



가이드

구매 그룹의 참여 유도과 비즈니스 성장을 위한 AI 활용 전략

B2B 여정을 최적화하는 4가지 방법을 살펴보세요.



요약



참여도가 가장 높은 멤버
Raymond Noel, Whitney Wall



주요 관심 제품
급여 관리 소프트웨어



누락된 역할 없음



Raymond Noel
CEO

멤버 참여 점수



구매자 그룹 역할 생성



구매 그룹
Bodea - 금융 소프트웨어 구매 그룹

계정 이름: Bodea

구매 그룹 참여 점수



22

구매 그룹 완성도 점수



100%

B2B 시장을 타겟팅하는 팀은 구매 그룹의 우선순위를 정하고, 참여를 유도하고, 적격성을 판단하는 일이 쉽지 않습니다. 마케팅 팀은 세일즈 팀에 필요한 기업 고객(계정) 및 구매 그룹의 컨텍스트를 파악하지 못한 채 리드 검증에 너무 많은 시간과 예산을 할애하는 경우가 많습니다. 세일즈 팀은 주요 이해관계자가 구매 그룹에 참여하기를 원하지만, 마케팅 팀에서 확보한 제한된 리드 데이터와 인사이트로는 집중해야 할 계정의 우선순위를 정하기가 어렵습니다. 세일즈 팀과 마케팅 팀 간에 원활한 조율이 이루어지지 않는다면 고객에게 일관된 브랜드 경험을 제공할 수 없습니다. 이로 인해 ROI가 감소하고, 수익 증대에도 부정적인 영향을 미칩니다.

이러한 문제는 계정에 집중하여 구매 그룹을 정교화하는 ‘구매 그룹 우선 접근 방식’으로 해결할 수 있습니다. 이 방식은 알려진 이해관계자와 미처 파악되지 않은 이해관계자를 파악하고 이들의 참여를 유도하여 사업부 전반의 B2B 구매 결정 방식을 더욱 정확하게 반영할 수 있으므로 세일즈 주기가 가속화됩니다. 이러한 이점을 공유하면 마케팅 팀과 세일즈 팀은 오랫동안 지속된 팀 간 단절을 해소하고, 수익 창출이라는 공동의 목표를 향해 통합 인사이트, 지표, 전략 등을 활용해 긴밀히 협업할 수 있습니다.



■ 트리거 이메일

이메일

클라우드 기반 회계 소프트웨어를
구현하는 7가지 방법

타겟 계정



- 의사 결정자
- 실무자
- 영향력 행사자

구매 그룹 우선 접근 방식을 펼치려면 그룹 구성원 개개인 및 그룹의 참여도를 파악하고 모두를 위한 개인화 경험을 통합 관리해야 합니다. 그러려면 데이터 조정, 콘텐츠 관리, 계획 수립 등이 필요하며, 여기에는 많은 시간과 수작업이 수반됩니다. 이를 뒷받침할 적절한 기술이 없다면 인적 오류가 발생하고 업무량이 크게 늘어납니다.

[Adobe Journey Optimizer B2B Edition](#)을 사용하면 이러한 문제를 해결할 수 있습니다. 고객 라이프사이클 모든 단계에서 특정 제품에 대한 구매 그룹 정교화를 통해 계정 식별, 적격성 확인, 참여 유도 등의 프로세스를 간소화하기 때문입니다.

이 가이드에서는 다음과 같은 Journey Optimizer B2B Edition의 4가지 주요 사용 사례와 함께, Adobe 솔루션이 구매 그룹 우선 접근 방식을 어떻게 지원하는지 자세히 살펴봅니다.

- 세일즈 주기 가속화
- 구매 그룹 및 누락된 이해관계자 식별
- 개인화 여정 및 콘텐츠 설계
- 마케팅 적격 구매 그룹(MQBG)을 통한 파이프라인 품질 향상

Journey Optimizer B2B Edition의 4가지 주요 사용 사례

1. 세일즈 주기 가속화

당면 과제. 세일즈 팀은 계정 파악에 강점이 있고, 마케팅 팀은 개별 리드를 육성하는 데 뛰어납니다. 그러나 마케팅 팀과 세일즈 팀이 동일한 계정과 구매 그룹 멤버에 우선순위를 두고 집중하지 않으면 전환율과 비즈니스 수익 극대화의 기회를 놓치게 됩니다.

해결책. 세일즈 팀과 마케팅 팀이 계정 및 구매 그룹의 참여도에 대해 상세하고 통합적인 관점을 가진다면 서로 원활하게 커뮤니케이션할 수 있습니다. 동일한 관점을 통해 계정의 우선순위를 명확히 하고 구매자의 요구에 더욱 신속하게 대응하고, 그럼으로써 세일즈 주기가 단축됩니다.

Adobe 전문가 의견

과거에는 비용 효과적인 방식으로 리드, 계정, 구매 그룹 데이터, 인사이트를 종합하여 통합 뷰를 구축하기가 쉽지 않았습니다. 세일즈 팀과 마케팅 팀은 대부분 각자 다른 데이터베이스, 데이터 구조, 참여 기능이 있는 툴을 사용합니다. 공통의 인사이트를 생성할 수 있는 적절한 AI 툴 또한 없었습니다.

Journey Optimizer B2B Edition: 세일즈 팀과 마케팅 팀 간 격차 해소

AI 기반 계정 및 구매 그룹 인사이트 공유. ‘계정 인사이트 대시보드’는 마케팅 팀과 세일즈 팀 모두를 위해 설계되었습니다. 이 기능은 세일즈 및 마케팅 활동에서 얻은 자사 데이터와 AI를 사용하여 계정 및 구매 그룹의 의도 및 자격 관련 인사이트를 도출합니다. 이 인사이트를 공유하면 마케터는 참여의 우선순위를 정하고, 세일즈 담당자는 계정 지원의 우선순위를 정할 수 있습니다.

[자세히 살펴보기](#)



구매 그룹
Altura Cloud

계정: Luma Inc.

구매 그룹 멤버: 15



Shirley Rossi

의사 결정자

직책: Luma CMO

구매 그룹: Altura Cloud



구매자 그룹
역할 생성



2. 구매 그룹 및 누락된 이해관계자 식별

당면 과제. B2B 구매 그룹은 복잡하게 구성되어 있습니다. [Gartner](#)에 따르면 이들은 5개 사업부의 5~11명의 이해관계자로 구성되는 경우가 많습니다. 세일즈 팀과 마케팅 팀이 최신 정보에 기반하여 이러한 구매 그룹을 명확히 파악하고 협업하면 효율성이 크게 향상됩니다.

해결책. 갭 분석을 자동화하는 솔루션을 사용하면 과거의 거래 성사 내역과 현재의 자사 마케팅 활동 데이터를 근거로 구매 그룹과 각 구매 그룹 멤버의 역할을 더욱 쉽게 정의할 수 있습니다. 누락된 그룹 멤버를 파악하는 데도 도움이 됩니다.

Adobe 전문가 의견

모든 멤버가 중요합니다. 구매 그룹에는 직접적으로 구매 결정을 하지는 않지만 신제품 도입 과정에서 중요한 역할을 하는 멤버(예: 영향력을 행사하지만 의사 결정자는 아닌 엔지니어)가 포함되는 경우가 많습니다. 작지만 중요한 역할을 하는 구성원을 파악하고 참여시키는 것이 전환율 향상에 필수적입니다.

Journey Optimizer B2B Edition: 완벽한 구매 그룹 생성

AI 에이전트. Audience Agent는 자사 데이터, 제품 관심도, CRM 데이터 등을 사용하여 AI를 통한 구매 그룹 생성을 자동화할 수 있습니다. 또한 구매 그룹의 완성도를 즉시 확인하고 표시합니다. 이를 통해 누락된 멤버를 찾기 위해 유료 미디어에서 어떤 계정을 활성화할지 등의 우선순위를 정할 수 있어, 광고 투자 대비 수익(ROAS)을 최적화할 수 있습니다.

참여도가 높은 구매 그룹

LumaCloud for Hooli

참여 점수 96 완성도 점수 100%

단계 계정
관심 제품 Hooli

📈 카테고리 관심도가 높음 자세한 내용

참여 급증 계정

CitiSignal

지난 90일 동안 CitiSignal의 참여가 이전 기간에 비해 89% 증가했습니다.

📈 키워드 관심도가 높음 자세한 내용

3. 개인화 여정 및 콘텐츠 설계

당면 과제. 구매 그룹 멤버는 고객 여정의 각기 다른 단계에 있습니다. 어느 단계에 있든 모든 멤버는 자신의 역할, 관심 솔루션, 업계 등에 맞는 정보와 경험을 기대합니다. 누가, 무엇을, 언제, 어떻게 필요로 하는지 파악하기란 쉽지 않으며, 이는 상당히 시간 소모적인 일입니다.

해결책. AI 툴이 포함된 솔루션은 업무를 보조하는 훌륭한 눈과 귀, 손의 역할을 해냅니다. 자동화를 통해 각 구매 그룹 멤버의 역할, 계정, 제품 관심도에 부합하는 콘텐츠를 제공하여 각 멤버를 더욱 쉽게 육성할 수 있습니다. 또한 여정을 다중 경로로 분할하는 옵션을 사용하면 다양한 채널에 일관된 콘텐츠를 제공할 수 있습니다.

Adobe 전문가 의견

사람들이 AI 어시스턴트와 AI 기반 솔루션의 가치를 인식하게 되면서 효율성이 부각되고 있습니다. Adobe의 한 고객은 잠재 고객의 참여를 유도하고 질문에 더 빠르게 답변할 수 있는 챗봇 기능을 통해 담당자가 주당 8시간의 업무 시간을 절약했다고 밝혔습니다. 담당자는 SMS, 이메일 등 각 채널별로 메시지를 다르게 작성할 필요가 없으며, 완전 자동화된 방식으로 일관된 경험을 제공할 수 있습니다.

Journey Optimizer B2B Edition: 맞춤형 콘텐츠 및 여정 생성

AI 지원. Journey Optimizer B2B Edition에는 각 구매 그룹 멤버의 계정, 역할, 관심 제품 등을 기반으로 개인화된 이메일 콘텐츠를 신속하게 제작 및 전달할 수 있는 Adobe AI Assistant Content Accelerator가 포함되어 있습니다. Journey Optimizer B2B Edition은 또한 즉각적인 도움과 모범 사례를 제공하여 빠르게 학습하도록 지원합니다.

[자세히 살펴보기](#)

브랜드 에셋

구매 그룹 1



강화, 변환,
확장

e북 다운로드

구매 그룹 역할

영향력 행사자 ▼

구매 그룹 역할

탐색자 ▼

 다양한 버전 생성

4. 마케팅 적격 구매 그룹(MQBG)을 통한 파이프라인 품질 향상

당면 과제. B2B 구매 결정은 복잡합니다. 또한 서로 다른 역할을 가진 다양한 부서의 주요 이해관계자로 구성된 구매 그룹에서 결정이 내려지는 경우가 많습니다. 기존의 마케팅 적격 리드(MQL)를 사용하여 세일즈 팀을 위한 적격 파이프라인을 생성하는 방식은 구매 및 판매 프로세스 간소화에 필요한 데이터와 컨텍스트를 제공하지 못합니다. 마케팅 팀과 세일즈 팀은 특정 제품 및 타겟 계정의 구매 그룹을 종합적으로 파악하고, 정확한 수요 정보를 제공하고, 거래 진행에 적합한 구매 그룹 멤버에 더욱 집중할 수 있는 솔루션이 있어야 합니다.

해결책. 구매 그룹의 참여를 전체적으로 측정하고 마케팅 적격 구매 그룹에 맞게 마케팅 팀과 세일즈 팀을 조율하는 솔루션이 필요합니다. 이 솔루션은 구매 그룹의 참여 점수가 특정 기준치에 도달하면 구매 그룹을 마케팅 적격 구매 그룹으로 자동으로 전환한 후, 이를 가치 있는 인사이트와 함께 세일즈 팀에 자동으로 전달해야 합니다. [자세히 살펴보기](#)

Adobe 전문가 의견

투명한 통합 데이터의 부재와 세일즈 및 마케팅 팀 간 협업 부족으로 인해 전략 합의를 도출하고 퍼널의 우선순위를 정하기가 더욱 어려워지고 있습니다. 세일즈 팀과 마케팅 팀이 리드 검증에 동일한 데이터와 툴을 사용하면 모든 팀원이 효과적으로 협업하고, 이들이 구축하는 파이프라인의 효율성도 향상되어 ROI와 전환율을 높일 수 있습니다.

자세한 내용은 마케팅 적격 구매 그룹 관련 [블로그](#)를 참조하세요.

Journey Optimizer B2B Edition: 마케팅 적격 구매 그룹 검증

참여 점수. 구매 그룹 참여 점수를 사용하면 리드 검증 시간을 크게 절약하고 적시에 적절한 계정에 집중할 수 있습니다. 또한 퍼널을 통해 그룹의 진행 상황을 파악할 수 있으므로 기회를 놓칠 일이 없습니다. 참여 점수가 특정 기준치에 도달하면 구매 그룹은 마케팅 적격 구매 그룹으로 전환되고, 정해진 우선순위와 긴급성에 따라 세일즈 팀에 자동으로 전달됩니다.

✓ 세일즈 팀에 알림

B 구매 그룹
Bodea - 금융 소프트웨어 구매 그룹

계정 이름: Bodea

구매 그룹 참여 점수

22

구매 그룹 완성도 점수

100%



Raymond Noel
CEO

멤버 참여 점수

83

✓ 적격

Adobe Journey Optimizer B2B Edition으로 수익 창출 팀의 비즈니스 성장 방식을 혁신하세요.

세일즈 팀과 마케팅 팀이 계정 중심 전략과 구매 그룹 정교화를 통해 효과적으로 협업하고 더욱 탁월한 고객 경험을 제공하도록 지원하세요. Journey Optimizer B2B Edition에는 구매 그룹 식별, 적격성 검증, 참여 유도 등의 프로세스를 자동화하는 AI 기능이 포함되어 있습니다. 세일즈 주기를 가속화하고, 구매 그룹의 격차를 식별 및 보완하며, 개인화된 여정을 구축하고, 파이프라인 품질을 개선할 수 있는 정교함과 확장성을 제공합니다. 운영 효율성을 높이고 높은 ROI를 달성하려는 B2B 조직에 매우 유용한 솔루션입니다.

Journey Optimizer B2B Edition으로 고품질 파이프라인을 구축하고 수익 성장을 극대화하는 방법을 살펴보세요.

[더 알아보기](#)



Adobe, the Adobe logo, Adobe Experience Platform, and Adobe Customer Journey Analytics are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. © 2025 Adobe. All rights reserved.