

FOURTH EDITION

STATE *of* SALES

약 6,000명의 영업 전문가를
대상으로 실시한 비즈니스 회복 및
성장 동력에 관한 설문조사



salesforce

이 보고서의 내용

Salesforce Research는 4번째 영업 트렌드 ‘스테이트 오브 세일즈(State of Sales) 보고서’를 작성하기 위해 6,000여 명에 달하는 전 세계 영업 전문가를 대상으로 다음을 주제로 한 설문조사를 실시했습니다.

- 영업 책임자와 고객의 새로운 기대치에 대한 내/외근직 영업 담당자의 대응 방식
- 영업 관리팀의 증대되는 업무량과 높아지는 위상
- 글로벌 위기 속에서 영업 책임자들이 채택하고 있는 새로운 성장 전략 및 전술

조사 방법

이 보고서의 데이터는 2020년 5월 13일부터 2020년 6월 30일까지 영업 관리 인력, 영업 담당자 및 영업 책임자를 포함한 정규직 영업 전문가를 대상으로 이중블라인드 설문조사를 실시한 후 5,951개의 설문지를 수거하여 설문 답안을 정리한 결과입니다. 설문조사에는 북미, 아시아 태평양, 유럽, 중동 및 아프리카 전역의 B2B 및 B2B2C 기업에서 근무하는 영업 전문가가 참여했습니다. 세일즈포스 소속 영업 전문가는 설문 대상에서 배제되었으며 세일즈포스 고객의 경우 포함되었습니다.

이 보고서의 백분율 합계는 반올림으로 인해 100%가 아닐 수도 있습니다. 모든 비교 수치는 (반올림된 숫자가 아닌) 총계로 이뤄집니다. 자세한 내용은 40페이지를 참조하십시오.



Salesforce Research는 데이터에 근거한 인사이트를 제공하여 기업이 고객 성공을 도모할 방법을 혁신하는 데 일조합니다. salesforce.com/research에서 모든 보고서를 확인하실 수 있습니다.



북미
아시아 태평양
유럽
중동
아프리카

6,000여 명의
전 세계 영업 전문가가
설문조사에 참여함



이 보고서의 내용

본 설문조사에 사용된 용어

본 설문조사에 응한 모집단은 다음과 같은 개념에 따라 여러 그룹으로 나뉩니다.

- 영업 담당자: 판매량이 할당된 영업 사원
- 영업 관리 인력: 영업 지원, 판촉 및 딜 데스크 포함
- 영업 책임자: 영업 임원 및 관리자
- 영업 전문가: 상기 그룹을 포함한 모든 영업 사원
- 영업 팀: 팀 대표로 응답한 영업 전문가



이 보고서의 내용

9%

실적 저조 집단
거래 성사 능력 기대치가 낮음

판매 실적 수준 분포도

이 보고서에서는 영업 팀의 실적에 따라 응답자를 3개의 집단으로 나눴습니다.

68%

실적 중간 집단
그 밖의 모든 영업 팀

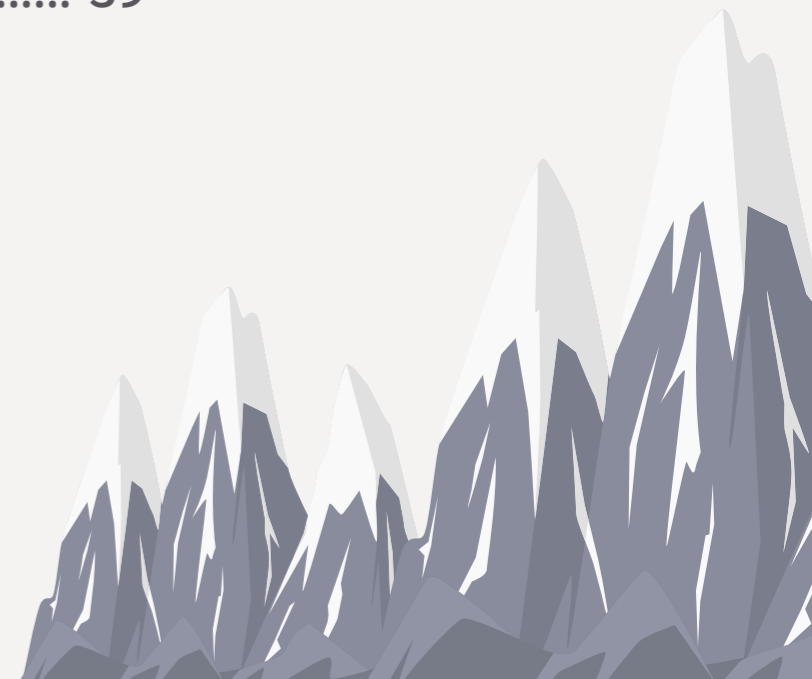


24%

실적 우수 집단
거래 성사 능력 전적으로 신뢰

목차

요약	06
01 새로운 영업 상황에 맞게 영업 전술 재정비	07
02 위상을 높이고 있는 영업 관리팀	12
03 영업 책임자 - 회복과 성장의 주축	20
미래 전망: 각 산업의 성장 경로	24
부록	25
설문조사 인구 통계	39



요약

영업 전술과 전략이 끊임없이 변화하는 가운데, 전 세계적인 전염병으로 인해 혁신이 더욱 절실해졌습니다.

영업 담당자는 공감 능력과 통찰력을 발휘하여 구매자의 요구에 대응하면서 고객과 전략적 관계를 구축해야 하는 본연의 역할에 매진하고 있습니다. 한편, 전략을 강화하고 있는 영업 관리팀은 불투명한 경제 상황 속에서 새로운 미래를 구상하면서 영향력을 넓히고 있습니다.

이 설문조사 보고서에서는 작금의 중요한 시기에 회복과 성장을 도모하는 영업 팀들의 대응 현황을 조명합니다.

01

새로운 영업 상황에 맞게 영업 전술 재정비 (7페이지 참조)

영업 전문가는 기업과 고객을 둘러싼 변화에 기민하게 적응하고 있습니다. 실적 우수 집단에 속한 영업 담당자는 현재의 위기를 헤쳐나갈 고객 관계를 구축하는 데 공감력과 신뢰, 그리고 통찰력이 중요하다는 사실을 직시하고 있습니다. **대다수의 영업 담당자(79%)들이 새로운 판매 방식에 빠르게 적응해야 한다고 답했습니다.**

02

위상을 높이고 있는 영업 관리팀 (12페이지 참조)

영업 상황이 달라지면서 비영업 부서의 역할이 주목받고 있습니다. 팀은 새로운 과제와 기회에 맞게 인력과 프로세스를 기민하게 개편하는 데 힘쓰는 한편, 영업 관리의 전략적 중요성을 강조하고 있습니다. **85%의 영업 전문가는 영업 관리팀의 전략이 강화되고 있다는 데 공감했습니다.**

03

영업 책임자 - 회복과 성장의 주축 (20페이지 참조)

영업 책임자는 새로운 시장 환경에서 회복과 성장이라는 목적지를 향해 나아가고 있습니다. 불투명한 미래에도 불구하고 영업 책임자는 전략을 신속히 수정하고 변화에 순응하고 있습니다. **77%의 영업 책임자들이 2019년 이후로 디지털 혁신에 박차를 가하고 있다고 답했습니다.**

01

새로운 영업 상황에 맞게 영업 전술 재정비

비즈니스란 용어가 생긴 이래로 영업 전략은 고객의 변화하는 요구에 맞춰 진화해왔습니다. 코로나19로 인해 고객의 상황이 과거 그 어느 때보다 규모나 속도면에서 빠르게 변화하고 있습니다. 그러한 여파 탓에 79%의 영업 담당자가 새로운 판매 방식에 빠르게 적응해야 한다고 답했습니다.

신뢰 구축이 중요하다는 것은 만고불변의 진리입니다. 그러나 부족한 자원과 불투명한 전망으로 인해 고객과 잠재 고객이 기존 방식에 의문을 품기 시작하면서 신뢰 구축은 훨씬 더 중요해졌습니다.

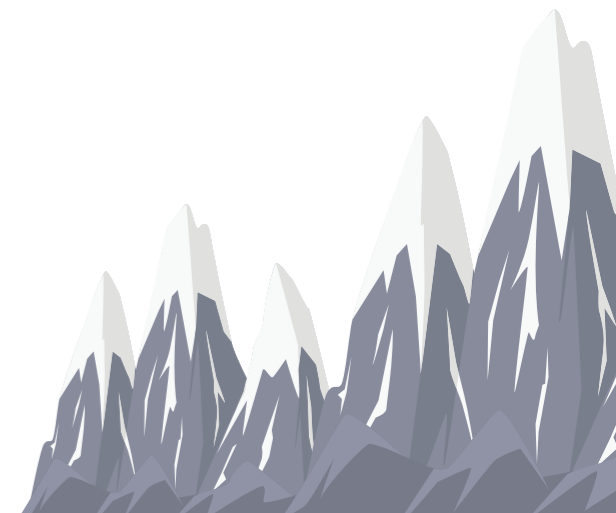
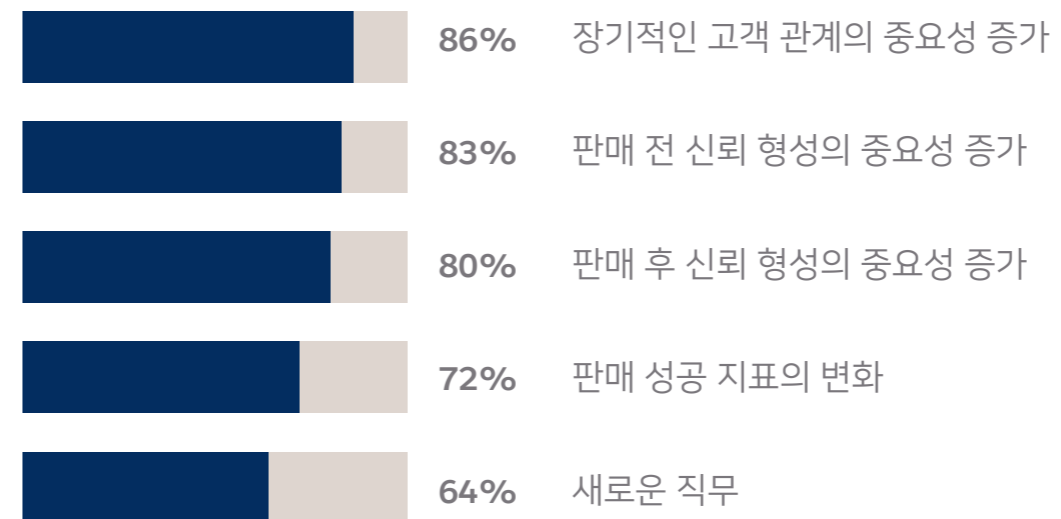
한편, 영업 담당자는 수많은 변화에 대처하기 위해 고군분투하고 있습니다. 새로운 책임, 새로운 지표, 새로운 판매 방식을 중심으로 모든 것이 화두에 오르고 있습니다.

58%

의 영업 담당자들은 자신의 역할이 영원히 달라질 것으로 예상했습니다.

고객이 초유의 난관에 직면한 지금,
성공을 좌우하는 것은 바로 적응력

현재의 경제 상황이 다음과 같은 영향을 미친다고
답한 영업 담당자



01

새로운 영업 상황에 맞게 영업 전술 재정비

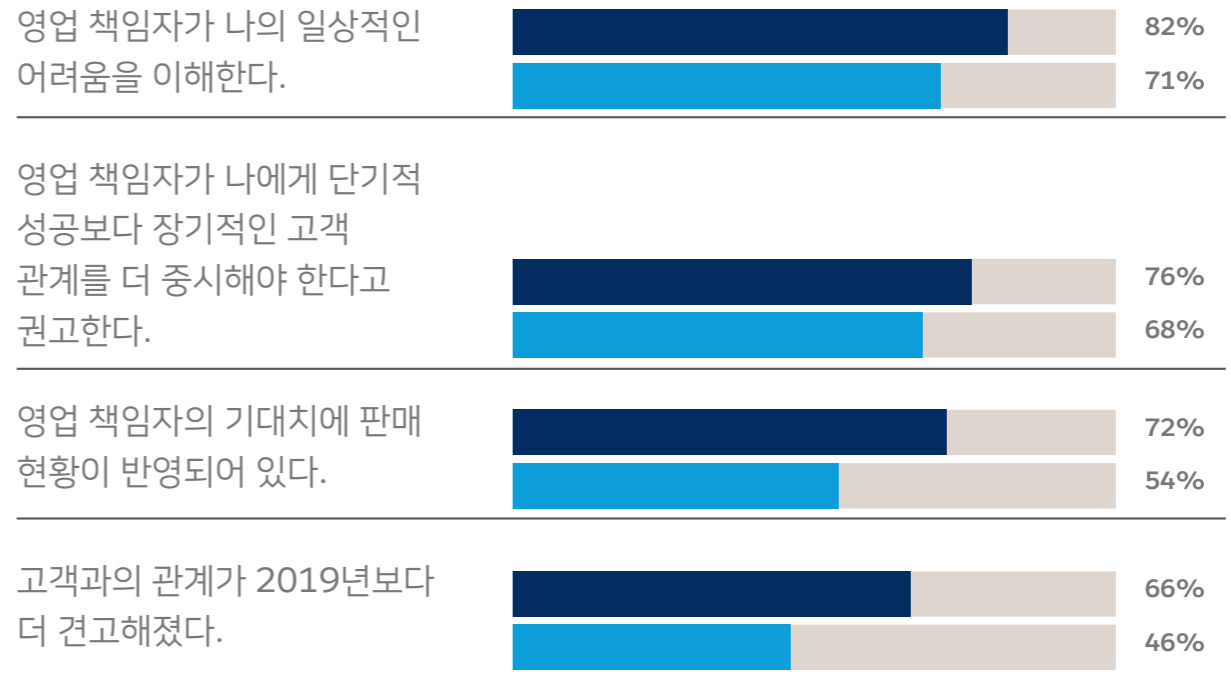
공중 보건과 경제가 흔들리는 상황에서 고객에게 제품을 판매하는 것은 누구에게나 힘든 일이지만, 외근직 영업 담당자에게는 특히나 어렵습니다.

전통적으로 대면 영업에 의존하던 외근직 영업 담당자들은 이제 온라인 환경에서 신뢰를 구축해야 합니다. 많은 담당자들이 변화하는 데 어려움을 겪고 있으며, 경영진의 기대치가 달라진 현실에 맞지 않다는 것을 느끼고 있습니다.

그에 비하면 내근직 영업 담당자의 업무는 크게 바뀌지 않았습니다. 내근직 영업 담당자들은 고객과의 관계가 더 돈독해지고 있다고 느끼며, 궁극적으로 자신의 거래 성사 능력에 큰 자신감을 느낍니다.

달라진 현실에 큰 타격을 입은 외근직 영업 담당자

다음 사항에 동의한다고 답한 영업 담당자



다음 사항에 장점이 있는 영업 담당자*



■ 내근직 영업 담당자 ■ 외근직 영업 담당자

* '전적으로 신뢰' 또는 '매우 신뢰'라고 답한 응답자 비율



01

새로운 영업 상황에 맞게 영업 전술 재정비

많은 영업 팀들이 보편적인 영업 전략이 없다는 사실을 깨닫고서, 가장 민첩하고 효과적인 방식으로 일할 수 있는 영업 담당자의 자율적 권한을 허용하고 있습니다.

그렇다고 해서 영업 팀이 규정된 모든 절차를 포기하는 것은 아닙니다. 많은 영업 팀들이 동료와의 직접 커뮤니케이션을 통해 영업 기회를 조정하기 보다는 문서에 기반한 영업 방식을 강화하고 있습니다.

외판과 내근직 영업 사이의 경계가 모호해지긴 했지만, 이러한 변화는 외근직 인력에게 특히 두드러집니다.

73%의 영업 팀은 외근직 영업 담당자의 활동을 모니터링하는 데 치중하고 있습니다.*

* 기준: 외근직 영업 담당자를 둔 기업의 외근직 영업 담당자, 영업 관리팀 및 책임자

프로세스와 자율성의 균형 잡힌 비율

영업 팀이 영업 담당자에게 장려하는 영업 방식

유연성과 자율성
위주

규정된 프로세스와
절차 위주

56%

44%

영업 담당자가 관리자와 진행 상황을 공유하는 방식

격식에 얽매이지 않는
정보 전달 위주

공식적인
보고 체계 위주

37%

63%

67%

의 영업 사원이 영업 활동 기록 정책이 2019년에 비해 엄격해졌다고 답했습니다.

63%

의 영업 담당자가 고객 상담 내용을 2019년보다 더 구체적으로 기록한다고 답했습니다.



01

새로운 영업 상황에 맞게 영업 전술 재정비

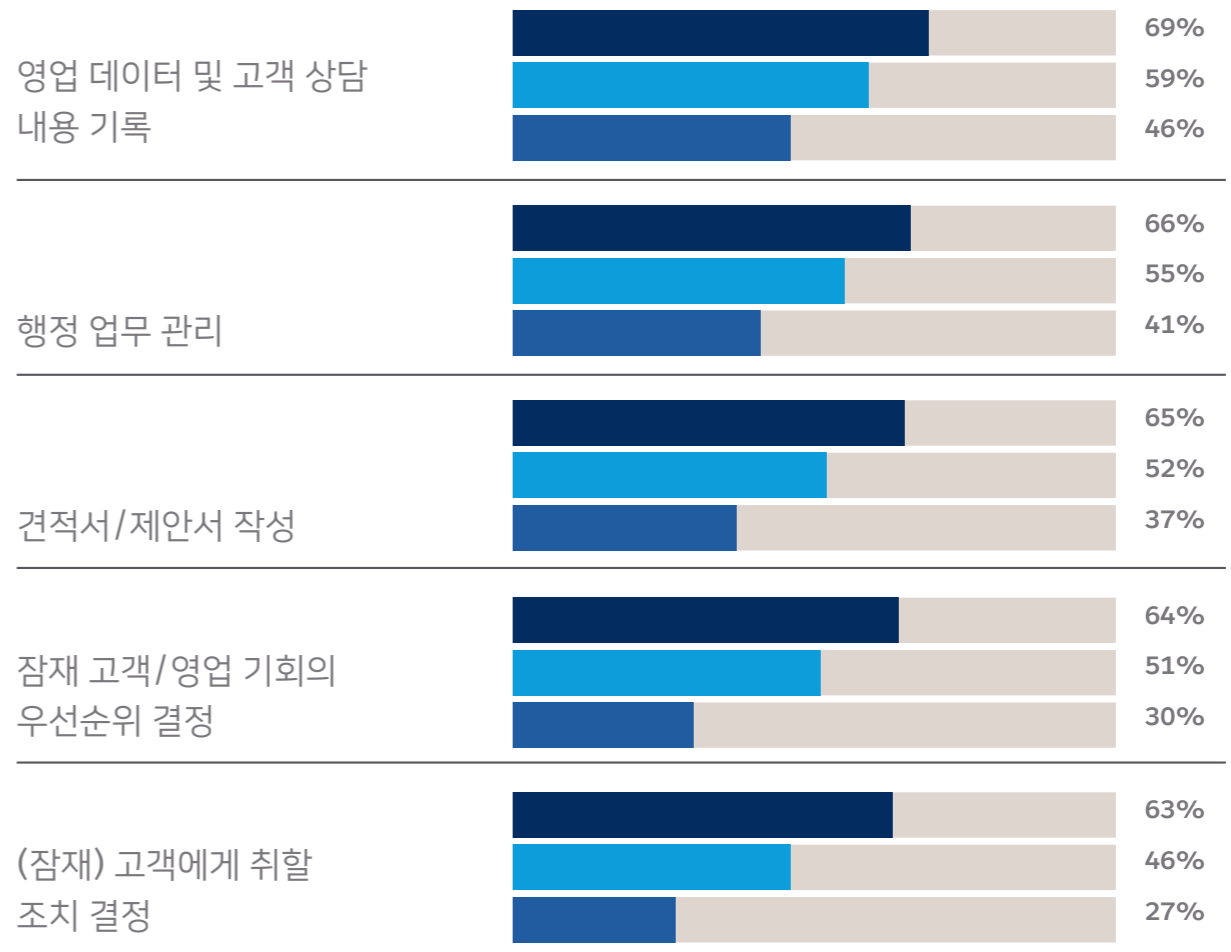
영업 담당자는 고객과의 관계를 유지하는 것 외에도 여러 가지 업무를 담당합니다. 2018년에 영업 담당자들은 데이터 입력이나 서류 작업 등의 업무 때문에 근무 시간 중 실질적인 영업 활동에 할애할 수 있는 시간이 1/3에 불과했습니다.*

다행히 인공 지능(AI) 같은 기술의 완성도가 높아지면서 영업 담당자들은 자동화를 통해 어느 정도 부담을 덜 수 있게 되었습니다. 실적 우수 집단에 속한 영업 팀은 기술 의존도가 특히 높은 것으로 조사됐는데, 덕분에 영업 담당자가 고객을 파악하고 고객과 소통하는 데 더 많은 시간을 할애할 수 있습니다.

* "State of Sales", Salesforce Research, 2018년 5월

반복 작업을 자동화한 실적 우수 집단

다음 작업을 자동화한 기업**



■ 실적 우수 집단 ■ 실적 중간 집단 ■ 실적 저조 집단

** '완전 자동화' 또는 '대부분 자동화'했다고 답한 응답자 비율



스포트라이트: 매출 신장과 직결되는 인사이트

영업 담당자는 고객을 제대로 이해하고 조언해주기 위해 다양한 출처에서 정보를 적극적으로 수집합니다. 이러한 프로세스를 '인사이트 셀링'이라고 합니다.

88%

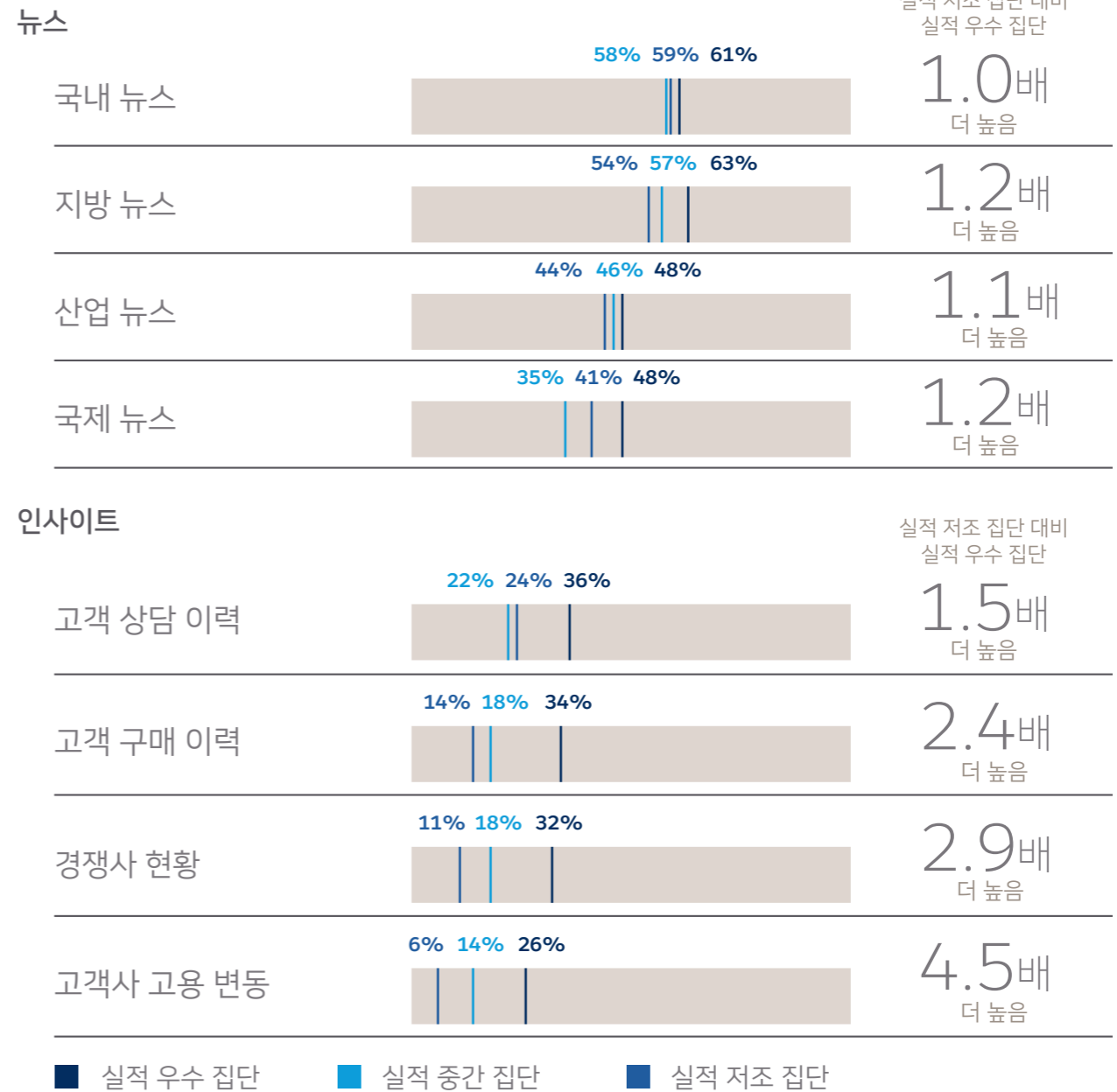
의 영업 담당자들은 현재의 경제 상황 때문에 고객의 요구를 예측하는 일이 특히 중요해졌다고 답했습니다.

영업 담당자가 국내외 뉴스의 장기적 전망과 무역 잡지, 산업 팟캐스트 등의 단기적 트렌드와 같은 공개 정보를 모니터링하는 빈도는 일반적으로 큰 차이가 없습니다.

그러나 흥미롭게도 영업 상담 과정에서 우연히 수집하여 비공개 문서로 작성되는 고객별 인사이트(예: 고용 변동)에서는 실적 수준에 따라 뚜렷한 차이가 나타납니다. 전반적으로 실적 우수 집단에 속한 영업 팀은 이러한 인사이트를 면밀히 추적하여 고객과 고객의 요구를 정확히 파악하는 데 활용합니다.

심층 고객 인사이트를 확보하여 적극 활용하는 실적 우수 집단

다음 출처의 정보를 매일 모니터링하는 영업 담당자



모니터링 빈도에 관한 자세한 내용은 27페이지를 참조하십시오.

02

위상을 높이고 있는 영업 관리팀

영업 전략에서 비중이 커지고 있는 영업 관리팀

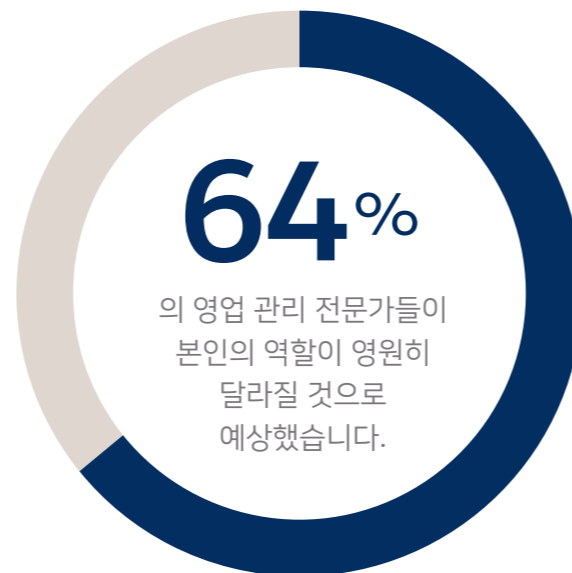
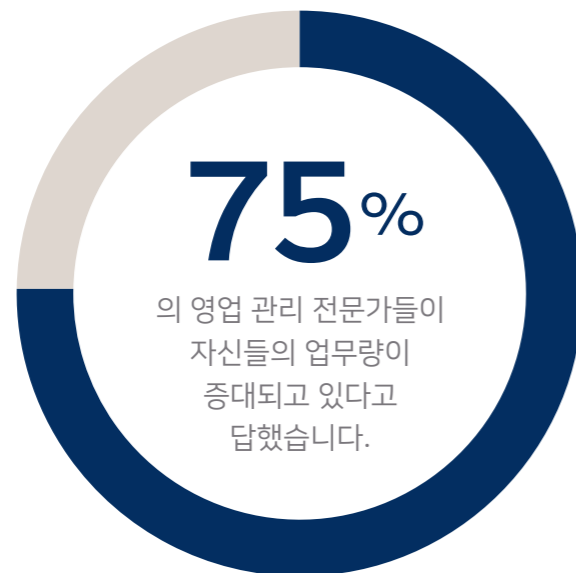
영업 관리팀의 업무 범위

영업 전략 실행으로
한정됨

44%

영업 전략
정의 포함

56%



기준: 영업 관리팀을 둔 기업

영업 관리팀의 역할은 꽤 오랫동안 주목받지 못하는 영업의 주역이었지만, 이제 동료들이 영업 관리팀의 중요성을 인정하기 시작했습니다.

88%

의 영업 전문가들이 영업 관리팀의 전략이 강화되고 있다는 데 공감했습니다.

통념이 통하지 않는 격변의 시기에는 운영 효율성과 데이터에 근거한 의사 결정이 특히 중요합니다.

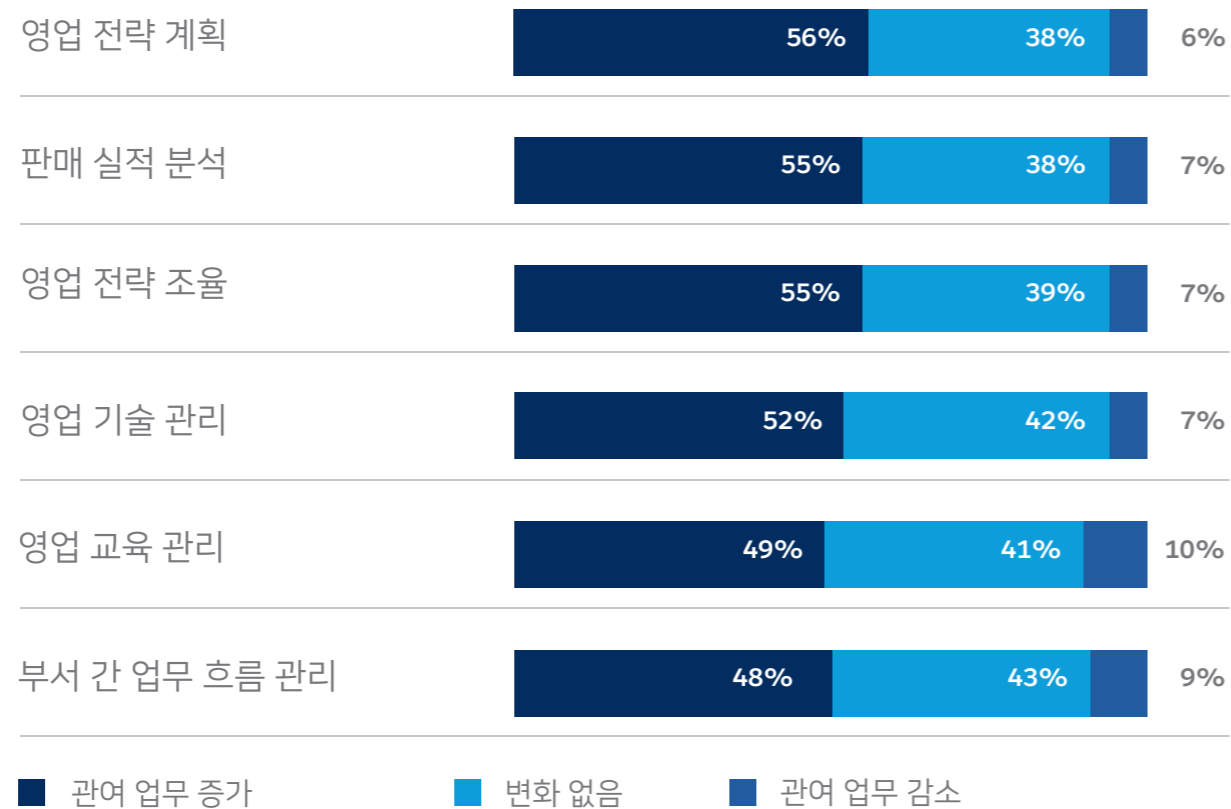
많은 기업들이 영업 전략을 세우고 이를 지원하는 인재로 구성된 영업 관리팀의 역량을 활용하고 있습니다. 이러한 현상은 혼란한 형세에 따른 일시적인 변화가 아니라는 공감대가 형성되어 있습니다.

02

위상을 높이고 있는 영업 관리팀

직무 범위가 넓어지고 있는 영업 관리팀

2019년 이후 영업 관리팀의 관여 업무 변화



기준: 영업 관리팀을 둔 기업
 영업 관리팀의 관여 업무에 관한 자세한 내용은 29페이지를 참조하십시오.

영업 관리 전문가는 현재에 치중하는 동시에 미래를 지향한다는 점에서 확실한 우위를 점하고 있습니다.

2019년 이후 이들의 책임 범위는 영업 구역 설정 같은 조율 업무부터 수익 전략 같은 핵심 계획에 이르기까지 다방면으로 넓어졌습니다.

근래에 영업 관리팀은 교육과 기술부터 실적 분석에 이르기까지 여러 가지 직무를 맡고 있으며, 동료들은 지속적인 성장을 도모하는 데 있어 영업 관리팀의 큰 기여도를 인정하고 있습니다.

89%

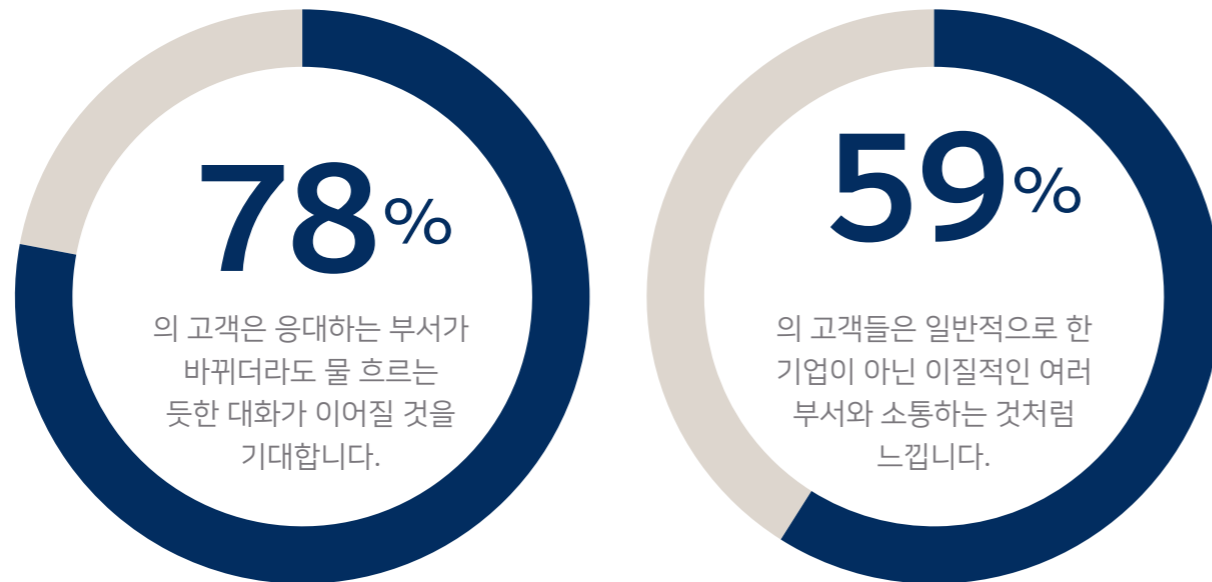
의 영업 전문가는 영업 관리팀이 비즈니스 성장에 중요한 역할을 한다고 답했습니다.



02

위상을 높이고 있는 영업 관리팀

일관성 없는 고객 경험을 야기하는 부서 간 단절성



출처: "State of the Connected Customer", Salesforce Research, 2019년 6월

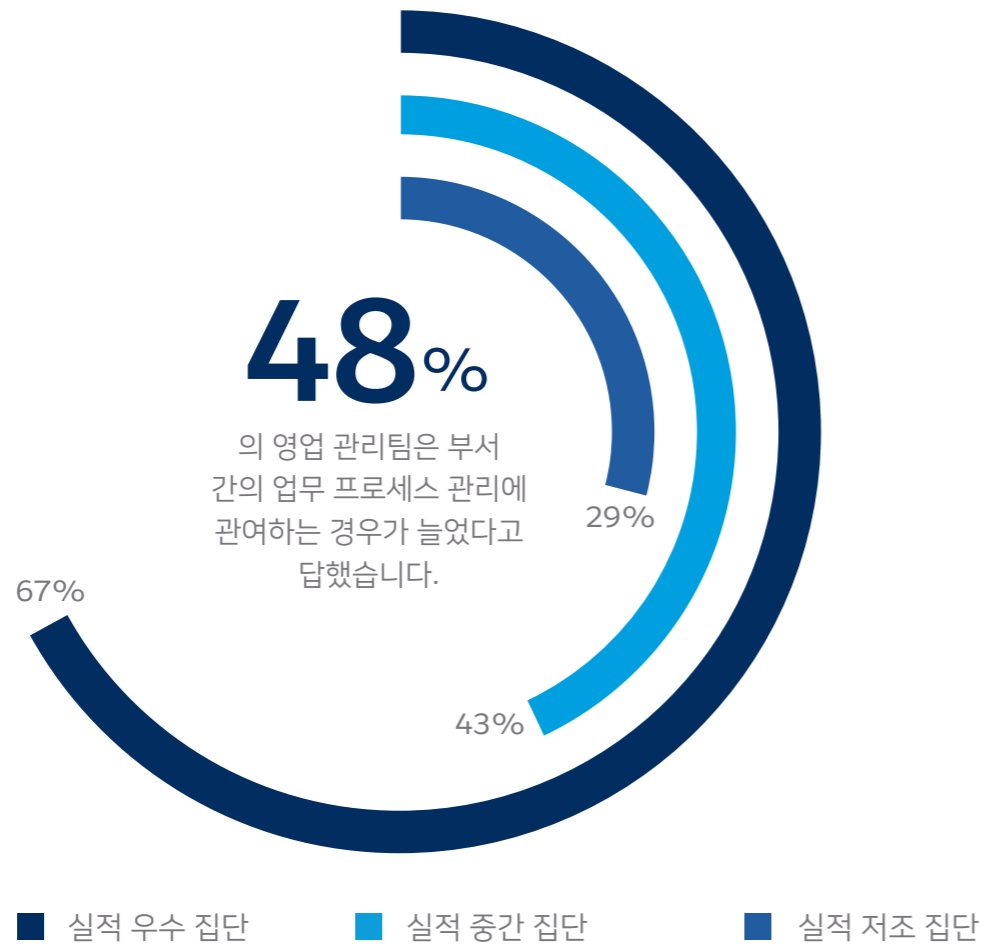
수익에 영향을 미치는 여러 주체 사이에서 연결 고리 역할을 하는 것은 중요한 일입니다. 영업 팀이나 기업의 프로세스가 일관적이지 않으면 고객은 이를 바로 체감할 수 있습니다.

고객을 상대하는 팀들이 서로 단절되어 있는 경우 사무적이거나 알맞지 않은 커뮤니케이션 방식 등 많은 시간이 걸리는 장애 요소 때문에 고객의 심기가 불편해질 수 있습니다.

02

위상을 높이고 있는 영업 관리팀

실적 우수 집단 영업 관리팀 - 부서 간의 연결 고리 역할에 충실



기준: 영업 관리팀을 둔 기업
영업 관리팀의 책임에 대한 자세한 내용은 29페이지를 참조하십시오.

실적 우수 집단에 속한 영업 관리팀은 영업 팀의 여러 사람과 프로세스 사이의 연결 고리 역할뿐만 아니라, 맞춤형 고객 마케팅 담당자, 고객 서비스 책임자 등과 같은 다른 팀의 중요 담당자를 연결하는 가교 역할도 병행합니다.

이런 역할 속에서 영업 관리팀은 관계를 강화하여 업무 효율을 높일 수 있습니다.

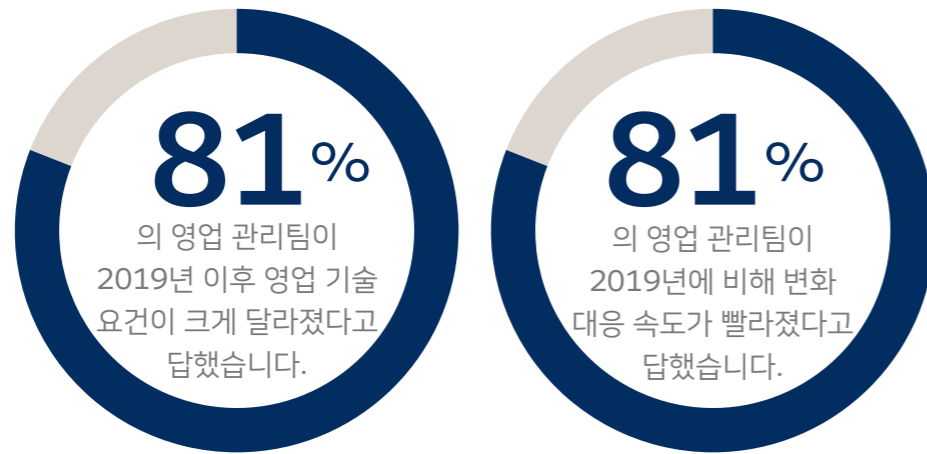
실적 우수 집단 대비 실적 저조 집단

2.3배 더 많은 영업 관리팀이 부서 간 업무 프로세스를 관리합니다.

02

위상을 높이고 있는 영업 관리팀

디지털 혁신의 가속화



2019년 이후 더욱 중요해진 5대 영업 툴

- 1 화상 회의
- 2 인공지능(AI)
- 3 직원용 모바일 영업 앱
- 4 고객 관계 관리(CRM) 시스템
- 5 매출 예측 도구

기준: 영업 도구를 사용하는 기업의 영업 관리 및 영업 책임자

영업 관리팀의 주요 관심사는 급변하는 영업 기술
요건입니다.

84%

의 영업 관리 전문가들이
2019년 이후로 디지털
혁신이 빨라졌다고
답했습니다.

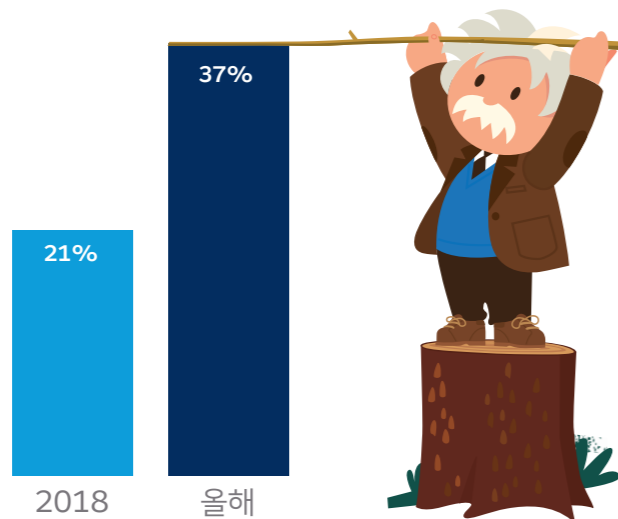
인사이트 셀링, 화상 회의 및 기타 기술 집약적인
영업 전술이 확립되었습니다. 화상 회의는 점점 더
중요한 영업 도구로 자리 잡고 있습니다(전염병의
영향을 감안하면 놀라울 것도 없습니다). 또한 AI
기반의 모바일 영업 앱과 CRM 시스템이 영업
도구에서 차지하는 비중도 크게 증가했습니다. 영업
관리팀이 어디서나 업무를 처리할 수 있도록 데이터
기반의 도구를 도입해서 얻은 결과입니다.

02

위상을 높이고 있는 영업 관리팀

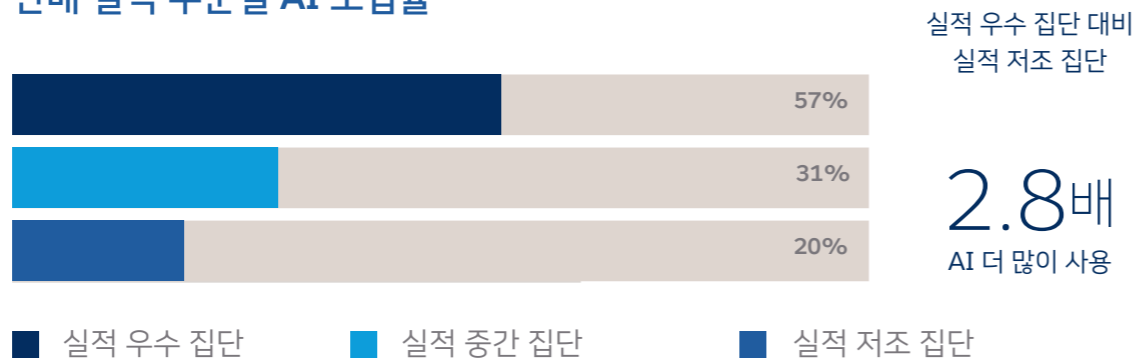
AI의 효과를 톡톡히 본 우수 실적 집단

AI를 사용한다고 답한 영업 팀



76%
증가

판매 실적 수준별 AI 도입률



기준: 영업 책임자

AI는 영업 분야에서 특히 빠른 성장을 보이고 있는 기술입니다. 영업부문에서는 AI가 마케팅(84%가 사용)만큼 보편화되지 않았지만, 최근 몇 년 새에 도입률이 급증했습니다.*

우수 실적 집단에 속한 대부분의 영업 팀(57%)들이 내부 프로세스와 고객 경험을 개선하는 데 AI 기술을 이미 사용하고 있습니다.

* 출처: "State of Marketing", Salesforce Research, 2020년 5월



02

위상을 높이고 있는 영업 관리팀

AI 도입률의 뚜렷한 증가세

AI 영향력 순위

- 1 고객 요구에 대한 이해
- 2 예측
- 3 영업 담당자 활동 파악
- 4 경쟁력 있는 정보
- 5 잠재 고객 영업 우선순위 결정
- 6 영업 담당자의 시간 절약
- 7 맞춤형 고객 상담

기준: AI를 사용하는 기업의 영업 관리 및 영업 책임자 '크게' 개선됐다고 답한 비율을 기준으로 한 순위입니다. 자세한 내용은 35페이지를 참조하십시오.

AI는 영업 팀의 주요 직무에 대부분 활용되고 있습니다. 그러나 영업 담당자들이 대답한 AI 기술의 가장 큰 영향력은 바로 고객의 요구사항을 파악하는 능력이었습니다.

어떤 상황에서도 AI를 활용하는 것이 영업의 핵심이지만, 지금처럼 고객의 요구가 급격히 달라지면 업무 역시 엄청난 영향을 받습니다.

AI가 두 번째로 큰 영향을 미치는 사항은 예측 정확도 개선(즉, 영업 기회 이해)입니다. 예측 정확도를 개선한 영업 팀은 기준이 달라지더라도 정확한 정보를 토대로 결정을 내릴 수 있습니다.

스포트라이트: AI와 영업 인력 채용의 상관관계

우려와 달리 AI는 영업 인력을 대신하지 않습니다.

AI의 지원을 받는 영업 팀이 오히려 그렇지 않은 팀보다 더 많은 인력을 총원하고 있습니다. 세일즈포스의 2018년 설문조사에서 처음 관측됐던 추세가 이어지고 있는 것입니다.* 또한 AI를 사용하는 영업 팀은 인원을 줄일 가능성이 오히려 낮습니다.

이러한 패턴은 내근직 및 외근직 영업 담당자, 책임자, 영업 지원 및 영업 관리팀 등 세일즈포스가 조사한 모든 영업 관계자에서 공통으로 나타납니다.**

따라서 영업에서 AI 도입률의 증가는 영업 인력을 대체하는 것이 아닌, 영업 역량을 강화하는 것으로 이어지고 있습니다. 영업 담당자가 더 고도화된 업무를 처리할 수 있기 때문입니다.

* "State of Sales", Salesforce Research, 2018년 5월

** 기타 영업 관계자의 인원과 AI에 관한 데이터는 35페이지를 참조하십시오.

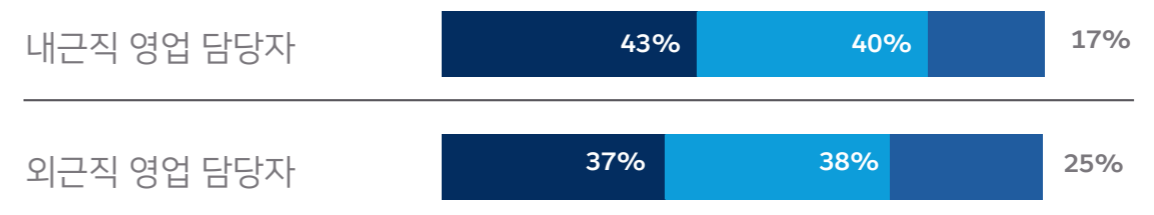
AI와 고용 인원의 비례하는 상관관계

AI를 사용하는 영업 팀의 2019년 이후 인원 변화

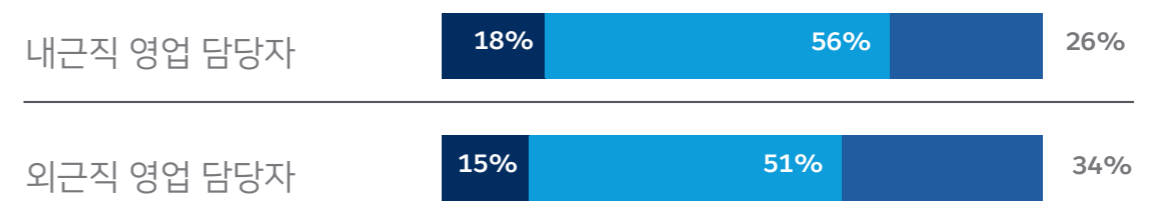
AI 사용



조만간 AI를 도입할 계획



당분간 AI를 도입할 계획 없음



■ 인원 증가 ■ 변화 없음 ■ 인원 감소

기준: 각각 내근직 영업 담당자와 외근직 영업 담당자를 둔 기업의 영업 책임자

03

영업책임자 - 회복과 성장의 주축

영업 담당자가 상황을 예의주시하고 영업 관리팀이 프로세스를 재정비하는 동안, 영업 책임자는 불확실한 미래를 향해 힘겹게 나아가고 있습니다.

자신감 있는 영업 방식과 태도가 기본인 많은 영업 책임자들이 비즈니스 상황을 현실 이상으로 낙관하고 있습니다.

하지만, 영업 담당자 및 영업 관리팀을 포함한 현장에서 더 가까이 일하는 직원들과 기업의 수뇌부에 속하는 최고 경영진이 생각하는 거래 성사 능력에는 뚜렷한 괴리가 있습니다.

부사장급 이상 관리자/임원

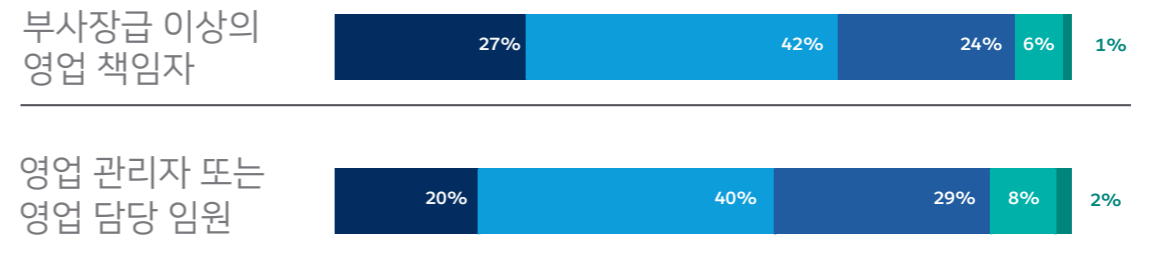
1.3배

더 많은 응답자가 영업 팀의 거래 성사 능력을 전적으로 신뢰한다고 답변

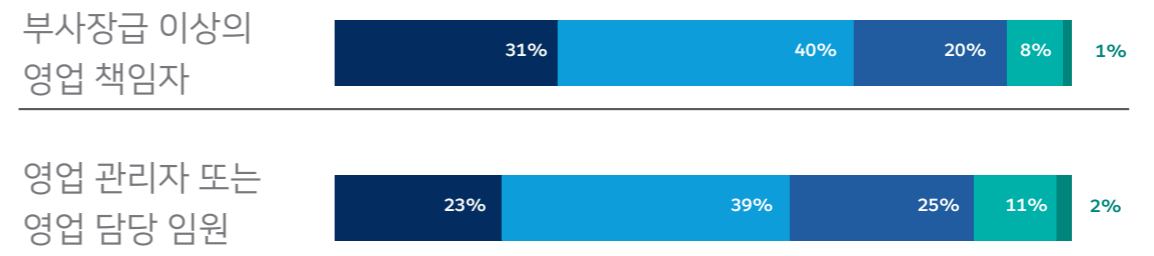
미래를 조심스럽게 낙관하는 영업 책임자

다음 사항에 자신감을 드러낸 영업 책임자

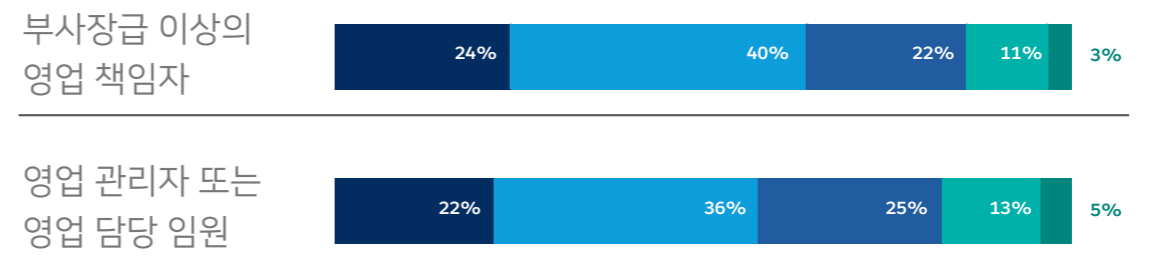
영업 팀의 현재 거래 성사 능력



영업 팀의 민첩성



향후 12개월간의 자사 성장 전략



■ 전적으로 신뢰 ■ 매우 신뢰 ■ 제법 신뢰 ■ 약간 신뢰 ■ 전혀 신뢰 안 함

03

영업책임자 - 회복과 성장의 주축

경제와 사회 체제가 크게 흔들리면 영업 책임자는 기존의 요구사항을 재점검해야 합니다. 예를 들어 회계연도 초에 평소와 다른 급격한 비즈니스 개혁을 예상한 채 예산을 책정하는 사람은 거의 없습니다.

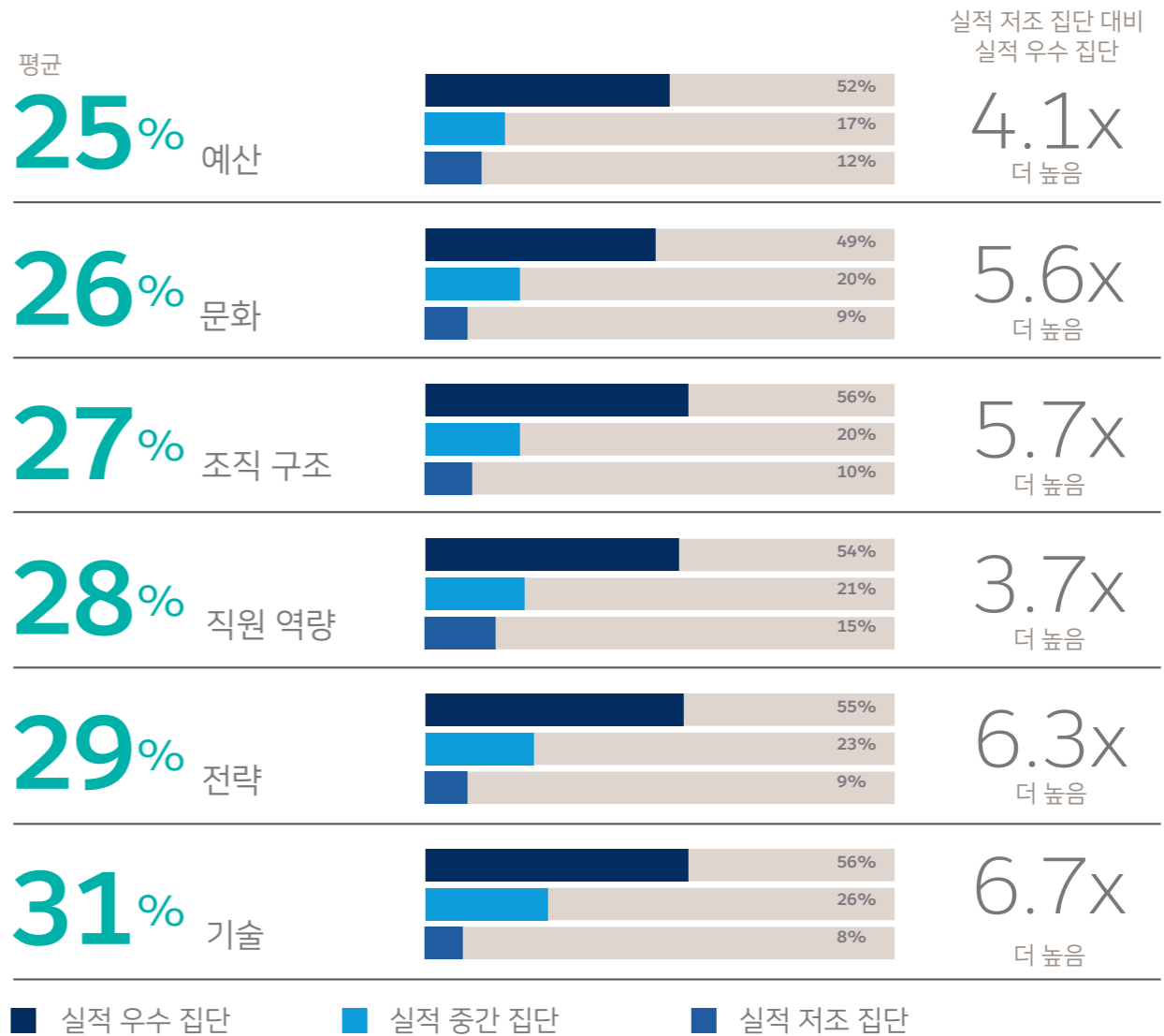
그리고 다수의 책임자가 달라진 상황을 핵심 비즈니스 우선순위에 반영할 준비가 제대로 되어 있지 않다고 인정합니다. 예를 들어 달라진 상황에 맞게 팀 문화를 완벽하게 조정할 수 있다고 답한 영업 책임자는 26%뿐이었고, 직원의 역량을 완벽하게 보완할 수 있다고 답한 책임자도 28%에 불과했습니다.

그러나 대부분의 우수 실적 집단은 특히 기술과 판매 전략 측면에서 문제를 사전에 해결하기에 훨씬 유리한 조건을 갖추고 있다고 여기고 있습니다.

77% 의 영업 책임자는 2019년 이후로 디지털 전환이 빨라졌다고 답했습니다.

영업 책임자들의 기업 니즈에 대한 재평가

달라진 상황에 맞게 다음 사항을 완벽하게 보완할 수 있다고 답한 영업 책임자*



* 영업 책임자의 역량 수준에 관한 자세한 내용은 37페이지를 참조하십시오.

03

영업책임자 - 회복과 성장의 주축

영업 책임자는 가급적이면 팀의 기반을 대대적으로 쇠신하는 방법 대신, 새로운 또는 달라진 직무에 맞게 직원의 기술적 역량을 강화하는 방법으로 새로운 인력 문제를 해결합니다.

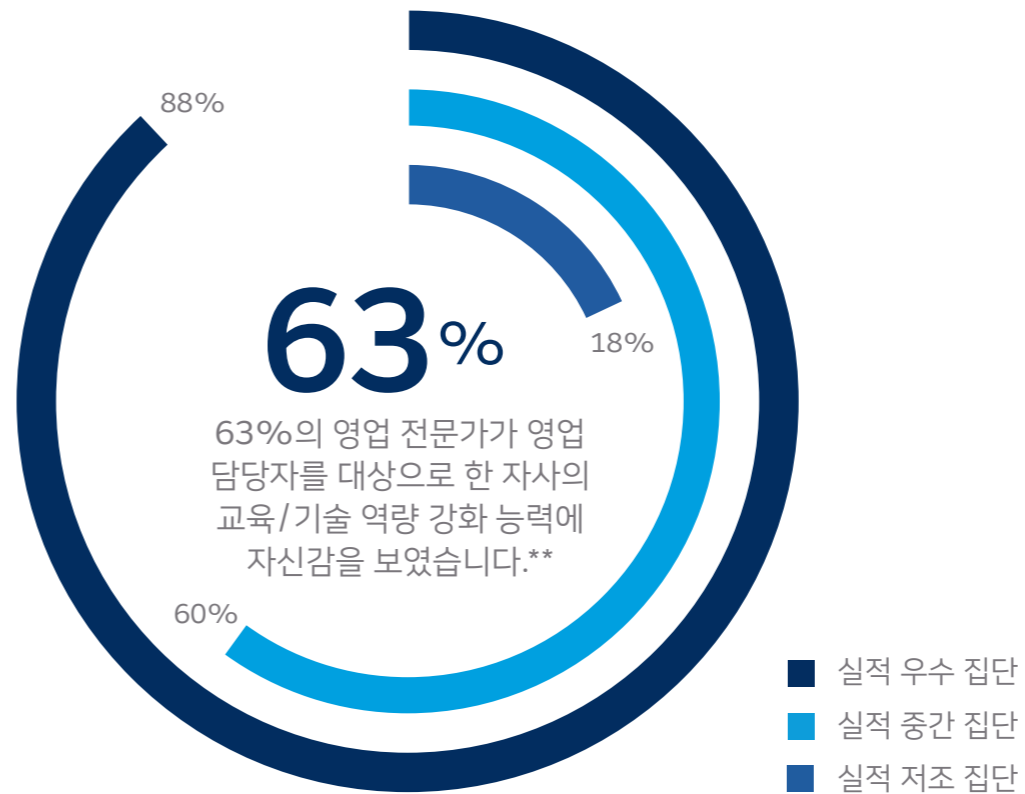
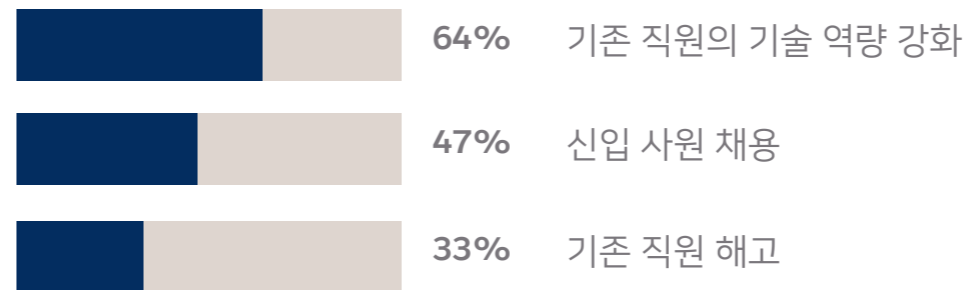
예상대로 이러한 현상은 실적 우수 집단 사이에서 특히 두드러지며, 다른 집단과도 큰 차이를 보입니다. 교육 능력에 자신감을 드러낸 실적 우수 집단은 실적 저조 집단보다 4.8배 더 많았습니다.

외판이 여의치 않게 되자 외근직 영업 팀은 기술 역량을 강화하는 데 주력하고 있습니다. 70%의 기업은 외근직 영업 담당자가 새로운 기술과 고객 소통 방식을 숙지한 채 자택에서 영업할 수 있도록 재교육하고 있습니다.



영업 책임자들의 기업 니즈에 대한 재평가

인적 문제 해결 방안*



* 기준: 영업 책임자

** '전적으로 신뢰' 또는 '매우 신뢰'라고 답한 응답자 비율

03

영업책임자 - 회복과 성장의 주축

기술적 역량 강화 외에도 영업 책임자는 영업 팀을 성공으로 이끄는 데 다른 많은 도구를 사용할 수 있습니다.

항상 그렇듯 최우선 과제는 고객에게 맞추는 것입니다. 고객이 구매에 좀 더 신중해지면서 지금까지 적용되었던 엄격한 거래 조건을 수정해야 합니다. 영업 책임자들은 향후 12개월간의 성공에 가장 필수적인 요건으로 유연성을 지목했습니다.

정보에 입각한 의사 결정의 핵심인 고품질 데이터의 접근성도 중요한 요소로 손꼽혔습니다.

다행히, 비즈니스 성장을 이끄는 전술에 대해서는 영업 책임자와 현장 영업 직원의 생각이 어느 정도 일치했습니다.*

* 직책별 영업 관계자들이 선정한 성공 전술 순위는 38페이지를 참조하십시오.

성공으로 가는 길 - 유연성과 데이터 포인트

영업 책임자들이 향후 1년간 영업 성공을 위한 필수적인 항목으로 지목한 5가지 전술

- 1 고객 응대 시 유연성 개선
- 2 데이터 품질 및 접근성 개선
- 3 판매 프로세스 간소화
- 4 맞춤형 영업
- 5 부서 간의 협업 구조 개선





미래 전망: 각 산업의 성장 경로

영업 책임자가 해결해야 할 고객의 페인포인트는 산업마다 다릅니다. 그렇다면 각 산업의 영업 팀은 조직의 성장을 어떻게 이끌고 있을까요? 많은 영업 책임자는 소비자 직판 같은 새로운 판로를 개척하여 지리적 입지를 넓히는 방안을 고려하고 있습니다.

산업 및 국가별로 분류된 구체적인 데이터를 보려면 salesforce.com/stateofsales/tableau로 이동하십시오.

각 산업의 영업 책임자들이 지목한 성장 가능 영역

향후 12개월간 기업의 성장을 촉진할 3대 방안*



자동차

- 1 새로운 지역에 진출
- 2 새로운 업종으로 확장
- 3 제품 포장 변경



소비재

- 1 판로 확대
- 2 새로운 지역에 진출
- 3 새로운 업종으로 확장



금융 서비스

- 1 충성 고객 확보
- 2 판로 확대
- +
 - 2 새로운 업종으로 확장



의료, 생명 과학
및 생명 공학

- 1 판로 확대
- 2 새로운 업종으로 확장
- 3 제품 포장 변경



제조

- 1 새로운 지역에 진출
- 2 판로 확대
- 3 새 로고 확보



미디어, 엔터테인먼트
및 커뮤니케이션

- 1 새로운 지역에 진출
- 2 새로운 업종으로 확장
- 3 충성 고객 확보



전문 비즈니스 서비스

- 1 판로 확대
- 2 새로운 지역에 진출
- +
 - 2 제품 포장 변경



소매

- 1 판로 확대
- 2 충성 고객 확보
- 3 새로운 지역에 진출



기술

- 1 새로운 지역에 진출
- 2 충성 고객 확보
- 3 판로 확대



운송 및接客

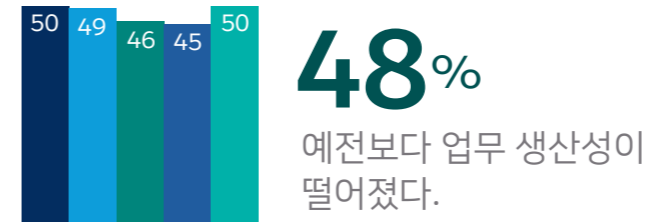
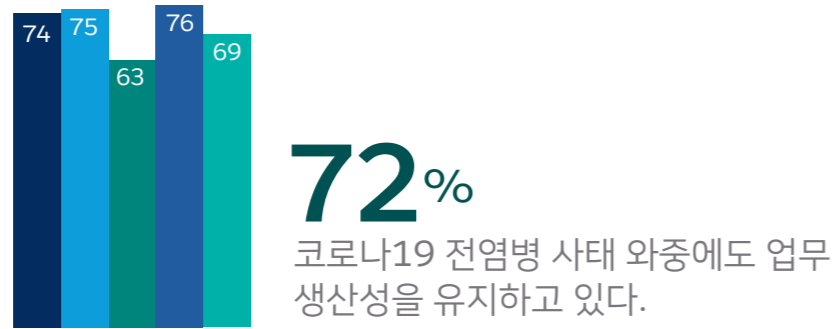
- 1 충성 고객 확보
- 2 새로운 지역에 진출
- 3 판로 확대

* 전술이 '매우 중요'하다고 답한 비율을 기준으로 한 순위입니다. 기준: 영업 리더십

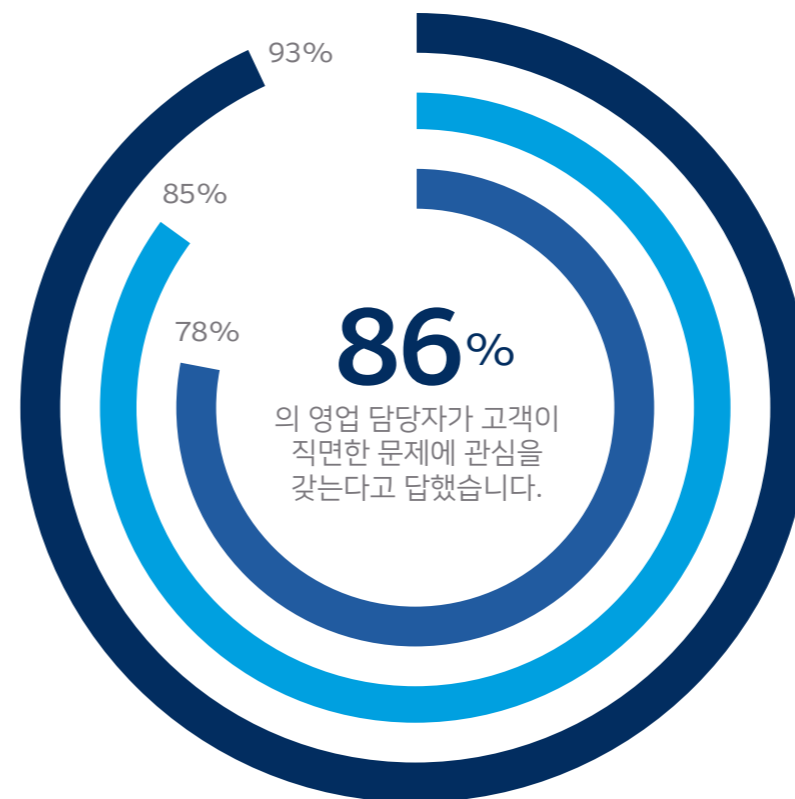
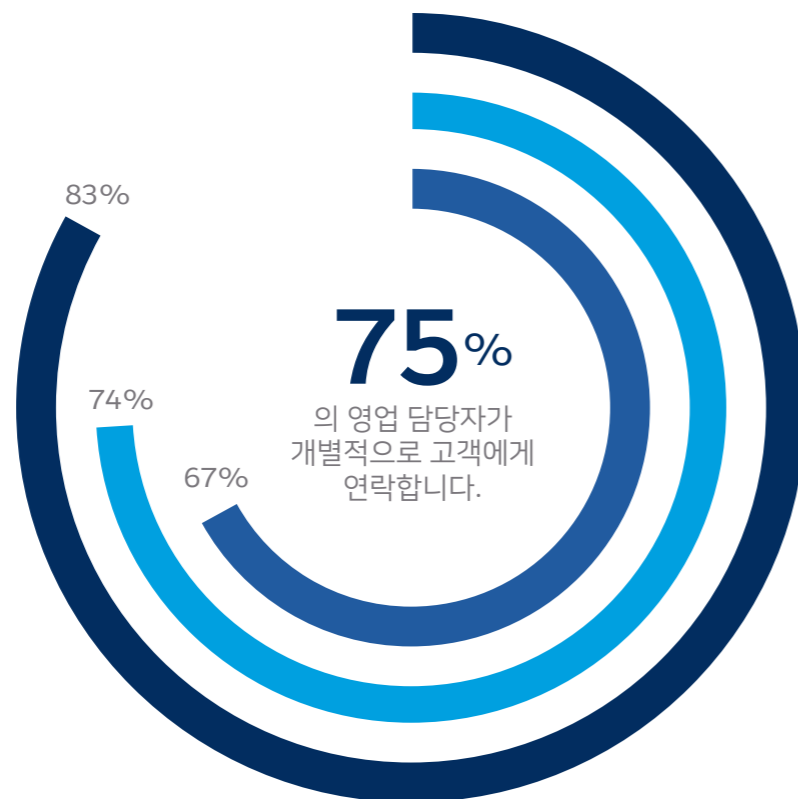
APPENDIX



다음 사항에 동의한다고 답한 영업 전문가



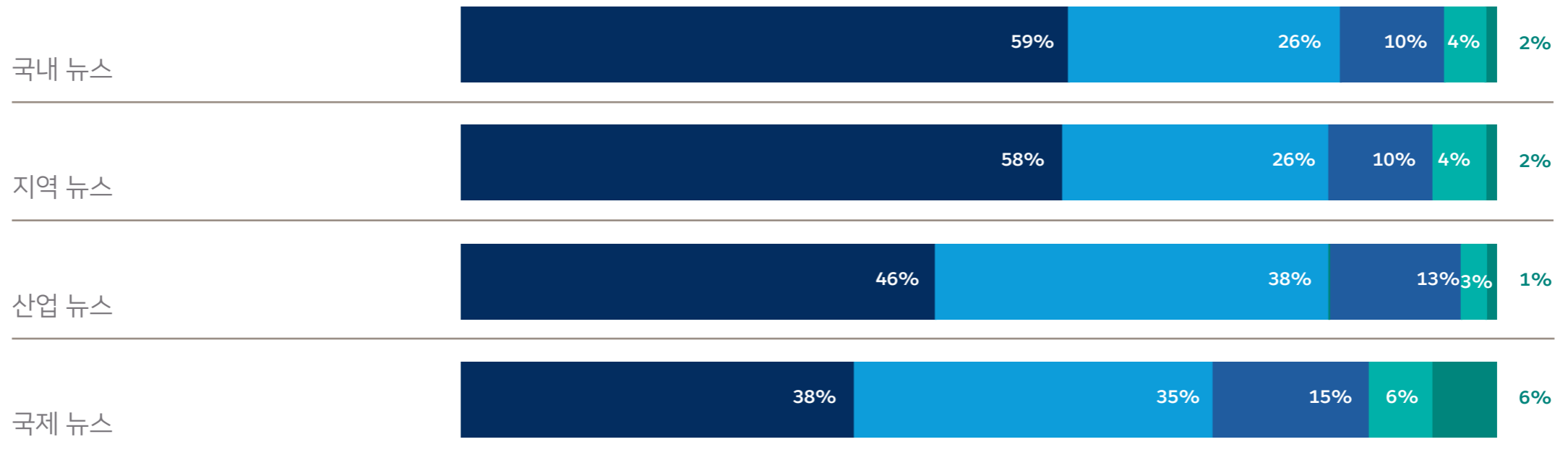
■ 영업 책임자
 ■ 내근직 영업 담당자
 ■ 외근직 영업 담당자
 ■ 영업 관리팀
 ■ 영업 지원팀



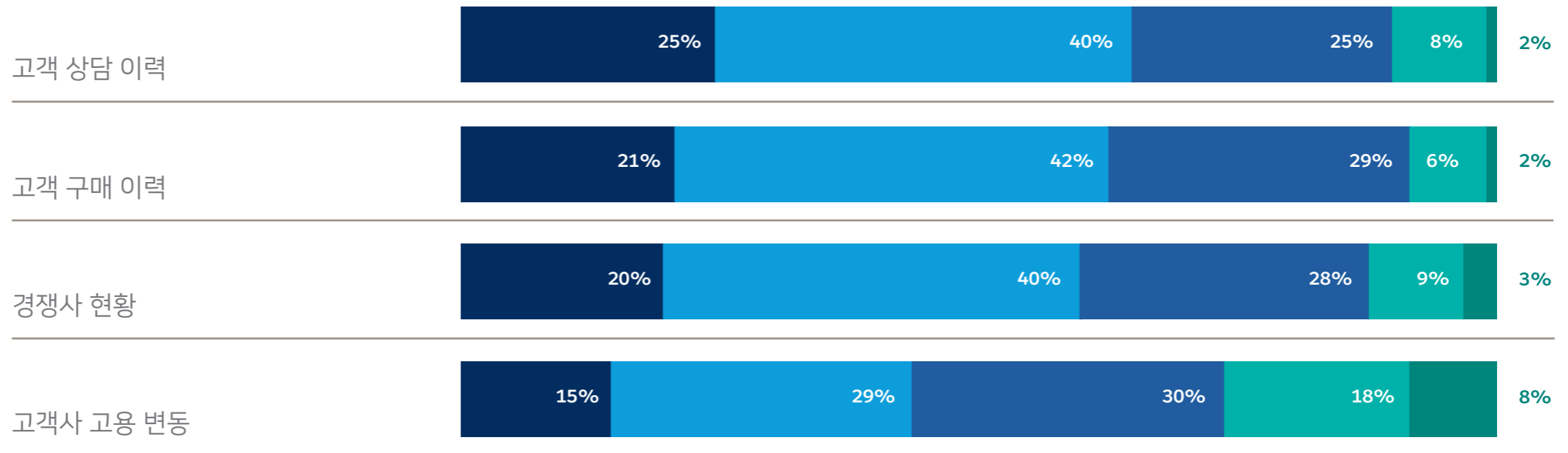
■ 실적 우수 집단
■ 실적 중간 집단
■실적 저조 집단

영업 담당자가 판매량을 예측하기 위해 다음 출처의 정보를 모니터링하는 빈도

뉴스



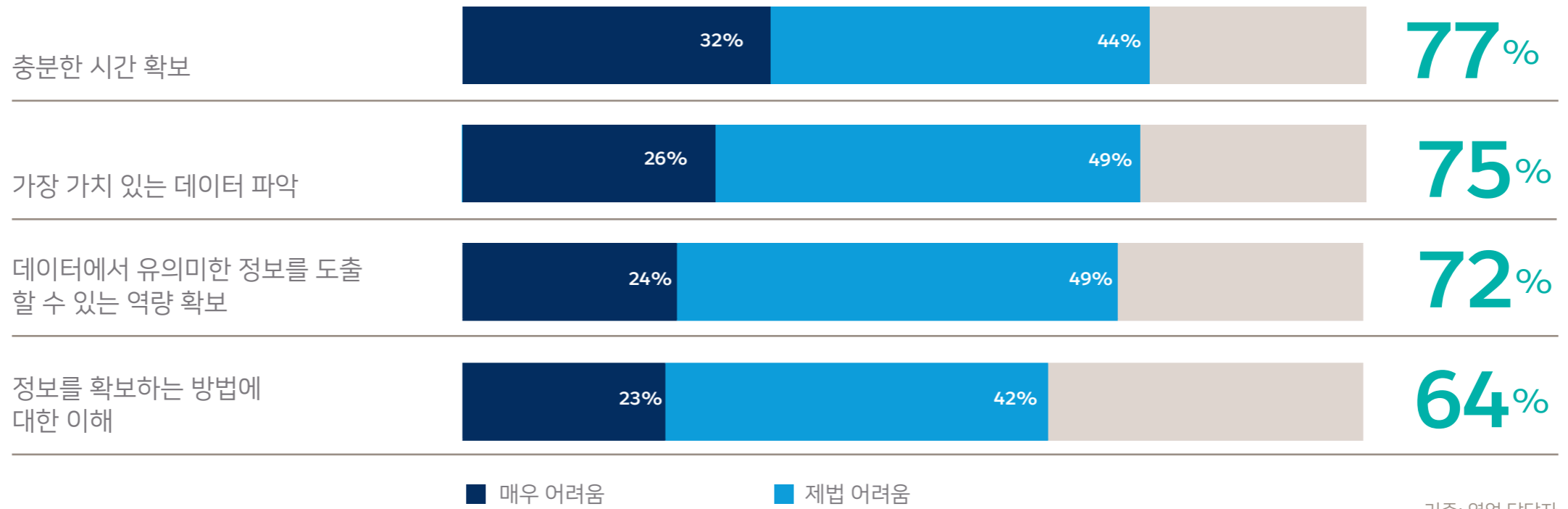
인사이트



■ 하루에 1회 이상
 ■ 일주일에 1회 이상
 ■ 한 달에 1회 이상
 ■ 한 달에 1회 미만
 ■ 전혀 안 함

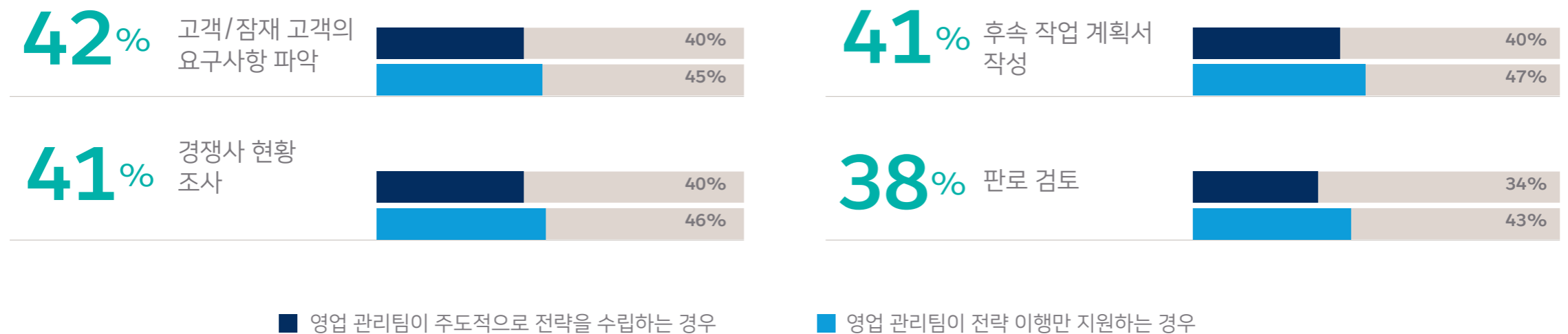
영업 담당자가 고객 인사이트를 확보하는 과정에서 겪는 어려움의 정도

상당 부분 개선

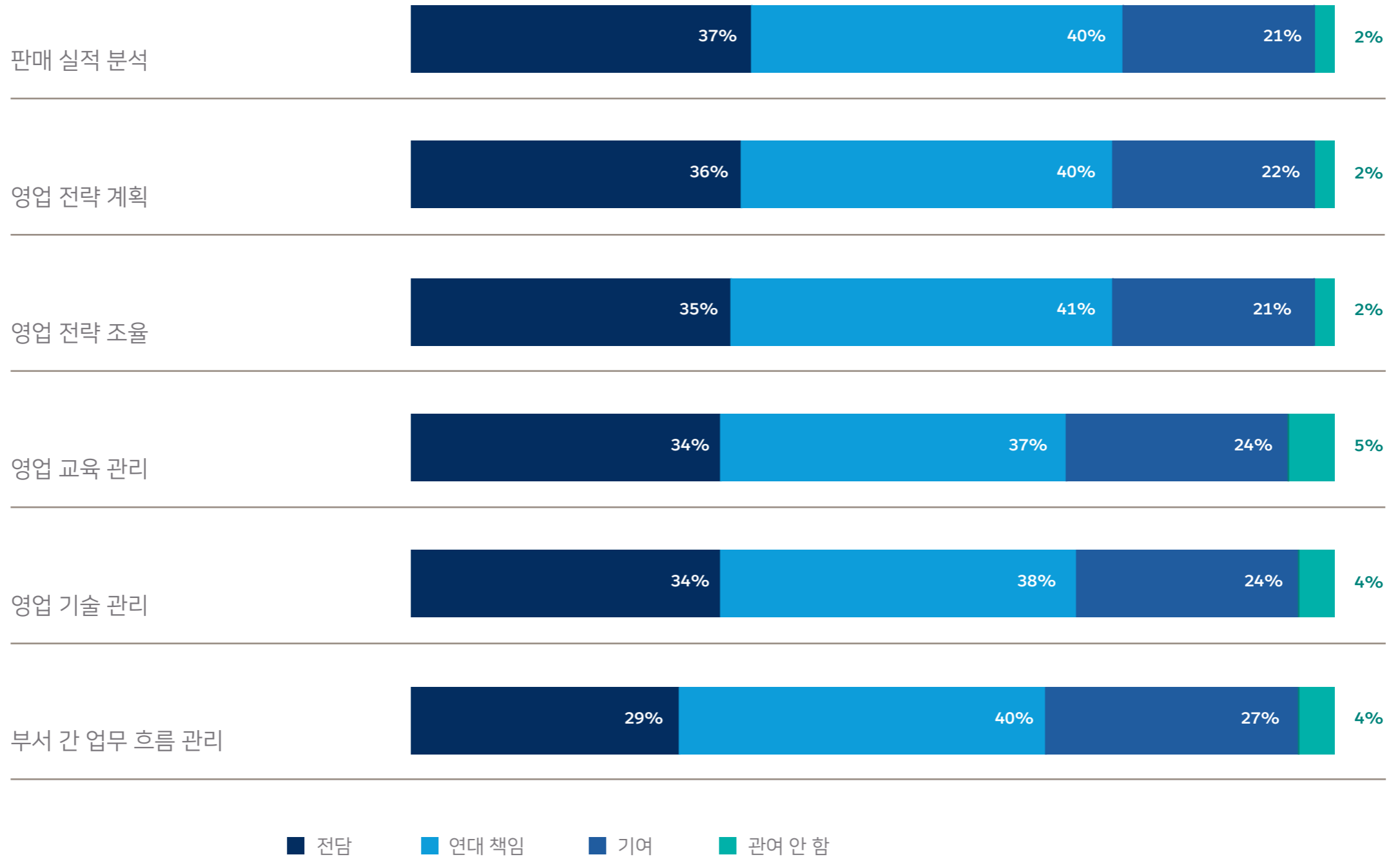


기준: 영업 담당자

다음 작업에 시간을 많이 낭비하고 있다고 답한 영업 담당자

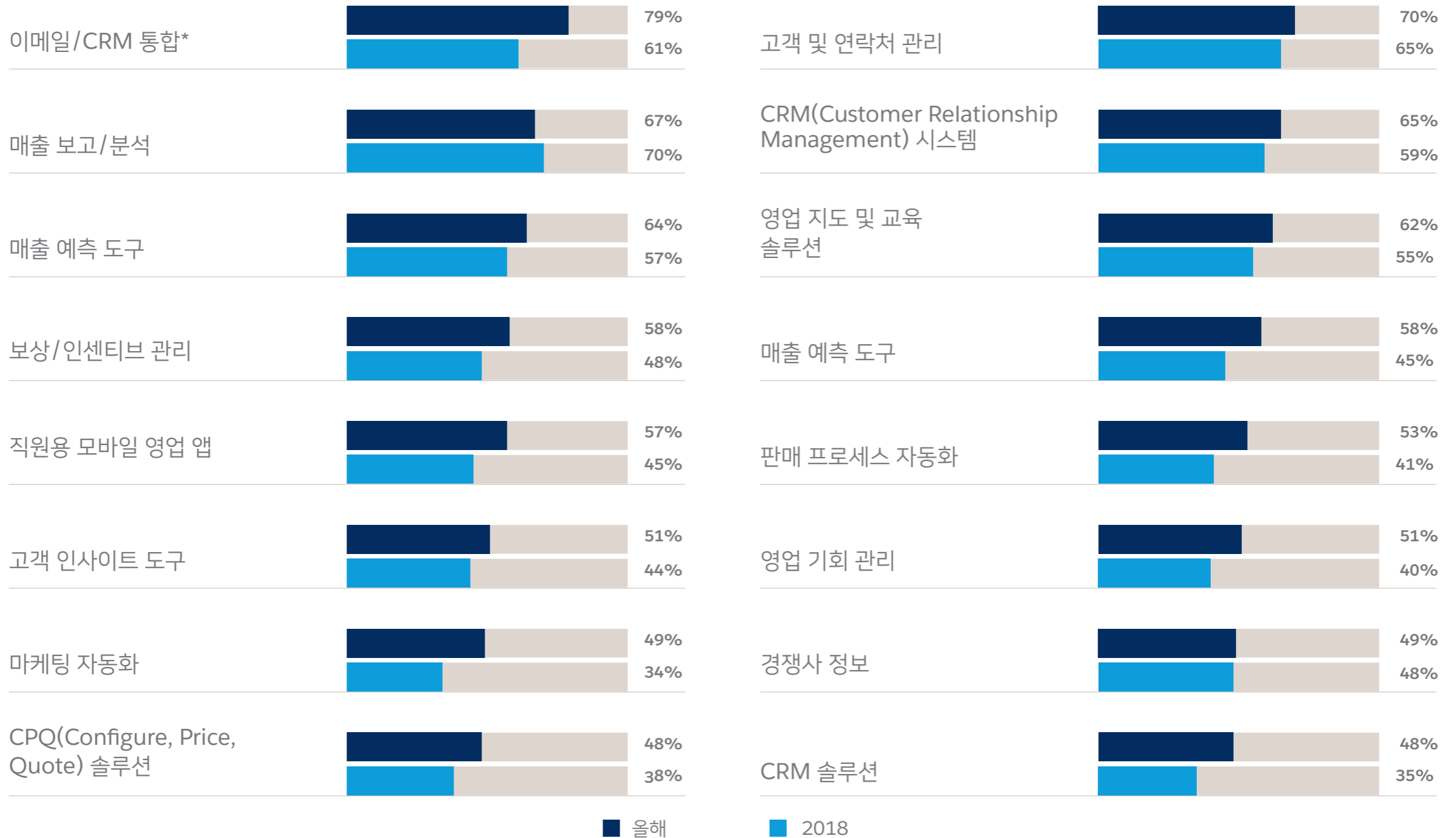


다음 사항에 영업 관리팀이 관여하는 정도



기준: 영업 관리팀을 둔 기업

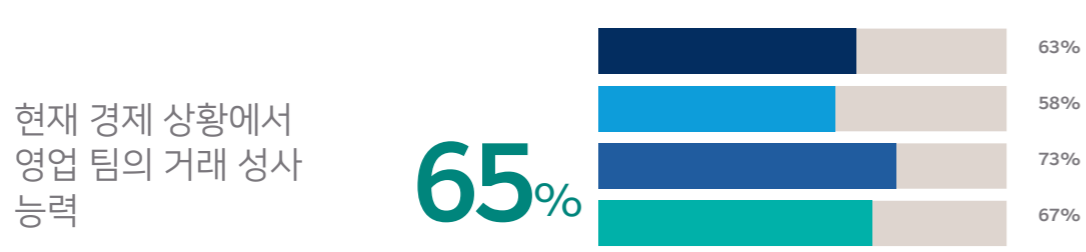
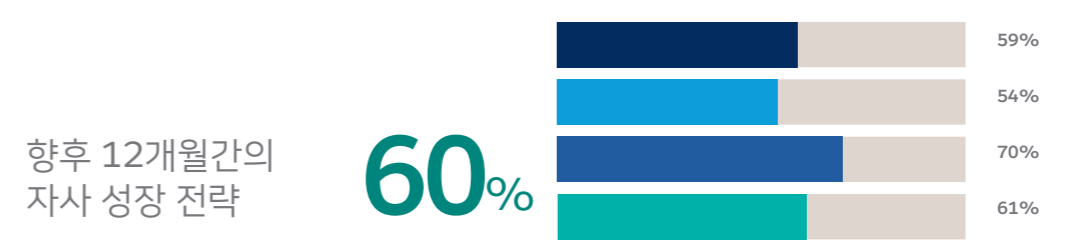
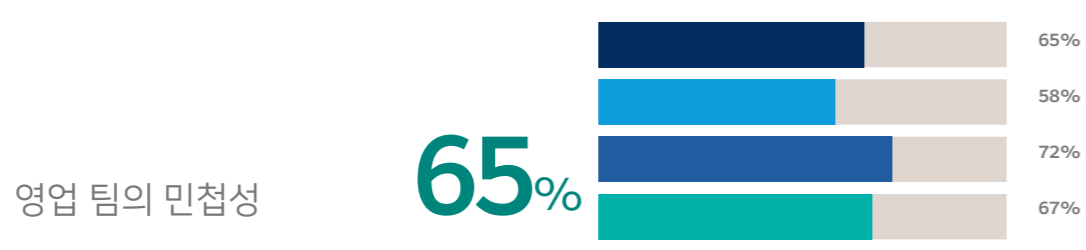
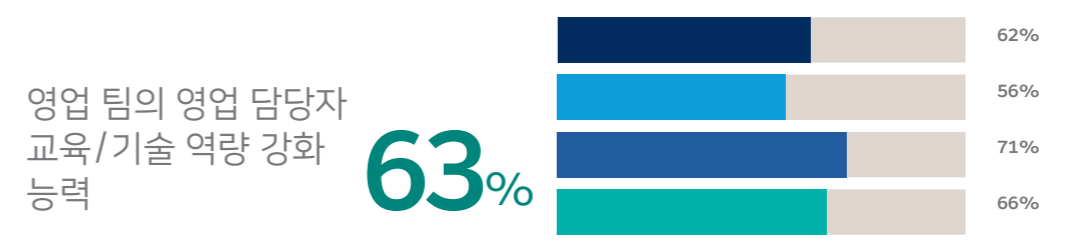
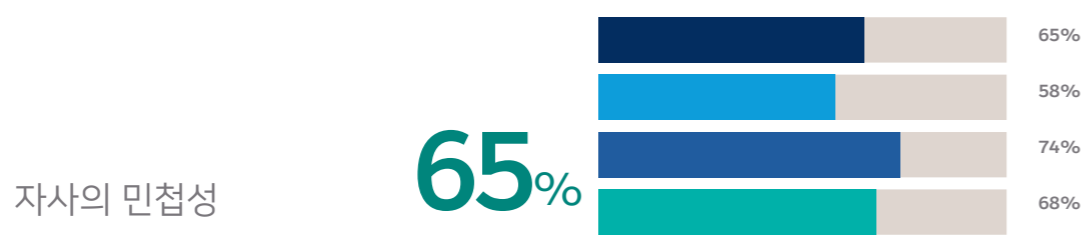
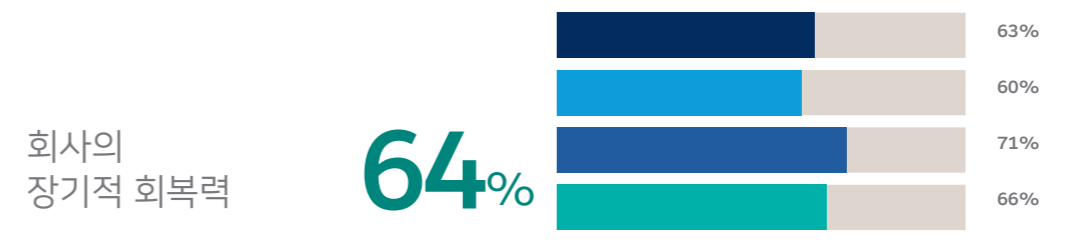
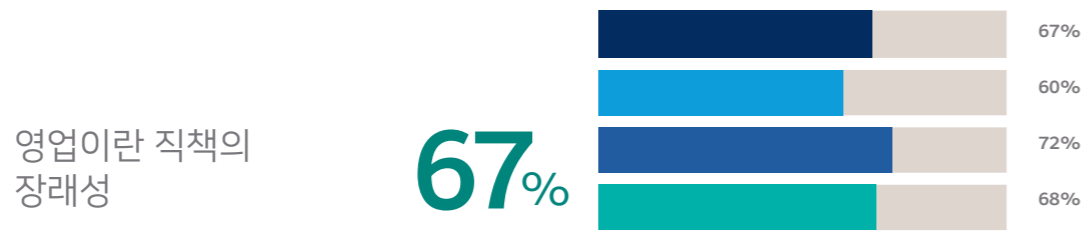
영업 팀이 사용 중인 도구



기준: 영업 관리 및 영업 책임자 올해 데이터와 기준을 맞추기 위해 2018년의 '영업 책임자' 범주에서 최고 경영진을 제외했습니다.

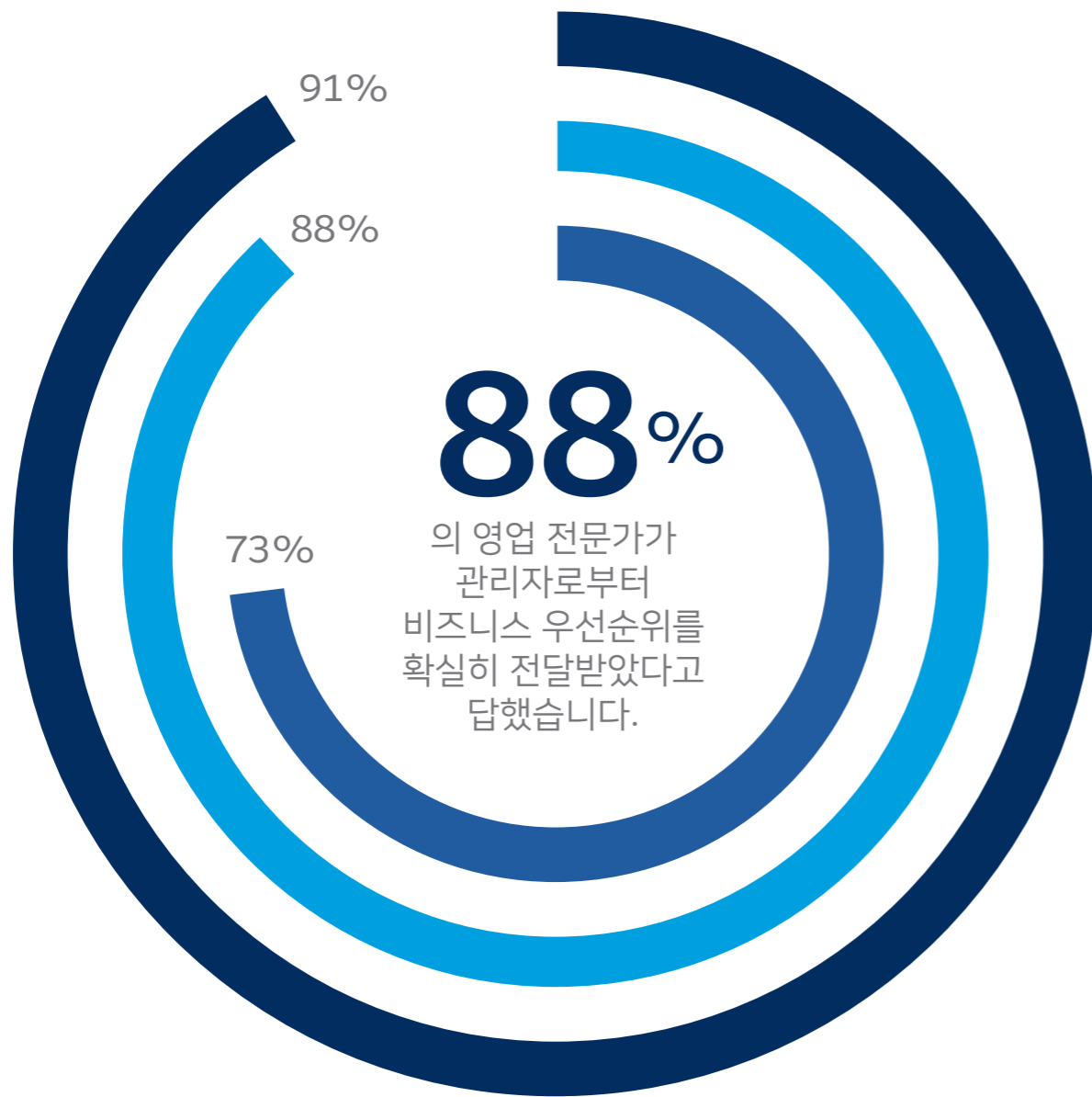
* 기준: CRM을 사용하는 기업의 영업 관리 및 영업 책임자

다음 사항에 자신감을 보인 영업 전문가

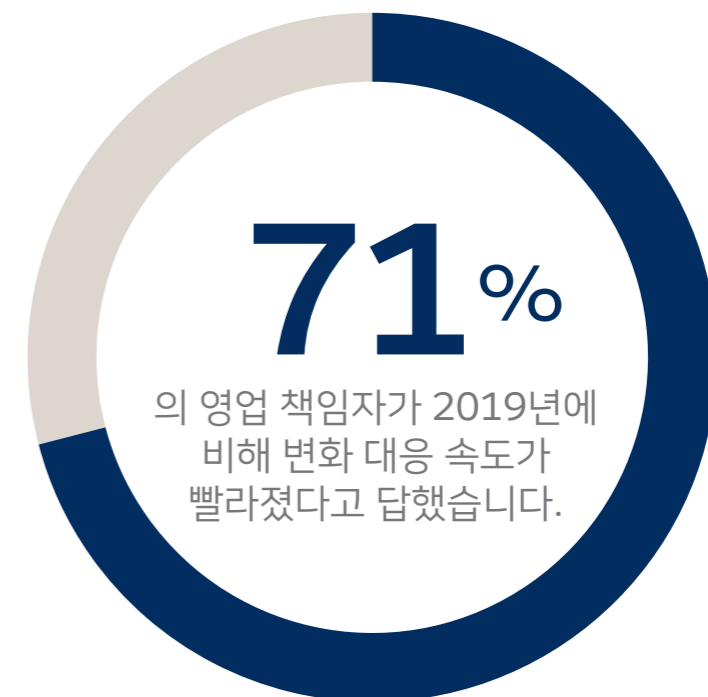


■ 영업 책임자 ■ 담당자 ■ 영업 관리팀 ■ 영업 지원팀

'전적으로 신뢰' 또는 '매우 신뢰'라고 답한 응답자 비율



■ 실적 우수 집단 ■ 실적 중간 집단 ■ 실적 저조 집단



AI를 사용하는 영업 팀의 2019년 이후 인원 변화

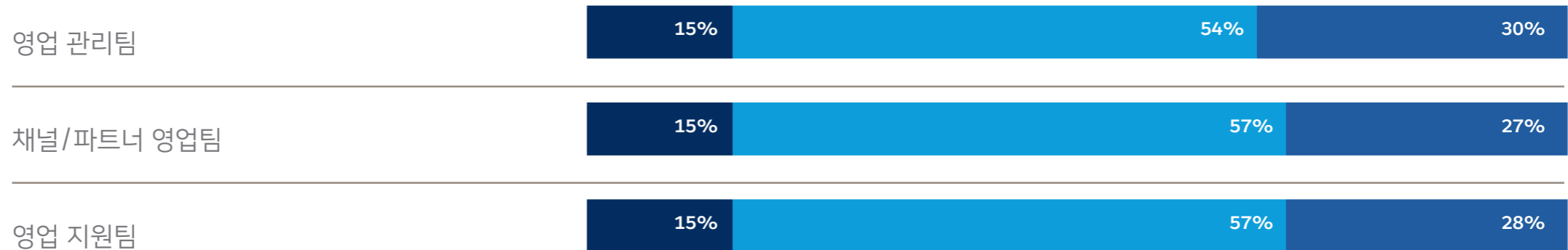
AI 사용



조만간 AI를 도입할 계획



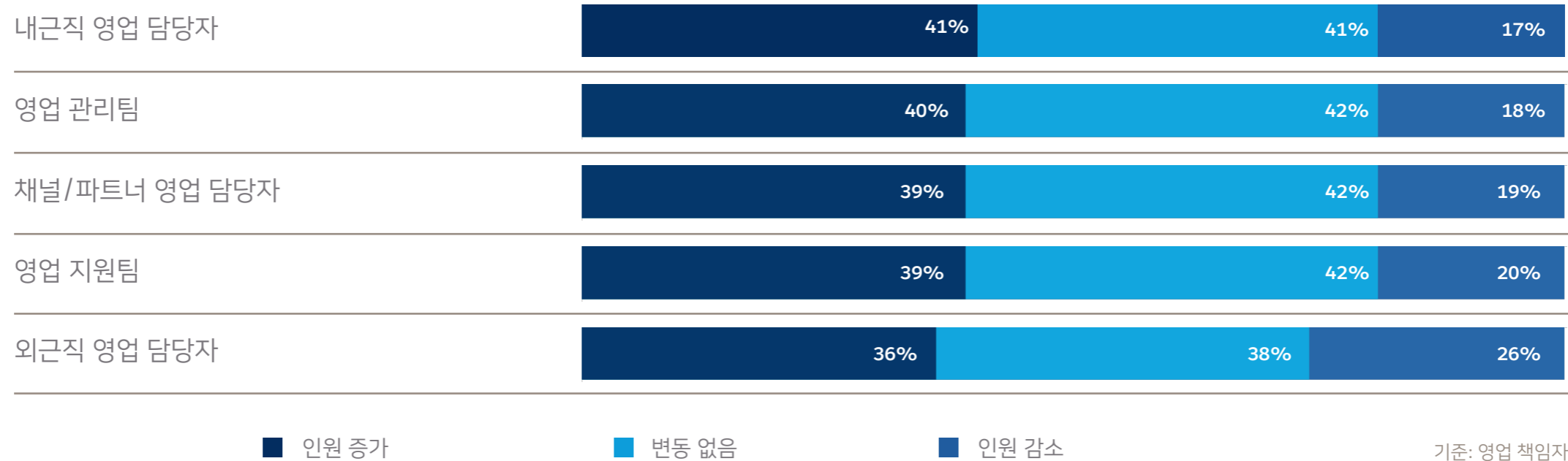
당분간 AI를 도입할 계획 없음



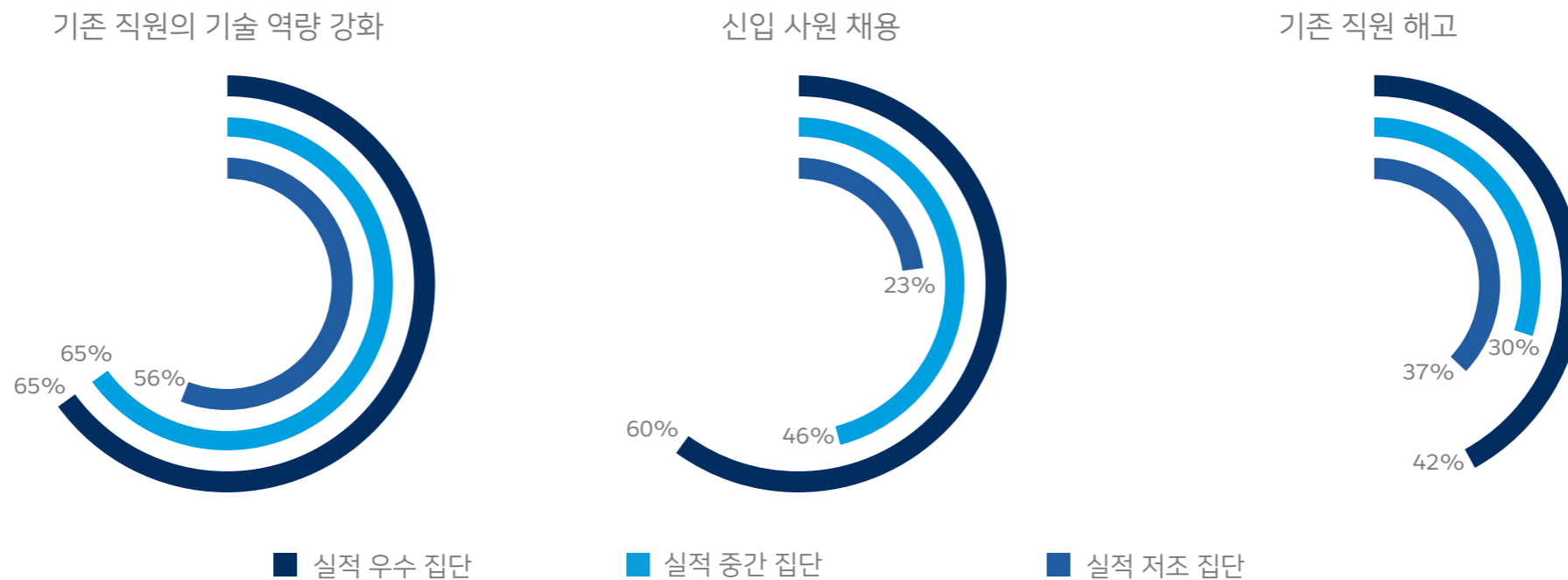
■ 인원 증가 ■ 변화 없음 ■ 인원 감소

기준: 영업 관리팀, 채널/파트너 영업팀, 영업 지원팀을 둔 기업의 영업 책임자

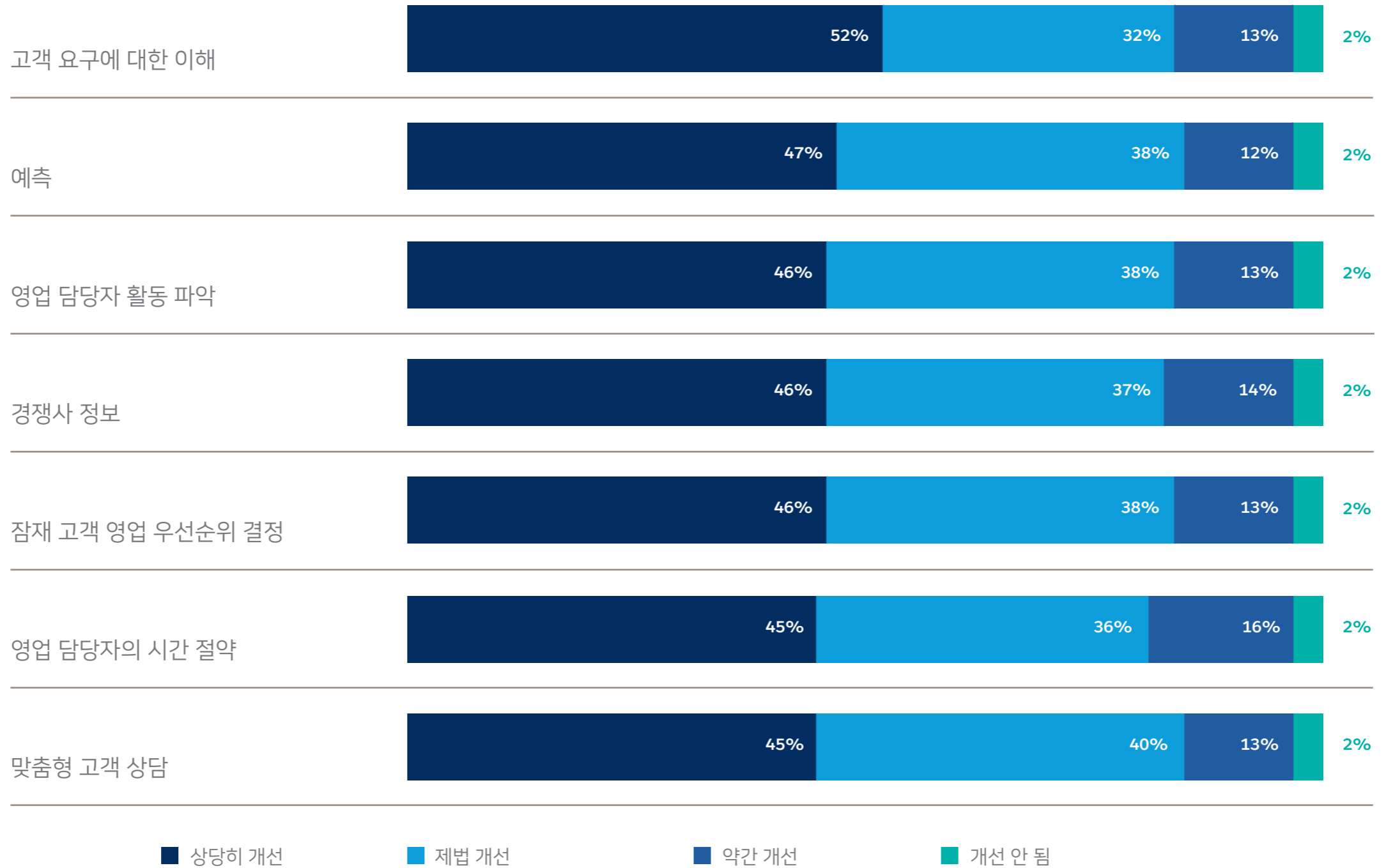
각 영업 관계자의 2019년 이후 인원 변화



다음 방식으로 인력을 조정하겠다고 답한 영업 책임자

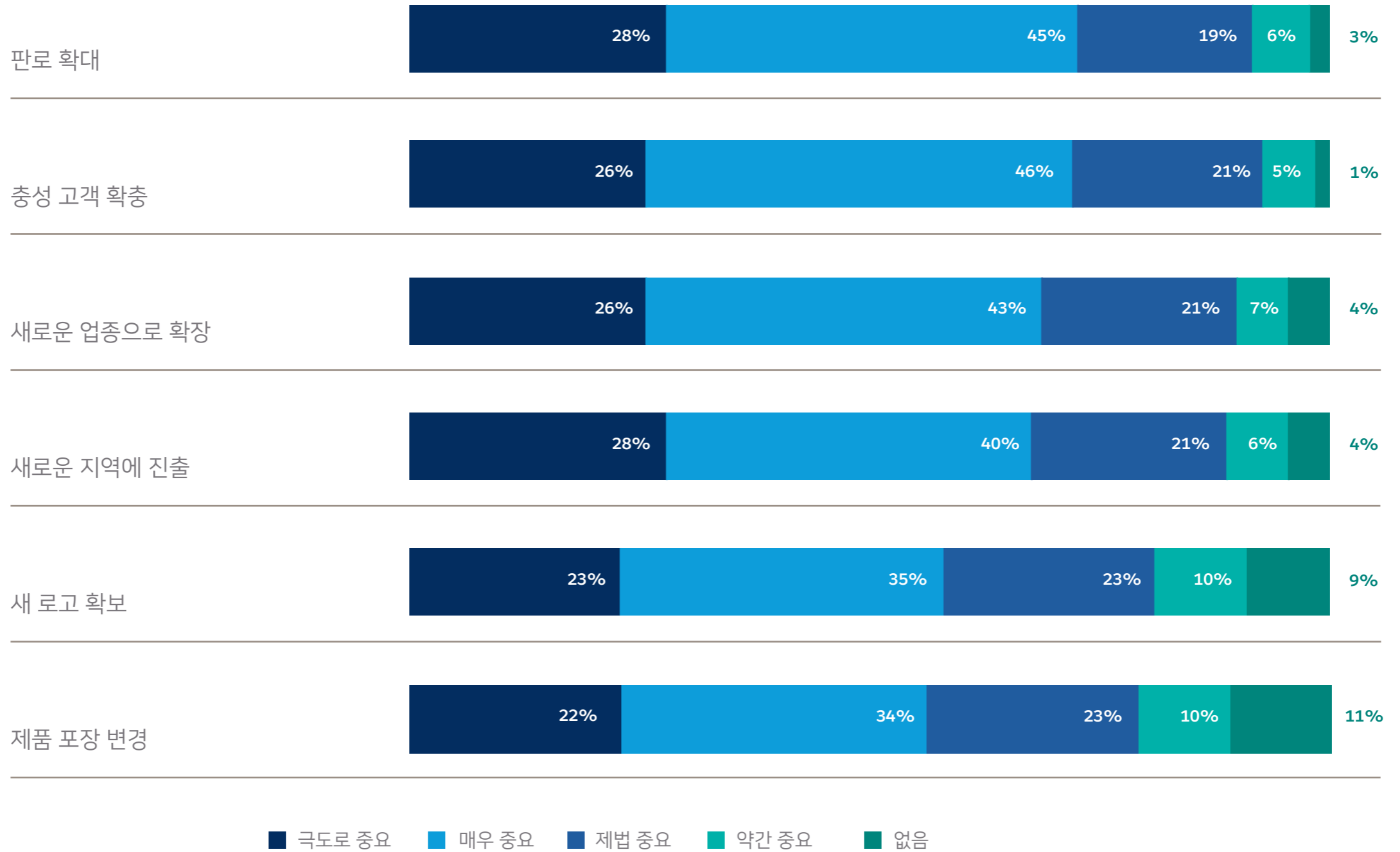


인공 지능 도입으로 다음 사항이 개선되는 정도



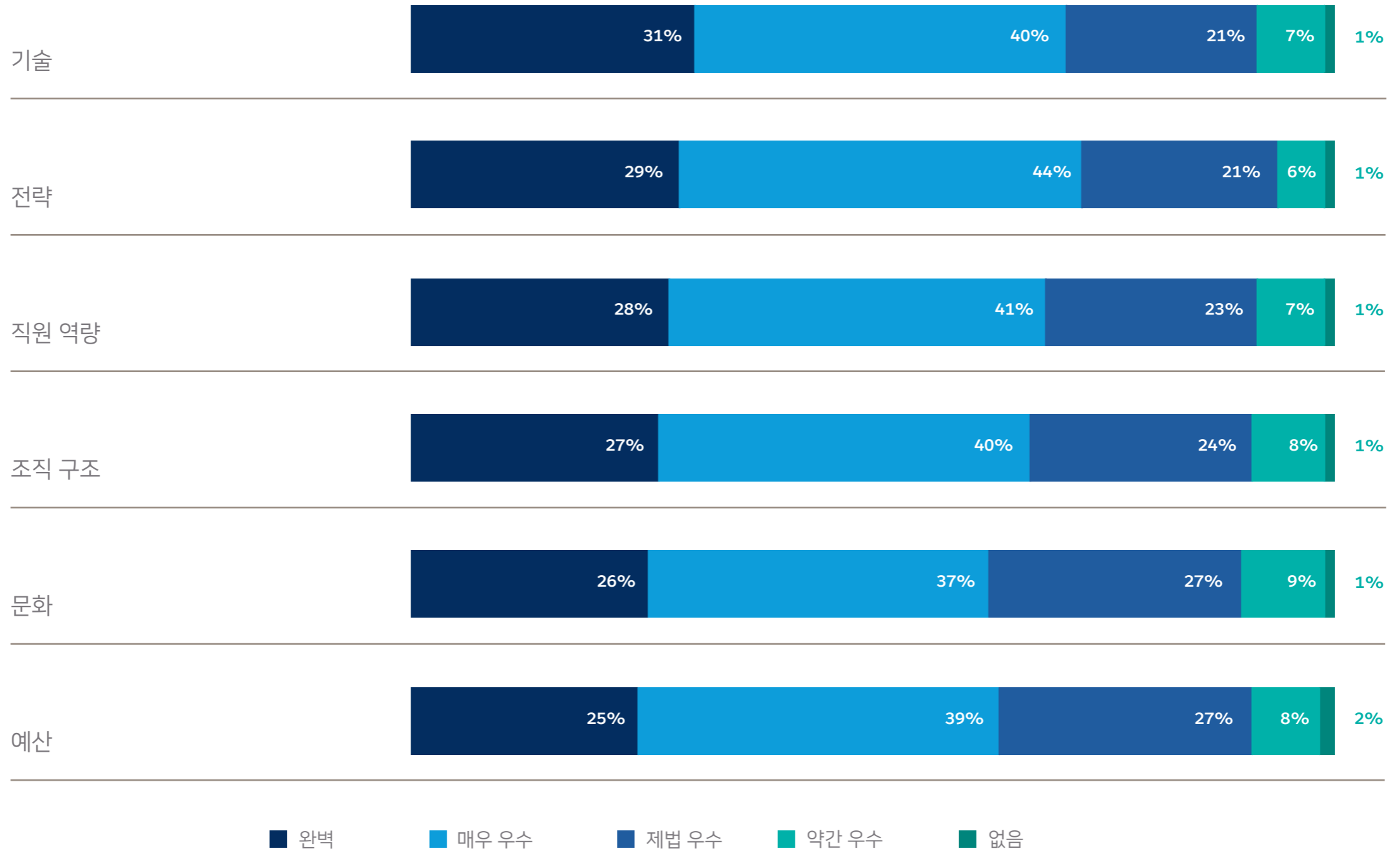
기준: AI를 사용하는 기업의 영업 관리 및 영업 책임자

다음 사항이 향후 12개월간 자사의 성장 전략에서 차지하는 비중



기준: 영업 책임자

영업 팀이 달라진 상황에 맞게 다음 사항을 보완할 수 있는 능력



기준: 영업 책임자

향후 12개월간의 성공에 가장 큰 영향을 미치는 영업 팀의 전술

	영업 책임자	외근직 영업 담당자	내근직 영업 담당자	영업 관리팀
1	고객 응대 시 유연성 개선	고객 응대 시 유연성 개선	고객 응대 시 유연성 개선	고객 응대 시 유연성 개선
2	데이터 품질 및 접근성 개선	맞춤형 영업	데이터 품질 및 접근성 개선	데이터 품질 및 접근성 개선
3	판매 프로세스 간소화	판매 프로세스 간소화	맞춤형 영업	맞춤형 영업
4	맞춤형 영업	부서 간의 협업 구조 개선	판매 프로세스 간소화	판매 프로세스 간소화
5	부서 간의 협업 구조 개선	데이터 품질 및 접근성 개선	부서 간의 협업 구조 개선	부서 간의 협업 구조 개선
6	KPI 개선	KPI 개선	KPI 개선	KPI 개선
7	영업 인력 교육 방식 보완	영업 인력 교육 방식 보완	영업 인력 교육 방식 보완	영업 인력 교육 방식 보완
8	잠재 고객 영업 우선순위 결정 기준 보완	잠재 고객 영업 우선순위 결정 기준 보완	잠재 고객 영업 우선순위 결정 기준 보완	잠재 고객 영업 우선순위 결정 기준 보완
9	영업 구역 수정	영업 화법 보완	영업 화법 보완	영업 구역 수정
10	영업 화법 보완	영업 구역 수정	영업 구역 수정	잠재 고객 영업 우선순위 결정 기준 보완

설문조사 인구 통계



설문조사 인구 통계

산업

건축, 엔지니어링 및 건설.....	3%
자동차	4%
통신.....	2%
소비재	9%
에너지 및 공익사업	3%
금융 서비스.....	7%
의료.....	4%
접객.....	2%
생명 과학 및 생명 공학.....	2%
제조.....	16%
미디어 및 엔터테인먼트.....	2%
전문 서비스 및 비즈니스 서비스	11%
소매.....	17%
기술.....	12%
운송 및 관광.....	4%
기타.....	2%

회사 유형

B2B(Business-to-Business)	65%
B2B2C(Business-to-Business-to-Consumer)	35%

영업 부문 직책

영업 책임자/총책.....	11%
영업 관리자 또는 영업 담당 임원	26%
영업 담당자(내근직).....	13%
영업 담당자(외근직).....	13%
영업 지원팀.....	15%
영업 관리팀.....	22%

기업 규모

소기업(직원 수: 21~100명)	16%
중견기업(직원 수: 101~3,500명)	56%
대기업(직원 수: 3,501명 이상)	28%

세대

베이비 붐 세대	12%
X 세대	43%
밀레니얼 세대	44%
Z 세대.....	1%

지역

유럽, 중동, 아프리카	53%
아시아 태평양	34%
북미.....	13%

국가

호주/뉴질랜드	5%
벨기에	5%
캐나다	5%
프랑스	5%
독일.....	5%
홍콩.....	3%
인도.....	5%
이탈리아.....	5%
일본.....	5%
네덜란드.....	5%
노르웨이.....	3%
필리핀	3%
폴란드	5%
싱가포르.....	3%
북아프리카	4%
한국.....	5%
스페인	6%
스위스	4%
대만.....	3%
아랍 에미리트 연합국.....	1%
영국.....	5%
미국.....	8%

더 많은 영업 팁과 지식을 원하십니까?



국가별 분류

국가별 'State of Sales' 데이터 분류

[상세 정보 >](#)



산업별 분류

산업별 'State of Sales' 데이터 분류

[상세 정보 >](#)

영업 리소스 센터



영업 리소스 센터

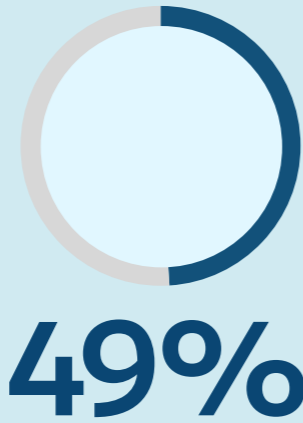
성장 추세 및 영업 Trailblazer
커뮤니티 상세 정보

[상세 정보 >](#)

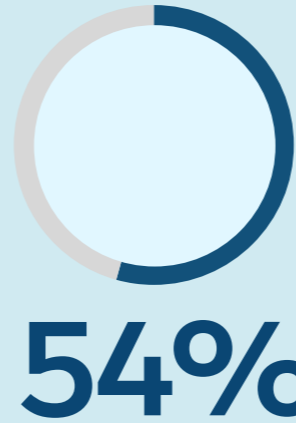
한국의 영업 현황



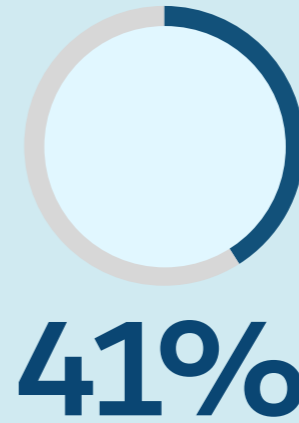
최근 경기 동향의 여파에 대한 한국 영업 사원의 의견



의 영업 사원은 자신의 새로운 업무에 대한 책임을 맡게 되었다고 답했습니다.



의 영업 사원은 성공 지표가 달라졌다고 답했습니다.



의 영업 사원은 자신의 역할이 계속 달라질 것으로 예상했습니다.



의 한국 영업 사원은 2019년 이후 영업 기술 요건이 크게 달라졌다고 답했습니다
(참고: 전 세계 통계는 74%).



의 한국 영업 책임자/영업 관리 전문가는 2019년 이후로 디지털 혁신이 가속화되었다고 답했습니다
(참고: 전 세계 통계는 79%).



73% 의 한국 영업 사원은 영업 관리팀의 전략이 강화되고 있으며 영업 관리팀이 다음과 같은 사안에 중대한 역할을 한다고 답했습니다.

[기준: 영업 관리팀을 둔 기업]



91%
비즈니스 성장



93%
비즈니스 연속성

한국 영업 직원들은 최근 경기 동향의 여파로 인해 신뢰를 쌓는 일이 더욱 중요해졌다고 답했습니다.

88%

판매 전

82%

판매 후



다음과 같은 능력에 대해 낙관한다고 답한 한국 영업 직원



43%

영업 팀의 거래 성사 능력



40%

영업 팀의 민첩성



42%

회사의 장기적 회복력

영업 직원들이 향후 12개월간의 성공에 가장 큰 영향을 미칠 것으로 예상한 전략

#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10
고객 응대 시 유연성 개선	맞춤형 영업	데이터 품질 및 접근성 개선	부서 간의 협업 구조 개선	판매 프로세스 간소화	잠재 고객 영업 우선순위 결정 기준 보완	영업 화법 보완	KPI 개선	영업 지역 수정	영업 인력 교육 방식 보완

