



The Age of Customer

Why Salesforce ?

Aug. 2021

IBM

IBM's Salesforce consulting services

20+
Years of
Innovation

AI
Leader in
AI for CRM

10K+
Success
Stories

9,000+
Salesforce
Certifications

213
Global
Development
Center

3,000+
Salesforce
Certified
Practitioners

IBM은 Salesforce의 가장 오래된 **Platinum** 파트너이며,
9,000개 Cert.를 보유하고 있는 **글로벌 Salesforce 컨설팅**
기관으로서 굴지의 산업서비스 평가기관으로 부터 높은 실력을
다양한 분야에서 인정받고 있습니다.

Distinctions



Awards



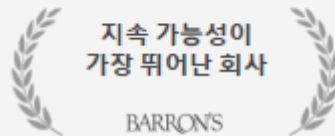
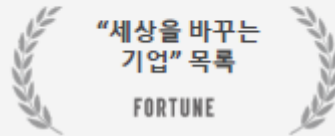
Industry Rankings

 <p>Worldwide Leader</p> <ul style="list-style-type: none"> #1 Meet Project Timelines + Business Outcomes #1 Drive ROI for CRM Investments 	 <p>Leader</p> <ul style="list-style-type: none"> #1 Business Consulting Skills #1 CX Vision + Strategy #1 Client Satisfaction 	 <p>Leader</p> <ul style="list-style-type: none"> #1 Strategy #1 Client Satisfaction + Client Experience #1 Industry & Vertical Focus 	 <p>Leader</p> <ul style="list-style-type: none"> #1 Design Thinking Focus #1 Relevant to all Enterprise Sizes #1 Analytics Leadership Status
---	--	---	---

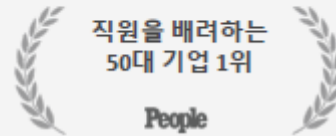
[Salesforce 성장 트렌드 2009~2019]



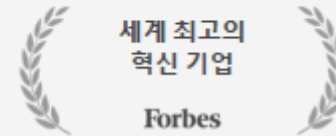
사회적 책임



문화



혁신



\$132억 8천만
2019 회계 연도



*출처: People, 2019년 8월 5일, Meredith Corporation. 라이선스에 이거하여 사용함

Agenda

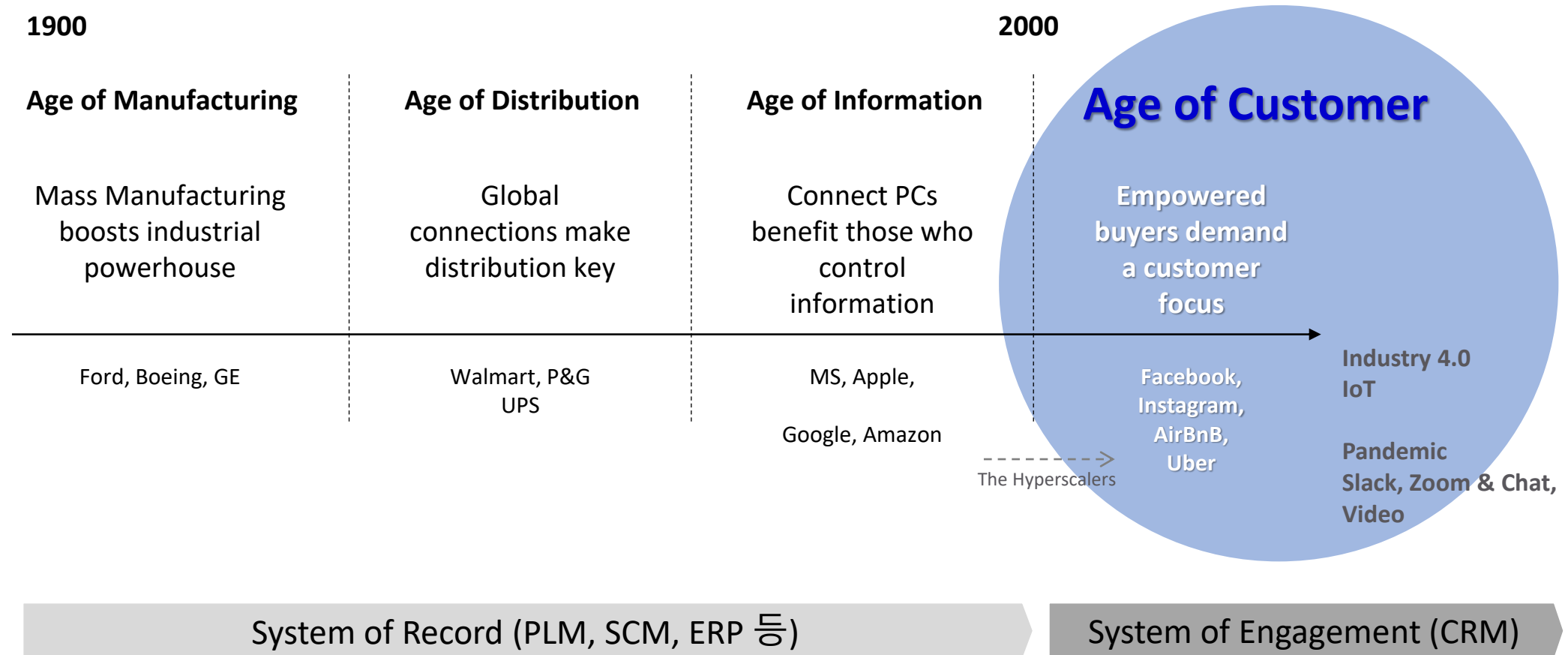
1. The Age of Customer의 도래
2. CRM 시스템 도입의 필요성
3. Salesforce의 특징점



Interactive eXperience

1. Age of Customer 시대의 도래

→ 1900년대 대량 생산 및 공급망 중심 시대에서 ‘고객과의 연결’이 중요시되는 ‘The Age of the Customer’ 시대로 진입하였습니다.



Customer Demands are Changing

→ Age of Customer 시대의 고객은 ‘일관되고 개인화된 경험’을 기업에게 기대 하고 있습니다.

“Give me Control”

고객은 더 이상 자신의 상황에 대한 정보가 부족한 콜센터를 전화로 기다리지 않습니다.

72%의 고객은 회사의 다양한 부서 담당자가 자신의 회사에 대해 일관되고 동일한 정보를 갖기를 기대합니다.

“Know Me”

고객은 자신이 회사에 중요하다는 것을 알고 싶어합니다. 그들은 고도로 개인화되고 맞춤형 경험과 상호작용을 원합니다.

고객의 **84%**는 회사가 제공하는 경험이 제품 및 서비스만큼 중요하다고 말합니다.

“Adapt to my Situation”

웹, 모바일, 텍스트 또는 이메일에 관계없이 고객은 선호하는 채널에서 그들과 상호 작용하고 경험이 여러 채널에서 일관되기를 기대합니다.

고객의 **54%**는 일반적으로 한 회사가 아닌 별도의 부서와 커뮤니케이션 하는 것처럼 느낀다고 말합니다.

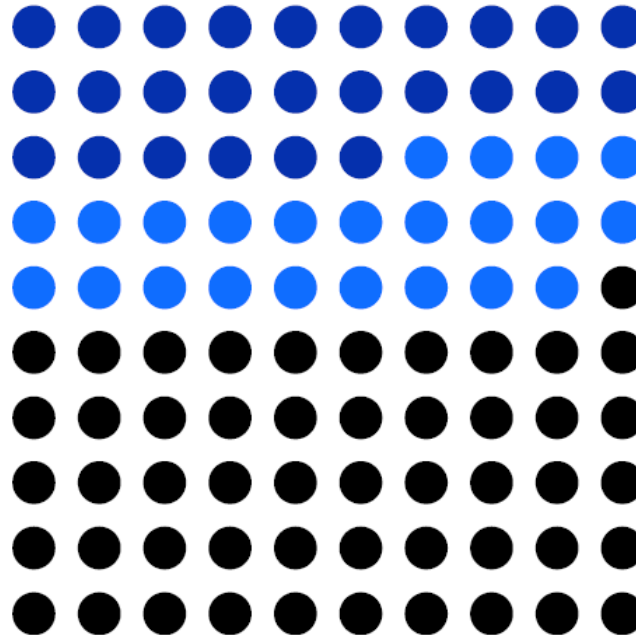
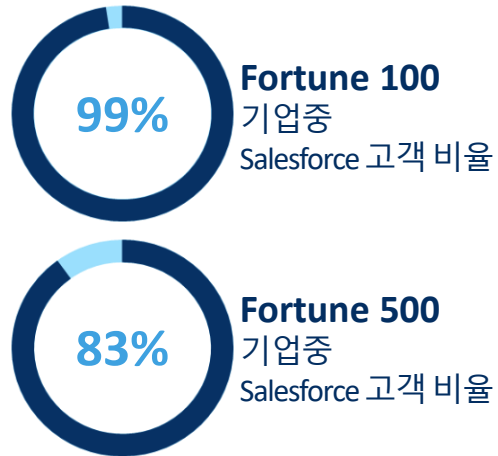
“Recommend Relevant Offers”

관련 제안 추천”직원은 고객에게 맞춤형 제품을 쉽게 추천해야 하며 그렇지 않으면 고객은 어떤 것에도 만족하지 않습니다.



→ Age of Customer 시대의 고객을 위해 선도기업은 고객 경험 설계에 주력하며 경쟁력을 확보하고 있습니다.

Salesforce 를 도입한 기업이 주력하는 방향



26%
고객 경험(CX) 설계에 주력합니다.

23%
직원 경험(EX) 설계에 주력합니다.

51%
둘다 주력합니다.

Agenda

1. The Age of Customer의 도래
2. CRM 시스템 도입의 필요성
3. Salesforce의 특징점



Selling Pain Points

영업 담당자는 시간의
35%만 수익 창출
활동에 할애합니다.



“우리는 수백 가지의
제품/서비스를
보유하고 있습니다.
제가 모두 전문가가 될
수는 없습니다. Best
Deal Package를
어떻게 만들어야 할 지
잘 모르겠습니다.”

“사실 영업기회가
생기면 고객을 만나는
일부터 계약까지 저
혼자 다 해야 합니다.
우리회사는 개인기가
중요하죠 ”

“저는 판매 직원이 우리
제품을 이해하고 매장에서
상황에 맞는 경험을 제공할
수 있도록 하고 싶습니다.
어떻게 하면 시간을
최대화하고 고객과 더 잘
소통할 수 있습니까?”

“영업 진행현황을
파악하고 적절한
의사결정을 해야
하는데 지금은
영업사원들에게 계약
언제되냐고
물어보기만 하고
있습니다.”

더 많은 판매 기회를
창출하기 위해 데이터를
사용하여 고객에게 더 잘
다가갈 수 있는 방법을 알고
싶습니다. 어떻게 해야
하나요?

“고객 세분화 및
개인화의 부족은 고객
이탈로 이어집니다.
미흡한 CRM
시스템으로 인해 주요
비즈니스 및 IT 이해
관계자의 업무의
효율성이 저하되고
있습니다.”

2. CRM 시스템 도입의 필요성

→ 이러한 Selling Pain Point는 프로세스, 정보, 가시성 관점에서 솔루션 도입으로 혁신될 수 있습니다.

프로세스

표준화
(업무, 조직, KPI)

“업무를 표준화 하고 영업조직의 역량을
상향 시킬 수 있는 시스템이 필요합니다.”

정보

과거 및 미래
정보 유용성

“영업 업무 지원을 위한 과거 정보, 자료 및
AI 기반의 예측 정보가 지원되어야 합니다.”

가시성

적기 지원 Tool

“영업 현황 가시화를 통한 리더의 적기 지원
Tool 및 개인별 대시보드가 요구됩니다.”



2. CRM 시스템 도입의 필요성

프로세스 표준화 (업무, 조직, KPI)

“업무를 표준화 하고 영업조직의 역량을 상향 시킬 수 있는 시스템이 필요합니다.”

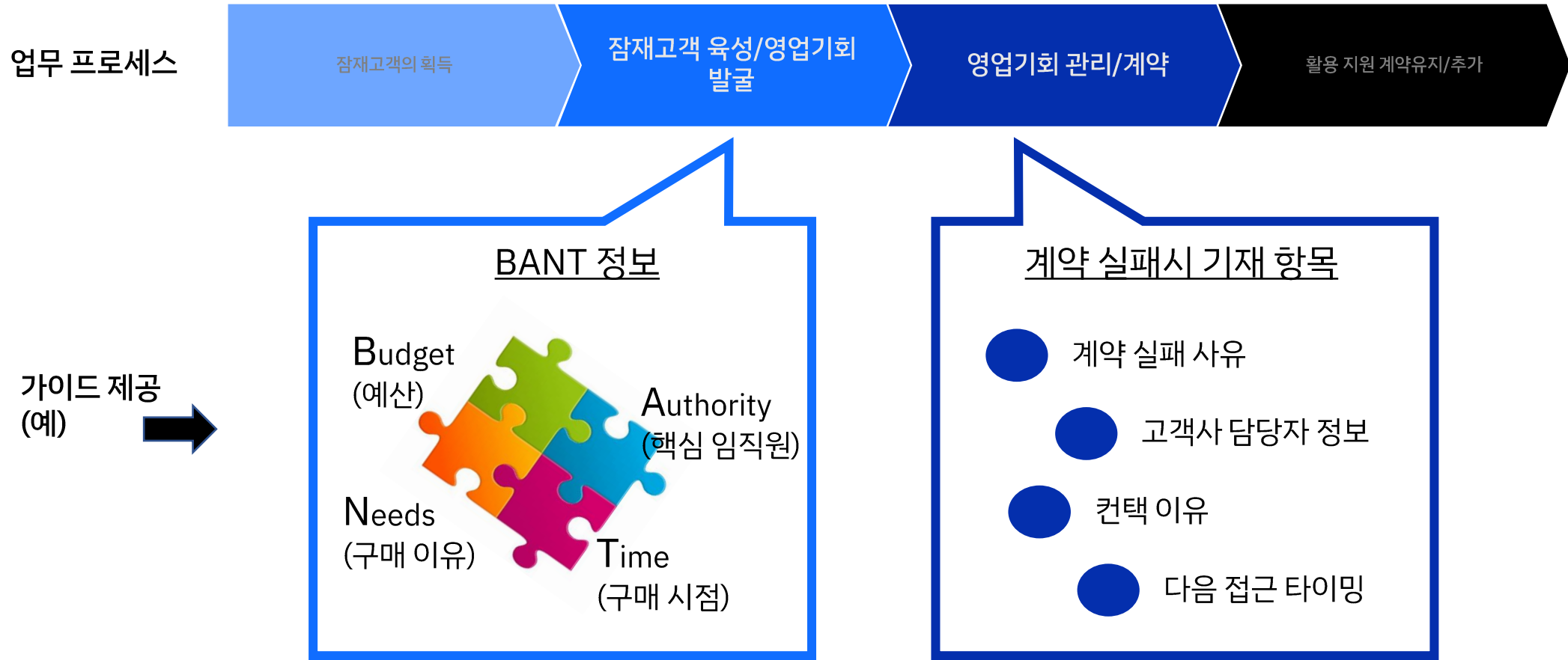


출처 : Salesforce Korea, Process Best practice

2. CRM 시스템 도입의 필요성

프로세스 표준화 (업무, 조직, KPI)

“업무를 표준화 하고 영업조직의 역량을 상향 시킬 수 있는 시스템이 필요합니다.”

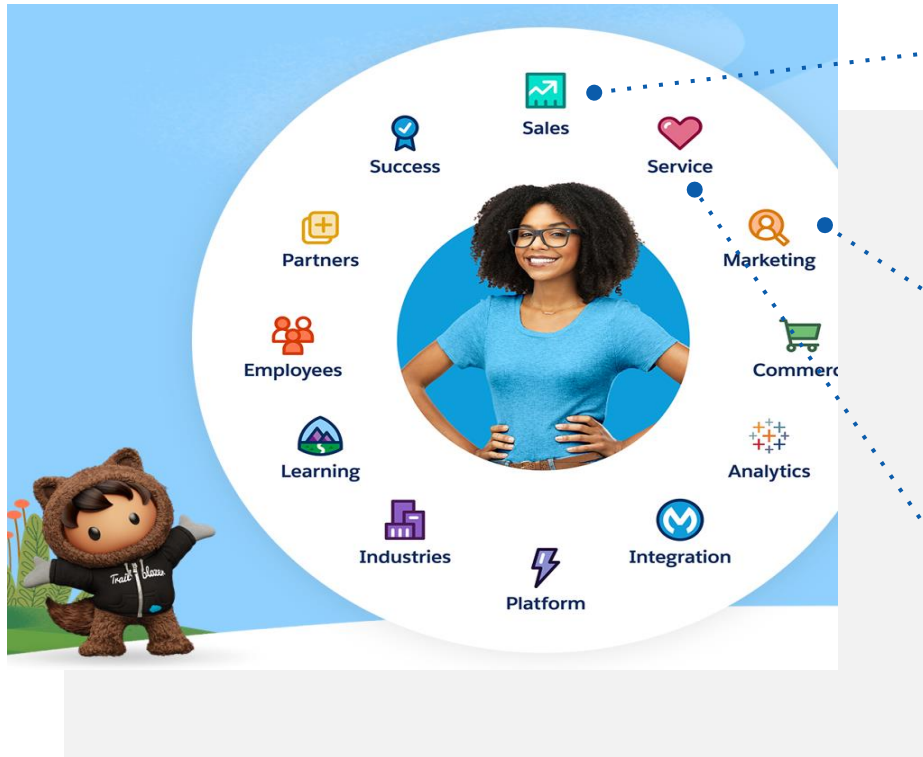


2. CRM 시스템 도입의 필요성

정보 유용성 (과거 및 미래)

“영업 업무 지원을 위한 과거 정보, 자료 및 AI 기반의 예측 정보가 지원되어야 합니다.”

- A社 Customer 360 -



Sales : Contact Person

“그동안 우리 회사에서 고객사 담당 영업은 누구였었는지?”
“고객사 어느분을 컨택 했는지?”

Marketing : Preference

“고객이 기존에 어떤 캠페인 행사를 선호했는지...”
“어느 행사에 초청하면 좋을지?”

Service : Oppty. Creation

“얼마전 고객사에서 A/S 문의를 했는데, 그로인한
영업창출 기회는 없을지?”

2. CRM 시스템 도입의 필요성

정보 유용성 (과거 및 미래)

“영업 업무 지원을 위한 과거 정보, 자료 및 AI 기반의 예측 정보가 지원되어야 합니다.”



마케팅 담당자

65%에서 고객 행동과 표적 시장 관련 분석 및 보고에 유용한 AI에 대한 수요가 증가했습니다.



판매자

52%에서 고객 구매 경향 데이터 인사이트에 대한 수요가 증가했습니다.



서비스

69%에서 AI 중심의 우수한 조치 및 지식 지원에 대한 수요가 증가했습니다.

2. CRM 시스템 도입의 필요성

가시성 확보 (리더)

“영업 현황 가시화를 통한 리더의 적기 지원 Tool 및 개인별 대시보드가 요구됩니다.”

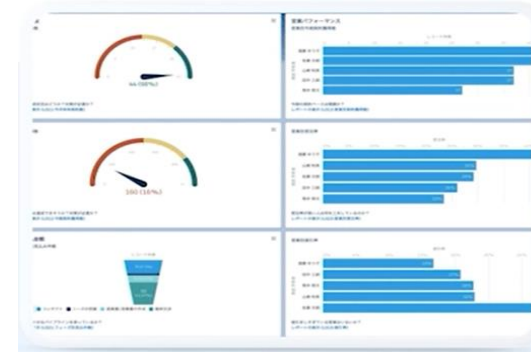
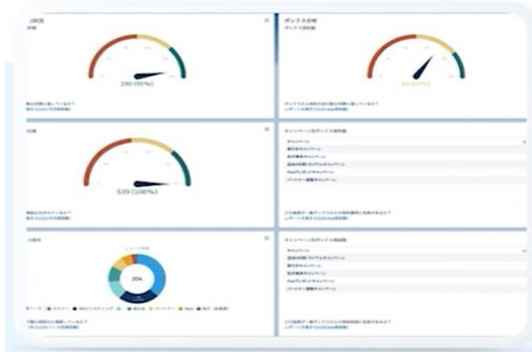
마케팅



인사이드 영업



필드 영업



마케팅 캠페인을 통한
리드 / 계약
(잠재고객 발굴)

인사이드 영업이 발굴한 영업기회 /
계약
(영업기회 발굴)

필드 영업 내 단계별 진행 현황
(계약 수)

- 잠재고객 획득율 : 10%
- 2억 규모 visitor 리스트 x 500개
- 2억 규모 고객리스트 x 50개
(100억 규모) 잠재고객 발굴

- 영업 기회화율 : 20%
- 2억 규모 고객 리스트 x 50개
- 2억 규모 고객 리스트 x 10개
(20억 규모) 영업기회 발굴

- 계약율 : 50%
- 2억 규모 고객 리스트 x 10개
- 2억 규모 영업 기회 x 5개 =
10억 규모

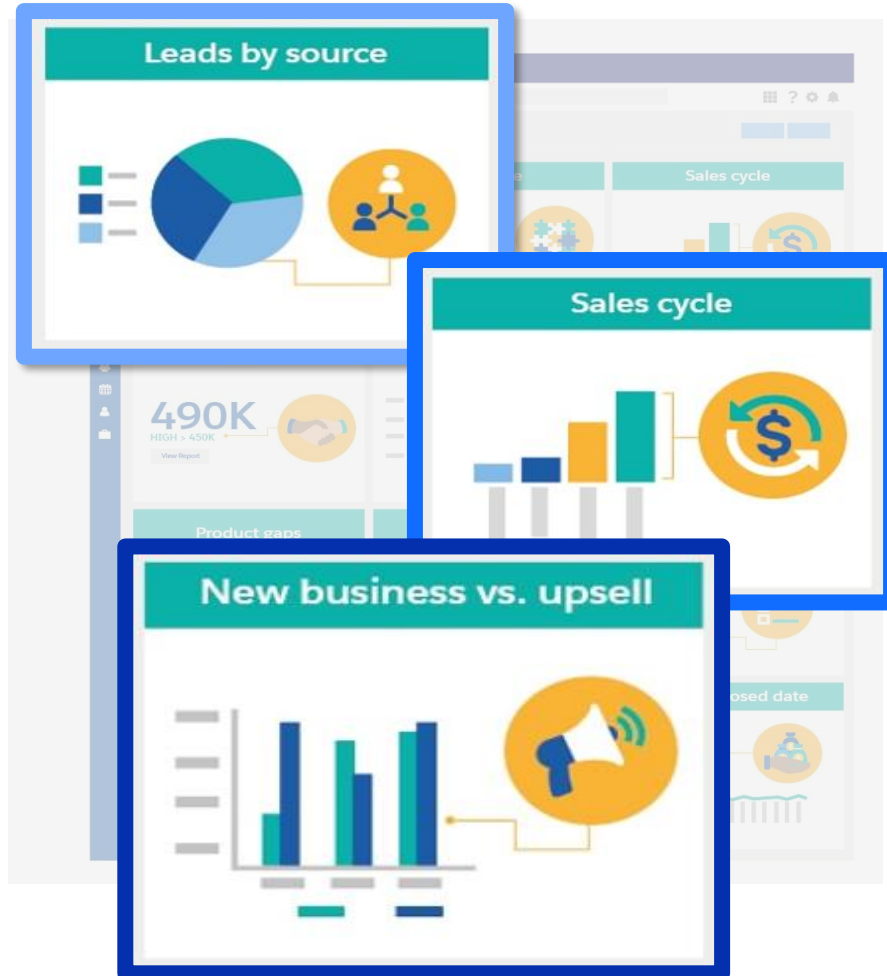


계약
영업 A팀의
월간 수주 목표
: 10억
(2억 규모 고객 x 5건 계약)

2. CRM 시스템 도입의 필요성

가시성 확보 (팀원)

“영업 현황 가시화를 통한 리더의 적기 지원 Tool 및 개인별 대시보드가 요구됩니다.”



Lead by Source

고객이 어느 리드에서 왔는지 (컨퍼런스, 전시회 부스 회의, 웹 사이트 데모 가입 등) 확인하고, 승율 높은 리드를 분류하여 영업에 집중합니다.

Sales Cycle

거래 성사의 평균 기간을 측정하고, 이 평균 기간을 기반으로 각 기회의 실제 소요시간과 비교하면 현재 기회가 예상대로 진행되는지 확인할 수 있습니다.

New Business & Up-Sell ratio

신규 고객 보다 기존 고객 대상으로 판매가 더 쉽고 비용 효율적입니다. 영업 사원은 신규 비즈니스와 교차 판매, 상향 판매 간의 균형을 맞춰야 합니다.

Agenda

1. The Age of Customer의 도래
2. CRM 시스템 도입의 필요성
3. Salesforce의 특징점



Interactive eXperience

Salesforce는 Born to Cloud 솔루션으로써, 끊임없는 혁신으로 미래의 CRM 솔루션을 준비하고 있습니다.

혁신

Born to Cloud CRM

- On-Premise 에서 클라우드로 전향한 솔루션이 아닌 **“Native” Cloud**

끊임없는 혁신

- 연3회 자동 업그레이드
- 지속적인 글로벌 리딩 솔루션 인수 및 제휴: Tableau , Slack 인수, Google GA360 제휴 등
- 인공지능 (Einstein) 탑재되어 있고 지속적으로 Upgrade 중

플랫폼

싱글 플랫폼 (유기적)

- 태생적으로 같은 DNA 를 가진 솔루션(pardot, sales Cloud, Service Cloud 등)들로 필요한 업무에 따라 유기적(Organic)으로 업무 확장 가능 (타사 솔루션은 개별, Silo 연계 필요)
- **Connected** : 영업, 마케팅, 서비스 & 파트너(딜러) 관리 등이 유기적으로 구현/확장

확장성/개발 생산성

- AppExchange(Appstore) : 3,000개 이상 app.이 있으며, 적합한 App을 다운로드하여 빠른 앱개발 및 커스터 마이징
- **No Code/Low Code** : 코드가 아닌 클릭으로 가능



Salesforce는 Born to Cloud 솔루션으로써, 끊임없는 혁신으로 미래의 CRM 솔루션을 준비하고 있습니다.

생산성

사용자 친화적

- Single point 에서 360도 고객 view를 통한 Better Visibility
- 쉽게 검색해서 정보를 찾거나 협업하기 용이하게 구성됨

빠른 적용 및 변화관리

- Trailhead : Gamification 기반의 세일즈포스에서 제공하는 무료 온라인 교육
- 배우고 사용하기 쉬운 솔루션 (Easy to Learn/Use)
- 도입 이후 활용률 및 만족도 높음

모빌리티

빠른 글로벌 전개 및 모바일 지원

- 스탠다드 웹구성은 추가 개발과 비용 없이 자동 모바일 환경 구현
- 기본 설정 방식만으로 모바일 및 다국어 지원 및 로케일(날짜, 숫자 등)

고객 성공

검증된 Optimized 솔루션/템플릿

- 20년, 170,000 여 고객들에게 제공되던 best case 가 반영된 솔루션
- Idea Board : 고객의 목소리를 제품 개선에 반영

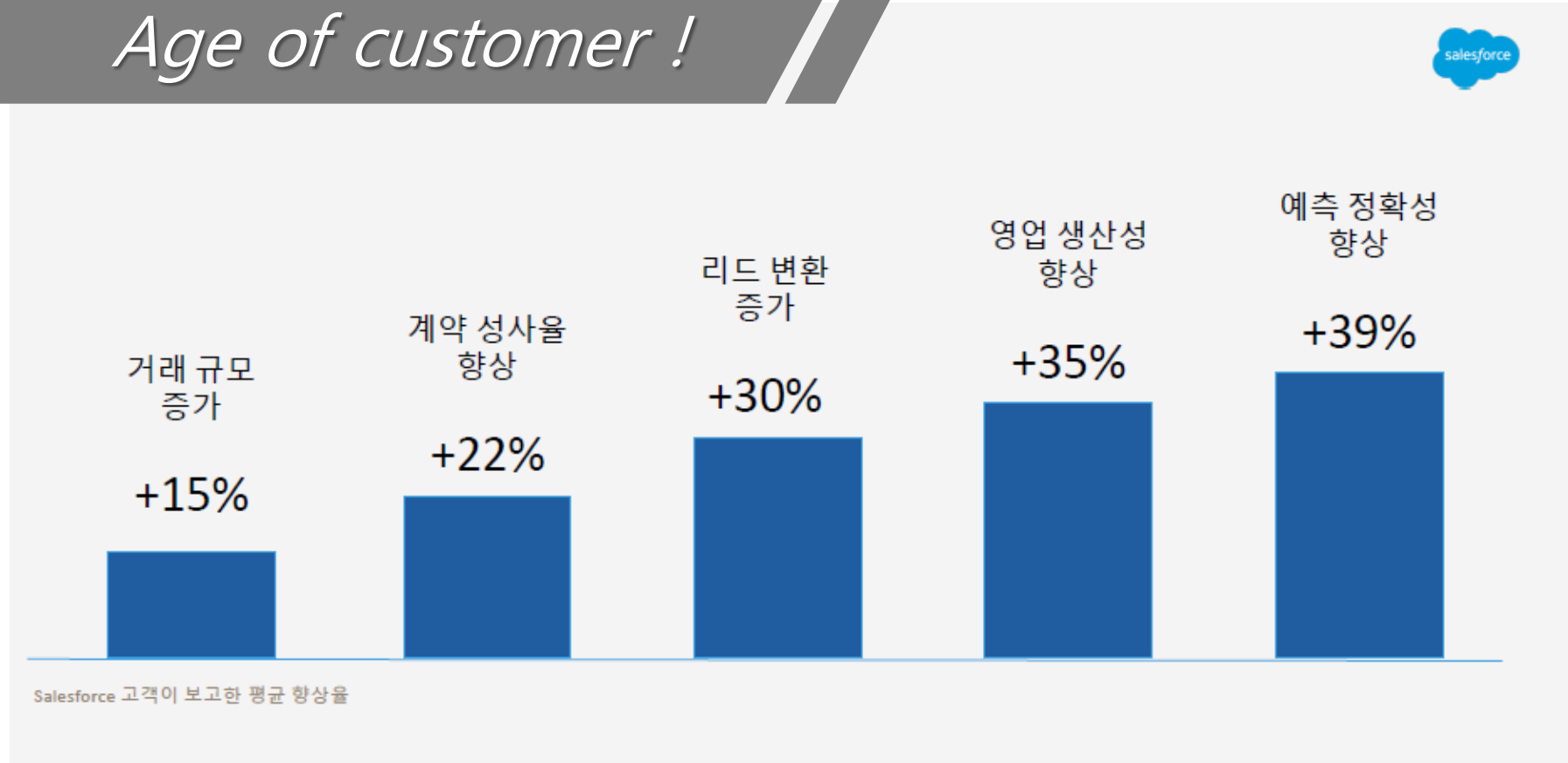
Knowledge Base

- 풍부하고 용이한 Salesforce Help Desk Database



Salesforce 도입 효과는 다음과 같습니다.

Age of customer !



감사합니다.

[contact]

- 임대혁 실장
- daehyuck.yim@ibm.com

