

MIT Technology Review

Korea

MIT 테크놀로지 리뷰 코리아
Special Report



salesforce

에이전틱 엔터프라이즈의 시대

AI 에이전트와 함께하는
비즈니스 혁신의 완성

AGENTIC AI

“답하는 AI는 끝났다”...
스스로 판단·실행하는 에이전트의 시대

ENTERPRISE

95%가 실패하는 AI,
나머지 5%는 무엇이 달랐나

CASE STUDY

1억 달러 절감한 ‘0번째 고객’...
세일즈포스 자기 실험의 결과

생성형 AI의 열풍을 넘어, '실행'과 'ROI'의 시대로

AI가 답을 내놓는 시대는 끝났다. 이제 AI는 결정을 내린다. 지난 2년간 기업들이 도입한 생성형 AI는 인간의 요청에 반응하는 도구였다. 정보를 요약하고 문서를 생성하는 것 까지였다. 에이전트 AI는 그 경계를 넘는다. 목표만 주어진다면 스스로 계획을 세우고 필요한 도구를 선택해 결과를 만들어낸다. 1990년대 후반 클라우드가 소프트웨어의 소유 방식을 바꾼 이후, 비즈니스 기술 역사에서 30년 만에 찾아온 근본적인 구조 변화다. 가트너^{Gartner}는 2026년 말까지 기업용 애플리케이션의 40%에 특화형 AI 에이전트가 탑재될 것으로 전망한다. 2025년에는 5% 미만이었다. 그러나 열풍 안에 함정이 있다. 2027년까지 에이전트 AI 프로젝트의 40% 이상이 취소될 것이라는 경고도 있다. 실제로 현재 전사 규모로 확장한 기업은 2%에 불과하다. 기존 챗봇에 '에이전트'라는 이름만 덧붙인 '에이전트 워싱'^{Agent Washing}이 선언과 실제 사이의 간극을 키우고 있다. 결국 에이전트 엔터프라이즈의 성패는 어떤 AI 모델을 쓰느냐가 아니라, 그 AI가 얼마나 깊이 기업의 데이터와 결합되어 있느냐에 달려 있다. 에이전트가 실질적인 실행 주체가 되려면 기업 고유의 데이터 위에서 작동해야 한다. 'SaaS Is Dead'라는 선언이 시장을 흔들고 있지만, 소멸하는 것은 SaaS 모델 자체가 아니다. AI 에이전트의 실행 기반이 되는 플랫폼 SaaS는 이 전환 속에서 오히려 핵심 인프라로 부상하고 있다. 에이전트 엔터프라이즈가 선언이 아닌 실행의 문제가 된 지금, 그 실행을 가능하게 하는 인프라를 누가 쥐고 있느냐가 핵심이다. 세일즈포스 마크 베니오프^{Marc Benioff} 회장이 선언한 최대 12조 달러 규모의 '디지털 노동 혁명'은 소프트웨어를 인간 업무의 조력자가 아닌, 독립적 성과를 창출하는 자율적 주체로 재정의하겠다는 선언이다. 27년간 축적한 기업 데이터 위에 AI 에이전트를 엮는 것이 아니라 데이터와 에이전트, 그리고 워크플로우가 하나의 실행 구조로 작동하는 플랫폼으로 진화한다는 의미다.

이제 우리는 단순히 '기록^{Recording}'과 '데이터 관리'에 만족하던 시대를 뒤로하고, '실행^{Execution}'과 '결과^{Outcome}'가 소프트웨어의 존재 이유를 결정하는 새로운 국면에 진입했다. 세일즈포스의 전환은 단순한 기능 업데이트가 아니라, 기업의 핵심 자산인 고객 데이터^{CRM}가 스스로 비즈니스 로직을 추론하고 행동에 옮기는 '액션 시스템^{System of Action}'으로의 근본적인 구조 재편을 의미한다.

소프트웨어가 기록을 넘어 행동하는 시대, 그 전환의 중심에 서려는 기업이 어떤 그림을 그리고 있는지를 주목해야 한다.

AX, 도입을 넘어 실질적 비즈니스 가치 창출을 위한 '에이전트 엔터프라이즈' 혁신 전략

SaaS Is 'Not' Dead – '쓰는' 소프트웨어의 종말, '스스로 일하는' AI의 시대가 온다.

→ 인공지능 대전환^{AX}을 향한 열망은 뜨겁지만, 투자와 성과 사이의 간극은 좁혀지지 않고 있다. 가트너는 2026년 말까지 기업용 앱의 40%에 AI 에이전트가 탑재될 것으로 전망하나(2025년 5% 미만 대비 8배 도약), 맥킨지는 기업의 3분의 2가 파일럿 단계를 벗어나지 못하고 있다고 진단한다. 가트너의 2025년 CIO 서베이에서 72%의 CIO가 AI 투자에서 손익분기점이거나 손실을 보고 있다고 응답했으며, IT 자문기관 포레스터는 에이전트 AI를 자체 구축하는 기업의 75%가 실패할 것으로 경고한다. 가트너는 나아가 2026년까지 AI 준비 데이터 AI-Ready Data가 뒷받침되지 않는 AI 프로젝트의 60%가 포기될 것으로 예측한다. 기술은 빠르게 진화하고 있지만, 그 기술이 업무 구조 안에서 실질적 가치를 만들어내는 데까지 도달하지 못하고 있다. 이는 모델의 성능 문제가 아니다. MIT NANDA 보고서가 지적하듯, 핵심 병목은 조직의 학습 역량과 워크플로우 통합에 있다.

SPECIAL SIDEBAR | MIT NANDA Report: '95%의 AI 파일럿이 실패하는 이유' 분석

2025년 7월 MIT 미디어랩 Project NANDA가 발표한 〈The GenAI Divide: State of AI in Business 2025〉보고서에 따르면, 기업의 생성형 AI에 대한 300~400억 달러 투자에도 불구하고 95%의 AI 파일럿이 측정 가능한 P&L 성과를 내지 못하고 있다. 이 보고서는 150명의 경영진 인터뷰, 350명의 직원 설문, 300건 이상의 공개 AI 배포 분석을 기반으로 한다.

보고서의 핵심은 실패의 원인이 AI 모델의 역량 부족이 아니라 '학습 격차^{Learning Gap}'에 있다는 것이다. 사람과 조직이 AI 도구를 제대로 활용하는 방법을 이해하지 못하거나, AI의 이점을 포착하면서 리스크를 최소화하는 워크플로우를 설계하지 못하는 것이 근본 원인이다. 보고서 수석 저자 아디트야 찰라팔리^{Aditya Challapally}는 "AI 모델의 품질이 아니라 도구와 조직 모두의 학습 격차가 문제"라고 진단했다.

실패의 5대 원인은 다음과 같다.

- ① **메모리·컨텍스트 상실** – AI가 지속적 메모리 없이 매번 전체 맥락을 다시 요구
- ② **피드백 학습 불가** – 시간이 지나도 동일한 실수를 반복하는 정적 시스템
- ③ **워크플로우 통합 부재** – 독립형 도구로 존재하며 조직 맥락에 적응하지 못함
- ④ **DIY의 함정** – 외부 벤더 도구 구매는 67% 성공하는 반면, 내부 자체 구축은 그 3분의 1 수준의 성공률
- ⑤ **새도우 AI 경제** – 공식 AI 구독 기업은 40%에 불과하나 직원의 90%가 개인 AI 도구를 비공식 사용하며 거버넌스 사각지대 형성

AI 프로젝트 실패율 비교

출처	실패/난항 비율	조사 규모
RAND Corporation (2024)	80% 이상 실패	65명 데이터 사이언티스트(동료심사)
Gartner (2025)	50% 이상 POC 후 포기	대규모 고객 데이터
McKinsey (2025)	5.5%만 고성과(EBIT 5%+)	약 2,000개 조직
S&P Global (2025)	42% 이니셔티브 중단	산업 설문
BCG (2024)	74% 가치 실현/확장 난항	C-레벨 1,000명

5대 함정: 왜 AI 프로젝트는 실패하는가

함정	설명
1. DIY의 함정	외부 전문 벤더 도구 구매 시 성공률 67%, 자체 구축 ^{DIY} 은 그 3분의 1 수준이다. 범용 LLM 커스터마이징은 비용 대비 산업별 특수성 반영이 어렵다.
2. 워크플로우 단절	AI 도구가 기존 업무 흐름에 통합되지 못하고 독립형으로 존재할 때 조직 차원의 성과로 이어지지 못한다. 맥킨지는 AI 고성능과 기업의 공통점으로 워크플로우 재설계를 지목한다.
3. 데이터 기반 부재	가트너: 기업의 63%가 AI에 적합한 데이터 관리 역량을 갖추지 못했다. 파편화된 데이터는 에이전트의 판단력을 근본적으로 제약한다.
4. 새도우 AI 확산	공식 AI 구독 보유 기업은 40%에 불과하나 직원의 90%가 개인 AI 도구를 비공식 사용 중이다. IT 거버넌스 밖의 새도우 AI가 보안 사각지대를 형성한다.
5. 보안·신뢰 부재	가트너 CIO 서베이: 72%가 AI 투자에서 손익분기점이거나 손실을 보고 있다고 응답했다. 보안·거버넌스 미비는 추가 투자의 정당성을 약화시킨다.

출처: MIT NANDA(2025), Gartner(2025), McKinsey(2025), Forrester(2025) 종합 분석

인프라 과잉과 실행 부족, 한국 AI의 구조적 병목

NANDA 보고서가 지적한 학습 격차는 한국에서도 뚜렷하게 관찰된다. 스탠포드 HAI 글로벌 AI 활력 지수에서 7위(2017년 14위 대비)를 기록할 만큼 한국의 AI 인프라와 제도적 역량은 빠르게 성장했다. 그러나 인프라의 성숙도와 기업 현장의 실행 역량 사이의 격차는 글로벌 평균보다 현저히 크다.

대한상공회의소가 504개 제조기업을 대상으로 조사한 결과, 82.3%가 AI를 경영에 활용하지 않고 있었으며, 대기업(49.2%)과 중소기업(4.2%) 사이의 활용률 격차는 10배를 넘었다. 80.7%가 전문인력 부재를, 60.6%가 도입 효과에 대한 의구심을 호소했다. 이는 NANDA가 진단한 ‘도구는 존재하지만 조직이 그것을 업무에 통합하는 방법을 모른다’는 패턴의 전형적 사례이다.

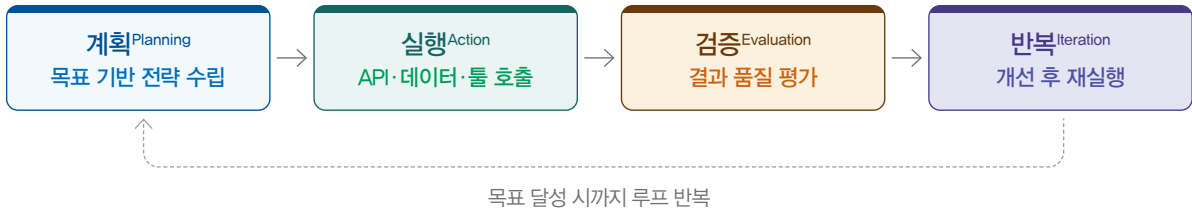
에이전틱 엔터프라이즈
Agentic Enterprise의 실체

“기업은 이제 ‘사람+소프트웨어’가 아니라 ‘사람+에이전트’로 설계된다.”

→ 에이전틱 엔터프라이즈는 단순히 AI를 도입한 기업이 아니라, AI가 실제 업무를 ‘판단하고 실행하는 주체’로 작동하는 조직 구조를 의미한다. 기업의 AI 활용은 규칙 기반 자동화^{RPA}에서 대화형 챗봇, 이어 사용자를 보조

하는 코파일럿으로 진화해왔다. 그러나 코파일럿은 사용자의 프롬프트가 있어야만 작동하는 ‘반응형 도구’에 머문다. 앞서 분석한 AI 프로젝트 실패의 핵심 원인(워크플로우 단절, DIY의 복잡성, 데이터 파편화)은 모두 AI가 이러한 독립형 도구로 존재하기 때문에 발생한다. 에이전틱 AI는 이 한계를 넘어, AI를 도구가 아닌 업무 구조의 핵심 축으로 편입시킨다. 이때 AI는 사람을 대체하는 것이 아니라, 인간과 에이전트가 공존하며 각자의 강점을 살려 유기적으로 협업하는 구조를 형성한다. AI 에이전트는 사용자의 지시를 기다리지 않는다. 목표가 설정되면 스스로 계획을 수립하고 외부 시스템을 호출해 실행한 뒤 결과를 평가하며 목표 달성 시까지 이 과정을 반복한다. 코파일럿이 ‘회성 응답’에 그치는 반면, 에이전트는 ‘자율 실행 루프’로 작동한다.

AI 에이전트의 자율 실행 루프

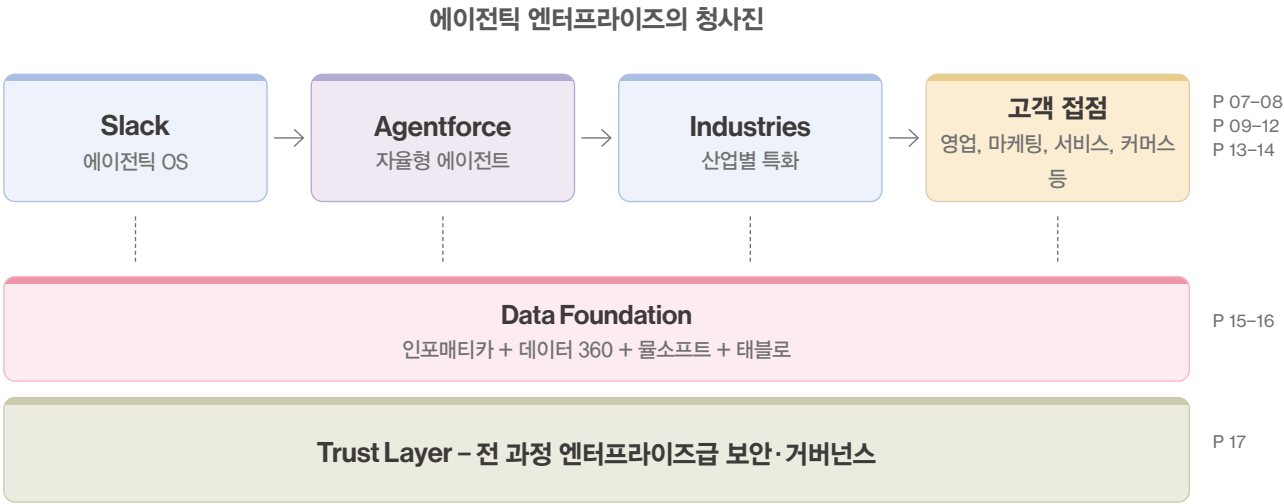


코파일럿과의 차이

○ 코파일럿: 사용자 프롬프트 → 단일 응답 → 종료 (1회성) ● 에이전트: 목표 설정 → 자율 루프 → 목표 달성까지 반복

코파일럿 vs. 에이전트 비교

구분	코파일럿Copilot	에이전트Agent
역할	사용자 요청에 반응하는 보조자	목표 기반으로 자율 판단·실행하는 주체
행동 범위	단일 작업(텍스트 생성, 요약 등)	다단계 과업(계획 → 실행 → 검증 → 반복)
촉발 방식	사용자 프롬프트에 의해 작동	데이터 변화·비즈니스 규칙·API에 의해 자율 촉발
학습·적응	세션 단위, 맥락 비축적	계획 → 실행 → 검증 → 반복 자율 루프



에이전틱 엔터프라이즈를 실현하려면 개별 AI 도구의 도입이 아니라 기업 전체를 관통하는 청사진 설계가 필요하다. 세일즈포스는 이를 네 개의 레이어와 보안 거버넌스로 구조화한다.

- 1 슬랙Slack – 에이전틱 OS로서 사람과 에이전트의 협업 접점을 연다.
- 2 에이전트포스Agentforce – 자율형 에이전트를 즉시 배포해 DIY의 함정을 제거한다.
- 3 에이전트포스 포 인더스트리즈Industries – 금융·헬스케어·제조 등 산업별 규제에 맞춰 최적화한다.
- 4 데이터 파운데이션(인포매티카 + 데이터 360 + 물소프트 + 태블로) – 파편화된 데이터를 통합·정렬해 추론 기반을 구축하고, 에이전트가 만든 결과를 누구나 읽을 수 있는 인사이트로 전환한다.
+ 트러스트 레이어Trust Layer – 전 과정을 관통하는 엔터프라이즈급 보안·거버넌스이다.

이 레이어들은 독립적으로 존재하지 않는다. 슬랙 채널에서 에이전트에게 지시한 업무가 에이전트포스에서 실행되고 그 결과가 고객의 접점이 되며 전 과정의 데이터가 데이터 파운데이션을 통해 일관된 맥락으로 흐른다. 단일 플랫폼 위의 유기적 연결이 에이전틱 엔터프라이즈의 핵심 구조이다.

가트너는 2028년까지 기업의 일상적 업무 의사결정 중 최소 15%가 에이전틱 AI에 의해 자율적으로 수행될 것으로 전망한다. 2024년 이 수치가 사실상 0%였음을 감안하면 불과 4년 만의 전환이다. 이는 AI의 역할이 ‘사람을 돕는 보조 도구’에서 ‘업무를 직접 판단하고 실행하는 주체’로 이동하고 있음을 의미한다. 현재 1만 2천여 고객사가 에이전트포스를 프로덕션 환경에서 운영하고 있으며 이 전환은 이미 실행 단계에 진입했다.

[시작] 운영체제는 바뀌었다: Slack, 업무가 시작되는 인터페이스

“검색하고 실행하고 승인한다: Slack 안에서 완결되는 업무 흐름”

→ 지금 기업 환경에서 운영체제의 의미는 바뀌고 있다. 과거에는 윈도우나 리눅스처럼 하드웨어 위에서 애플리케이션을 구동하는 소프트웨어가 운영체제였다. 그러나 AI가 업무 실행의 중심으로 들어오면서 운영체제는 더 이상 기계가 아니라 ‘업무가 시작되고 실행되는 인터페이스’로 이동하고 있다.

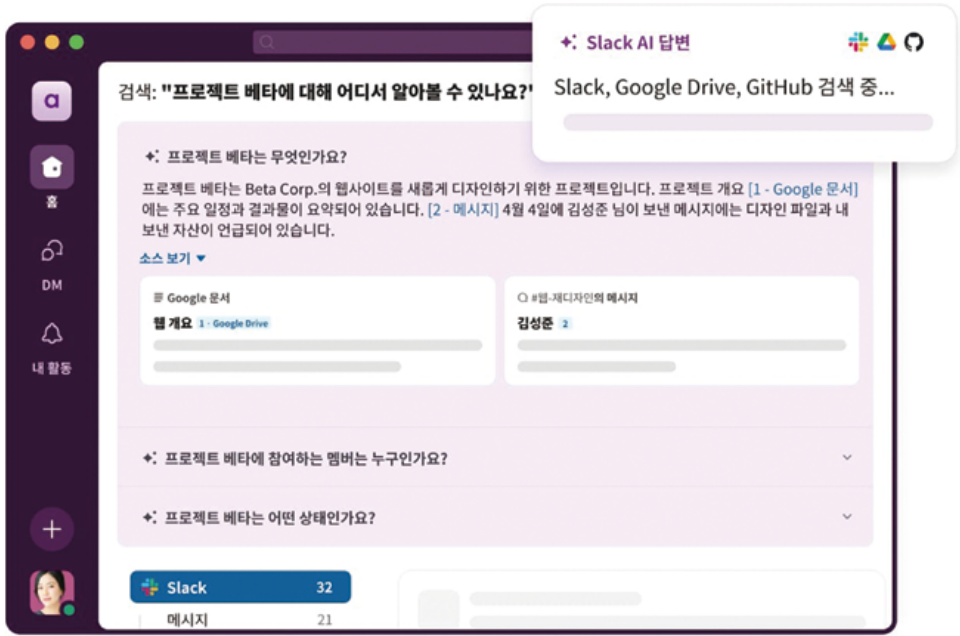
슬랙의 위치는 이 맥락에서 단순한 메신저를 넘어선다. 이미 많은 기업에서 업무 요청, 승인, 보고, 협업이 슬랙 채널 안에서 이루어

지고 있으며, 사용자는 ERP나 CRM에 직접 접속하기보다 슬랙에서 대화를 시작하고 그 대화가 곧 업무의 출발점이 된다. DAU 4,720만 명(2019년 대비 5배), 유료 고객 20만 개사, 엔터프라이즈 유지율 98%라는 수치는 이 구조적 전환의 규모를 보여준다.

수치보다 중요한 변화, 행동 구조가 재편되고 있다

이 변화는 사용자 수 증가보다 행동 구조에서 더 분명하게 드러난다. 기업 내부 상호작용의 상당 부분이 슬랙으로 수렴되고 있다는 점이 핵심이다. 하루 수십 건 이상의 메시지와 알림이 오가는 환경에서 슬랙은 단순한 커뮤니케이션 도구가 아니라 업무 흐름이 모이는 중심 허브가 된다. 이 상태에서 AI 에이전트가 결합되면 구조는 근본적으로 달라진다. 사용자는 더 이상 시스템을 찾아가 기능을 실행하지 않는다.

슬랙에서 “보고서를 만들어 달라”거나 “고객 상태를 정리해 달라”고 요청하면 에이전트가 CRM 조회, 데이터 분석, 문서 생성, 승인 요청까지 일련의 작업을 수행한다. 인터페이스가 명령 입력창이 아니라 실행 레이어로 전환되는 순간이다.



슬랙 AI 한국어 및 엔터프라이즈 검색 지원 UI

이 지점에서 슬랙은 협업툴이 아니라 운영체제의 성격을 갖게 된다. 운영체제의 본질은 자원을 연결하고 실행을 조정하는 데 있다. 슬랙은 사람, 데이터, 애플리케이션, AI 에이전트를 하나의 흐름 안에서 연결한다. 자연어로 입력된 요청은 작업으로 분해되고 다양한 시스템을 호출해 실행되며 결과는 다시 대화 형태로 반환된다. 기존에는 각각

의 시스템을 오가며 수행해야 했던 업무가 하나의 인터페이스 안에서 순환 구조를 갖게 되는 것이다. 도입 후 의사결정 속도 37% 향상, 고객 응대 속도 36% 향상이 보고되었으며 세일즈포스 내부에서는 전 직원의 86%가 슬랙 내에서 에이전트포스를 활용해 연간 50만 시간 이상의 업무 시간을 절감하고 있다.

세일즈포스의 진짜 전략, 프론트엔드를 장악한다

이러한 변화는 세일즈포스의 전략과 맞닿아 있다. 세일즈포스는 CRM을 통해 데이터 레이어를 확보하고 Data 360으로 이를 통합한 뒤 에이전트포스Agentforce를 통해 실행 엔진을 구축하고 있다. 슬랙은 이 모든 구조의 프론트엔드 역할을 한다. 데이터와 실행 엔진을 이미 확보한 상태에서 최종적으로 사용자가 접속하는 인터페이스까지 장악함으로써 전체 업무 흐름을 하나의 시스템으로 통합하려는 전략이다. 이는 단순한 제품 확장이 아니라 기업 운영 구조를 재설계하려는 시도에 가깝다. 또 하나 주목할 점은 슬랙이 폐쇄적인 생태계를 지향하지 않는다는 것이다. MCPModel Context Protocol와 같은 표준을 통해 외부 AI 모델과 연결되면서 슬랙은 특정 벤더의 AI에 종속되지 않는 실행 환경

으로 진화하고 있다. 오픈AI, 엔트로픽, 구글 등 다양한 모델이 동일한 인터페이스에서 호출될 수 있는 구조는 슬랙을 하나의 플랫폼이 아니라 ‘AI 실행을 위한 중립적 허브’로 만든다. 이는 향후 기업들이 특정 AI에 종속되기보다 상황에 따라 최적의 모델을 선택해 사용하는 방향으로 나아갈 가능성을 의미한다. 결국 슬랙이 가지는 의미는 기능이 아니라 위치에 있다. 사람들이 가장 오래 머무르고 가장 자주 열어보며 가장 먼저 대화를 시작하는 공간을 장악했다는 점이다. AI 시대에서 운영체제의 권력은 더 이상 하드웨어나 소프트웨어 계층에 있지 않다. 업무가 시작되는 인터페이스, 그리고 그 인터페이스를 통해 실행이 이루어지는 구조에 있다. 슬랙은 바로 그 지점을 겨냥하고 있다.

[수행] 답하는 AI에서 일하는 AI로: Agentforce로 시작된 실행 주체의 이동

“기업은 이제 ‘사람+소프트웨어’가 아니라 ‘사람+에이전트’로 설계된다.”

→ AI가 기업에 도입된 지 수년이 지났지만, 대부분은 여전히 보조 단계에 머물러 있다. 그러나 최근 변화는 분명하다. AI가 단순히 답을 제시하는 도구를 넘어 실제 업무를 수행하는 ‘행위자’로 이동하고 있다는 점이다. 세일즈포스의 에이전트포스는 이 전환이 현장에서 어떻게 작동

하는지를 보여준다. AI는 더 이상 “무엇을 해야 하는지 알려주는 시스템”이 아니라, 직접 실행하는 시스템으로 바뀌고 있다. 이를 위해서는 단순한 응답 생성이 아니라 상황을 해석하고 행동을 선택하는 능력이 필요하다. 에이전트포스의 중심에는 아틀라스 추론 엔진이 있다. 이 엔진은 사용자의 요청을 목표 단위로 분해하고, 데이터를 호출하며, 결과를 검증하는 과정을 반복한다. 여기에 조건과 실행 로직을 포함한 에이전트 스크립트가 결합되면서, CRM 조회부터 후속 액션까지 하나의 흐름으로 자동 수행된다. 이 구조는 기존 AI 도입과 다른데 과거에는 사람이 프롬프트를 반복 수정해야 했다면, 이제는 시스템이 목표 달성까지 스스로 실행한다. 문제는 기술이 아니라 통합이다. 데이터, 워크플로우, 보안, 시스템 연동이 결합되지 않으면 AI는 파일럿을 벗어나지 못한다. 세일즈포스가 “Don’t DIY your AI”를 강조하는 이유도 여기에 있다.

Don't DIY your AI – 에이전트포스의 6대 핵심 차별점	
차별화 요소	핵심 내용
① 앱·데이터·에이전트 통합	앱CRM, 데이터Data 360, 에이전트가 단일 코드베이스와 메타데이터 구조 위에서 통합된 유일한 플랫폼. DIY의 복잡성 제거.
② 문맥 기반 데이터(데이터 360)	정형/비정형 데이터를 실시간 통합, ‘제로 카피’ 기술로 외부 데이터 참조. 메타데이터로 환각 감소.
③ Trust Layer 보안	데이터 마스킹, 독성 감지, 제로 리텐션 내장. 고객 데이터를 LLM 학습에 사용하지 않음.
④ 실행 중심 AI(물소프트·Flow)	SAP, Oracle, Workday 등 레거시 시스템과 연결하여 엔드 – 투 – 엔드 업무 완결.
⑤ 개방형 생태계	모델 불가지론(오픈AI, 엔트로픽, 구글 Gemini 등 자유 선택). A2A·MCP 프로토콜로 외부 에이전트 협업. 개방형 구조로 특정 솔루션에 종속되는 ‘락인Lock-in 효과’를 예방한다.
⑥ Customer Zero 검증	서비스 에이전트로 1억 달러 절감, 영업 에이전트로 1.7억 달러 파이프라인 생성.

이 6가지 요소는 개별 기능이 아니라 하나의 시스템을 구성한다. 데이터Data 360은 맥락을 제공하고 에이전트는 이를 기반으로 판단하며 물소프트와 Flow는 실제 실행을 담당한다. 여기에 트러스트 레이어가 결합되면서 AI는 단순 실험이 아니라

기업 내부에서 실제 업무를 수행할 수 있는 수준으로 올라간다. 이 구조가 갖춰지지 않으면 AI는 아무리 성능이 높아도 파일럿을 벗어나지 못한다. 이러한 구조는 기업 현장에서 다음과 같은 방식으로 나타난다.

기업	적용 영역	주요 성과
위즈에어Wizz Air	고객 서비스 에이전트	FAQ 자동 응답으로 상담 대기시간 단축, 다국어 지원 자동화.
에어인디아Air India	고객 서비스 자동화	AI 에이전트 도입 후 고객 문의 해결률 대폭 향상, 상담사 업무 부담 경감.
판도라Pandora	AI 에이전트 Gemma·Clara	FAQ 60% 자율 처리, NPS 10% 향상, 총 매출 22% 커머스 클라우드 경유.
펩시코PepsiCo	글로벌 유통 지원	실시간 매장 지원, 현장 영업 대응 속도 향상, 25,000개 경로 관리.
레딧Reddit	광고주 온보딩 지원	케이스 46% 자동 처리, 해결 시간 84% 단축, 연간 760시간 절감.
샘먼스금융	고객 문의 자동화	정책 문의 20% 자율 해결, 케이스 비용 50% 절감, 핵심 시스템 94% 통합.
굿이어Goodyear	Sales Coach/Agent	영업 행정업무 자동화, 딜러 상호작용에 집중.

출처: 세일즈포스 고객 사례 및 Q4 FY2026 실적 자료

이 사례들의 공통점은 기능 개선이 아니라 업무 구조 변화에 있다. 응답 속도 단축이나 비용 절감은 결과일 뿐 실제 변화는 고객 응대, 영업, 마케팅의 실행 단위가 사람 중심에서 시스템 중심으로 이동하고 있다는 점이다. AI는 더 이상 업무를 지원하지 않고 업무를 수행한다. 세일즈포스 전략의 핵심은 AI가 실행될 수밖에 없는 구조를 선점하는 데 있다. CRM으로 고객 데이터를 확보하고 Data 360으로 이를 통합하며 에이전트포스로 실행을 담당하고 슬랙으로 인터페이스를 장악하는 이 구조는 기업의 업무 흐름 자체를 플랫폼 위로 이동시킨다. 이때 경쟁력은 더 좋은 모델이 아니라 누가 더 많은 업무를 자신의 시스템 위에서 실행시키느냐로 결정된다.

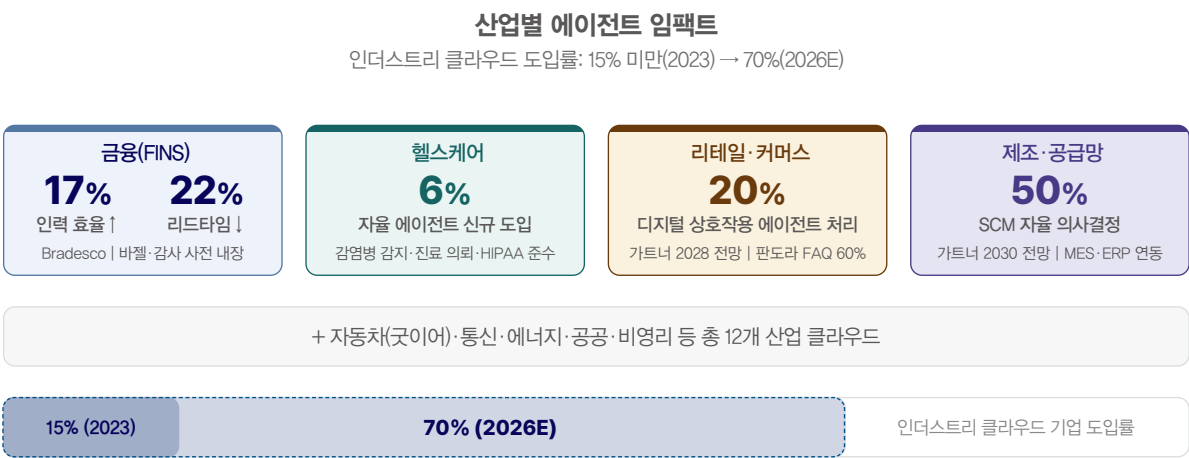
에이전틱 엔터프라이즈의 본질, AI를 배치하고 작동하는 방식에 달렸다

에이전트포스가 제시하는 방향은 AI 경쟁의 핵심이 모델 성능이 아닌 AI를 조직 안에 어떻게 배치하고 작동시키는가에 있다. 세일즈포스는 애플리케이션, 데이터, 에이전트를 하나의 구조로 통합해 AI를 특정 기능이 아닌 운영 인프라로 전환한다. 시장도 이에 반응하고 있다. FY2026 3분기 기준, 에이전트포스와 데이터 360의 ARR은 약 14억 달러로 전년 대비 114% 증가했고 유료 계약은 9,500건을 넘었다. 다만 가트너는 2027년 말까지 에이전틱 AI 프로젝트의 40% 이상이 비용 초과나 거버넌스 미비로 중단될 것으로 전망한다. 기회와 실패가 동시에 확대되는 국면이다. 결국 핵심은 설계다. 데이터를 통합하고 실행 경로를 연결하며, 거버넌스를 내장하는 구조가 갖춰져야 AI는 ‘도구’에서 ‘실행 주체’로 전환된다. 에이전틱 엔터프라이즈는 그 구조를 전제로 한다.

[특화] AI의 성패는 ‘도메인’에서 갈린다: Agentforce for Industries의 전략

“성공하는 AI는 기술이 아니라 ‘비즈니스 맥락’을 내장한다.”

→ 기업의 AI 도입이 실제 성과로 이어지지 않는 이유는 모델의 정확도가 아니라 산업별 비즈니스 맥락의 차이 때문이다. 금융에서는 리스크 산정 방식과 감사 기준이, 의료에서는 진료 프로세스와 환자 데이터 접근 권한이, 제조에서는 공급망 운영과 MES 연동 방식이 각기 다르다. 에이전트포스 포 인더스트리즈Agentforce for Industries는 이 산업별 비즈니스 프로세스의 차별점을 직접 겨냥한다. 핵심은 범용 기능을 추가하는 것이 아니라, 각 산업군의 고유한 업무 방식·데이터 구조·규제 요건을 사전에 반영한 ‘즉시 실행 가능한 에이전트’를 제공하는



출처: Gartner(2025), Salesforce(2026), Bradesco 사례

AI는 산업을 이해해야 작동한다, Agentforce for Industries의 등장

범용 AI 모델의 성능이 아무리 높아도, 금융의 리스크 평가 체계, 헬스케어의 진료 워크플로우, 제조의 MES 연동 구조를 이해하지 못하면 프로덕션에 투입될 수 없다. 메이필드 펀드^{Mayfield Fund}가 실시한 2026년 조사에 따르면, 72%의 글로벌 기업이 AI 에이전트를 프로덕션에서 운영하고 있지만 성공적인 배포의 전제 조건은 산업별 비즈니스 프로세스·용어·데이터 활용 방식이 플랫폼에 미리 반영되어 있는지 여부다.

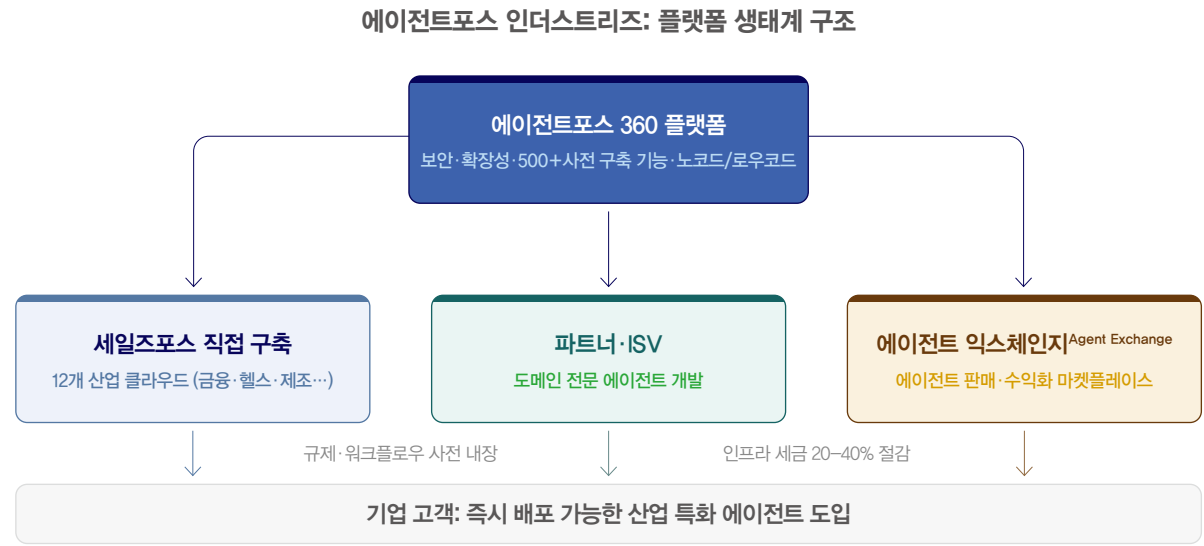
세일즈포스가 12개 산업 클라우드를 따로 구축하는 이유도 범용 플랫폼 위에 산업별 데이터 모델과 규제 준수 로직을 미리 심어둠으로써 ‘배포까지의 시간’을 단축하려는 데 있다.

더 주목할 점은 세일즈포스가 12개 산업 전부를 직접 커버하려는 것이 아니라는 점이다. 2025년 12월 에이전트포스 360 플랫폼을 전면 개방하면서 산업 전문가, 스타트업, ISV 등 누구나 자신의 도메인 지식을 에이전트로 만들어 에이전트 익스체인지^{Agent Exchange}에서 판매할 수 있는 구조를 열었다. 노코드·로우코드 도구와 사전 구축된 500여 개의 기능이 이를 뒷받침한다. **세일즈포스가**

모든 산업의 솔루션을 직접 만드는 대신, 각 산업에 특화된 파트너 기업들이 자신의 전문성을 솔루션으로 구현해 판매하는 생태계를 구축한 것이다.

파트너 입장에서는 개발 리소스의 20~40%를 소모하는 ‘인프라 세금’을 대폭 줄이고 20년 이상 축적된 엔터프라이즈급 보안과 확장성을 그대로 활용할 수 있다. 인프라 운영 부담에서 벗어나 산업별 전문성을 상용화 가능한 소프트웨어로 전환하는 데 집중할 수 있는 구조이다. 이는 앞서 분석한 ‘Don’t DIY’ 전략의 연장선에 있다. AI를 직접 구축하지 말라는 메시지는 최종 사용자뿐 아니라 산업별 솔루션을 만드는 파트너에게도 동일하게 적용된다.

결국 에이전트포스 포 인더스트리즈가 겨냥하는 것은 단순한 산업별 기능 제공이 아니다. 각 산업군 고유의 비즈니스 프로세스, 데이터 활용 방식, 업무 맥락이라는 엔터프라이즈 컨텍스트를 사전에 반영함으로써 AI가 도입 즉시 해당 산업의 언어로 작동할 수 있는 환경을 선점하는 전략이다. 이것이 세일즈포스가 12개 산업 클라우드에 투자하는 이유이며 에이전틱 엔터프라이즈의 완성 조건이다.



[분석] ‘보는 데이터’에서 ‘일하는 데이터’로: Tableau의 전환

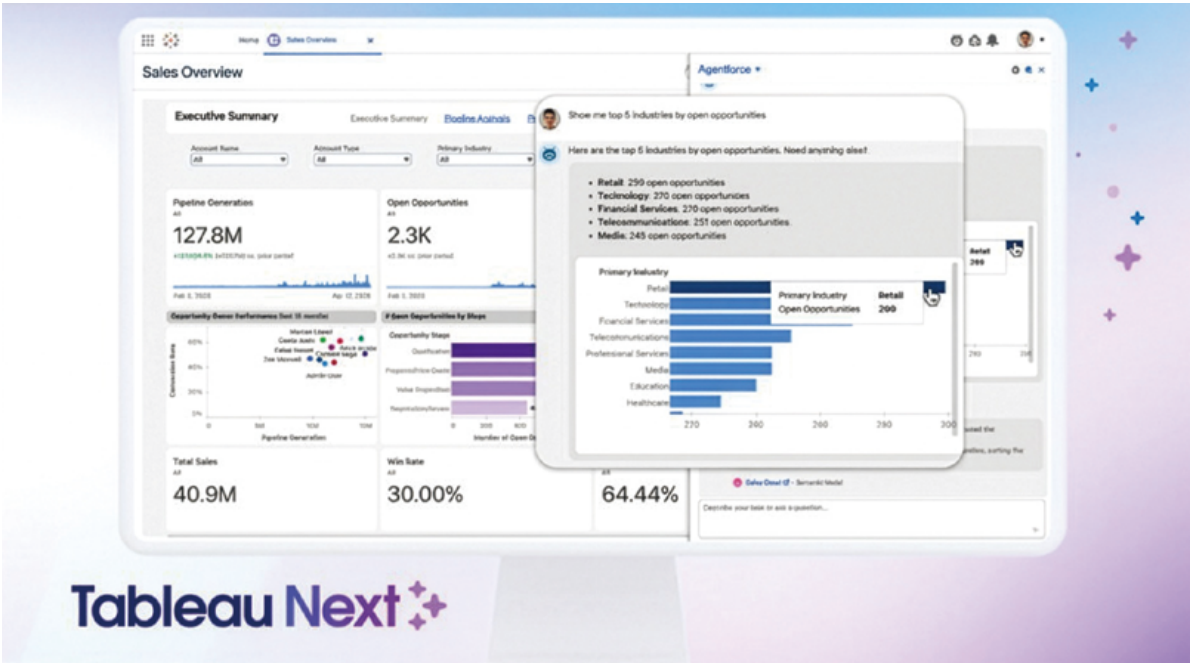
“문제는 데이터가 아니라, 인사이트가 실행으로 이어지지 않는 구조였다.”

→ 데이터가 의사결정의 핵심이 된 시대에 역설적으로 데이터 신뢰는 하락하고 있다. 세일즈포스 리서치에 따르면 비즈니스 리더의 데이터 신뢰도는 2023년 54%에서 2025년 40%로 떨어졌다. 85%가 30분 내에 인사이트를 필요로 하지만 데이터 해석을 도울 분석가에 접근할 수 있는 비율은 절반에 불과하다. 미국 드렉셀 대학의 연구에 따르면, 67%

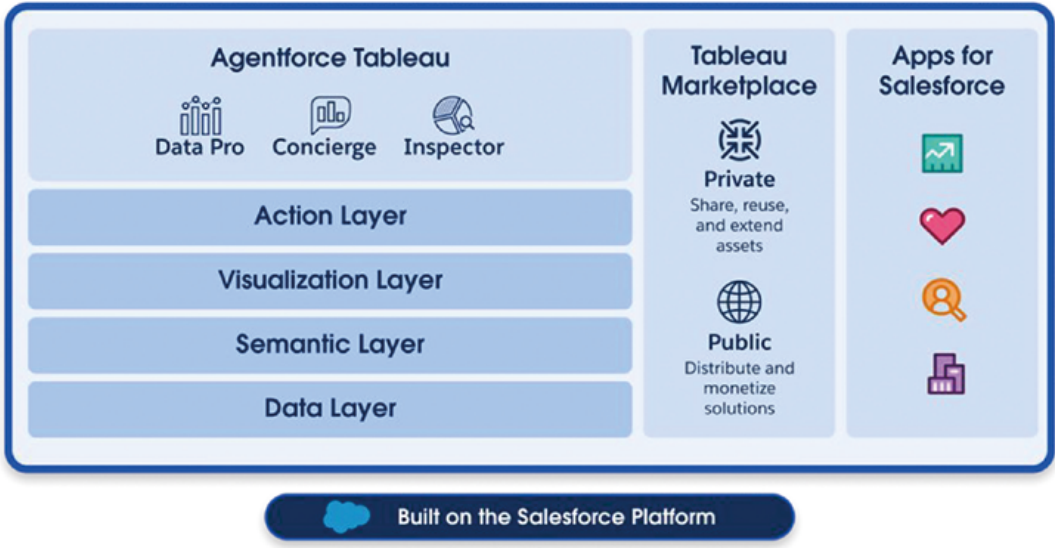
의 조직이 의사결정에 사용하는 데이터를 완전히 신뢰하지 못하며(2023년 55%에서 상승) AI가 데이터 프로그램의 핵심 동인이라 답한 조직이 60%에 달하지만 데이터가 실제로 AI에 활용 가능한 수준이라 보고한 비율은 12%에 불과하다.

문제는 데이터가 부족한 것이 아니라 데이터를 해석하고 행동으로 연결하는 구조가 없다는 것이다. **태블로 넥스트**^{Tableau Next}는 이 구조적 문제에 대한 세일즈포스의 해답이다. 태블로는 가트너 매직 쿼드런트 애널리틱스 부문에서 13년 연속 리더로 선정된 시각화 플랫폼이다. 여기에 에이전트포스의 실행력이 결합된 차세대 분석 플랫폼이 태블로 넥스트이며, 핵심은 ‘대시보드를 읽는 것이 아니라 에이전트에게 묻는 것’이다.

태블로 CPO인 서더드 존스^{Southard Jones}는 “에이전틱 애널리틱스는 데이터를 통합하고 AI 에이전트가 신뢰할 수 있는 실시간 인사이트를 모든 사람에게 선제적으로 전달함으로써 ‘데이터 전문가’가 아닌 사람도 데이터 기반 의사결정을 할 수 있도록 한다”고 설명한다.



태블로 넥스트 UI



세일즈포스와의 연동 통합된 에이전트포스 태블로

이 구조 기반에는 태블로 시맨틱스Tableau Semantics가 있다. AI가 주입된 의미 체계 계층으로 데이터 360과 심층 통합되어 ‘매출’이나 ‘고객 이탈’과 같은 비즈니스 용어가 조직 전체에서 동일한 의미로 해석되도록 보장한다. 에이전트가 정확한 응답을 제공하려면 데이터의 맥락을 이해해야 하는데 시맨틱스가 그 신뢰 기반을 제공하는 것이다.

시각화는 끝났다…Tableau, 실행을 연결하는 레이어로
맥킨지에 따르면 실시간 인사이트에 기반해 행동하는 조직은 두 자릿수 연간 매출 성장을 달성할 확률이 1.6배 높다. 태블로 벅스트가 슬랙과 내장된 형태로 통합된 이유도 여기에 있다. 인사이트가 대시보드에 갱쳐 있으면 행동으로 이어지지 않는다. **슬랙 채널에서 자연어로 데이터를 질문하고 에이전트포스로부터 즉각적인 시각적 응답을 받는 구조는 ‘분석’에서 ‘실행’으로 넘어가는 시간을 획기적으로 단축한다.** 가트너는 2026년 새로 만들어진 데이터 통합 플로우의 75%를 비기술 사용자가 직접 생성할 것으로 전망한다. 태블로 벅스트의 자연어 인터페이스는 바로 이 흐름을 겨냥한다.

태블로 펄스Tableau Pulse는 이 구조의 실시간 모니터링 레이어이다. 핵심 지표의 변화를 자동 감지하고 이상 징후가 나타나면 원인 분석까지 제안한다. 가트너 BI Bake-Off에서 시연된 Pulse Research Agent는 “무엇이 일어나고 있는지”뿐 아니라 “왜 일어나고 있는지”까지 분석하는 에이전트로 전통적 대시보드와의 근본적 차이를 보여주었다. 국내에서는 현대글로벌비스가 글로벌 물류 데이터를 통합한 ‘VODA’ 플랫폼으로 데이터 활용 문화를 정착시켰고 삼성물산 건설부문은 프로젝트 데이터 시각화로 구매·설계·안전관리 전반의 의사결정을 고도화했다. 현대모비스, 제일기획, 에코마케팅, 컴투스 등 주요 기업이 태블로를 통해 데이터 혁신을 진행 중이다. 에이전틱 엔터프라이즈에서 태블로가 담당하는 것은 ‘에이전트가 만든 결과를 신뢰할 수 있는 의사결정으로 전환하는 것’이다. 에이전트가 실행한 업무의 성과를 측정하고 이상을 감지하며 다음 행동을 제안하는 구조, 이것이 데이터 신뢰가 무너진 시대에 세일즈포스가 제시하는 분석의 새로운 정의이다.

에이전트포스 태블로: 3대 에이전틱 스킬

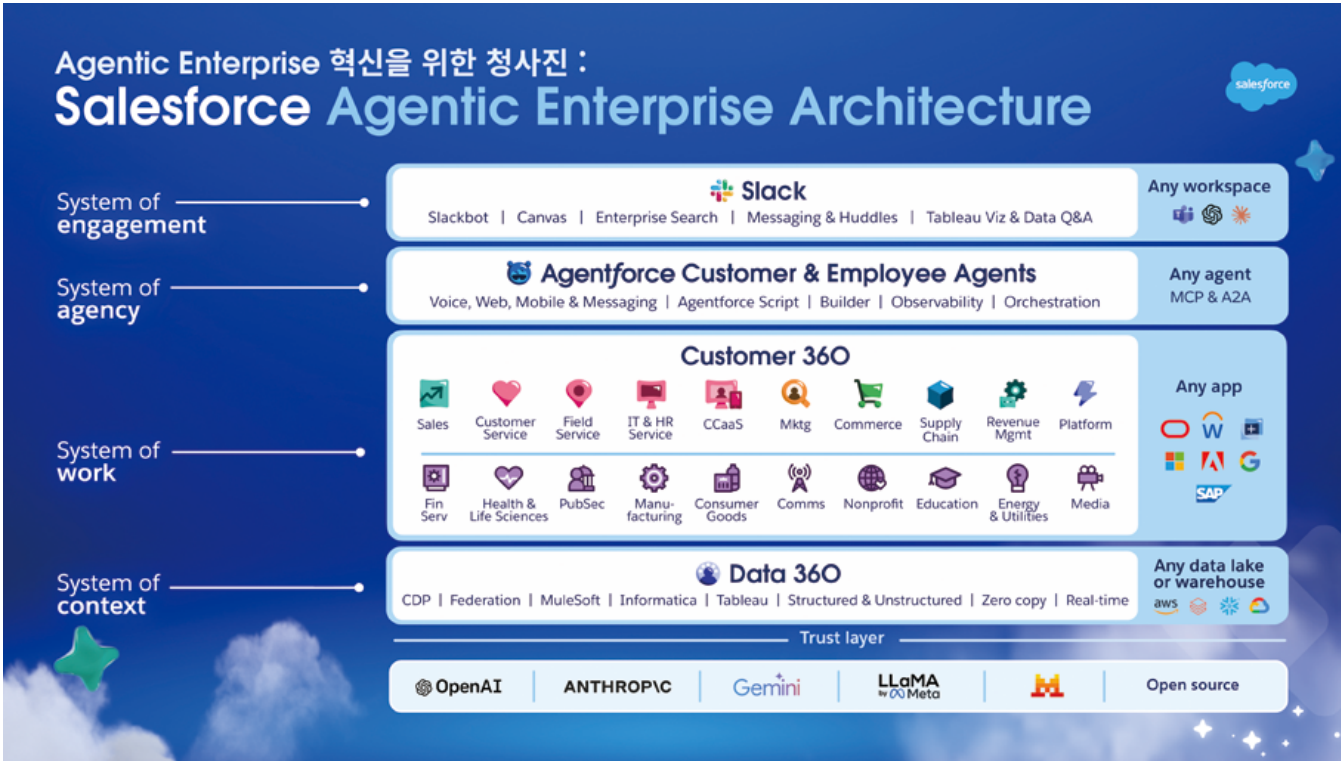
스킬	기능
Data Pro	AI 기반 데이터 준비 어시스턴트: 스마트 제안과 자동 변환으로 분석 준비 시간 대폭 단축.
Concierge	자연어 질의응답: 대시보드와 지표에 대해 질문하면 시각적 응답 + 다음 최적 액션 제안.
Inspector	데이터 모니터링 및 트렌드 예측: 실시간 데이터에서 이상 징후 자동 감지 및 알림.

[기반] Data Foundation: AI는 데이터가 아니라 ‘맥락 위에서’ 작동한다

“신뢰 없는 데이터 위에서 AI는 결정할 수 없다.”

→ 에이전틱 엔터프라이즈의 모든 레이어(슬랙의 인터페이스, 에이전트포스의 실행력, 인터스트리츠의 산업 특화)가 작동하려면 하나의 전제 조건이 충족되어야 한다. AI가 믿고 작동할 수 있는 데이터 기반이다. 그러나 현실은 이 전제에서 멀다. 세일즈포스의 물소프트가 딜로이트 디

지털과 공동으로 전 세계 IT 리더 1,050명 대상으로 실시한 2025 연결성 벤치마크에 따르면, 기업은 평균 897개의 애플리케이션을 운영하지만 통합된 비율은 28%에 불과하며 통합 실패로 인한 연간 평균 손실은 680만 달러에 달한다. 2026년 조사에서는 AI 에이전트의 50%가 사일로에서 고립 운영되고 있으며 IT 리더의 96%가 “에이전트의 성공은 원활한 데이터 통합에 달려 있다”고 답했다. IDC에 따르면 강한 통합을 갖춘 기업의 AI ROI는 10.3배인 반면 약한 통합 기업은 3.7배에 그친다. 물소프트 SVP 앤드류 콥스탁Andrew Comstock은 “에이전트는 통합된 데이터와 엔터프라이즈 액션에 의존해 정확하고 신뢰할 수 있는 응답을 제공하며 복잡한 다단계 업무를 수행한다. 통합과 API가 에이전트 레디Agent-Ready 기반을 구축하는 핵심이다”라고 강조한다. 세일즈포스는 이 통합 문제를 태블로(시각화)·인포매티카(정의·품질)·데이터 360(통합·맥락)·물소프트(연결·실행)로 구성된 데이터 파운데이션으로 해결한다.



레이어	역할	핵심 기능
태블로 (시각화·분석)	에이전트가 만든 결과를 누구나 읽을 수 있는 인사이트로 전환하고, 이상 징후를 자동 감지한다.	에이전틱 애널리틱스, 자연어 질의응답, Tableau Pulse 실시간 모니터링
인포매티카 (정의·품질)	기업 데이터의 정의와 품질을 정렬해 전사 공통 언어를 만든다.	메타데이터 카탈로그, MDM(골든 레코드), 데이터 품질·거버넌스
Data 360 (통합·맥락)	정렬된 기준을 실시간 맥락으로 통합해 에이전트와 앱이 동일한 컨텍스트를 공유한다.	연간 112조 레코드 처리, 제로 카피, Intelligent Context, RAG
물소프트 (연결·실행)	맥락을 실제 시스템과 워크플로에 연결해 에이전트의 판단이 트랜잭션으로 이어지는 실행 환경을 완성했다.	450+ 커넥터, Agent Fabric, API 오케스트레이션

AI가 작동하는 최소 조건

세일즈포스는 인포매티카 인수를 계기로 태블로·물소프트·데이터 360·인포매티카를 하나의 구조로 묶어 ‘데이터 파운데이션’을 완성했다. 데이터가 이해되고, 연결되고, 시각화되어 실제 행동으로 이어지는 네 레이어가 유기적으로 작동하는 실행 체계다.

인포매티카 인수와 데이터 레이어 완성, 맥락을 확보하다

세일즈포스가 2025년 11월 인포매티카를 약 80억 달러에 인수한 배경에는 이 통합 문제가 있다. 앞서 살펴본 것처럼 기업들은 수백 개의 앱을 운영하면서도 시스템마다 서로 다른 정의와 규칙으로 데이터를 관리한다. 딜로이트 글로벌 AI 연구소장 비나 암마나스Beena Ammanath는 이 상황을 “기존 시스템을 유지하면서 AI와 디지털 에이전트를 통합하는 일은 점점 더 복잡해지고 있으며 스킬 갭, 단절된 시스템, 컴플라이언스 우려가 이를 악화시킨다”고 진단한다.

인포매티카 인수는 이 복잡성에 대한 구조적 응답이다. 데이터를 더 많이 모으는 것이 아니라 MDM(마스터 데이터 관리), 메타데이터 카탈로그, 데이터 거버넌스를 통해 전사적으로 같은 정의로 이해하고 같은 규칙으로 관리하는 ‘의미의 정렬’을 확보하는 것이

핵심이다.

이렇게 정렬된 데이터는 세일즈포스 플랫폼 전체를 관통하며 흐른다. 인포매티카가 의미를 정렬하면 데이터 360이 이를 실시간 맥락으로 통합하고 물소프트가 그 맥락을 실제 시스템에 연결한다. 에이전트포스의 에이전트는 이 흐름 위에서 상황을 이해하고 판단하며 실행까지 완결한다. 슬랙에서는 이 데이터가 협업 속으로 직접 흘러들어오고 태블로에서는 누구나 읽을 수 있는 인사이트로 전환되어 다음 행동을 제안한다.

그런데 에이전트가 늘어나면 새로운 문제가 생긴다. 여러 플랫폼에서 개별 배포된 에이전트들이 서로 단절되는 ‘에이전트 스프롤’이다. 물소프트 에이전트 패브릭Agent Fabric은 이 문제를 겨냥한다. 에이전트포스뿐 아니라 아마존 Bedrock, 구글 Vertex AI, 마이크로소프트 Copilot Studio의 에이전트까지 하나의 거버넌스 아래 통합 관리하는 구조이다.

데이터 파운데이션이 겨냥하는 것은 데이터의 양이 아니라 신뢰이다. 에이전트가 환각 없이 판단하려면 맥락이 정렬되어야 하고 그 판단이 트랜잭션으로 이어지려면 시스템이 연결되어야 한다. 이 보이지 않는 기반을 누가 장악하느냐가 에이전틱 시대의 플랫폼 경쟁을 결정한다. 10.3배와 3.7배의 ROI 격차가 그 증거이다.

Trust Layer:
AI는 통제되지 않으면
작동할 수 없다

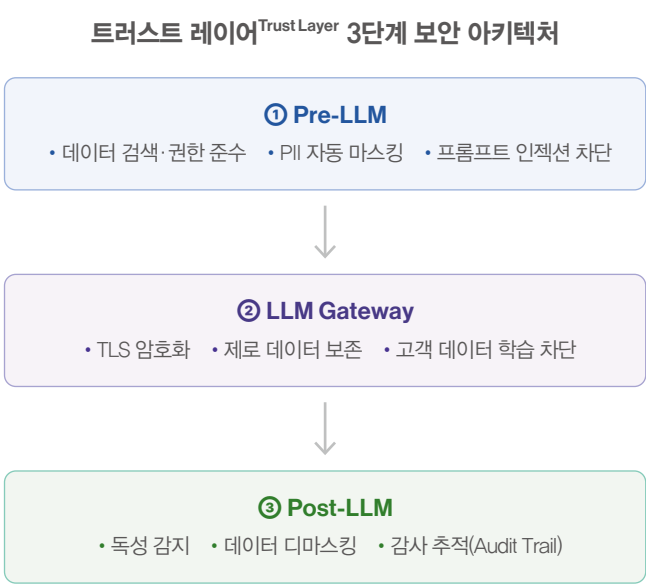
“AI가 답을 틀리는 것보다, 잘못된 행동을 하는 것이 더 큰 리스크다.”

→ 에이전트가 ‘도구’에서 ‘행위자’로 전환되면 보안의 정의도 바뀐다. 맥킨지는 “에이전틱 AI 시대에 조직은 더 이상 AI가 잘못된 말을 하는 것만 걱정할 수 없다. AI가 잘못된 행동을 하는 것에도 대응해야 한다”고 경고한다. 가트너에 따르면 2026년까지 비인가 AI 트랜잭션의 80%는 외부 공격이 아닌 내부 정책 위반에서 발생하며 직원의 57%가 개인 GenAI 계정을 업무에 사용하고 33%는 비승인 도구에 민감 정보를 입력하고 있다. IBM은 새도우 AI 유출 사고의 평균 비용을 463만 달러(일반 유출 대비 67만 달러 초과)로 산정한다. 세일즈포스의 트러스트 레이어Trust Layer는 이 위협 구조에 대한 체계적 응답이다.



트러스트 레이어의 핵심은 기존 세일즈포스 보안 정책이 AI 에이전트에 자동 적용된다는 점이다. 기업은 AI 도입을 위해 별도의 보안 체계를 구축할 필요가 없다. 3단계 아키텍처가 이를 뒷받침한다. LLM에 전달되기 전 단계에서 사용자 권한과 필드 레벨 보안을 준수하는 데이터 검색, PII 자동 마스킹, 프롬프트 인젝션 차단이 작동한다. LLM 게이트웨이 단계에서는 TLS 암호화와 제로 데이터 보존Zero Data Retention이 적용되어 고객 데이터가 저장되거나 모델 학습에 활용되지 않는다. LLM 응답 이후에는 독성 감지, 데이터 디마스킹, 감사 추적이 이루어진다.

이 보안 파이프라인은 모델에 종속되지 않는다. 세일즈포스 호스팅 모델, 외부 모델(오픈AI 챗GPT, 앤트로픽 Claude, 구글 Gemini), 자체 모델BYOM까지 모든 모델이 동일한 보안 경로를 통과한다. ISO 42001(AI 관리 시스템), SOC 2, HITRUST, GDPR, HIPAA 등 글로벌 인증을 갖추고 있으며 이는 앞서 분석한 인터스트리츠의 ‘Reg-Ready’ 전략과 직결된다. 가트너는 AI TRISM 통제를 적용하는 기업이 부정확하거나 불법적인 정보를 최소 50% 줄일 수 있다고 전망한다. 결국 트러스트 레이어가 겨냥하는 것은 보안 기능의 추가가 아니다. 에이전트가 자율적으로 실행하는 환경에서 ‘신뢰’ 자체를 시스템 안에 내장하는 것이다. AI가 행위자가 된 시대에 보안은 더 이상 부가 기능이 아니라 플랫폼의 존재 조건이다.



세일즈포스 코리아 박세진 대표이사 인터뷰

“한국 기업의 AX 실패를 넘어 ROI를 실현하는 유일한 로드맵”



→ 박세진 대표이사는 2024년 세일즈포스에 합류한 후 2025년 8월부터 세일즈포스 코리아의 국내 사업 전 반을 총괄하고 있다. 오라클, 워크데이, SAP 등 글로벌 IT 기업에서 세일즈 부문을 지휘하며 비즈니스 성과를 도출해왔다. 고려대학교 산업공학 석사(인공지능, 전자상거래) 출신으로, AI와 비즈니스 시너지를 창출하는 혁신 리더이다.

... 한국 시장에서 ‘에이전틱 엔터프라이즈’ 전환은 어떤 산업적 의미를 가진다고 보십니까? 특히 AI 도입 수준과 실제 성과 간 격차가 나타나는 배경을 어떻게 해석하고 계신지 설명 부탁드립니다.

세일즈포스의 글로벌 AI 준비 지수에 따르면 한국은 규제 환경과 AI 도입 수준 모두 세계 최상위권입니다. 제조업과 스마트시티 등에서 AI 적용도 빠르게 확대되고 있습니다. 다만 AI 생태계 조성 과 투자 환경은 취약합니다. ‘도입 역량은 높지만 자생적 구조는 약한’ 불균형이 존재합니다. 세일즈포스는 이 지점을 ‘ラスト 마일’ 문제로 봅니다. 에이전트포스와 데이터 360 기반 통합 플랫폼을 통해 대규모 인프라 투자나 자체 모델 개발 없이도 AI를 실제 운영 단계까지 연결하는 것이 핵심 역할입니다.

... 국내 기업들이 이른바 ‘파일럿 단계’에 머무는 사례가 많은데, 이를 실행 단계로 전환하기 위해 우선적으로 갖춰야 할 조건은 무엇이라고 보십니까? 워크플로우, 데이터, 플랫폼 측면에서 구체적으로 말씀해주시면 감사하겠습니다.

AI 프로젝트가 성과로 이어지지 않는 주요 원인은 모델 성능이 아니라 ‘워크플로우 통합 실패’입니다. 이에 대해 세 가지를 강조합

니다. 첫째, 시작점을 워크플로우 내부에 두어야 합니다. 슬랙과 같은 일상 업무 도구에서 에이전트와 협업이 자연스럽게 이루어져야 합니다. 둘째, 데이터 기반 정비입니다. 조직 내 파편화된 데이터를 연결하고 정제해 실제 활용 가능한 상태로 만드는 것이 선행돼야 합니다. 셋째, ‘Don’t DIY your AI’입니다. 산업별 특화 에이전트를 활용해 구축 비용과 시간을 줄이고 빠르게 ROI를 확보해야 합니다. AX는 속도와 지속성이 동시에 요구되기 때문에 통합 플랫폼 선택이 중요합니다.

... 세일즈포스 코리아는 이러한 전환 과정에서 어떤 전략적 역할을 설정하고 있습니까? 특히 규제 산업 대응, 데이터 인프라, 통합 플랫폼 측면에서 향후 계획을 구체적으로 설명 부탁드립니다.

세일즈포스 코리아는 산업별 전환을 지원하는 실행 파트너 역할을 강화하고 있습니다. 우선 금융 등 규제 산업에서 적용을 확대하고 있습니다. 로컬 데이터 레지던시와 글로벌 플랫폼을 결합해 데이터 주권 문제를 해결하고, 산업별 솔루션과 데이터 기반을 통해 즉시 활용 가능한 환경을 제공합니다. 또한 개별 솔루션이 아닌 통합 플랫폼 중심으로 접근합니다. 슬랙, 에이전트포스, 데이터 파운데이션을 하나로 연결해 파일럿에서 실제 운영 단계까지 이어지는 구조를 만듭니다. 성과 검증도 강화하고 있습니다. 세일즈포스는 ‘Customer Zero’ 전략으로 자사 적용 사례를 공유하고, 워크숍과 파트너 프로그램을 통해 기업들이 파일럿을 넘어 실제 성과 창출까지 이어지도록 지원하고 있습니다.

Case Study: 에이전틱 엔터프라이즈 성공 사례

‘Customer Zero’-세일즈포스의 자기 실험

→ 앞서 분석한 것처럼 AI 프로젝트의 대다수가 파일럿에서 프로덕션으로 넘어가지 못한다. 세일즈포스는 이 전환이 가능하다는 것을 자사부터 증명하기로 했다. 스스로 최초 고객이자 시험 사용자인 ‘커스터머 제로’^{Customer Zero}(0번째 고객)로서 에이전트포스를 도입한 것이다. 검증 무대는 세일즈포스가 직접 운영하는 고객 지원 포털 ‘세일즈포스 헬프’였다. 연간 6천만 명 이상이 방문하고 매년 약 200만 건의 문의가 쏟아지는 이 채널에 2024년 11월 AI 기반 서비스 에이전트를 투입했다. 현재 8개 언어로 150만 건 이상의 상담을 처리했으며 해결

률은 77%에 달한다. 이 데이터가 보여주는 것은 단순한 효율화가 아니다. 주간 7만 7천 건의 상담 중 64%가 사람 개입 없이 해결되고 서비스 에이전트 단독으로 1억 달러를 절감했다는 것은 AI가 보조가 아니라 실행 주체로 작동하고 있다는 증거이다. 에이전틱 엔터프라이즈는 이미 작동하고 있는 운영 모델이다.

글로벌 도입 현황: 파일럿을 넘어 프로덕션으로

커스터머 제로의 성과는 세일즈포스만의 사례가 아니다. 에이전트포스는 출시 16개월 만에 누적 29,000건의 거래가 체결되었으며(전 분기 대비 50% 성장) ARR 8억 달러(169% 성장)에 도달했다. 글로벌 현장에서도 전환은 가속화되고 있다. 판도라는 AI 에이전트로 FAQ 60%를 자율 처리하며 NPS 10% 향상과 매출의 22% 커머스 클라우드 경유를 달성했고 레딧은 케이스 46% 자동 처리로 해결 시간을 84% 단축했다. 펍시코는 에이전트포스 기반으로 25,000개 유통 경로를 실시간 관리하며 현장 영업 대응 속도를 향상시켰고, 굿이어는 영업 행정 업무를 자동화해 딜러와의 전략적 상호작용에 집중할 수 있게 되었다.

지표	수치
주간 처리 건수	76,973건 내부 고객 상담
AI 자율 해결	49,240건 (64%)
사용자 중도 종료	11,573건
사람 개입 상담	16,160건
SDR 에이전트	주간 약 1만 건 잠재 고객 리드 응답
IT·HR 슬랙 에이전트	전체 요청의 35% IT팀 개입 없이 해결
서비스 에이전트 비용 절감	약 1억 달러
영업 에이전트 파이프라인	1.7억 달러 생성

에이전틱 엔터프라이즈 지금은 ‘도입’이 아니라 ‘전환의 시점’이다

에이전틱 엔터프라이즈는 AI에 대한 새로운 약속이 아니다. AI의 약속을 이행하는 방법론이다. 본 리포트에서 분석한 바와 같이, AI 프로젝트 실패의 근본 원인은 기술의 한계가 아니라 파편화된 데이터, 워크플로우와의 단절, 보안에 대한 불안, 그리고 DIY 접근의 비효율에 있다.

세일즈포스의 에이전틱 엔터프라이즈 비전은 이 네 가지 과제를 하나의 통합 플랫폼 위에서 체계적으로 해결한다. 슬랙이 에이전틱 OS로서 워크플로우 단절을 해소하고, 에이전트포스가 산업별 특화 에이전트로 DIY의 함정을 제거하며, 데이터 파운데이션(인포매티카·데이터 360·물소프트·태블로)이 신뢰할 수 있는 데이터 기반을 구축하고, 트러스트 레이어가 엔터프라이즈급 보안을 내장형으로 보증한다.

한국은 AI 인프라와 제도적 기반에서 글로벌 프론트러너로 평가받지만, 기업 현장에서의 AI 활용률은 여전히 낮고 대기업과 중소기업 간 격차도 크다. 파일럿에서 프로덕션으로의 전환이 핵심 과제이며, 세일즈포스의 Customer Zero 프로그램이 보여주듯 신뢰할 수 있는 데이터 기반과 기존 워크플로우에 통합된 플랫폼 접근이 그 격차를 줄이는 출발점이 된다.



에이전틱 엔터프라이즈 전환을 위한 맞춤 상담

에이전트포스 데모 신청 및 AI 무료 실습 교육 신청 등을 포함한 더 자세한 사항은 세일즈포스의 공식 홈페이지에서 살펴보실 수 있습니다.

본 리포트는 MIT 테크놀로지 리뷰 코리아와 세일즈포스의 파트너십으로 제작되었습니다.