청하면 변경이력·영향 로트·관련 케이스를 즉시 확인할 수 있습니다.

Claude + Salesforce MCP로 Data 360을 조회해 캠페인 전략을 설계하고, Einstein이 자연어로 세그먼트를 생성하며, Journey Builder가 자동 실행합니다. 외부 LLM(Claude)에 Salesforce MCP를 연결해 고객의 규모·구매 특성을 바탕으로 캠페인 전략을 수립합니다. 마케터가 원하는 타깃을 자연어로 입력하면 AI가 Data 360 기반 세그먼트를 생성하고, Journey Builder에 연결해 첫구매·장바구니·재구매 타이밍별 자동화 캠페인을 실행합니다.

3. My Key Takeaway



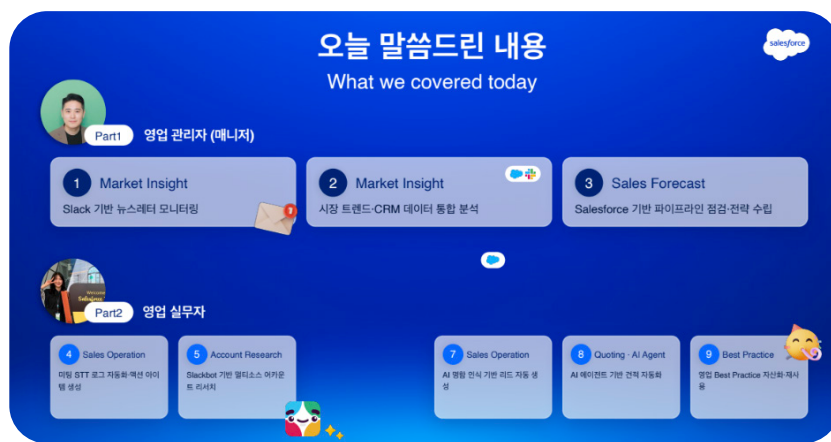
우리 팀에 적용해보면 좋은 점

세일즈포스는 세일즈포스로 어떻게 일할까?

Customer Zero V-Log — 영업 현장 밀착 공개

[Speakers] 송승연 - 본부장, Salesforce / 임효선 - 영업 대표, Salesforce / 백지웅 - 솔루션 엔지니어, Salesforce

1. 핵심 장표



신뢰성 확보 Trust Layer

- Salesforce의 Trust Layer 따라 출처 표시 웹 링크 전부 제공
- 생성형 AI 데이터 유출 34% 급증 — 보안 이슈가 고객 최대 위협
- 외부 LLM 이용 시 발생 가능한 데이터 유출 안전하게 관리-보고
- Salesforce AI는 Trust Layer로 데이터 유출 차단

고객 360도 뷰 Customer 360

- Salesforce 홈 화면 — 고객의 정보를 전방위로 살펴볼 수 있는 C360 뷰
- Activity → Contact → Opportunity → Case 순으로 한눈에 파악
- 소통 이력 타임라인 → 컨택 포인트 → 현재 영업 기회 → 문의/CS
- 키맨 '장보안' CIO: 최근 AI 보안 세미나 참석 이력 확인

Contact 관계 맵

- Contact 간의 관계를 정의한 맵 확인 가능
- 어떤 보고라인으로, 어떤 결정이 내려지는지 파악
- 의사소통 시간 단축 — 영향력 경로 사전 파악
- 장보안 CIO가 보안 세미나 참석 → 보안에 매우 관심 많음

고객 미팅 페인 포인트 예측

- 조직 내-외부를 총망라한 리서치 덕분에 고객이 가진 페인 포인트 미리 예측
- 맞춤형 영업으로 미팅을 좋은 분위기에서 성공적으로 완료!
- 미팅은 성공 → 고객이 견적서 요청
- 미팅 후 명함을 많이 받게 되는 상황에 대한 대응 전략도 준비

2. 핵심 요약

Slackbot은 단순 뉴스 요약을 넘어, CRM 데이터에 접근하여 해당 뉴스와 관련된 현행 영업 기회들을 찾아줍니다. 보안 이슈 뉴스를 받으면 자동으로 보안과 관련된 영업 기회를 Salesforce CRM에서 조회하여 팀에게 액션 아이템으로 전달합니다. Slack과 Salesforce가 양방향 연동되기 때문에 가능합니다.

중요한 것은 정보에서 '신뢰성'입니다. 세일즈포스의 Trust Layer를 따라 출처를 표시하는 웹 링크가 모두 표시됩니다. 고객사 리서치에서도 정보의 신뢰성이 가장 중요하며, Trust Layer 기반으로 모든 출처가 투명하게 공개됩니다.

명함 관리 문제도 Salesforce로 해결합니다. 미팅 때마다 받는 명함을 번호만 저장하거나 리멤버에 등록하는 방식은 회사 자산으로 남지 않습니다. Slackbot과 함께라면 수기로 적은 내용도 영업 자산이 됩니다. 모두가 쉽게 공유할 수 있게 됩니다.

자연스럽게 고객과의 라포도 쌓을 수 있습니다. Contact 관계 맵에서 보고 라인과 의사결정 경로를 파악하고, AI 보안에 관심이 많다는 사실을 토대로 세일즈포스의 Trust Layer 보안 강점을 강조하는 맞춤 전략을 수립합니다.

3. My Key Takeaway



우리 팀에 적용해보면 좋은 점



[세일즈포스에 대하여](#)

세일즈포스는 모든 규모의 조직이 신뢰할 수 있는 통합 플랫폼에 인간, 에이전트, 앱, 데이터를 통합하여 전례 없는 성장과 혁신을 실현하는 에이전틱엔터프라이즈(Agentic Enterprise)로의 전환을 지원합니다.

[세일즈포스코리아](#)

Salesforce는 Salesforce, Inc.의 미국 및 기타 국가의 등록 상표입니다. 또, 기타 서비스명도 Salesforce, Inc.의 상표 또는, 등록 상표입니다. 기타각종 제품명은 각 기업의 제품 명칭,상표 또는, 등록 상표입니다.