

인사이트

CRM 뜻, 고객 관계 관리는 무엇을 관리하고 제조기업은 언제 따로 도입하나

방동걸 (주)웨이스 대표이사

2026년 10월 16일

CRM은 Customer Relationship Management의 줄임말로, 거래처와 거래처 담당자, 영업 기회, 견적, 계약, 문의와 클레임 이력을 한곳에 모아 고객과의 관계를 회사 차원에서 관리하는 시스템입니다. 우리말로는 고객 관계 관리라고 부릅니다.

제조 AI 운영체제 VEXPLOR를 만드는 웨이스가 이 글에서 다루는 질문은 「영업 담당자가 바뀐 다음 날, 그 거래처와 무엇을 약속했는지 누가 아는가」입니다. CRM이라고 하면 소비자에게 문자나 쿠폰을 보내는 마케팅 도구를 떠올리는 경우가 있어서, 정해진 거래처와 여러 해 거래하는 제조기업에는 맞지 않는다고 여기기 쉽습니다. 이 글에서는 제조기업(B2B) 관점에서 CRM이 무엇을 관리하는지, ERP·QMS와 무엇이 다른지, 따로 검토할 신호와 도입 전에 확인할 5가지를 차례로 정리합니다.

01

CRM은 수주 전과 수주 뒤의 고객 기록을 한곳에 모읍니다

B2B 제조기업의 CRM은 한 번의 판매보다 한 거래처와 여러 해 동안 오가는 거래를 다룹니다. 견적을 요청한 구매 담당자, 사양을 확인하는 설계 담당자, 클레임을 보내는 품질 담당자가 모두 같은 거래처에 속해 있고, 그 사람들과 오간 기록이 쌓여 거래 관계가 됩니다. CRM이 맡는 업무를 나눠 보면 이렇습니다.

업무	CRM이 남기는 기록	기록이 없으면
거래처·담당자	연락처·역할·접촉 이력	담당자 퇴사와 함께 사라짐
영업 기회	단계·예상 금액·시기	분기 수주 전망이 어려움
견적	판 번호·조건·승인	지난 견적 조건을 못 찾음
계약·수주	계약 조건·갱신일	갱신 시기를 놓침
문의·클레임	접수일·처리 결과	같은 문의에 다르게 답함
개인정보	수집 목적·보유기간	파기 시점을 모름

이 가운데 CRM을 다른 시스템과 구분하는 업무는 **영업 기회 관리**입니다. 영업 기회는 아직 주문이 되지 않은 거래입니다. 고객이 견적을 요청하면 기회 하나가 생기고, 요구사항 확인과 견적 제출, 협상을 거쳐 수주나 실주로 끝납니다. 단계마다 예상 금액과 수주 가능성을 적어 두면, 이번 분기에 확정될 가능성이 높은 매출과 아직 불확실한 매출을 나눠 볼 수 있습니다. 실주한 기회도 지우지 않고 사유와 함께 남겨 두면, 같은 거래처가 다음에 견적을 요청했을 때 지난번에 왜 놓쳤는지 확인할 수 있습니다.

영업 담당자의 엑셀이나 메일함에만 있던 기록은 그 담당자가 회사를 떠나면 함께 사라집니다. CRM에 올린 견적은 판마다 거래처 아래에 쌓이고, 누가 언제 어떤 조건으로 보냈는지도 남습니다. 견적 한 건의 이력은 담당자가 바뀌어도 거래처 기록에 그대로 남습니다.

견적 한 건의 이력은 담당자가 바뀌어도 거래처 기록에 그대로 남습니다



비어 있는 영업 책상 옆 서류함 위, 폴더 하나에 탭 높이가 다른 견적서 네 장이 꽂혀 있습니다 — 견적 한 건의 이력은 담당자가 바뀌어도 거래처 기록에 그대로 남습니다

02

ERP는 거래를, QMS는 클레임 조치를, CRM은 거래처와의 관계를 기록합니다

고객 정보를 다루는 시스템 셋을 나란히 놓으면, 셋 다 거래처 화면이 있어도 답하는 질문은 다릅니다.

시스템	답하는 질문	기록 단위
ERP	무엇을 얼마에 팔았나	수주·출하·매출 건별

시스템	답하는 질문	기록 단위
QMS	클레임 원인을 없앴나	부적합·조치 건별
CRM	다음 주문은 어디서 오나	거래처·영업 기회별

ERP는 보통 수주가 확정된 뒤의 출하, 세금계산서, 입금을 중심으로 거래를 기록합니다. 견적을 ERP에서 함께 다루는 회사도 있지만, 수주 전 영업 기회와 접촉 이력까지 거래처 단위로 묶는 것은 CRM의 몫입니다. QMS는 고객 클레임을 받아 원인 분석과 시정조치, 효과 확인까지 따라갑니다. CRM은 그 앞뒤를 거래처 단위로 묶어 봅니다. 수주 전에 오간 문의와 견적, 수주 뒤에 들어온 요청과 클레임 접수까지 한 거래처 아래에 모아, 이 거래처와의 관계가 지금 어떤 상태인지 보여 줍니다.

그래서 거래처 수가 적고 대표나 영업 담당자 한두 명이 모든 거래처를 직접 상대하는 회사라면 ERP의 거래처 정보와 공유 엑셀만으로도 관리할 수 있습니다. 진행 중인 견적과 고객과의 약속이 한 사람과 기억만으로 감당하기 어려워질 때 CRM이 필요해집니다.

03

제조기업은 이 4가지 신호가 보일 때 CRM을 따로 검토합니다

아래 4가지 가운데 하나라도 지금 회사에 해당하면 CRM을 검토해 볼 만합니다.

- **영업 담당자가 떠나면 그 거래처의 견적 이력도 함께 사라진다** — 지난 견적의 조건과 판 번호가 개인 PC나 메일함에만 있다면, 후임자는 고객에게 지난 조건을 다시 물어야 합니다. 고객이 기억하는 조건과 회사 기록이 다르면 협상에서 불리해질 수 있습니다.
- **이번 분기 수주 전망을 물으면 담당자마다 따로 집계한다** — 영업 기회가 개인 파일에 흩어져 있으면 단계별 금액을 합치는 일부터 해야 합니다. 담당자마다 단계를 다르게 부르면 합친 숫자도 믿기 어렵습니다.
- **같은 거래처의 문의와 클레임을 부서마다 따로 받는다** — 영업은 납기 문의를, 품질은 클레임을, 기술팀은 사양 문의를 따로 받으면 그 거래처와의 관계를 한 번에 보는 사람이 없습니다. 클레임이 처리 중인 거래처에 그 사실을 모른 채 새 견적을 보내는 일도 생길 수 있습니다.
- **계약 갱신일이나 단가 재협상 시점을 놓친 적이 있다** — 연간 단가 계약이나 유지보수 계약의 갱신일을 달력이나 담당자 기억에만 두면, 시점이 지난 뒤에야 알게 됩니다.

04

CRM은 고객과 연락한 당일에 남긴 기록으로 움직입니다

CRM을 도입하고도 파이프라인이 실제와 다르다면, 기록을 언제 입력하는지부터 봅니다. 영업 담당자가 주간 회의 전날 일주일 치 통화와 방문을 몰아서 입력하면, 단계와 예상 시기는 기억에 의존한 값이 됩니다. 고객이 말한 요구사항이나 다음 연락 약속처럼 작은 내용은 그 사이 빠지기 쉽습니다.

기록은 **연락한 당일에 남기는 것**을 원칙으로 삼습니다. 통화나 방문 직후 다음 할 일과 기한을 한 줄 적어 두면, 그 할 일이 기한을 넘겼을 때 담당자와 관리자 모두에게 보입니다. 메일로 받은 견적 요청은 첨부 파일과 함께 영업 기회에 붙여 두면, 나중에 고객이 요구한 사양을 다시 찾는 일이 줄어듭니다.

거래처 담당자의 이름과 직통 번호, 메일 주소도 기록 대상입니다. 개인정보 보호법은 성명 등으로 살아 있는 개인을 알아볼 수 있는 정보를 개인정보로 정의하고(제2조), 보유기간이 지나거나 처리 목적을 달성해 불필요해진 개인정보는 지체 없이 파기하도록 정하고 있습니다(제21조, 다른 법령에 따라 보존해야 하는 경우는 예외). 그래서 CRM에 담당자 정보를 모을 때는 무엇을 왜 모으는지, 언제 지울지를 처음부터 함께 정해 둡니다.

05

CRM이 생산과 만나는 두 지점은 수요 예측과 클레임 접수입니다

CRM이 영업 부서 안에서만 운영되면 영업 기록은 쌓여도 공장의 준비는 늦어집니다. 특히 생산과 만나는 두 지점이 중요합니다.

- **수주 가능성이 높은 영업 기회** — 협상 단계에 들어간 기회의 품목과 수량, 예상 시기가 생산계획 담당자에게 보이면, 원자재 발주와 생산 능력 검토를 수주 확정 전에 시작할 수 있습니다. 반대로 확정되지 않은 기회를 확정 수주처럼 계획에 넣으면 재고가 쌓일 수 있으므로, 단계별 수주 가능성을 함께 넘깁니다.
- **고객 클레임 접수** — 고객이 영업 담당자에게 알린 불량은 품질 부서의 부적합 등록과 시정조치로 넘어가야 합니다. 이 전달이 메일과 전화로만 오가면 영업이 처리 경과를 알기 어렵고, 고객에게 답할 날짜를 정하기도 어렵습니다.

고객 클레임 한 건은 영업이 접수하고 품질이 조치를 끝낸 뒤 거래처 기록으로 돌아옵니다. 그래야 다음 견적 회의에서 그 거래처의 지난 클레임과 대책을 함께 볼 수 있습니다. 두 지점 모두 거래처 코드와 품목 코드가 ERP·QMS와 같은 기준으로 기록돼야 작동합니다.

고객 클레임 한 건은 영업이 접수하고 품질이 조치를 끝낸 뒤 거래처 기록으로 돌아옵니다



품질 사무실 탁자 위, 투명 봉투에 담긴 부품 옆 거래처 파일 상자에 서류 한 장이 꽂혀 있습니다 — 고객 클레임 한 건은 영업이 접수하고 품질이 조치를 끝낸 뒤 거래처 기록으로 돌아옵니다

06

제조기업은 CRM 기능을 한 번에 다 켜지 않고 4단계로 넓혀 가는 편이 안전합니다

CRM 제품 소개서에는 리드 접수, 마케팅 캠페인, 고객 포털, 챗봇, 매출 예측 같은 기능이 길게 나열돼 있습니다. 처음부터 모두 켜면 영업 담당자는 입력할 항목만 늘었다고 느끼기 쉽고, 채워지지 않은 화면만 많아질 수 있습니다. 앞 단계 기록이 정확해야 다음 단계도 의미가 있으니, 아래 순서로 넓혀 가는 편이 안전합니다.

단계	켜는 범위	다음으로 넘어갈 기준
1단계	거래처·담당자·활동 기록	개인 고객 목록이 사라짐
2단계	영업 기회·견적	분기 전망을 한 화면에서 봄
3단계	계약·갱신·클레임 접수	갱신일을 놓치지 않음
4단계	수요 예측·마케팅	영업 기회가 생산계획에 반영

1단계만 자리 잡아도 「그 거래처 담당자가 누구였고 마지막으로 언제 연락했는지」라는 물음에 기록으로 답할

수 있습니다. 2단계부터는 영업 회의 자료를 CRM 화면으로 바꾸는 편이 입력이 끊기지 않습니다. 회의는 엑셀로 하고 CRM은 따로 채우면, 담당자에게 CRM은 같은 내용을 두 번 적는 일이 됩니다.

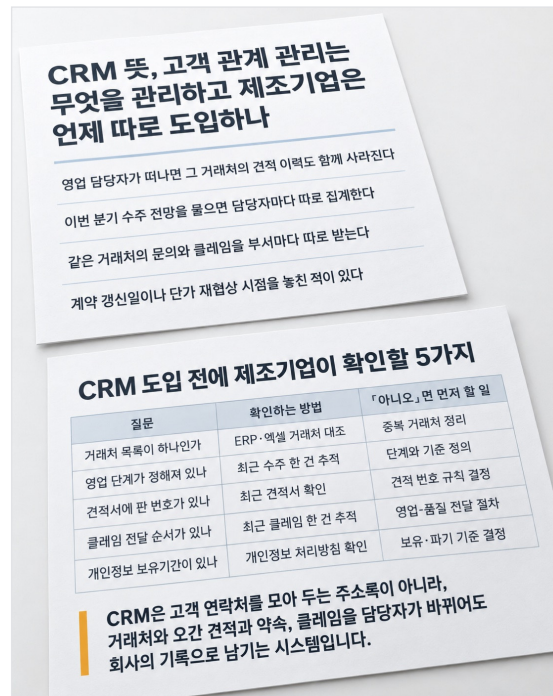
07

CRM 도입 전에 제조기업이 확인할 5가지

질문	확인하는 방법	「아니오」면 먼저 할 일
거래처 목록이 하나인가	ERP·엑셀 거래처 대조	중복 거래처 정리
영업 단계가 정해져 있나	최근 수주 한 건 추적	단계와 기준 정의
견적서에 판 번호가 있나	최근 견적서 확인	견적 번호 규칙 결정
클레임 전달 순서가 있나	최근 클레임 한 건 추적	영업-품질 전달 절차
개인정보 보유기간이 있나	개인정보 처리방침 확인	보유·파기 기준 결정

두 번째 질문부터 확인하는 편이 좋습니다. 최근 수주한 거래 한 건을 골라 첫 문의부터 계약까지 어떤 단계를 거쳤는지 날짜를 적어 보면, CRM에 옮길 영업 단계와 아직 정해지지 않은 기준이 함께 드러납니다. 첫 번째 질문도 미리 봐 둡니다. 같은 거래처가 ERP와 엑셀에 다른 이름으로 등록돼 있으면, CRM으로 옮긴 뒤 한 거래처의 이력이 두 곳으로 나뉩니다.

웨이스가 VEXPLOR에서 CRM을 ERP·QMS·APS와 연동되는 구조로 두는 이유도 여기에 있습니다. VEXPLOR CRM은 거래처와 담당자를 중심으로 영업 기회, 견적, 계약, 서비스 이력, 활동 기록을 함께 관리하고, VEXPLOR ERP의 거래처·품목 정보와는 직접 연동되고, 다른 ERP와는 API로 거래처·품목·주문 정보를 주고받도록 설계돼 있습니다. 리드 발굴부터 수주까지 영업 기회를 8단계 파이프라인으로 보여 주고, 견적서는 ERP 품목으로 품목 행을 구성해 자동 채번과 승인 절차를 거쳐 계약서까지 한 흐름으로 처리하며, 승인 상태와 버전 이력을 남기도록 설계돼 있습니다. 서비스 요청은 QMS의 고객 불만과 시정조치(CAPA)로 연결되고, 파이프라인과 매출 예측 데이터는 APS의 수요 계획에 반영되도록 설계했습니다. 개인정보는 동의 유형과 법적 근거를 구분해 기록하고, 보존 기간이 끝나면 정책에 따라 파기·익명화·가명화하도록 설계돼 있습니다. 화면은 웹 반응형으로 모바일 브라우저에서 사용할 수 있으며, 현장 영업용 전용 모바일 화면과 일부 대시보드는 보완이 진행 중입니다. 기능 목록과 준수하는 표준은 [VEXPLOR CRM 솔루션 페이지](#)에 정리해 두었습니다.



이 글을 한 장으로 요약하면 이렇습니다 — CRM을 따로 검토할 신호 4가지, 도입 전에 확인할 5가지와 결론

CRM은 고객 연락처를 모아 두는 주소록이 아니라, 거래처와 오간 견적과 약속, 클레임을 담당자가 바뀌어도 회사의 기록으로 남기는 시스템입니다. 영업 담당자가 떠날 때마다 거래처 이력을 다시 모으는 제조기업이라면, 최근 수주 한 건이 첫 문의부터 계약까지 거친 단계를 적어 보는 것이 CRM 도입의 첫 단계입니다.

WACE(웨이스)는 공장이 스스로 판단하고 멈추지 않게 하는 제조 AI 운영체제 VEXPLOR를 만드는 회사다.

08

함께 읽어보세요

- [WMS 뜻, 창고관리시스템은 무엇을 관리하고 공장은 언제 따로 도입하나](#)
- [제조기업 한 곳의 목록에서 고객 견적 요청은 부서 4곳을 지나 수주 확정과 입금으로 끝납니다](#)
- [거래처 목록 300행, AI로 값은 두고 표기만 고치기](#)



원문 blog.vexplor.com/post/what-is-crm-customer-relationship-management

발행 2026년 10월 16일 · 방동걸 (주)웨이스 대표이사

회사 주식회사 웨이스 (WACE Inc.) · 대표이사 방동걸 ·
사업자등록번호 439-87-02852

주소 (18462) 경기 화성시 동탄구 동탄영천로 150, 에이동(A동)
1332·1333·1334·1335호 (영천동, 실리콘엘리동탄)

연락처 전화 070-4730-0629 · contact@wace.me

홈페이지 wace.me · linkedin.com/company/wace-inc



원문



홈페이지



링크드인