



Data-Driven Sales Strategy and CRM Implementation

데이터 기반 세일즈 전략과 CRM 구축

목차

데이터 기반 세일즈 전략과 CRM 구축

- 1 강연자 소개
- 2 문제점 - 우리가 겪는 영업의 현실
- 3 좋은 세일즈란?
- 4 성공 사례
- 5 데이터 기반 고객 관리 방법
- 6 실행 로드맵

강연자 소개

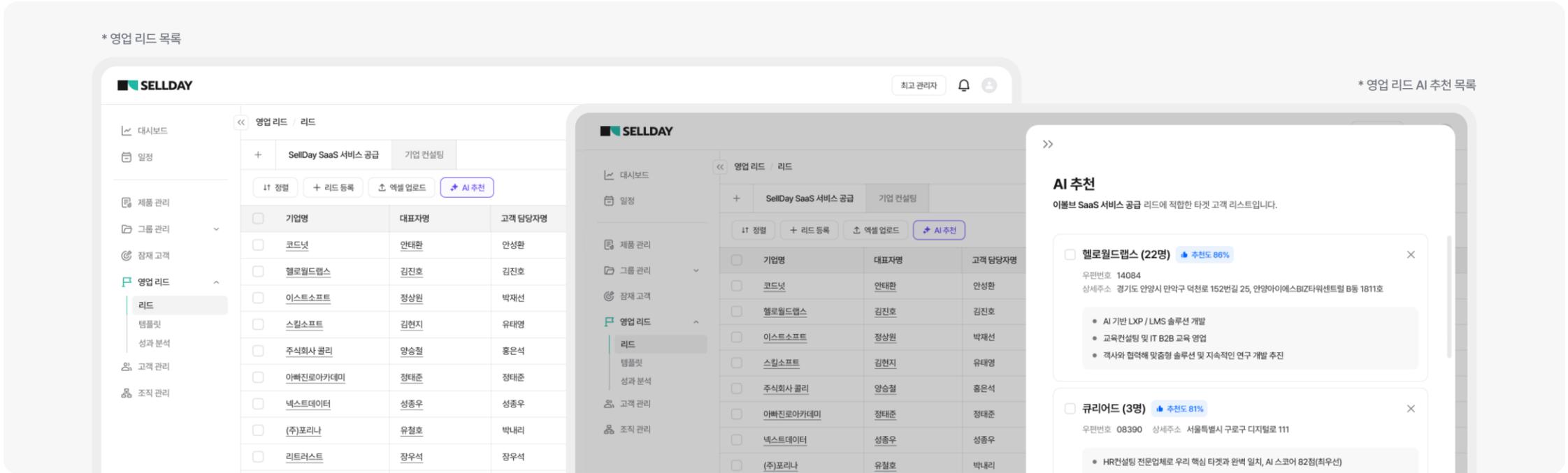
신동수

- 국내 주요 AI · SaaS 기업에서 CPO 및 사업 총괄로 재직
- 1년 만에 “15억에서 60억”으로 데이터 기반의 플랫폼 세일즈 고도화
- 국내 그룹웨어 서비스 총괄, 17만 기업 회원 및 20억 이상 연매출 달성

-
- ✓ 데이터 기반 영업 전략 수립
 - ✓ 성공적인 서비스 런칭 노하우
 - ✓ 스타트업 성장 전략
 - ✓ 실무 중심 맞춤형 컨설팅



강연자 소개



SellDay [셀데이]

- 리드부터 계약까지 영업의 처음과 끝을 AI로 설계하는 통합 솔루션
- 고객 데이터 기반 AI 분석, 예측을 통한 단계별 맞춤 가이드 제공 및 성과 분석 제공

"오늘도 성과 없는 콜드콜 하셨나요?"

제안서는 몇 개나 작성하셨나요?

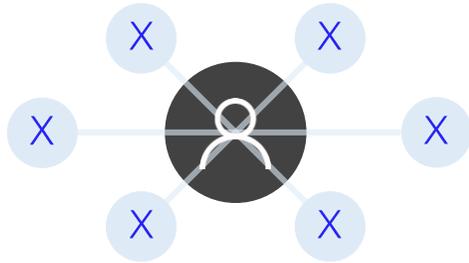
그 중 몇 개가 검토되었나요?

실제 계약은 몇 건이나 성사되었나요?

이제 바꿀 때입니다.

문제점 1 : 타겟 고객을 모르는 무작정 콜드콜

"스프레이 앤 프레이" 방식



문제점

- 타겟 기업 프로필 부재
- 의사결정권자 파악 실패
- 니즈 타이밍 미스매치
- 무작위 연락으로 인한 반감

콜드콜의 충격적인 현실

하루 100통 콜드콜

→ 성과 0건

전체 시도

100통

실제 연결

15통

의사결정권자

2명

실제 니즈

0명

월간 손실

160시간 × ₩25,000 =

₩4,000,000

문제점 2 : 고객 니즈를 모르고 작성하는 제안서



VS



월 50개
제안서 발송

10개 기업
제안서 검토

4개 기업
미팅

1개
계약 (?)

월간 손실
 $200\text{시간} \times \text{₩}25,000 =$
₩5,000,000

좋은 세일즈란? : 데이터 기반 접근으로 3가지 요소를 체계화

1 타겟 고객 이해



핵심 활동

- ICP 정의 및 문서화
- 업종별 페인포인트 분석
- 구매 의사결정 프로세스 파악
- 타겟 세그먼트 우선순위

"누구에게 팔 것인가?"

2 체계적 퍼널 관리



핵심 활동

- 단계별 전환율 측정
- 병목 구간 식별/개선
- 리드 스코어링 시스템
- 자동화 프로세스 구축

"어떻게 관리할 것인가?"

3 고객 니즈 기반 가치 제안



핵심 활동

- 고객 문제 이해
- 맞춤형 솔루션 설계
- 가치 중심 커뮤니케이션
- 성과 기반 제안

"무엇을 제공할 것인가?"

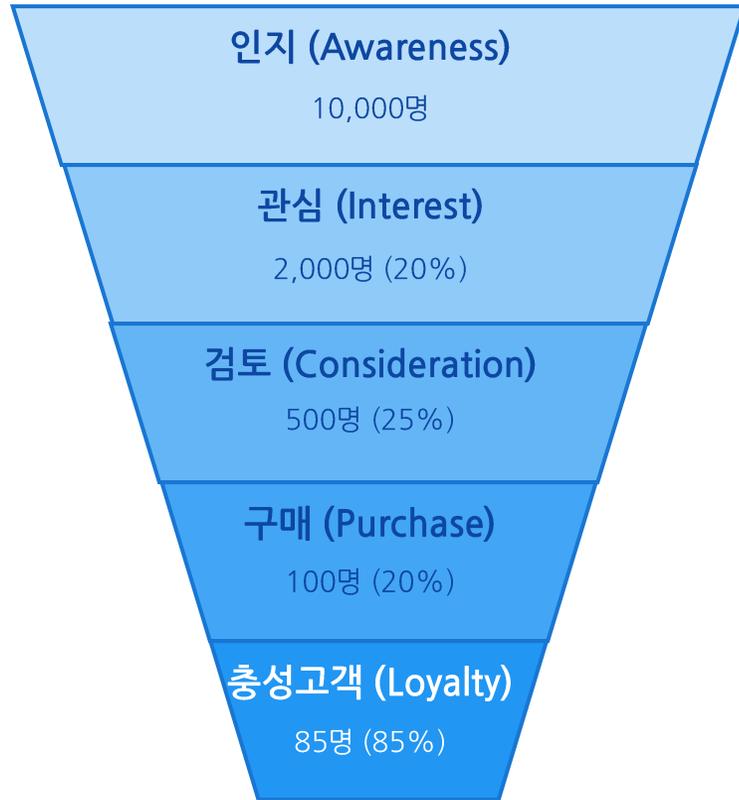
이상적인 고객 프로필 (ICP) 정의



💡 ICP 정의 팁

1. 기존 우수 고객 분석에서 시작하세요 - 상위 20% 고객의 공통점을 찾아보세요
2. 너무 넓게 잡지 마세요 - 구체적일수록 효과적인 타겟팅이 가능합니다
3. 정기적으로 업데이트하세요 - 시장과 비즈니스 변화에 따라 ICP도 진화해야 합니다

체계적인 세일즈 퍼널 관리



단계별 관리 전략

1	인지 → 관심	<ul style="list-style-type: none">타겟 콘텐츠 마케팅리드 마그넷 제공 (백서, 가이드)	목표: 20%
2	관심 → 검토	<ul style="list-style-type: none">개인화된 이메일 시퀀스웨비나/데모 초대	목표: 25%
3	검토 → 구매	<ul style="list-style-type: none">맞춤형 제안서ROI 계산기 제공	목표: 20%
4	구매 → 충성고객	<ul style="list-style-type: none">온보딩 프로그램정기 체크인 & 업세일링	목표: 85%

핵심 성과 지표

전체 전환율: 1%

CAC: ₩500K

LTV: ₩5M

LTV/CAC: 10

고객 니즈 기반 가치 제공

고객 프로필

해결하고 싶은 일 (Jobs)

- 영업 프로세스 효율화
- 고객 데이터 통합 관리
- 매출 예측 정확도 향상

고객 애로 사항 (Pains)

- 리드 누수 및 기회 손실
- 수동 작업으로 인한 시간 낭비
- 고객 인사이트 부족

기대 이익 (Gains)

- 영업 생산성 30% 향상
- 고객 만족도 증가
- 데이터 기반 의사결정

가치 제안

제품 / 서비스

- 클라우드 기반 CRM 솔루션
- 자동화된 영업 프로세스
- 실시간 대시보드 & 분석

고통 해결책

- 리드 자동 추적 및 알림
- 원클릭 리포트 생성
- AI 기반 인사이트 제공

이익 창출 요소

- 평균 거래 시간 40% 단축
- 고객 이탈률 25% 감소
- 예측 정확도 85% 달성

기능이 아닌
고객의
“성공”에
집중하라

성공 사례 1 - 15억에서 60억으로



핵심 성공 요인

1

데이터 수집
체계적 분석

2

고객 니즈
정확한 파악

3

빠른 실행
신속한 대응

4

지속 개선
반복 최적화

성공 사례 2 - 17만 기업 회원, 연간 20억 이상의 SaaS 매출



핵심 성공 요인

1

데이터 수집
체계적 분석

2

고객 니즈
정확한 파악

3

빠른 실행
신속한 대응

4

지속 개선
반복 최적화

데이터 기반 고객 관리



기대 효과

영업 효율 + 40%

전환율 +35%

고객 만족도 + 25%

비용 절감 -30%

고객 프로파일링 도출 방법

1단계 : 데이터 소스 통합

1 고객 정보 통합

- 고객 데이터
- 영업 활동 데이터
- 고객 피드백

2단계 : 프로파일 분석

2 데이터 분석

- RFM 분석 (최근 / 빈도 / 금액)
- 행동 기반 세분화
- 예측 스코어링

3단계 : 프로파일 도출

VIP 고객

- 월 1회 이상 구매
- 평균 거래액 상위 10%
- 3년 이상 거래
- NPS 9 - 10점

프리미엄 케어

성장 잠재 고객

- 최근 6개월 이내 구매
- 높은 참여도
- 추가 니즈 보유
- 예산 여력 있음

업세일링 / 크로스셀

이탈 위험 고객

- 활동 감소 추세
- 지원 요청 증가
- 낮은 제품 활용도
- 계약 갱신 임박

리텐션 캠페인

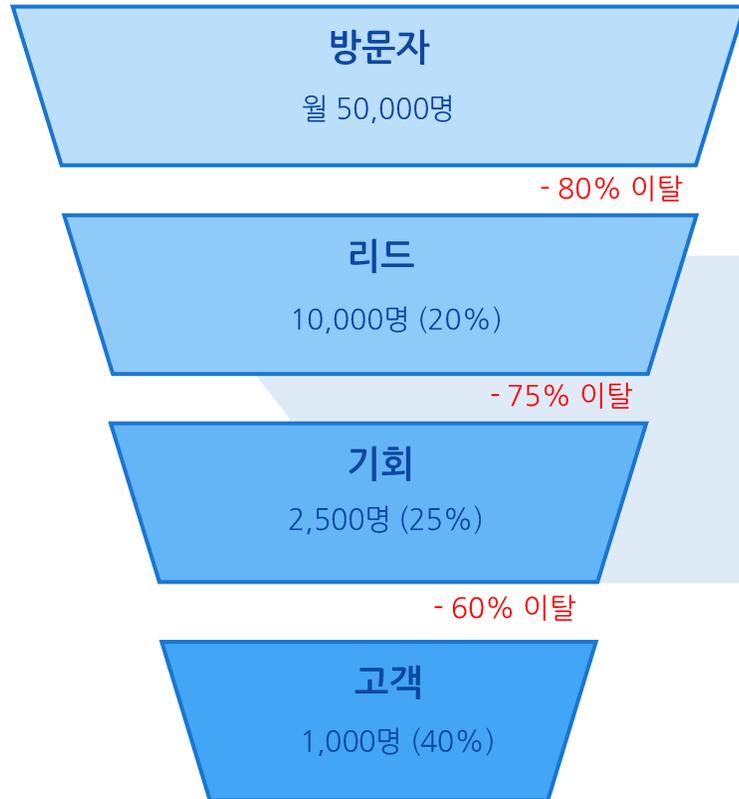
신규 고객

- 첫 한 달 이내 구매
- 온보딩 진행중
- 높은 기대치
- 정보 탐색 활발

온보딩 집중

퍼널 분석을 통한 병목 구간 개선

현재 퍼널 현황



병목 구간 분석 및 개선안

1 방문자 → 리드

- 원인 : 불명확한 가치 제안 / 복잡한 가입 프로세스
- 개선안 : 명확한 CTA 배치 / 원클릭 가입 / 리드 마그넷 강화

2 리드 → 기회

- 원인 : 느린 팔로업 / 일반적인 접근
- 개선안 : 자동 팔로업 시스템 / 개인화 이메일 / 리드 스코어링

개선 후 측정

- 방문 → 리드 전환율 측정 / 리드 → 기회 전환율 측정
- 전체 전환율 측정 및 반복 개선

💡 즉시 가능 Tip

1. 주요 전환 지점에 A/B 테스트 설정
2. 리드 응답 시간 단축 (24시간에서 1시간으로)
3. 주간 퍼널 리뷰 미팅 정례화

데이터 기반 맞춤형 제안 전략

기존 방식: 일괄 제안

- X 모든 고객에게 동일한 메시지
- X 표준화된 제안서 템플릿
- X 기능 중심의 설명
- X 일반적인 ROI 수치

응답률: 2-3%

데이터 기반: 맞춤 제안

- ✓ 고객별 페인포인트 해결책
- ✓ 업종/규모별 맞춤 사례
- ✓ 고객 니즈 중심 가치 전달
- ✓ 구체적인 예상 성과

응답률: 15-20%

맞춤형 제안 프레임워크



AI 활용 전략 (1) : 데이터 수집

No	기업명	담당자	획득 경로 (상세 / 요약)	관계	초도 미팅 여부	영업 활동 (횟수)	AI 분석 (기업 정보)
2			웨비나	넥스트유니콘 세미나 후속 메일 발송 무료 컨설팅 제안	관계	X	0

1 데이터 시트 작성

- 기업 / 고객 담당자 / 영업 활동 / 성과 기반 작성
- 고객의 경우 리드와 고객을 구분하여 관리

2 자동화 / AI 연동

- 고객 데이터 이관, 메시지 발송, 리마인드 등 자동화
- 외부 API 연동을 통한 고도화

AI 활용 전략 (2) : 데이터 분석

① 고객 ICP 분석 - 제품 소개서 또는 자료 기반

첨부한 제품 소개서를 분석하여 이상적인 고객 프로필(ICP)을 도출해주세요.

[파일 첨부: 제품소개서.pdf]

다음 관점에서 분석해주세요:

1. 이 제품이 해결하는 핵심 문제점은 무엇인가?
2. 어떤 규모/업종의 기업이 가장 큰 가치를 얻을 수 있는가?
3. 제품 기능을 가장 잘 활용할 수 있는 팀/부서는?
4. 구매 결정에 영향을 미칠 핵심 요소는?
5. 이 제품이 적합하지 않은 기업 유형은?

구체적으로 다음 형식으로 정리해주세요:

- 이상적인 기업 규모: (직원 수, 매출 규모)
- 최적 업종 Top 3:
- 핵심 페인포인트:
- 의사결정권자 직책:
- 도입 시기 시그널:

💡 프롬프트 작성 Tip

- 제품의 기술적 특징보다 비즈니스 가치에 초점
- 가격 정보가 있다면 반드시 포함
- 경쟁 제품 대비 차별점을 명시
- 도입 사례가 있다면 함께 첨부

② 고객 ICP 분석 - 고객 데이터 기반

다음 기존 고객 데이터를 분석하여 패턴을 찾고 ICP를 도출해주세요.

[고객 데이터]

고객 1:

- 업종: IT 서비스
- 규모: 직원 80명
- 계약 금액: 월 200만원
- 주요 사용 기능: 리드 관리, 자동화
- 만족도: 9/10
- 갱신율: 3년 연속

[추가 고객 데이터...]

분석 요청사항:

1. 고객 세그먼트별 공통 특성
2. 가장 높은 LTV를 보이는 고객군 특징
3. 빠른 온보딩을 보인 고객들의 패턴
4. 이탈 고객과 우수 고객의 차이점
5. 향후 타겟팅해야 할 신규 세그먼트 제안

💡 프롬프트 작성 Tip

- 최소 10개 이상의 고객 데이터 포함
- 정량적 데이터(매출, 직원수)와 정성적 데이터(만족도, 피드백) 균형
- 이탈 고객 데이터도 포함하여 비교 분석
- 산업별, 규모별로 그룹핑하여 입력

AI 활용 전략 (3) : 고객 리서치 및 자료 수집

① 고객 리서치 및 자료 수집 - 수집 범위 및 가이드

1 공통

- 웹 기반 검색 LLM을 활용하여 고객 정보를 수집하여 좀 더 정밀한 전략 수립이 가능
- 미팅 이전, 고객 초도 메일 발송 시 고객의 상황을 좀 더 정밀하게 이해하고 접근 시 리드 기반 영업 성공률은 매우 높아짐

2 기업 정보 수집

- 기업에 대한 기본 정보, 조직 구조 등 고객을 이해하기 위한 기반 자료 수집
- 우리가 판매하고자 하는 제품 기반의 접근이 필요하며, 이를 통해 고객에 대한 기본 이해가 가능

3 기업 활동 분석

- 모든 기업들은 성장 단계에서 웹 (온라인)을 통해 성장 시그널을 노출
- 웹 기반 기업 활동 및 트렌드 분석을 통해 고객 맞춤 제안 시 좀 더 심화된 시그널을 캐치하는 것이 가능

4 의사결정권자 분석

- 해당 기업에 대해 담당자 정보 부재 시 웹을 통해 수집하는 것이 중요
- 의사결정권자에 대한 스타일 분석 및 웹 상의 활동 분석을 통해 보다 친근한 톤&매너의 세일즈가 가능

AI 활용 전략 (3) : 고객 리서치 및 자료 수집

② 고객 리서치 및 자료 수집 - 기업 정보 수집

다음 기업에 대한 영업 인텔리전스를 수집해주세요.

기업명: [타겟 기업]
웹사이트: [URL]
산업: [업종]

수집/분석 항목:

1. 기업 개요
 - 설립연도, 대표자, 주요 사업
 - 직원 수 (LinkedIn, 채용 사이트 참고)
 - 예상 매출 규모
2. 조직 구조
 - 영업/마케팅 조직 규모
 - 주요 의사결정권자 파악
 - 최근 인사 변동 사항
3. 기술 스택
 - 현재 사용 중인 CRM/영업 도구
 - 최근 도입한 솔루션
 - IT 인프라 수준
4. 비즈니스 시그널
 - 최근 투자 유치 여부
 - 신규 시장 진출 계획
 - 채용 확대 중인 부서

프롬프트 작성 Tip

- 공개된 정보 출처를 명시하도록 요청
- 추정치는 근거와 함께 제시하도록 지시
- 경쟁사 정보도 함께 요청하여 비교 분석

AI 활용 전략 (3) : 고객 리서치 및 자료 수집

③ 고객 리서치 및 자료 수집 - 웹 기반 기업 활동 및 트렌드 분석

[기업명]의 최근 6개월 온라인 활동과 트렌드를 분석해주세요.

분석 소스:

- 기업 블로그/뉴스룸: [URL]
- 보도자료
- 소셜미디어 (LinkedIn, Facebook)
- 업계 뉴스

분석 항목:

1. 주요 발표/뉴스
 - 신제품/서비스 출시
 - 파트너십 체결
 - 조직 변경 사항
2. 마케팅 활동 패턴
 - 콘텐츠 주제와 빈도
 - 타겟 오디언스 변화
 - 캠페인 메시지
3. 업계 포지셔닝
 - 경쟁사 대비 차별화 포인트
 - 시장 점유율 변화
 - 고객 피드백/리뷰
4. 영업 기회 시그널
 - 확장 신호 (채용, 오피스 이전 등)
 - 문제점 암시 (고객 불만, 이직률)
 - 새로운 니즈 (신규 프로젝트, 이니셔티브)

프롬프트 작성 Tip

- 공개된 정보 출처를 명시하도록 요청
- 추정치는 근거와 함께 제시하도록 지시
- 경쟁사 정보도 함께 요청하여 비교 분석

AI 활용 전략 (3) : 고객 리서치 및 자료 수집

④ 고객 리서치 및 자료 수집 - 의사결정권자 분석

다음 의사결정권자에 대한 영업 접근 전략을 수립해주세요.

대상: [이름] - [직책]

회사: [기업명]

LinkedIn: [URL]

최근 활동: [컨퍼런스 발표, 인터뷰 등]

분석 요청:

1. 개인 프로필

- 경력 여정 (주요 성과 중심)
- 전문 분야와 관심사
- 의사결정 스타일 (데이터 중심/관계 중심)

2. 비즈니스 우선순위

- 최근 발언/포스트에서 강조한 주제
- 팀/부서의 KPI와 목표
- 당면 과제 (공개적으로 언급한 내용)

3. 커뮤니케이션 선호도

- 선호하는 채널 (이메일/전화/미팅)
- 메시지 톤 (공식적/캐주얼)
- 의사결정 시간대

4. 네트워크 분석

- 공통 인맥 파악
- 신뢰하는 인플루언서
- 참여하는 커뮤니티

💡 프롬프트 작성 Tip

- 공개된 발표 자료, 인터뷰 내용을 함께 제공
- 이전 직장에서의 도입 사례도 조사 요청
- 개인정보 보호 범위 내에서만 분석

AI 활용 전략 (4) : 고객 맞춤 제안

① 고객 맞춤 제안 - 아웃리치 메일 작성

다음 정보를 바탕으로 맞춤형 아웃리치 메일을 작성해주세요.

[수신자 정보]

- 이름/직책: [OOO 담당자]
- 회사: [OOO]
- 최근 이슈: [영업팀 30% 확대, B2B 사업 확장 준비]
- 페인포인트: [B2B 세일즈 역량 부족, 영업 인력 채용 부진]

[발신자 정보]

- 회사: [이볼브]
- 제품: [데이터 기반 영업 자동화 솔루션]
- 차별점: [SaaS 기반 빠른 도입, AI를 활용한 자동화된 세일즈 코칭 제공]

메일 요구사항:

1. 제목: 호기심을 유발하되 스팸처럼 보이지 않게
2. 첫 문장: 개인화된 내용으로 관심 유도
3. 본문: 150단어 이내, 가치 중심
4. CTA: 구체적이고 부담 없는 다음 단계
5. 추신: 긴급성이나 추가 가치 전달

② 고객 맞춤 제안 - 제안서 구조화

[고객명]을 위한 맞춤형 제안서를 작성해주세요.

[고객 상황]

- 현재 과제: [수동 엑셀 관리, 리드 추적 어려움]
- 팀 규모: [영업팀 15명]
- 예산 수준: [월 300-500만원]
- 의사결정 기간: [1-2개월]

[제안서 구성]

1. Executive Summary (1페이지)
 - 핵심 문제와 솔루션 요약
 - 예상 ROI (구체적 수치)
 - 구현 타임라인
2. 현재 상황 분석
 - 고객이 공감할 수 있는 문제점 3가지
 - 문제로 인한 비용 (시간, 기회비용)
 - 개선 시 기대효과
3. 솔루션 제안
 - 고객 워크플로우에 맞춘 기능 설명
 - 단계별 구현 계획
 - 성공 사례 (유사 규모/업종)
4. 투자 대비 효과
 - 3개월, 6개월, 1년 ROI
 - 비용 절감 항목별 계산
 - 매출 증대 가능성
 - ...

30-60-90일 실행 로드맵

1

첫 30일 : Quick Win

Week 1 - 2

- 고객 데이터 정리 / 통합
- 기본 퍼널 정의
- 핵심 KPI 선정

Week 3 - 4

- 무료 도구 셋업
- 첫 리포트 작성
- 프로세스 문서화 및 A/B 테스트

목표 : 데이터 기반 확립

2

60일 : 시스템화

Month 2

- 고객 세그먼트 정의 (그룹화)
- 병목 퍼널 분석 및 개선 전략 수립
- 개선 전략 실행

추가 활동

- 실시간 대시보드 구축
- 반복 활동 자동화
- 팀 성과 지표 설정

목표 : 고객 전략 실행 및 프로세스 자동화

3

90일 : 최적화

Month 3

- 데이터 분석 심화
- 예측 모델 테스트
- 고급 세그멘테이션 / 퍼널 최적화 지속

달성 성과

- 데이터 기반 문화 정착
- 지속 가능한 성장 기반
- 확장 가능한 시스템

목표 : 지속 성장 기반 구축

“데이터 없는 영업은 더 이상 통하지 않습니다”

“좋은 세일즈는 고객을 이해하고, 체계적으로 관리합니다”

“작은 시작이 큰 변화를 만듭니다”

“데이터 관리 없는 세일즈는
지도 없이 여행하는 것과
같습니다.”

Blog

https://blog.naver.com/evolv_



Consulting

<https://www.evolv.kr/#Consult>



2025