

Product 중심 Use Case 설계/구축

고객 접점의 재설계, Agentic CRM의 시대

글 | Ackerton Partners, ServiceX본부 지도환 Asso. Partner



01.
CRM 운영의 구조적 한계와
AI 전환의 필요성

02.
System of Record에서
System of Action으로

03.
B2B 영업 Value Chain별
Agent 적용 구조

04.
Agentic CRM 도입 전략:
표준화 기반의 단계적 접근

05.
AI 기반 영업 관리체계로의 전환

구조적 한계 | 기록은 쌓이는데 성과로 이어지지 않는 CRM

- 영업 인력은 근무시간의 40%만 실제 영업활동에 사용하고 있으며, 기업의 76%는 자사 CRM 데이터의 절반 미만만 정확하다고 평가한다.
- 입력 부담이 데이터 부실을 낳고, 부실한 데이터가 활용 저조와 입력 동기 약화로 이어지는 악순환 구조가 CRM 투자 성과를 제약하는 근본 원인이다.

전환점 | 기록하는 시스템에서 행동하는 시스템으로

- AI Agent의 등장으로 CRM은 사람이 입력하고 조회하는 System of Record에서, Agent가 데이터 추적과 판단 지원, 실행을 담당하는 System of Action으로 진화하고 있다.
- Salesforce, Microsoft 등 글로벌 벤더는 2025~2026년 영업 도메인 전용 Agent를 정식 출시했으며, 과금 모델도 사용자 단위에서 작업·성과 단위로 이동하고 있다.

적용 구조 | B2B 수주형 영업의 5대 Agent 유형

- 영업활동 수집·자산화, 고객 통합 인텔리전스, 수주확도 스코어링, 파이프라인·전망 관리, 견적·제안가격 지원의 5대 유형으로 영업 Value Chain 전반의 적용 구조를 설계할 수 있다.
- 특히 담당자의 정성적 판단에 의존해 온 수주확도 평가를 객관 지표 기반 평가 체계로 전환하는 것이 데이터 기반 영업 의사결정의 핵심이다.

도입 전제 | 표준화 없는 Agent 도입은 실패를 반복한다

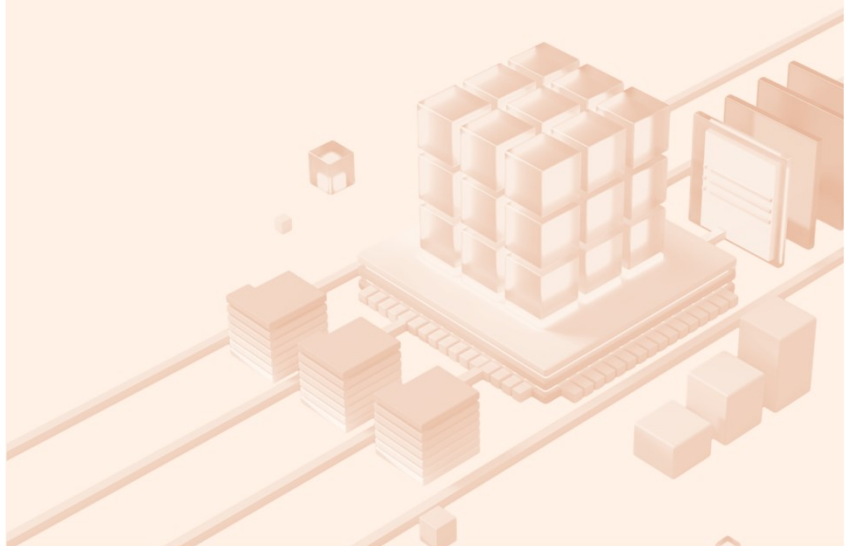
- Gartner는 2027년 말까지 에이전틱 AI 프로젝트의 40% 이상이 취소될 것으로 전망한다. Agent는 조직의 프로세스를 학습하여 실행하므로, 영업 프로세스와 커뮤니케이션의 표준화가 선행되어야 한다.
- 표준화, 시스템 적용, 자사 환경에 맞춘 정합화의 3계층 접근과 Quick-Win 중심의 단계적 확산이 필요하다.

Executive Summary

전환 방향 | AI 기반 영업 관리체계로의 전환

- Agentic CRM 전환의 성패는 Agent의 성능이 아니라 표준화된 프로세스와 데이터 기반, 그리고 현장의 수용성에 달려 있다. 영업 활동 데이터의 자산화부터 단계적으로 추진해야 한다.

Key Insight | Agentic CRM의 투자 판단 기준은 Agent의 기능이 아니라, Agent가 작동할 수 있는 표준화된 영업 프로세스와 데이터 기반의 확보 여부다.



01 CRM 운영의 구조적 한계와 AI 전환의 필요성

1.1 영업 현장의 시간 배분과 데이터 품질 현황

Salesforce가 2026년 2월 발표한 State of Sales 제7판(22개국 영업 인력 4,050명 조사)에 따르면, 영업 인력이 실제 영업활동에 사용하는 시간은 근무시간의 40%에 불과하다. 나머지 시간은 CRM 입력, 보고 자료 작성, 내부 회의 등 관리 업무에 소요되며, 데이터 입력에만 주당 약 2시간이 투입되고 있다. CRM 도입이 보편화된 지 30년이 지났음에도 영업 현장의 시간 배분 구조는 개선되지 못하고 있는 것이다.

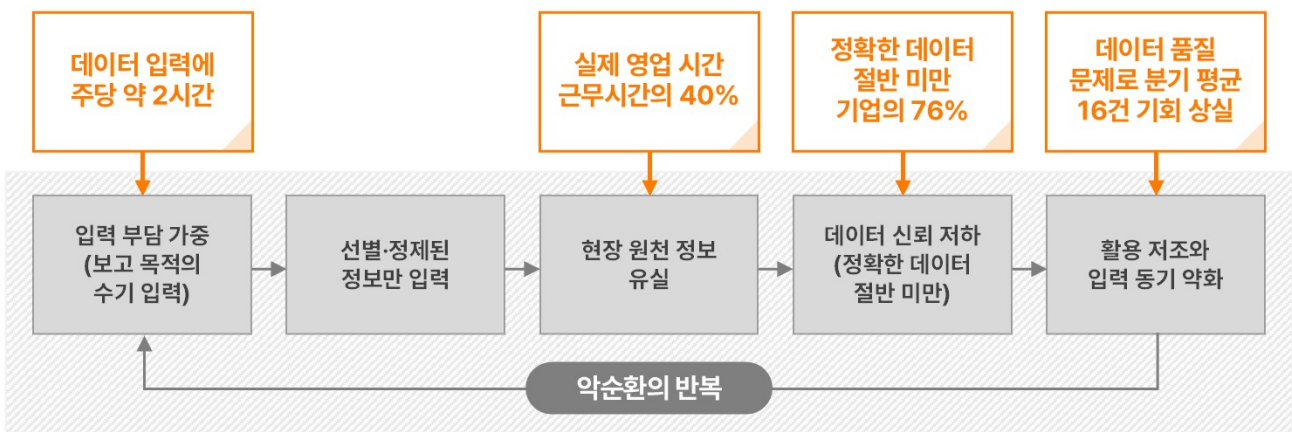
축적된 데이터의 품질 문제도 심각한 수준이다. Validity의 2025년 조사에서 응답 기업의 76%는 자사 CRM 데이터 중 정확하고 완전한 데이터가 절반에 미치지 못한다고 답했으며, 37%는 데이터 품질 문제로 분기당 평균 16건의 사업기회를 상실하는 등 직접적인 매출 손실을 경험한 것으로 나타났다. 또한 45%의 기업은 자사 CRM 데이터가 AI 적용에 필요한 수준을 갖추지 못한 것으로 평가되었다. 장기간 축적해 온 영업 데이터가 AI 시대의 자산으로 활용되지 못하고 있는 상황이다.

1.2 CRM 활용 저조의 구조적 원인

이러한 문제는 개별 시스템의 결함이 아니라 CRM 운영 구조에서 비롯된다. CRM이 '보고를 위한 기록 시스템'으로 운영되는 한 담당자는 정제된 결과 중심으로 정보를 선별하여 입력하게 되고, 이 과정에서 현장의 원천 정보는 유실된다. 부실한 데이터는 시스템에 대한 신뢰를 저하시켜 활용도를 떨어뜨리고, 활용되지 않는 시스템은 다시 입력 동기를 약화시킨다. **입력 부담, 데이터 부실, 활용 저조로 이어지는 악순환 구조**가 CRM 투자 성과를 제약하는 근본 원인이다.

[그림 1] CRM 운영의 악순환 구조

CRM이 '보고를 위한 기록 시스템'으로 운영되는 한,
입력 부담과 데이터 부실이 상호 강화되며 반복된다



※ 출처: Salesforce, State of Sales 7th Edition (2026) / Validity, The State of CRM Data Management (2025)

국내 기업의 비중이 큰 B2B 수주형 영업에서는 이러한 한계가 세 가지 형태로 심화된다. 첫째, 수주 가능성에 대한 판단이 담당자의 경험 기반 정성 평가에 의존하여 파이프라인의 신뢰도가 낮다. Gartner 조사에서도 자사 매출 전망(Forecast)의 정확도에 높은 확신을 가진 영업 리더와 담당자는 45%에 그쳤다. 둘째, 고객 관계 정보가 담당자 개인의 암묵지 형태로 관리되어 담당자 변경 시 Account 관련 자산이 함께 유실된다. 셋째, 파이프라인 단계가 고객의 구매 행동이 아닌 내부 보고·승인 절차 중심으로 운영되어 단계 정보가 사업기회의 실제 성숙도를 반영하지 못한다.

02 System of Record에서 System of Action으로

2.1 Agentic CRM의 개념과 역할 전환

이러한 구조적 한계에 대한 해법으로 부상한 것이 AI Agent 기반의 CRM, 즉 Agentic CRM이다. 엔터프라이즈 소프트웨어 시장에서는 '기록 시스템(System of Record)'을 넘어 '행동 시스템(System of Action)'으로 전환해야 한다는 논의가 이어져 왔으며, Microsoft CEO 사티아 나델라가 2024년 말 "에이전틱 AI 시대에는 비즈니스 애플리케이션의 개념 자체가 변화할 수 있다"고 언급하면서 본격화되었다. 데이터베이스 위에 화면을 얹은 기록·조회 중심의 애플리케이션 역할을, 데이터를 직접 처리하고 업무를 실행하는 Agent가 대체하는 방향이다.

Agentic CRM은 세 가지 역할 전환으로 정의할 수 있다. 첫째, Agent가 데이터 축적을 담당한다. 미팅, 메일, 통화 등 영업활동 정보를 Agent가 자동으로 수집·요약하여 기록하므로 담당자의 수기 입력 부담이 최소화된다. 둘째, Agent가 분석과 판단을 지원한다. 축적된 데이터를 기반으로 수주확도, 공략 우선순위, 후속 활동을 근거와 함께 제시한다. 셋째, Agent가 정형 업무를 수행한다. 리드 발굴, 아웃리치, 보고서 작성 등 반복 업무를 정해진 범위 내에서 자율적으로 처리한다. 이에 따라 사람의 역할은 입력자·보고자에서 검증자·의사결정자로 전환된다.

[표 1] System of Record와 System of Action의 비교

	기존CRM System of Record	Agentic CRM System of Action
데이터 생성	담당자의 수기 입력 (선별된 보고 중심)	Agent의 자동 수집 (현장 원천 데이터)
분석과 판단	사람이 조회하고 해석	Agent가 근거와 함께 제안, 사람이 결정
실행	시스템 밖에서 사람이 수행	정형 업무는 정해진 범위 내에서 Agent가 수행
사람의 역할	입력자, 보고자	검증자, 의사결정자

더 많은 내용을 보시려면

파일 다운로드

버튼을 눌러주세요