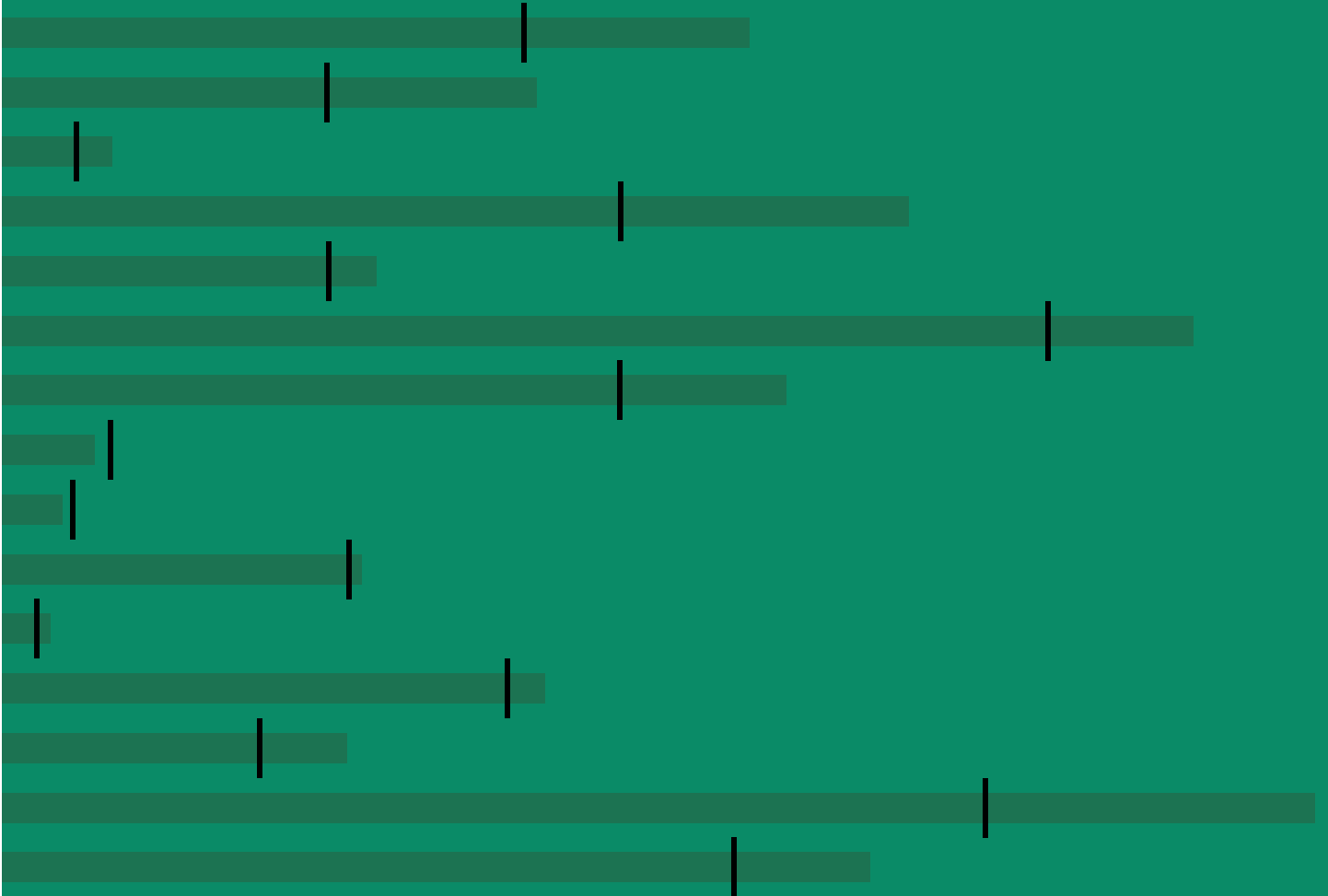




데이터를 활용하여 영업 지원팀의 혁신 주도하기



영업 지원팀을 혁신하고자 하십니까? 실행 가능하면서도 실시간 또는 거의 실시간으로 결정을 내려야 하는 인사이트가 있습니까? 데이터 기반 인사이트를 사용해 팀원들을 이끌어 더 큰 성공을 거둘 수 있게 만드는 고급 분석 분야의 챔피언이십니까? 데이터 분석이 조직의 중심에 자리잡을수록 경쟁력이 강화된다는 이해가 확산되면서 오늘날 영업 지원팀은 전략적 관점에서 매우 중요한 역할을 수행하고 있습니다.

세상에는 엄청나게 많은 데이터가 있으며, 실제로 대략 250경 바이트의 데이터가 매일 생성되고 있습니다(출처: IBM). 영업팀은 일반적으로 데이터를 수용 및 적용하기를 지체하지만, 성공적인 영업팀들은 영업 데이터 혁명에 보조를 맞추고 있습니다. 다른 사업부도 분석 시류에 편승하고 있으며, 규모와 관계없이 모든 기업의 우선순위 그리고 투자라는 측면에서 분석을 최우선 과제로 삼고 있습니다.

영업 지원팀에게 있어 현대적인 영업 조직으로 성장하기 위해 고급 데이터 분석을 활용하는 것은 분명한 기회이며, 동시에 필수적인 비즈니스 과제입니다. 이 백서에서는 영업 부문에서 중요한 차별화를 이루어내며 새로운 관점을 지원하는 3가지 관행을 소개합니다.

목차

관행 1: 새로운 영업 시대에 적합한 분석 기술 선택	3
관행 2: 사후 대처식 데이터 분석에서 계획적 데이터 분석으로 전환	3
관행 3: 최고의 실적과 성공을 거두기 위한 고급 분석 적용	5
실제 성공 사례: 이상적인 영업 지원을 실현하고 있는 브랜드	5
실적 향상을 위한 비밀 병기인 영업 지원	6



관행 1: 새로운 영업 시대에 적합한 분석 기술 선택

구매자 행동이 크게 변화하고 있으며 영업 지원팀은 꾸준히 시류를 앞서가야 합니다. 따라서, 어떤 팀은 Square, Venmo, Workfront, Eloqua 등의 플랫폼을 구현 중이거나 블록 체인과 같은 신종 기술을 검토 중일지 모릅니다. 하지만, 이와 동시에 혁신적인 기술 채택이 더딘 고객을 위해 음성 인식 거래와 같은 기존의 인기 있는 시스템을 유지하는 것도 중요합니다.

고객으로부터 기인하는 외부의 압박 외에도 판매가 “단체 경기”로 변화함에 따라 내부적인 전환도 진행 중입니다. 많은 제품들이 영업사원 한 명이 아니라 영업 엔지니어, 영업 컨설턴트, 분석가, 업계 또는 제품 전문가(협업하여 고객의 필요를 충족하기에 적합한 제품을 찾아냄)로 구성된 그룹을 통해 판매됩니다.

현대의 영업 환경은 역동적이며 전체 영업팀 측면에서 그 중 특히 영업 지원팀에 유연성과 변화를 요구합니다. 이러한 모든 변화와 압력을 감안할 때, 영업 지원팀에 있어 가장 중요한 것은 고객의 필요에 적응하는 방식을 인식하고, 기술 스택이 확장됨에 따라 우선적으로 투자할 기술을 평가하는 것입니다.

제품별 또는 솔루션별로 다양한 영업 기술을 통합하면 회사의 데이터 및 IT 시스템이 더 복잡해집니다. 그러나 상당한 시간이 흐르거나 투자한 이후에도 여전히 모든 데이터를 전체적으로 다룰 수 없다면 “이러한 기술이 어떻게 도움이 되는지”를 자문해야 합니다.

영업에서 사용하는 모든 다양한 시스템에서 가져온 데이터와 세부 정보를 진정으로 이해한 후에 실행 가능한 인사이트로 전환하려면 통합된 유연한 분석 플랫폼이 필요합니다. 의사소통, 투명성, 이해를 향상시키고, 모든 영업 활동에 대한 종합적인 뷰를 제공하는 솔루션을 선택해야 합니다. 확장 가능하며, 기업에서 바로 사용할 수 있는 데이터 분석 플랫폼은 지금까지 할 수 없었던 것을 가능하게 해줍니다. 올바른 정보와 어떤 종류의 조정이 필요한지 확인할 수 있는 명확한 뷰를 갖춘 영업팀은 예측 정확도를 개선하고 적정 할당량을 설정하며 파이프라인을 더 효과적으로 관리할 수 있습니다.

관행 2: 사후 대처식 데이터 분석에서 계획적 데이터 분석으로 전환

채택 메트릭을 살펴보면 대부분의 영업팀에 데이터 및 분석 이니셔티브를 키울 수 있는 큰 기회가 있는 것이 분명합니다. 변화는 하룻밤 사이에 일어나지 않으며 기업의 모든 계층에서 문화적 전환이 일어나야 합니다. 조직은 데이터 분석 솔루션을 구현하여 큰 성과를 이룰 수 있습니다. McKinsey & Company에 따르면, 데이터 분석 및 기술로 지원되는 세계적으로 우수한 영업 지원 시스템을 구축하는 회사는 초기에 영업 생산성이 20~30% 증가하고 매년 지속적으로 10% 씩 증가하는 것을 알 수 있습니다.

영업팀 문화의 재구성을 시작하고 조직에서 데이터 분석의 이점을 실현하기 위한 몇 가지 권장 사항은 다음과 같습니다.

- **인재 프로필 재검토:** 영업 데이터에 대한 올바른 질문을 구성하고 분석을 수행하며 데이터의 의미를 해석할 수 있는 데이터 과학자 등의 인재를 채용 및 개발하십시오.
- **영업 프로세스 재해석:** 소속 사업부 또는 국가에 관계없이 주별, 월별, 분기별 및 연간 프로세스를 감안하여 비즈니스 흐름을 검토하고, 계정 및 관할 지역 계획, 기회 관리 워크플로우 같은 다양한 프로세스에 영업 분석을 도입하십시오.
- **IT 로드맵 간소화:** 최적화된 IT 인프라로 흩어진 데이터를 집계하여 각 데이터의 출처를 확인하고 영업 데이터에 대한 주요 데이터 원본을 결정하십시오. 이때 반드시 데이터의 무결성을 유지하는 거버넌스가 필요합니다. 본 **“거버넌스 프레임워크 구현” 웹 세미나**에서는 비즈니스 및 IT가 민첩성과 데이터 통제 간의 균형에 이르렀을 때의 이점과 데이터 거버넌스 프로세스 개발 시 고려 사항에 대해 설명합니다.
- **데이터 모델 정의에 선제 투자:** 고객을 360도 전방위로 관찰할 수 있게 해주며 미세 분할이 가능한 데이터 모델을 채택하십시오. 비즈니스 인텔리전스 기술을 평가할 때는 선택하는 데이터 분석 플랫폼이 종합적인 데이터 뷰를 제공하는지 반드시 확인해야 합니다.
- **판매자에게 인사이트를 “적시에” 제공하고자 하는 열망:** 종합적인 데이터 뷰와 해당 인사이트를 판매자가 가장 필요로 하는 때에 전달해야 합니다.

추가적으로,

- **판매자와 긴밀한 관계 유지:** 판매자의 실적, 영업 현장에서 듣는 소식, 효과적인 방식과 그렇지 않은 방식을 이해하는 데 시간을 투자하여 판매자와 긴밀한 관계를 유지해야 합니다.
- **데이터 분석 기능을 CRM 시스템에 통합:** 적절한 기술의 도움으로 데이터 분석 기능을 CRM 시스템에 통합하면 예측 가능성 및 기획력을 강화시킬 수 있습니다.
- **영업 계획에 더 중점을 두고 데이터 기능 배포:** 프로젝트 관리보다 영업 계획에 더 중점을 두고 데이터 기능을 배포해야 합니다. 다시 말해, 기본 고객 데이터를 넘어 범위를 확장하고 고급 분석을 예측에 사용하여 구매할 의향이 있는 고객을 대상으로 적절한 리소스가 적시에 지정되도록 해야 합니다.

관행 3: 최고의 실적과 성공을 거두기 위한 고급 분석 적용

모든 데이터를 통합하는 적절한 분석 플랫폼이 구축되면 영업 지원팀의 혁신을 주도하고, 영업팀 활동에 대해 조언하며 결과적으로 조직의 전략 수립에 참여할 수 있습니다.

그렇다면 고급 분석을 적용하여 영업팀 활동에 큰 영향을 미칠 수 있는 가장 적절한 곳은 어디일까요? 전략 및 계획, 영업 인에이블먼트, 프로젝트 관리 및 실적 관리를 지원할 책임이 있는 경우 분석의 역할은 중요합니다. 첫 단계는 영업 책임자와 우선 순위가 높은 사용 사례에 대해 논의하고 집중해야 할 업무에 대해 합의하는 것입니다.

일부 영업 책임자는 계정 또는 고객 특성을 바탕으로 거래 흐름을 세분화하는 데 고급 분석을 사용하는 것을 선호할 수도 있습니다. 또는, 팀에서 데이터 기반 기준을 사용하여 고용을 재평가 및 수정하거나 실적 평가 및 보상을 조정하길 원할 수도 있습니다. 대부분의 영업팀, 특히 영업 책임자와 계정 담당자에게 있어 위험 완화는 또 다른 중요한 과제입니다. 고급 분석을 사용해 고객 이탈이나 수요 공급에 영향을 미치는 변수를 이해하는 것도 모든 조직이 효과적인 변화를 일으킬 수 있는 부분입니다.

실제 성공 사례: 이상적인 영업 지원을 실현하고 있는 브랜드

Cisco

Cisco 영업팀은 이질적인 데이터 원본과 이전에 작성된 스프레드시트 보고서에서 기인하는 일관성 없는 보고로 인해 어려움을 겪었습니다. 데이터 저장 웨어하우스로부터 역동적이고 실행 가능한 영업 인사이트를 확보할 수 있도록 지원하는 강력한 고급 분석 및 비주얼리제이션 기능을 통해, 영업 지원팀은 격리된 수백 가지 보고 솔루션에서, 하나의 유연하고 민첩하며 보안이 유지되는 엔터프라이즈 솔루션으로 이전할 수 있었습니다. 덕분에 이제 영업팀은 보다 효과적인 애드혹 보고, 직접적인 실적 개선으로 이어지는 분기별 비즈니스 및 유입 경로 검토를 수행할 수 있습니다.

IGT(International Game Technology PLC)

IGT 영업팀은 오래된 제품 데이터에 눌러 성능이 떨어지는 시스템을 교체할 수 없었습니다. 그러던 중 영업팀은 게임 성능을 모니터링하고, 주문 상태를 확인하며, 현장에서 영업 흐름 분석을 수행할 수 있는 방법을 마련하기 위해 분석 기능을 자사 CRM 솔루션(Salesforce)에 통합했습니다. 그 결과, 영업팀은 적절한 때 고객 및 비즈니스에 이익이 되도록 조치를 취할 수 있게 되었습니다.



Stryker Endoscopy

Stryker Endoscopy는 자사의 ERP 시스템에 액세스하여 데이터를 취합 및 구성하여 실행 가능한 인사이트로 변형하는 것이 어렵다는 것을 발견했습니다. 그 해결책으로 셀프 서비스 데이터 탐색을 활용하여 엔터프라이즈 영업과 운영 실적 프로세스를 강화했습니다. 그 결과, 영업과 마케팅 사이의 전략 및 운영 계획을 세우는 데 방해가 되었을 뿐 아니라 이익을 얻을 수 있는 수만 번의 기회도 놓칠 수밖에 없었던 상황을 해결할 수 있었습니다. 회사는 이제 공급, 수요 및 이월 주문 위험에 대해 장기적 가시성을 확보하게 되었습니다.

실적 향상을 위한 비밀 병기인 영업 지원

강력한 데이터 기반의 인사이트를 확보하면 재무, 인사, IT, 마케팅 등 전사적으로 다른 파트너와의 연결 지점 역할을 더 효과적으로 수행할 수 있게 됩니다. 이러한 다양한 부서들과의 긴밀한 협업을 통해 질 높은 영업 계획 수립, 효과적인 고용과 능력 개발, 잠재 고객 관리 및 신규 시장 개발 등을 촉진할 수 있습니다.

팀과 경영진으로부터 실적 확인 요청에 대응하느라 허둥대는 대신 데이터 기반 인사이트와 제안을 적시에 제공할 수 있습니다. 이러한 인사이트와 제안은 비즈니스의 실시간 흐름을 반영할 뿐 아니라 미래 지향적 관점을 제공합니다.

게다가 데이터 분석을 위해 예측 및 인공 지능 기술을 사용함으로써 비용 대비 효과가 큰 이점이 있습니다. 리소스 측면에서 영원한 과제인 직원 수를 늘리는 방법은 지속 가능한 해결책이 아닙니다. 예측 기술을 적용하여 리소스가 최대의 효과를 낼 수 있는 리소스 투입 위치를 결정하면, 필요한 인력 수가 감소되고 표준화가 향상되며, 확장의 경우에도 관련 비용이 절감됩니다.

이전보다 더 빠르고 심도 있게 영업 데이터를 탐색할 준비가 되었다면 [Tableau 영업 분석 솔루션 페이지](#)를 방문해 보십시오. 이곳에서 팀과 팀원이 새롭고 더 나은 기회를 얻을 수 있도록 도와주는 데이터 및 영업에 관한 모든 것을 확인할 수 있습니다.





Tableau 정보

Tableau를 사용하면 데이터를 실행 가능한 인사이트로 전환할 수 있습니다. 제한 없이 시각적 분석을 반복적으로 수행하고, 몇 번의 클릭만으로 대시보드 구축 및 애드혹 분석이 가능합니다. 또한 모든 사람과 작업 내용을 공유하고 비즈니스를 개선할 수 있습니다. 특정 영업 실적을 검토하는 개인 분석가부터 파이프라인에서의 전반적인 실적을 보고 회사의 목표를 충족하는 목표 달성 능력을 검토하는 영업 경영진에 이르기까지, 누구나 Tableau를 사용하여 데이터를 보고 이해할 수 있습니다.