ATOMY MAGAZINE

WINTER
2023 | Vol. 29

성공을 향한 첫걸음

백만갑 실전 노하우 엿보기

COVER STORY
백만갑 심층 조명

PRODUCT
2024 출시제품 미리보기
그날엔 보라지유
연말연시 센스 만점의 선물 추천

FIELD
글로벌 애터미향 '헤모힘G' 탄생
유럽법인 오픈
지속가능경영유공 장관상 수상

INTERVIEW
똥꼬 의사 임익강 샤론로즈마스터
중국법인 노충량 로열마스터
신임 법인장 4인의 출사표



atom美
ATOMY



CONTENTS

WINTER | 2023 | Vol. 29

04	FOUNDER & CHAIRMAN'S MESSAGE	철저하게 하든지, 처절하게 하든지 | 박한길 애터미 회장
06	COVER STORY	백만갑, 제로에서 다시 시작하는 애터미 비즈니스
12	INTERVIEW ❶	2024년 글로벌 애터미 신임 법인장 4인의 출사표
16	PRODUCT ❶	2024 애터미 신제품 미리보기
18	PRODUCT ❷	잔주름, 거친 피부, 피부각질 환절기 피부 고민 특급 솔루션
20	PRODUCT ❸	연말연시 센스 만점의 선물 추천
22	PRODUCT ❹	그날을 보다 편안하게! 애터미 그날엔 보라지유
24	PRODUCT ❺	아이 성장의 골든타임 놓치지 마세요
26	PRODUCT ❻	올 겨울 메이크업, 고급스럽고 뮤트하게!
28	PRODUCT ❼	100% 엑스트라 버진 유기농 올리브유로 구워 더 맛있고 건강하게
30	PRODUCT ❽	수고했어, 오늘도! 일상 속 쉼을 돕는 애터미 아이템
32	PRODUCT ❾	우리 몸의 중요한 영양소 '엽산'에 대해 알아보자
34	FIELD ❶	유럽 직판시장, 지난해 4.9% 성장
36	FIELD ❷	글로벌 애터미향 '헤모힘G' 탄생
38	GALLERY	성공을 향한 꿈의 여정, 2023년 4분기 승급 여행 스케치
40	FIELD ❸	성공할 수밖에 없는 이유, 성공해야만 하는 이유를 찾아야
42	INTERVIEW ❷	"돈 잘 버는 의사가 왜 애터미를 하냐고요?" 임익강 샤론로즈마스터
44	INTERVIEW ❸	칫솔 하나 들고 중국 대륙 구석구석을 누비다 노충량(卢忠亮) 로열마스터
46	INTERVIEW ❹	애터미 인플루언서 오천재미 랜선 인터뷰 오준식 샤론로즈마스터
48	INDUSTRY	박한길 회장, 세계적인 직판 기업 CEO들에게 원리원칙 강조
50	FIELD ❹	2023 지속가능경영유공 산자부 장관상 수상
52	GLOBAL ATOMY NEWS	글로벌 애터미 뉴스
54	MEMBER ESSAY	내 인생 최고의 변곡점, 애터미 이정재 샤론로즈마스터
56	COLUMN	퓨처 셀프와 메라비언 법칙 이성연 경제학 박사
58	CARTOON	백만갑
62	EVENT	매거진 이벤트











Publisher | 박한길 Publication | 애터미(주) (32543) 충청남도 공주시 백제문화로2148-21(웅진동)
E-mail | atomysori@atomypark.com Planning&Design | 커뮤니케이션팀&크레아트 Printing | (주) 미래엔

철저하게 하든지, 처절하게 하든지

목표 지점에 도달하기 위해서는 두 가지 필수 요건이 있습니다. 목표까지 갈 수 있는 동력과 방향입니다.
먼저, 동력은 열정에서 나옵니다. 열정은 또한 긍휼감(사랑)에서 나옵니다. 사랑하는 사람이 있기에 꼭 해내야만 한다는 절박함이 철저하게 해내겠다는 열정으로 바뀝니다. 그래서 열정이 없는 사람은 그 가슴에 사랑이 메마른 것이고, 사랑이 메마른 사람은 나쁜 사람이라고까지 우리는 말합니다. 그러나 철저하게 잘하고 싶으나 잘 되지 않는 사람도 있습니다. 어떻게 할까요? 그런 사람은 처절하게라도 하자는 것입니다. 다른 곳에서는 처절하게 해도 되지 않는 경우가 있습니다. 그때 우리는 절망합니다. 그러나 애터미에서는 절망하지 않아도 됩니다. 정말 처절하게까지 한다면 반드시 성공할 수 있는 시스템이 갖추어져 있기 때문입니다.



애터미는 절대품질 절대가격과 더불어 여러분을 성공시킬 절대시스템이 있습니다! 철저하게 하는 것은 허접함의 터널을 통과하는 것입니다. 살아온 과거가 훌륭해서 내가 아는 사람들이 내 말을 믿고 애터미 비즈니스에 잘 동참해 준다면 더할 나위 없이 좋습니다. 그렇지 못할 경우, 우리는 하루에 100명을 만나겠다는 처절한 목표로 현장에 뛰어들어야 합니다. 하루에 100명을 만나겠다는 목표를 세우고 실행에 옮기지만 멋들어지게 해내고 있지 못하다는 생각이 들 수도 있습니다. 그래서 또 좌절할 수 있습니다.
그러나 여기서 좌절할 필요는 없습니다. 콜드컨택 - 백만갑을 멋들어지게 할 수 있는 사람은 아무도 없기 때문입니다. 심지어는 세일즈의 달인(?)이라고 자타가 공인하는 저마저도 100명을 만나서 모두 설득하는 것은 절대 불가능한 것입니다. 제가 달인인 것은 하루에 100명을 만나는 일을 될 때까지 해낼 수 있는 처절함의 달인이라는 것입니다. 허접함의 터널을 견디어 내는 달인이라는 것입니다. 여러분이 처절하게 통과한 허접함의 터널에 대한 전설은 훗날 가장 아름다운 성공 스피치가 될 것이고, 수많은 사람들에게 허접함의 터널을 너끈히 통과할 수 있는 동력이 될 것입니다.
또 하나는 방향입니다. 사주팔자를 이기는 것이 관상이라고 합니다. 관상을 이기는 것은 심상이라고 합니다. 그래서 만상불여심상(萬相不如心相)이라는 말이 있습니다. 그런데 우리의 마음이 조석지간에 변화무쌍한 것이 문제입니다. 마음이 항상 밝고 긍정적이면 좋으련만 마음이 마음대로 되지 않는 것이 문제입니다. 마음은 마음대로 안 되지만, 우리가 의지를 가지면 조정할 수 있는 것이 우리의 말입니다. 말은 우리가 골라서 할 수 있습니다. 긍정적인 말, 희망적인 말, 따뜻한 말은 우리의 의지로 선택할 수 있습니다. 부정적인 말은 절대로 입 밖에 내지 않겠다는 의지를 세우면 됩니다. 부정적인 말은 혼잣말이라도 절대 하지 말아야 합니다. 왜냐하면 남이 듣지는 않아도 내가 듣기 때문입니다. 말은 영적인 힘이 있습니다. 그래서 기적을 일으키기도 합니다. 성경에도 '너희에게 이른 말씀이 곧 영이요, 생명'이라고 갈파합니다. 저에게 어떻게 빈손으로 애터미를 세웠냐고 물으면 '입' 하나로 만들었다고 말합니다. 하나님도 말씀으로 세상을 창조하셨습니다. 여러분이 긍정적이고 바람직한 말만을 하면 바람직하고 아름다운 미래를 만날 것이고, 망할 소리를 한다면 망한 삶을 만나게 될 것입니다. 우리의 혀는 작은 지체이지만 배의 키와 같아서 혀가 어느 방향으로 움직이느냐에 따라서 우리의 삶의 방향이 정해집니다. 만상불여심상(萬相不如心相)이라는 말에서 한걸음 더 나아가 저는 만상불여언상(萬相不如言相)이라고 말하고 싶습니다. 관상을 이기는 것이 심상이지만, 우리의 마음을 움직이는 것은 언어입니다.
애터미 가족 여러분! 허접함의 터널을 지나는 처절함을 동력으로, 항상 긍정을 향한 '혀'라는 키로 성공의 피안으로 나아갑시다.







백만갑
GO 100



세계로 퍼지는 백만갑 프로젝트

백만갑,
제로에서 다시 시작하는 애터미 비즈니스

첫 만남의 어색함 넘어야 비즈니스의 백년지대계 만들어 갈 수 있어

경기도의 한 애터미 센터, 오전 시간부터 회원들이 부산하게 움직인다. 얼마 전, 백만갑 활동에서 만난 소비자 한 사람이 지인과 함께 방문하겠다고 연락이 왔기 때문이다. 아무래도 혼자 오기에는 좀 어색했던 모양이다. 센터장은 "애터미를 알고는 있으셨던 분으로 기억해요. 돈이 된다니까 한 번 자세히 듣고 싶다고 하셨거든요. 이런 분들은 어떻게 하면 수입이 되는지 직접적으로 말씀드려야 해요"라고 말했다.

Return To Basic

백만갑 프로젝트는 애터미 회원들에게 어떤 영향을 끼쳤을까. 지난 11월 6일, 애터미 센터를 직접 찾아가 봤다. 오전 9시, 이미 센터에는 20여 명의 회원들이 부산하게 움직이고 있었다. 취재진을 보자 반갑게 인사를 하곤 잠시만 기다려달라고 했다. 애터미 카페 아라비카 한 잔을 마시며 주위를 둘러봤다. 그리 크지 않은, 그러나 현장의 느낌이 물씬 나는 공간이었다. 잠시 후, 지난 9월의 백만갑 활동을 통해 신규 가입한 회원, 그리고 신규로 가입시킨 회원과 마주 앉았다.

"처음 백만갑 활동하는 회원을 만났을 때의 느낌은 어땠는지요?"

"간혹 거리에서 전단지 나눠주는 분들이 있는데 그런 분인 줄 알았어요. 그런데 들어 보니 애터미에서 돈을 벌 수 있는 방법을 가르쳐준다는 거예요. 솔깃했죠."

"그럼 바로 회원가입을 하셨겠네요?"

"한 10여 일 고민했어요. 그러다가 다시 만나게 됐고, 그때 센터에 한번 가보겠다고 했어요."

콜드컨택, 생판 모르는 사람들에게 애터미를 소개하는 일이다. 마치 초보 보험영업자가 아는 사람에게 보험을 다 들게 한 뒤, 어쩔 수 없이 거리에 나가 이 사람 저 사람을 가리지 않고 보험 영업을 하는 것과 같다. 왜 이걸 지금 하는 걸까? 이미 애터미는 연 매출 2조 원을 넘어서는 기업이고, 수많은 성공자들을 탄생시킨 기업이다.

이유는 단순하다. 기본으로 돌아가기 위해서다. 직접판매는 판매자가 소비자를 직접 만나서 제품과 비즈니스에 대해 소개하면서 저변을 넓혀가는 유통이자 개인 비즈니스다. 따라서 직접판매의 기본 중의 기본은 바로 사람을 만나는 것, 그것도 온라인이 아닌 현실 속에서 만나는 것이다.

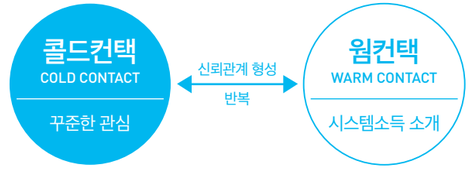
지난 3년여의 팬데믹 기간 동안 직접판매는 오프라인 미팅을 잠시 보류한 채, 온라인에서의 만남을 확장해 왔다. 그러나 온라인으로는 여전히 부족한 부분이 있었다. 가상 세계가 현실 세계를 온전히 담아낼 수 없기 때문이다. 아직은 현실의 공간을 보조하는 가상의 공간일 뿐이다. 직접판매 역시 마찬가지다. 팬데믹을 타고 온라인 활동이 직접판매 전면에 등장했지만, 엔데믹으로 다시 메인 스트림을 오프라인 활동에 넘겨주고 있다. 오프라인의 귀환이자 'Return to Basic'인 셈이다.

소득이 된다는 것, 그리고 꾸준한 관심이 키포인트

콜드컨택은 불특정 다수를 향한 대면 홍보의 일환이다. 아직 애터미를 모르고 있거나 알고는 있지만 제품을 쓰지 않는 소비자에게 애터미의 존재를 알리고 어떤 제품이 있는지를 오프라인을 통해 직접 알리는 작업이다. 처음 콜드컨택을 할 때에는 망설여지고 말문이 안 떨어지기도 한다. 그러나 이는 처음에만 그럴 뿐이다. 사랑하는 이들을 생각하며 처음을 넘기면 다음부터는 비교적 수월하게 진행할 수 있다.

중요한 것은 한 번만 하는 것이 아니라 여러 번, 익히 알고 지내던 사람처럼 자연스럽게 인사를 주고받을 정도가 될 때까지 꾸준한 만남을 이어 가는 것이다. 이를 위해서 시장이나 상가와 같이 일정한 곳에서 주기적으로 콜드컨택을 시도하는 것이 좋다. 몇 번 방문하다 보면 익숙해지고 친해지게 된다. 그러면 제품에 대해서도, 소득에 대해서도 얘기할 수 있는 기회가 생기게 된다. 하미영 스타마스터는 "인맥이 없어도 콜드컨택으로 많은 소비자와 사업자까지 이끌어낼 수 있다"며 "여러 번 찾아가 신뢰를 쌓는 시간이 걸리지만, 한번 만들어진 고객은 골드소비자로 남는다"고 말했다.

그러나, 콜드컨택은 콜드컨택으로 끝나서는 안된다. 웜컨택으로 이어져야만 의미가 있다. 콜드컨택이 중요한 이유는 단순히 소비자를 늘리기 위해서가 아니다. 애터미 비즈니스의 핵심은 애터미 제품을 써본 소비자가 제품이 마음에 들어 주변의 지인에게 자발적으로 애터미와 애터미 제품을 소개하는 데에 있다. 그 과정이 파트너에게 복제되고, 다시 그 파트너의 파트너에게 복제되어 나가면서 애터미 비즈니스가 구축되어 가는 것이다. 김지수 스타마스터는 "첫 만남의 어색함을 넘어야 비즈니스의 백년지대계를 만들어 갈 수 있다"며 "콜드컨택이 영업의 결정판"이라고 말했다.



콜드컨택의 대가들이 한결같이 말하는 것이 있다. 콜드컨택을 통해 애터미에 관심이 생긴 소비자들을 회원가입까지 이끌어가는 데 가장 유효한 워딩은 '소득'이고 가장 필요한 행동은 '꾸준한 관심'이라는 것이다. 최은경 스타마스터는 "대부분의 소비자는 시스템 소득에 대한 이해가 부족하다"며 "시간을 두고 친분을 쌓고 신뢰가 두터워지면 비전 제시와 니즈 파악, 제품설명, 노후나 소득을 얻는 방법 등을 임팩트 있게 전달해야 한다"고 말했다.



국내 리더 회원

신규 가입 회원 늘어

백만갑 프로젝트의 효과는 다양하다. 백만갑을 통한 비즈니스의 성장은 3~4개월 이상의 시간이 걸릴 것으로 보이지만, 당장 눈에 보이는 효과도 많다. 그 가운데 가장 먼저 꼽을 수 있는 것은 회원들이 현장에서 뛸 수 있는 용기를 길러주는 것이다. 김지수 스타마스터는 "리더 회원이 앞장서서 매일매일 백만갑을 외치고 파트너 회원이 따라 하니 초보 회원들도 덩달아 콜드컨택에 익숙해지고 있다"며 "백만갑을 통해 초보 회원이 현장에서 두려움 없이 비즈니스에 임할 수 있는 힘이 길러지고 있다"고 말했다. 또 최은경 스타마스터는 "신규 회원들이 늘면서 파트너들이 '움직이면 된다'는 생각을 갖게 되는 것 같다"며 "스스로 직급 계획도 세우는 등 적극적으로 비즈니스를 하게 됐다"고 말했다.

또 하나의 효과는 비즈니스를 체계적으로 구축해 나가는 시발점이 된다는 것이다. 무작정 백만갑을 한다면 사실상의 효과는 거의 없을 수 있다. 이 가게를 갔었는지 안 갔었는지, 가게 주인의 반응이 좋았는지 시큰둥했는지 모른다면 무슨 소용이 있겠는가. 백만갑을 계속하다 보면 나름의 요령이 생긴다. 그중 하나가 오늘 어디 갔는지, 반응은 어땠는지, 어디에 관심을 가졌는지를 틈나는 대로 적는 것이다.

그러다 보면 기존 고객들도 다시 한번 돌아보게 되는 부차적인 효과도 발생한다. 김지수 스타마스터는 "백만갑을 시작하고 나서 기존에 놓치고 있던 소비자들을 다시 관리하기 시작했다"고 말했다. 또 하미영 스타마스터는 "관리가 제대로 안되어 애터미로부터 멀어진 고객들을 다시 돌아볼 수 있게 됐다"고 말했다.

물론, 백만갑의 가장 큰 효과는 신규 가입 회원이 늘어난다는 것이다. 실제로 애터미 신규 회원 가입자 수를 보면 백만갑이 시작된 지난 9월의 신규 회원 가입자 수는 전월 대비 3.5%, 전년 동월 대비 7.0% 증가했다. 이에 매주 정기적으로 백만갑을 펼치는 것은 물론, 백만갑 송을 만들어 부르고 성공 사례를 발표하는 센터까지 생겨나고 있다.

전담 TFT 구성, 전방위적 지원할 것

백만갑 프로젝트는 비단 회원들에게만 유효한 프로젝트가 아니다. 애터미 임직원들도 백만갑 프로젝트를 통해 회원들과의 접점이 확대되고 회원들의 열정과 노력을 직접 체험하며 애터미라는 업에 대한 인사이트를 구할 수 있었다. 특히, 평소 회원과의 직접적인 접점이 거의 없었던 부서의 모 직원은 "그동안 피상적으로만 이해했던 애터미 비즈니스를 실제 체험할 수 있어 큰 도움이 됐다"고 했다. 또 다른 부서원은 "내가 현장 마케팅에 대해서 얼마나 미숙한지, 사업자분들이 얼마나 고생하고 있는지를 알게 됐다"고 말했다.



2024년부터 백만갑 전담 팀을 구성합니다. 세일즈 교육 등 백만갑을 확실하게 지원하겠습니다!

애터미 마케팅 직원



애터미 임직원들도 TFT를 구성하여 프로젝트에 참여하고 있다

이에 애터미는 백만갑 프로젝트를 지속적이고 전방위적으로 지원할 방침이다. 이를 위해 TFT를 구성, 구체적인 지원 방안을 논의하고 있다. TFT 역할은 세일즈 컨설팅과 백만갑 프로젝트의 인사이트 발굴 및 현장의 의견 청취를 통한 문제해결이다. TFT는 콜드컨택 활성화를 위해 센터를 컨설팅해 줄 수 있도록 구성하며 사업 도구 제작 및 배포에도 도움을 줄 수 있도록 할 예정이다. 2024년부터는 TFT 인원을 7개 팀으로 나눠 월 3회 센터로 나가 서비스 및 세일즈교육을 통해 백만갑 활동을 지원한다.

김영준 마케팅팀 담당자는 "애터미 직원들이 3~4명씩 조를 짜서 전국의 센터를 돌며 직접 마케팅 컨설팅을 하는 방안을 비롯해 다양한 지원책을 구상하고 있다"며 "회원의 성공을 최우선 하는 애터미인만큼 보다 실질적이고 효과적인 지원책을 마련해 시행할 것"이라고 말했다.

해외법인도 '백만갑 좋아요!!!'

백만갑의 열풍은 해외에서도 뜨겁게 달아오르고 있다. 각각의 법인마다 방법은 달랐지만, 더 많은 소비자에게 애터미를 전달해 함께 성공하고자 하는 마음은 동일했다. 실제로 지난 9월 4일, 첫 백만갑 활동 이후 적잖은 해외법인들도 백만갑 프로젝트를 시작했다. 참고로 백만갑 프로젝트의 영문 명칭은 'GO100(고백)'며 중문은 '去见百人(거견백인)'이다. 그러나 해외법인 현지의 치안 문제나 문화적인 차이 등으로 백만갑 프로젝트를 펼칠 수 없는 경우도 있었다. 이병규 해외사업부 담당자는 "글로벌 백만갑은 각 국가들의 치안상의 문제 및 문화와 분위기에 따라 현지화 후 진행되고 있다"며 "앞으로 글로벌 백만갑도 애터미의 성공 시스템으로 합류될 것"이라고 말했다.

실제로 말레이시아 법인은 하루만 진행하던 백만갑 활동을 이틀 진행하는 것으로 바꿨다. 첫날 만난 사람들을 둘째 날에 센터에 초대해서 회사소개, 제품소개 및 체험을 이어가는 방식이다. 어떤 법인에서는 로드샵과 길거



말레이시아에서는 백만갑을 이틀동안 진행합니다. 첫째날은 콜드컨택, 둘째날은 센터에 초대해 후속관리를 하고 있죠.

말레이시아 센터장

국내 임직원 11월 백만갑



국내 임직원 12월 백만갑_사업설명 중인 회원



말레이시아 백만갑 1일차



말레이시아 백만갑 2일차_ 간이사무실에서 상담하는 회원들




대만 임직원 백만갑

리 홍보가 불가해 국가가 진행하는 행사에 애터미 이름으로 참석, 회원들과 직원들이 애터미를 알리는 방식으로 진행하기도 했다. 캄보디아 법인은 하루가 아닌 일주일 내내 백만갑 활동을 하는 '백만갑 주'를 정해서 일주일 동안 매일 거리로 나가 사람들에게 애터미를 알리기도 했다.

해외법인의 회원들도 백만갑에 대한 반응은 한국과 다르지 않았다. '팬데믹으로 길을 잃었지만 백만갑으로 다시 찾았다', '막연하게 비즈니스를 해 왔었지만, 백만갑으로 뭘 어떻게 해야 할지 확실히 알게 됐다', '내 스스로에게 자신감이 생겨났다', '내 옆에 있는 스폰서, 파트너가 너무 귀하게 여겨졌다' 등 백만갑으로 다시 비즈니스를 할 용기가 생기고, 좀 더 체계적으로 하게 됐으며 하면 된다는 희망과 용기가 생겼다는 것이다.

이병규 해외사업부 담당자는 "비록 환경과 문화는 다르지만, 글로벌 백만갑에 참여한 법인은 모두 앞으로도 계속할 뜻을 가지고 있다"며 "애터미에서도 현지에 맞도록 발전시켜 주기적으로 진행할 예정"이라고 말했다.


캄보디아 임직원 백만갑

콜드컨택의 생명은 꾸준함

애터미가 수입을 창출할 수 있다는 것을 모르는 고객이 대다수

"인맥이 없어도 콜드컨택으로 사업자까지 이끌어낼 수 있어요."


하미영
스타마스터

"콜드컨택으로 소비자를 만들어 가기까지는 꾸준히 찾아가서 신뢰를 쌓을 때까지 인고의 시간이 필요하지만, 한번 만들어진 고객은 골드소비자로 남죠." 하미영 스타마스터의 말이다. 콜드컨택, 사실 말은 쉽지만 행하기엔 여간 용기가 필요한 것이 아니다. 처음 콜드컨택을 시도할 때는 마치 극기 훈련을 하듯 두근거리는 마음을 진정시키며 떨리는 손으로 문을 연다. 가게 주인이 "어서오세요"라며 접객 인사라도 하면 도로 나가고 싶은 마음이 굴뚝이다. 그런데 이걸 한두 번이 아니고 계속해야 한다. 하미영 스타마스터는 "인맥이 없는 파트너도 콜드컨택으로 많은 소비자를 구축할 수 있고, 그 소비자를 통해 사업자까지 이끌어낼 수 있어요. 또 많은 사람들을 만나며 경험을 쌓아 지인들에게까지 스스럼없이 얘기할 수 있는 훈련도 된다"며 콜드컨택의 장점을 설명한다.

실제 하미영 스타마스터는 콜드컨택을 통해 파트너를 만난 경험이 있다. 바쁜 시간에 식당에 들어가 카운터에 리플렛을 올려두고 온 적이 있었다. 그런데 다음날, 그 식당 사장님이 전화해서 제품 주문을 하고 싶으니 회원가입을 해달라고 요청했다. 그리고 3개월 동안 제품을 다 바꿔 쓰게 하고 석세스아카데미에 초대하고 수당까지 타게끔 안내했다. "한번 만난 고객은 4회 이상 찾아가서 만나야 해요. 반기지 않아도 미소로 인사하고 정보를 전달하고 나오면 돼요. 애터미를 알렸다는 것만으로도 충분히 만족할 수 있잖아요"

처음의 쑥스러움은 콜드컨택을 지속하는 사이에 자신감으로 바뀌었다. 애터미 제품을 한 번이라도 써본 고객들의 긍정적인 반응은 누구를 만나든, 어디를 가든 당당한 미소를 지을 수 있게 했다. "그 당당함과 자신감이 소비자들이 제품을 사고 싶도록 하지 않았을까요?" 하미영 스타마스터는 상점은 물론이고 길거리에 지나가는 사람을 붙잡고도 애터미를 설명하고 회원가입을 권유했다. 자신이 확신하는 애터미 제품을 제대로 알려야겠다는 생각으로 누구든지 만난다. 그 경험이 쌓이니 소비자가 늘고, 그 늘어난 결과에 자신감도 높아졌다.

하미영 스타마스터는 "애터미가 또 다른 수입을 창출할 수 있다는 것을 모르는 고객이 대다수"라며 "예전이나 지금이나 제품 쓸 사람은 많고 사업을 할 사람도 많아요. 부지런히 애터미를 알려 많은 진주를 찾아내는 사람이 성공할 것"이라고 확신했다.


하미영 스타마스터 후속미팅

백만갑, 소비가 소득이 되는 변화를 알려 주는 것이 핵심

상반기 대비 하반기 15일 동안 신규 회원이 109명 늘어

"시간을 두고 친분과 신뢰를 두텁게 쌓은 후 애터미에 대해 임팩트있게 전달해야죠."


최은경
스타마스터

"가장 어려운 건 다단계판매에 대한 부정적인 인식을 바꾸고 시스템 소득에 대한 이해를 높이는 것이죠"라고 말하는 최은경 로열마스터의 표정은 오히려 밝았다. 백만갑 활동으로 문제가 뭔지를 알았고, 그 해결 방법까지도 터득했기 때문이다. 콜드컨택을 하지 않았더라면 몰랐을 문제다. "문제를 알면 해결 방안은 나와요. 문제가 뭔지 모르는 것이 진짜 문제죠."

최은경 스타마스터의 해결 방안은 명쾌했다. "콜드컨택을 통해 만난 사람을 짧은 시간에 시스템에 참여시키기란 어려운 일이죠. 시간을 두면서 친분을 쌓고 신뢰가 두터워져야 됩니다." 이를 위해 최은경 스타마스터는 회원들이 제대로, 즐겁게 사업하는 팀이라는 것을 인식시켜줘야 한다고 강조한다. 그런 후에 애터미의 비전을 제시하고, 신규 가입 회원이 어떤 것을 필요로 하는지 파악하고, 그에 따른 제품설명과 소득시스템 등에 대해 강하게 전달해야 한다. 물론, 센터에 나오는 것에 익숙해질 수 있도록 센터 문턱을 낮추는 스킨케어, 제품 데이 등의 다양한 프로그램에 참여를 독려하는 것도 필수다.

실제로 백만갑 활동이 비즈니스에 얼마나 도움이 될까. 최은경 로열마스터는 도움이 많이 된다고 잘라 말했다. "백만갑 시작하고 상반기보다 하반기 15일 동안 신규 회원이 109명 늘었어요. 파트너들도 신규 회원들이 늘면서 움직이면 된다는 확신을 가지고 비즈니스 계획을 세우는 등 적극성을 갖게 되었어요." 콜드컨택을 두려워하는 회원도 "같이 뛰어 줄게, 걱정하지마"라는 파트너의 말에 용기를 내고 재충전을 하게 된다. 특히, 백만갑 이전에 혼자 콜드컨택을 하던 사업자는 백만갑 활동으로 든든하고 더 많은 비즈니스 노하우를 배울 수 있었다.

최은경 스타마스터의 백만갑 노하우는 애프터 미팅에 대한 준비에서 드러난다. 파트너들에게 소비자를 만날 때의 자세와 멘트에 대한 피드백은 물론이거니와, 제품에 대한 객관적인 자료와 보상플랜에 대한 설명, 재방문 계획과 좋은 백만갑 사례 발표까지 빈틈없이 꽉 메워져 있다. 최은경 스타마스터는 "같은 집에 여러 회원들이 방문하게 되는데 그 한분 한분이 광고가 되어 애터미의 인지도가 상당히 높아지고 있다"며 "이제 소비가 소득이 되는 것을 소비자가 알 수 있도록 하면 사업으로서의 인지도도 높아질 것"이라고 말했다.


최은경 스타마스터 후속미팅

2024년 글로벌 애터미 신임 법인장 4인의 출사표

섬기고 동행하고 솔선수범하고... 고객성공 위해 진심전력 낼 것

오는 2024년, 청룡의 해다. 창공을 비행하는 청룡처럼 애터미인들도 전 세계를 날아다니며 저마다의 간절한 꿈을 이루어 나갈 해다. 그동안의 팬데믹은 가열찬 전진을 위한 준비 기간이었다. 이제 애터미는 한국적 직접판매 - 매스티지를 앞세운 소비자중심 네트워크마케팅으로 세계를 아우르며 직접판매의 새로운 역사를 써내려 가고 있다. 나아가 수많은 성공자들이 파트너를 이끌고, 1,500만 회원들이 다 함께 어깨를 맞닿으며 성공을 향한 도도한 물결을 만들어 내고 있다.

애터미 해외법인들도 성공의 흐름을 만들어 가는 장본인이다. 아메리카 대륙에서, 아세안(ASEAN)에서, 중앙아시아와 유럽에서, 그리고 중국에서 1,500만 애터미 회원들의 손을 잡고 끌어주고 밀어주며 균형 잡힌 삶을 영위할 수 있도록 전심전력(全心全力)으로 지원하고 있다. 이에 최근 신임 법인장이 부임한 미국법인과 대만법인, 태국법인, 말레이시아 법인장들의 포부를 들어봤다.

다음은 각 법인장과의 일문일답이다(게재 순서는 법인 오픈 순)

INTERVIEW 1

미국, 글로벌 애터미를 주도할 세계에서 가장 큰 시장

캄보디아 법인 경험 살려 퀀텀점프 발판 마련할 것



임현수
미국 법인장

"세계에서 가장 부강한 나라, 직접판매의 발생지인 미국에서 애터미 사업을 지원한다는 큰 목표에 도전하고 싶었다" 임현수 미국 법인장의 출사표다. 세계 최대의 직접판매 시장, 전 세계 시장을 주름잡고 있는 다국적 직판기업들이 즐비한 시장에서 애터미의 성장과 발전을 일구어내겠다는 포부다. 미국법인이 설립된지도 벌써 10년을 훌쩍 넘어 14년째로 접어들고 있는 현재, 애터미 미국법인의 연매출은 지난 2021년부터 1,000억 원 이상을 기록하고 있다.

미국의 직접판매 시장은 원조답게 세계에서 가장 크다. 미국 직접판매협회(Direct Selling Association)의 자료에 따르면, 지난 2022년의 시장 규모는 405억 달러(약 52조 원)이며, 670만 명의 판매원과 4,100만 명의 고객을 보유하고 있다. 미국 시장은 굴지의 직접판매 기업들의 각축장이지만, 애터미가 파고들 여지 또한 매우 많은 시장이다.

임현수 법인장은 발로 뛰는 현장형 리더십으로 미국 시장을 공략할 방침이다. 지금도 연간 380회 이상의 애터미 성공시스템이 미국 거의 모든 주에서 열리고 있지만 이를 더 확대, 미국 전역 52개 주에서 열릴 수 있도록 할 계획이다. 임 법인장은 "미국의 주요 도시에서 회원들이 구상하고 기획하는 원데이 세미나 등 성공시스템이 개최될 수 있도록 지원할 것"이라며 "다양한 국가와 인종을 망라해 함께 성공할 수 있는 법인으로 만들 것"이라고 말했다. 특히, 캄보디아 법인장을 역임하며 매출 증대를 이끌었던 경험은 미국법인의 성장에 적잖은 역할을 할 것으로 기대되고 있다.

미국은 지리적으로나 문화적으로 여러 나라와 연결되어 있어 글로벌 애터미 시장을 주도적으로 이끌어 갈 수 있는 시장이다. 특히, 중남미 시장 진출에 있어서는 미국법인의 역할을 빼놓을 수 없다. 이에 임 법인장은 애터미의 핵심 가치를 온전히 지켜나가되, 각 지역과 인종, 문화에 맞는 고객 접근과 사업자 양성에 목표를 두고 있다. 다양한 환경에서는 회사와 회원, 스폰서와 파트너들 간의 팀워크가 무엇보다 중요하다. 그렇기에 임 법인장은 미국이야말로 애터미의 핵심 가치가 온전히 발현될 수 있는 곳이라고 생각하고 있다. 그 핵심 가치들이 모든 회원들에게 스며들 수 있도록 최선을 다해 지원하는 것이 미국법인의 역할이다.

단순하고 조속한 성공보다는 섬김을 바탕으로 3대에 이어지는 연속성을 갖춘 성공, 애터미가 추구하는 가치다. 이를 위해 안정되고 검증된 성공시스템을 구축하고 유지해 나가는 것은 오롯이 애터미의 몫이다. 임현수 법인장은 "영혼을 소중히 여기는 기업 애터미의 회원들은 모두 소중하고 섬김을 받으셔야 하는 분들"이라며 "글로벌 애터미의 회원들이 미국에서, 그리고 전 세계에서 제심합력하는 모습을 만들어 나갈 것"이라고 말했다.


미국 석세스아카데미

INTERVIEW 2

파트너 중심 성공 전략 및 상품 서비스 강화로 탑3 진입한다

협력과 소통으로 고객의 성공을 지지하고 강화하는 데 최선 다할 것



최윤혁
대만 법인장

"지난 10년, 대만법인이 이룬 성과를 되돌아보고 더 나은 10년을 만들어 갈 발판을 다져갈 것입니다." 대만법인, 글로벌 애터미의 선봉장 역할을 하고 있는 법인이다. 지난 2014년 1월, 공식 영업을 시작했으며 애터미 해외법인 가운데 가장 먼저 연매출 1,000억 원을 돌파한 법인이기도 하다. 최근 대만법인의 총책임자로 부임하게 된 최윤혁 대만 법인장의 어깨는 결코 가볍지 않지만, 의욕은 누구보다 강하다. "애터미는 항상 고객이 성공하는 데 몰입해 왔어요. 회원과의 협력과 소통으로 함께 성장하며 모두의 비전이 생생한 현실이 되도록 최선을 다해 지원하겠습니다."

2024년이면 대만법인이 10주년이 되는 해다. 최윤혁 법인장의 당면 목표는 현재 업계 8위인 대만법인을 TOP 3에 안착시키는 것이다. 이를 위해 최우선으로 고객들의 성공을 촉진할 수 있는 다양한 방안을 시행해 나갈 방침이다. 먼저, 구성원들의 문제해결능력을 향상시키는 데 초점을 맞춰 조직을 재정비하고, 업무 수행 방식을 개선하는 등 내부 역량 강화에 중점을 둘 생각이다. 회원들을 위해서는 리더십 팀을 구성, 주기적인 모임을 통해 다양한 논의를 해 나갈 계획이다. 최윤혁 법인장은 "고객과 함께 성공을 이끌어내기 위한 노력을 지속적으로 강화해 나갈 것"이라며 "파트너의 성공을 중심으로 하는 비즈니스 전략과 이를 측면 지원할 수 있는 상품 서비스를 강화할 계획"이라고 말했다.

상품과 관련해서는 고객이 직접 애터미 제품을 체험할 수 있는 기회를 확대할 계획이다. 또한, 회원들에게는 상품에 대한 전문 교육 기회를 제공, 회원의 성장을 통한 법인의 성장을 촉진해 나간다.

백만갑 프로젝트 역시 주요 이벤트로 지속해 나간다. 최윤혁 법인장은 콜드컨택을 통한 새로운 관계 구축 및 원컨택과 콜드컨택의 연속적 반복이 애터미 비즈니스의 핵심이라고 생각하고 있다. 실제 백만갑 시행 이후 일일 신규 가입 회원 수는 백만갑 시행 전 3개월간의 일평균 가입자 수 대비 최대 28% 증가했다. 최윤혁 법인장은 "애터미에서 성공은 원컨택 - 기존 관계를 통해 시작하고, 그 후에 콜드컨택 - 새로운 관계 구축을 통해 관계망을 확장해 나가는 것"이라고 설명했다.

대만의 직접판매는 풍부한 경험과 노하우를 보유하고 있다. 그리고 애터미는 대만 직접판매 시장에서 이미 성공의 반열에 올랐다. 최윤혁 법인장은 이를 토대로 현지 직접판매 전문 지식과 경험을 활용하여 시너지를 극대화할 수 있을 것으로 자신하고 있다. 특히, 대만 소비자들은 직접판매 모델에 대한 비교적 긍정적 수용도를 갖고 있기 때문에 애터미 비즈니스가 지속적인 성장을 이루는 데 도움이 된다는 것이다. 최윤혁 대만 법인장은 "애터미의 핵심 가치가 대만뿐 아니라 전 세계에 뿌리를 내리고 확장되도록 최선을 다할 것"이라며 "회원들도 애터미와 함께 성공을 향한 아름다운 도전을 펼치길 바란다"고 말했다.


대만 석세스아카데미

'업그레이드 애터미 태국' 통해 업계 1위 노린다

센터 특강, 지역 리더 간담회, 백만갑 등 기본 모듈로 모든 회원에게 힘 실어 줄 것



이경환
태국 법인장

"2024년에는 가장 먼저 태국 전역에 있는 모든 센터를 방문하고자 합니다." 엄청난 책임감과 무게감, 또 다른 한편으로는 큰 기대와 설렘으로 가슴이 크게 뛴다는 이경환 태국 법인장은 야심만만하다. 지난 2017년 공식 영업을 시작한 이래 태국법인은 팬데믹 등으로 인한 어려움 속에서도 성장세를 보이고 있다. 이경환 법인장은 태국법인의 성장세에 불을 붙일 묘수로 '업그레이드 애터미 태국'를 들고 있다.

'업그레이드 애터미 태국'이란 한국 본사의 장점과 태국 현지의 장점을 융합한 '글로컬라이제이션'이다. "태국법인이 성장하기 위해 무엇을 해야 할까를 고민하며 애터미가 한국에서 어떻게 성장했는가를 살펴봤습니다. 초기 애터미는 박한길 회장의 강력한 리더십과 폭발적인 강의력을 바탕으로 한 성공시스템이 있었죠." 초창기 애터미를 복제하기 위해 전 세계에서 성공을 향해 달리고 있는 열정적인 애터미 리더들을 초청해 태국 회원들과 함께 뛸 수 있는 비즈니스 그라운드를 만들 생각이다.

먼저, 회원과 회사와의 소통을 통한 애터미 성공시스템의 정착이다. 특히, 센터를 중심으로 하는 비즈니스 교육을 강화하고 세미나 품질향상 및 지방 원데이세미나의 내실화를 다져 나간다. 그리고 이러한 성공시스템의 총화인 석세스아카데미를 통해 '할 수 있다'는 자신감과 '해내고 만다'는 의지, 성공을 향한 열정을 고취한다. 이를 통해 모든 애터미 회원들이 균형 잡힌 삶이라는 비전을 가슴에 품을 수 있는, 완벽한 애터미 성공시스템을 정착시켜 나간다. 이에 발맞춰 태국의 문화와 환경에 최적화된 제품 체험 데이와 전문가 초청 클래스 등을 제공할 계획이다. 이경환 법인장은 "초기 태국법인을 넘어 현재 법인에 발맞추어 나아간다면 태국 시장 내 탑텐을 넘어 1위 석권은 어렵지 않을 것"이라고 말했다.

또 하나, 이경환 법인장이 믿는 것은 태국의 시장 상황은 매우 밝다는 점이다. WFDSA 자료에 따르면 태국 시장은 세계 15위이지만, 경제성장 및 MLM 산업의 성장 잠재력은 매우 크다. 2021년 기준, 태국 1인당 GDP는 8,000달러가 조금 안 되는 수준이다. 직접판매가 본격적으로 성장하는 시기와 맞물려 있다. 거기에 7,000만여 명의 인구와 4,000만 명에 육박하는 관광객들이 있다. 이경환 법인장은 "관광객도 백만갑 프로젝트의 대상"이라며 "관광객을 통해 태국발 애터미가 전 세계로 확장된 모습을 상상해 보세요"라고 말했다.

이경환 태국 법인장은 "태국은 이제 다시 시작합니다" 라고 했다. 가장 낮은 곳에서 회원의 성공을 위해 다시 뛸 준비가 되어 있다는 의미다. 법인 임직원들의 조직력을 강화하고, 공격적인 투자 전략으로 회원들의 성공을 지원할 생각이다. "향후 5년 이내에 100억 바트(한화 약 3,500억)를 목표로 달려가고자 합니다. 책상에 앉아서 하는 관리형 경영이 아니라 회원 및 현장 밀착형 경영으로 태국법인 또한 새롭게 태어나겠습니다."



태국 석세스아마데미 무대인사

절대품질 절대가격의 제품으로 독보적 직판기업 만든다

한국법인의 10년간의 노하우로 '고객의 성공' 만들어 나갈 것



김경희
말레이시아 법인장

"국내에서 경영진 분들과 각 임원분들께 그동안 많이 배운 노하우를 해외로 전파하는 성공적인 사례가 될 수 있도록 최선을 다하겠습니다." 10여 년 이상을 한국에서 마케팅을 총괄해 왔던 김경희 CMO가 말레이시아 법인을 책임지게 됐다. 김경희 말레이시아 법인장은 "글로벌 애터미의 임직원으로서 국내와 해외 경험은 필수"라고 덧붙였다.

말레이시아는 다양한 민족과 문화 종교가 어우러진 나라다. 법인 직원 역시 다양한 민족으로 구성되어 회원의 불편을 최소화하기 위해 노력하고 있다. 이는 글로벌 애터미의 비즈니스가 마음껏 자라날 수 있는 최고의 토양이 된다. 김경희 법인장은 "애터미는 지구상의 모든 사람을 고객으로 삼고 그들의 성공을 추구하는 기업"이라며 "말레이시아는 그런 애터미의 첨병 같은 법인"이라고 말했다.

세계에서 여섯 번째로 큰 직접판매 시장을 가진 말레이시아는 최근 3년간 연평균 9.8%의 성장률을 보이고 있다. 아울러 팬데믹 이후 건강에 대한 관심이 커지고 있다는 것도 유리한 점이다. 김경희 법인장은 "현재 시장 내 상위 기업 역시 건강식품을 바탕으로 한 기업들"이라며 "절대품질 절대가격이라는 제품철학을 바탕으로 말레이시아 내에서 독보적인 직판기업으로 포지셔닝 할 것"이라고 자신했다. 여기에 한국기업과 제품에 대한 말레이시아 국민들의 신뢰는 말레이시아 법인의 성장에 대한 확신을 더해 준다. 김경희 법인장은 "말레이시아 회원은 인도네시아, 태국, 싱가포르 등 인근 국가들을 오가며 글로벌 비즈니스를 펼치고 있다"며 "앞으로 말레이시아는 이러한 강점을 바탕으로 아시아를 넘어 글로벌 애터미의 교두보가 될 것을 확신"한다고 덧붙였다.

글로벌 애터미의 교두보가 되기 위해 김경희 법인장은 2024년에 말레이시아 법인 사무실의 이전을 준비하고 있다. 새로운 사무실에는 회원과의 소통을 보다 밀접하게 하기 위해 수용 인원 100여 명의 회원 전용 공간을 별도로 마련할 계획이다. 이와 함께 미세먼지와 연무(煙霧)로 호흡기에 대한 염려가 높은 현지 사정에 따라 애터미 공기청정기 출시가 예정되어 있다. 김경희 법인장은 "많은 분들이 공기청정기 출시를 기대하고 있다"며 "성공적인 론칭을 통해 회원의 건강과 법인의 성장에 도움이 되기를 기대한다"고 말했다.

김경희 말레이시아 법인장은 말레이시아 법인을 위해 얼마든지 무리할 준비가 되어있다. 회원과 함께 말레이시아 법인을 애터미 최고의 법인으로 만들어 가고자 하는 것이다. 열정적인 회원과 성실하게 '고객의 성공'을 지원하는 직원과 함께라면 충분히 가능하리라는 생각이다. "애터미를 수단으로 삼아 균형 잡힌 삶을 살아가는 회원님들이 더 많이 생겨날 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 말레이시아 회원과 함께 최고의 애터미 말레이시아를 만들어 나가겠습니다!"


말레이시아 법인 임직원





2024 애터미 신제품 미리보기

절대품질 절대가격의 애터미 출시 예정 제품

2023년에는 애터미 파워비타에너지, 활진기고, 아델리카 더 뉴 골드 콜라겐 앰플 쿠션 등 57개의 제품이 출시되며 소비자들의 많은 사랑을 받았다. 특히 애터미 인텐스 헤어 드라이어, 애터미 올케어 정수기, 애터미 덴탈소닉 등의 출시로 가전제품 군도 막강해졌다. 다가오는 2024년에는 어떤 제품들이 우리를 설레게 할까? 절대품질 절대가격의 신제품을 미리 만나본다.

하루에 필요한 영양소를 한 팩에 담았다! 애터미 멀티팩 6종

(24년 3분기 출시 예정)

체내에서 필요로 하는 영양소는 균형 잡힌 식단으로 얻을 수 있지만 바쁜 현대인이 충분한 함량을 지켜가며 식사를 하기란 쉽지 않다. 그래서 각종 건강기능식품을 통해 부족한 영양소를 충족하게 되는데 자신의 연령대에 맞는 건강기능식품을 매일매일 챙겨먹으려면 조금의 노력이 필요하다. 건강기능식품 여러 개를 식탁 위에 올려놓아도 깜빡하거나 귀찮다는 이유로 줄곧 하나씩은 빼놓고 섭취하게 되기 때문이다. 또, 한번에 건강기능식품을 섭취하려고 보면 어떤 것들이 궁합이 맞는 영양소인지 같이 섭취해도 괜찮은지 염려될 때도 있다. 그래서 애터미에서는 남성, 여성, 청소년 등 소비자 니즈에 딱 맞춰 함께 섭취해도 좋은 건강기능식품을 한 팩에 담은 멀티팩을 출시한다. 예를 들면, 남성을 위한 멀티팩으로 애터미 퍼펙타민과 SCI 마이크로바이옴, 징코앤낫토, 홍경천 밀크씨슬, 오-쏘팔메토, 알티지 오메가3, 아이헬스 루아잔틴을 구성했다. 또 스포츠를 즐기는 소비자를 위해서는 애터미 퍼펙타민, 애터미 터마신 MSM, 애터미 홍경천 밀크씨슬 등으로 구성된다. 멀티팩은 보통 3-4알 정도를 한 팩에 담는 제품이 대부분인데 애터미는 종류에 따라 최대 7-8알까지 구성할 수 있도록 해 고영양 건기식 섭취를 원하는 소비자들의 니즈도 만족시킬 예정이다.



맨

- 애터미 퍼펙타민
- 애터미 SCI 마이크로바이옴
- 애터미 징코앤낫토
- 애터미 홍경천 밀크씨슬
- 애터미 알티지 오메가3
- 애터미 아이헬스 루아진틴
- 애터미 오-쏘팔메토



우먼

- 애터미 퍼펙타민
- 애터미 SCI 마이크로바이옴
- 애터미 트리액티브 칼슘
- 애터미 알티지 오메가3
- 애터미 아이헬스 루아진틴
- 애터미 루바브퀸



리바이탈

- 애터미 퍼펙타민
- 애터미 SCI 마이크로바이옴
- 애터미 터마신 MSM
- 애터미 트리액티브 칼슘
- 애터미 알티지 오메가3
- 애터미 아이헬스 루아진틴
- 애터미 징코앤낫토



스포츠

- 애터미 퍼펙타민
- 애터미 터마신 MSM
- 애터미 홍경천 밀크씨슬



청소년

- 애터미 퍼펙타민
- 애터미 스마트메모리업
- 애터미 알티지 오메가3



에센셜

- 애터미 퍼펙타민
- 애터미 SCI 마이크로바이옴
- 애터미 알티지 오메가3



* 해당 상품 정보는 이후 변경 될 수 있습니다

애터미 프레쉬 선로션 SPF50+ PA++++

(24년 2분기 출시 예정)

선케어 맛집으로 불렸던 애터미가 2024년에는 순하면서도 클렌징이 쉽고 페이스와 바디에 모두 사용 가능한 애터미 프레쉬 선로션을 출시한다. 선크림보다 묽은 제형으로 부드러운 발림과 산뜻한 마무리감이 특징이다. 가벼운 제형과 다르게 SPF50+와 PA++++의 강력한 자외선 차단 기능을 적용해 선크림 대용으로 사용할 수 있다. 애터미 프레쉬 선로션은 피부 속부터 수분을 꽉 채워주는 초저분자 히알루론산, 항여드름과 피부 진정 효과가 있는 제주녹차추출물, 보습 기능의 판테놀, 피부를 깨끗하고 맑게 해주는 캐모마일 꽃수 등의 성분을 함유해 피부 영양에도 신경썼다. 또, 산호초 및 해양 생태계에 유해한 원료를 사용하지 않은 '리프 세이프(Reef-Safe)' 인증 제품으로 건강한 피부와 아름다운 환경 모두를 생각하는 친환경 제품이다. 아이부터 어른까지 누구나 안심하고 사용할 수 있어 예민하거나 여드름성 피부 모두에게 환영 받을 선케어 제품으로 등극할 것 같다.



애터미 퍼펙타민(24년 2분기 출시 예정)

한 해가 마무리됨과 동시에 새로운 한 해가 시작된다. 취업, 결혼, 승진 등 목표를 이루기 위해 올 한해 쉼 없이 달려나갈 수 있는 기초체력을 키워야 할 때 가장 먼저 찾게 되는 것이 종합 비타민이다. 한국건강기능식품협회에 따르면 비타민 시장은 지난 2019년 6,369억 원에서 올해 9,424억 원으로 48% 성장했다. 특히, 고함량 비타민B군이 포함된 종합비타민 매출이 증가하고 있다. 비타민B군은 흔히 '활력비타민'으로 불리며 에너지 생성과 피로 회복에 도움을 줄 수 있다. 2024년 애터미에서는 이러한 비타민B군을 강화한 고함량 비타민 애터미 퍼펙타민을 출시한다. 비타민 B1, B2, B6, B12 등의 비타민 B군 함량을 대폭 높이고 흡수율이 좋은 원료를 사용했다. 또 1일 2캡슐 섭취만으로 비타민13종, 미네랄 8종 등 총 21종의 영양성분을 섭취할 수 있다. 또, 목넘김이 간편한 캡슐 타입으로 정제 타입에서 오는 이취 걱정 없이 편한 섭취가 가능하다. 애터미 퍼펙타민은 아로니아, 당근, 브로콜리 등을 부원료로 사용해 채소, 과일의 항산화 에너지를 담고 있는데 친환경 무농약 방식의 애터미 스마트팜 작물을 부원료로 사용했다는 것도 주목할 만하다.



잔주름, 거친 피부, 피부각질 환절기 피부 고민 특급 솔루션

마르고 거친 환절기 스킨케어 습관

기온이 급격히 떨어지고, 찬바람이 부는 한겨울에도 성공이라는 꿈을 위해 열심히 발로 뛰며 사업을 이어가는 A씨. 건조해진 날씨 탓인지 주름이 부쩍 늘어가는 것 같아 고민이 깊다. 이렇게 날씨가 추워지는 환절기에는 A씨처럼 피부 고민을 호소하는 사람들이 많아진다.

한 뷰티 디바이스 업체의 조사자료에 따르면 잔주름, 거친 피부, 피부 각질 등의 순으로 환절기 피부 고민을 꼽았다. 환절기 갑작스러운 기온 변화와 건조한 대기는 피부 속 수분 함량을 떨어뜨려 피부노화를 더욱 실감하게 한다. 또 유수분 밸런스가 무너지기 쉬워 피부 장벽이 약해지고 피부 트러블이 생기기 쉽다. 장시간 차가운 바람을 쐬거나 실내외 온도 차가 5~8도 이상 되는 환경에 장시간 노출되면 혈액순환에 문제가 발생해 세포들의 활동 및 신진대사 기능, 피부 재생력까지 떨어진다. 겨울철에 피부 각질이 두껍게 쌓이고 피부가 칙칙해지는 게 바로 이런 이유 때문이다. 따라서 겨울철은 피부가 가장 쉽게 손상될 수 있는 시즌인 만큼 특별 관리가 필요하다.



환절기 피부 고민을 잡아줄 확실한 스킨케어 제품은?

잔주름 탄력&주름 개선

잔주름은 피부의 밀도와 탄력이 떨어지면서 나타나기 쉽다. 특허받은 기술이 적용된 주름 개선 기능성 화장품으로 피부 고민을 덜어보자.

얼굴 목 토탈 케어



애터미 앱솔루트 셀랙티브 영양크림

₩33,000원 PV 16,000pv

특허 기술 4관왕을 달성한 Cellactive™ 기술이 적용된 끈적이지 않은 쫀쫀한 크림 성분으로 얼굴과 목 전체의 무너진 피부선을 탄력있게 잡아주는 프리미엄 영양크림

부분 집중 케어

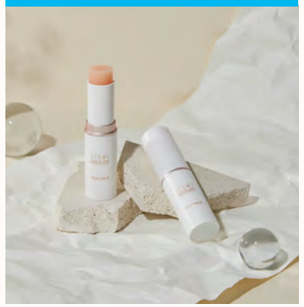


애터미 아크로패스 라인리프터

₩148,000원 PV 70,000pv

미간부터 눈가, 팔자 주름까지 취약 부위를 집중 케어하는 국내 최초 붙이는 주름 개선 기능성 패치. 히알루론산 등 4가지 유효성분을 굳혀 만든 미세 바늘이 피부 속을 파고들어 직접적으로 유효성분을 전달

24시간 주름 케어



애터미 앱솔루트 리셋 밤

₩15,800원 PV 7,000pv

앱솔루트 셀랙티브 앰플과 아이크림의 유효성분을 고농축한 스틱밤. 휴대하기 간편하고 피부에 부드럽게 녹아 언제 어디서나 수시로 바르는 주름 개선, 미백 기능성 화장품

거친 피부 영양 공급&피부결 개선

유수분 밸런스가 깨지고 피부 장벽이 약해지면서 피부가 거칠어지고 탄력도 떨어지기 쉽다. 적절한 영양 공급과 관리로 화사하고 매끈한 피부를 유지해 보자.

나이트 케어



애터미 시너지 앰플 EP 스킨부스터 세트

₩246,000원 PV 125,000pv

수분, 탄력 케어에서 미백, 리프팅, 안티에이징까지! 퇴근 후 피부 고민별 유효한 앰플과 피부 흡수를 촉진시키는 스킨부스터로 마사지한다면 드라마틱한 맞춤형 솔루션이 된다.

슬리핑 케어



애터미 앱솔루트 24K 골드 나이트 마스크

₩33,800원 PV 16,000pv

앱솔루트 셀랙티브 올마이트 코드가 함유된 압도적인 효능의 안티에이징 제품. 잠자는 동안 지친 피부에 24K 골드 에너지를 전달해 금빛 윤광 피부를 선사하는 고농축 겔 타입 수면팩

피부 케어



애터미 오가닉 호호바 오일

₩27,800원 PV 12,000pv

피부 친화적 성분으로 뛰어난 흡수력과 안정성을 갖고 피지 및 유수분 밸런스 조절에 도움을 주는 100% 유기농 캐리어 오일. 건조한 피부에 앰플, 로션, 에션셜 아로마 오일 등과 혼합해 사용하기 좋은 오일

피부각질 클렌징&보습

건조하고 차가운 공기에 피부가 건조해지며 각질은 두꺼워진다. 두꺼워진 각질과 노폐물은 깨끗이 씻어내고 에센스와 영양크림 등으로 수분을 충분히 공급해 주자.

얼굴 각질 케어



이브닝케어 4종

₩32,000원 PV 10,000pv

2중 클렌징으로 메이크업과 노폐물을 말끔히 씻어내고 촉촉하고 순한 각질 제거와 모공 케어로 매끈한 피부결 완성! 1년 365일 맑고 투명한 피부를 위한 셀프 홈 에스테틱 세트

전신 각질 케어



애터미 슈가 바디 스크럽

₩14,800원 PV 6,000pv

입자가 다른 3가지 설탕과 식물성 파우더 3종이 만나 각질, 노폐물 제거에 탁월한 2중 전신 스크럽. 식물성 오일 성분과 핑크빛 칼라민 파우더가 보습과 피부 진정까지 도와 자극 없이 각질 케어가 가능한 젤 타입 제품

집중 보습



애터미 하이드라 브라이트닝 케어 세트

₩37,800원 PV 19,000pv

수분과 영양을 공급하는 캡슐 에센스와 보습 및 피부 장벽을 케어하는 크림의 시너지 속광 효과! 단 2단계로 끈적임 없이 오래도록 촉촉함을 유지하는 프리미엄 보습, 광채 케어 세트

연말연시 센스 만점의 선물 추천

실패 확률 제로! 상황별, 대상별, 가격대별 선물 제안



연인 · 부부간 애정 지수를 상승시킬 연말 선물은?

한 설문조사 결과, 연인이나 배우자로부터 가장 받고 싶은 선물로 화장품, 옷, 신발 등이 꼽혔다. 실용적이면서 크게 취향을 타지 않는 물건을 선호하는 요즘 트렌드에 맞춰 연말 선물 베스트를 뽑아봤다.

1만 원대 뷰티

아델리카 립루즈 새틴
아델리카 립루즈 매트
아델리카 립루즈 클래식



아름답고 빛나는 입술을 연출해 주는 립제품은 실패 없는 선물로 손꼽힌다. 로맨틱한 연말 분위기를 내고 싶다면 겨울에 잘 어울리는 레드와 핑크 계열의 립루즈를 선물해 보자.

2만 원대 뷰티

애터미 오가닉 오일
(라벤더/레몬/페퍼민트)



몸과 마음에 활력을 불어넣는 아로마테라피가 인기를 끌면서 그 원료인 에센셜 오일은 선물하기 좋은 감성템 1순위! 100% 유기농 고농축 에센셜 오일의 특별함을 다양한 방법으로 즐겨보자.

3만 원대 패션

여성 쉼 브라 세트



속옷은 부부와 연인 간 크리스마스 선물 베스트 1위! 와이어와 후크, 봉제선이 없어 착용 시 거슬림과 불편함이 전혀 없는 심리스 노와이어 브라로 사랑하는 그녀에게 자유와 편안함을 선사하자.

4만 원대 패션

소프트터치 니트
(가디건&라운드넥&터틀넥)



니트는 추운 겨울철 보온과 패션 감각을 살리는 최고의 아이템! 스타일과 보온성을 겸비한 소프트터치 가디건, 라운드넥, 터틀넥 니트 하나만 있으면 언제 어디서나 멋스럽고 편안한 룩을 연출할 수 있다.

5만 원 이상 패션

베지터블 레더 스니커즈



스니커즈는 남녀노소를 불문하고 사랑받는 아이템이다. 친환경적이면서 시간이 지날수록 멋이 더해지는 베지터블 레더 스니커즈 하나면 출근룩에도, 일상룩에도 언제나 편하게 매치가 가능하다.



센스 만점, 가성비까지 겸비한 설 명절 선물은?

비싸고 무겁고 식상한 명절 선물은 잊어라! 합리적인 가격에 실속까지 챙길 수 있는 품목을 선호하는 최신 트렌드에 맞춰 설 명절 선물 베스트를 뽑아봤다.

1만 원대 헤어&바디

애터미 동구밭 클렌징바



사회적기업 동구밭과 애터미가 만나 100% 자연 유래 성분으로 1,000시간 저온 숙성의 정성을 더한 착한 비누. 의미 있는 가치까지 전달할 수 있는 최고의 선물이 될 것이다.

2만 원대 홈데코

애터미 퍼퓸드 디퓨저



안전한 성분과 최고급 향수급의 부향률을 지닌 퍼퓸드 디퓨저는 집들이와 생일 선물은 물론 명절 선물로도 그만이다. 프랑스 글로벌 향료 브랜드가 단독 개발한 향기로 공간에 품격을 더해보자.

3만 원대 뷰티

애터미 세라베베 세트



소중한 아이의 연약한 피부를 위한 첫 피부 케어 솔루션! 어린아이가 있는 분에게 감사한 마음을 전할 땐 머리부터 발끝까지 순하고 촉촉하게 안심케어할 수 있는 세라베베 세트가 답이다.

4만 원대 헤어&바디

애터미 프로틴 헤어 리페어 세트



잦은 탈색과 염색으로 거칠어진 머릿결이 두드러져 보인다면 프로틴 헤어 리페어 세트를 선물하자. 자연에서 온 식물 유래 단백질로 집에서도 미용실에서 관리받은 듯 셀프케어가 가능하다.

5만 원 이상 건강기능식품

애터미 홍삼진갱 선물세트



평소 건강관리에 관심이 많은 분에게는 한국인이 선호하는 건강기능식품인 홍삼 제품을 추천한다. 쫀득한 양갱제형으로 누구나 맛있게 먹을 수 있는 애터미 홍삼진갱 선물세트는 진세노사이드 5.5mg를 함유해 면역력 증진 · 피로 개선 · 항산화 등에 도움을 줄 수 있다.

연말, 새해, 설날, 졸업과 입학 등 축하하고 감사할 일이 줄지어 이어지는 연말연시. 소중한 순간들을 더욱 의미 있고 따뜻하게 만들어 줄 선물로는 어떤 것이 좋을지 고민이 깊어지는 때다. 주는 사람도 부담 없고, 받는 사람은 기분 좋은 상황별, 대상별, 가격대별 센스 만점의 선물을 제안한다.



자기관리를 위한 새해 응원 선물은?

의욕적인 한 해를 시작한 자신과 지인들을 위한 응원의 선물 베스트 아이템을 정리했다. 적절한 운동 및 식이조절과 함께 자신감 있는 나를 만들어 보자.

1만 원대 자연지향식품

애터미 오롯이 담은 뷰티워터젤리



아름다움과 건강에 관심이 많은 MZ세대를 위한 선물로 알로에, 패션후루츠, 레드자몽의 맛과 영양을 부드러운 워터젤리에 듬뿍 담은 애터미 오롯이 담은 뷰티워터젤리를 추천한다.

2만 원대 건강기능식품

애터미 슬림바디 풋사과 애플페논



슬림해지는 바디라인을 확인하고 싶다면 애터미 슬림바디 풋사과 애플페논을 추천한다. 체지방 감소에 도움을 줄 수 있는 풋사과 맛 젤리로 맛있고 즐겁게 하는 다이어트를 선물하자.

3만 원대 건강기능식품

애터미 차전자피 식이섬유



가벼운 하루를 위한 쾌변 습관! 운동 부족과 다이어트, 불균형한 식사로 불편한 배변 활동 개선 및 혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있는 애터미 차전자피 식이섬유로 상쾌한 하루를 선물하자.

4만 원대 건강기능식품

애터미 트리플 업 프로틴



단백질은 유아에서 노인까지 꾸준히 섭취해야 하는 필수 영양소! 특히, 운동 후 부족한 단백질 보충은 필수다. 식약처가 기능성을 인정한 애터미 트리플 업 프로틴으로 온 가족이 맛있게 단백질을 보충하자.

5만 원 이상 패션

여성 슬림 파워 업 보정속옷



툭 튀어나온 뱃살과 옆구리, 축 처진 엉덩이는 가라! 운동과 다이어트로 아름다운 몸매를 유지하기 어렵다면 매일 매일 슬림하고 아름답게 바디라인을 잡아주는 보정속옷을 선물해 보는 것은 어떨까.



새 학기 새 출발 축하의 마음을 담은 실속 선물은?

연말연시를 지나면 곧 졸업과 입학 시즌이다. 물가 상승과 경기침체로 주머니 사정이 여의치 않지만, 그렇다고 입학과 졸업을 그냥 지나칠 수는 없는 노릇이다. 새 출발을 축하하는 실용적이면서 센스있는 선물들을 모아봤다.

1만 원대 뷰티

애터미 립글로우



립글로우는 특히 여학생들의 만족도가 높은 선물. 투명하면서 생기 가득한 장밋빛 컬러로 10대에게도, 사회로 첫발을 내딛는 20대에게도 좋은 선물이 될 것이다.

2만 원대 식품

애터미 착한 햄 선물세트



햄 선물 세트는 명절에나 어울린다는 편견은 버려라. 우리 돼지 '한돈'으로 맛있게 만든 고품격 햄 선물 세트는 온 가족은 물론, 1인 가구도 간편하고 건강하게 즐길 수 있어 졸업 · 입학 선물로도 그만이다.

3만 원대 리빙

애터미 화장지 4D 선물세트



'하는 일마다 술술 잘 풀려라'라는 뜻으로 집들이 선물로 인기인 화장지와 함께 미용 티슈, 키친 티슈, 휴대용 티슈에 물티슈까지 다양하게 구성된 화장지 선물 세트는 새 터를 잡고 새 출발하는 이들을 위한 선물로 제격이다.

4만 원대 뷰티

애터미 옴므 스킨 케어



토너, 에센스, 로션 3가지로 구성된 남성 기초화장품 라인. 피부에 빠르게 흡수되고 답답한 느낌 없이 촉촉하게 마무리되어 사회 초년생들의 자기관리를 위한 선물로, 또 대학 졸업 선물로도 적극 추천한다.

5만 원 이상 뷰티

애터미 앱솔루트 워시오프 마스크 3종



화장품 업계 최초로 특허 기술상 대상인 '세종대왕상'을 수상한 앱솔루트 코드 기술이 함유된 워시오프 마스크팩 시리즈. 3가지 구성으로 매일 같이 변하는 피부 컨디션에 따라 맞춤케어가 가능하다.

그날을 보다 편안하게!
애터미 그날엔 보라지유

하루 두 캡슐로 그날의 걱정을 케어하자

월경 전 불편한 컨디션에 도움을 줄 수 있는 [애터미 그날엔 보라지유]가 2024년 1분기에 출시된다. 이제 참지 말고, [애터미 그날엔 보라지유]와 함께 하루 2알의 편안함을 만나보자.



제조사 : 콜마비앤에이치(주)
판매사 : 애터미(주)

• 상기 이미지는 변경될 수 있습니다.

편안한 그날을 위해 감마리놀렌산 보충 필요

감마리놀렌산이란 오메가-6 불포화 지방산의 일종으로 체내에서 합성되지 않기 때문에 식품으로부터 섭취를 해야하는 물질이다. 감마리놀렌산은 생리활성 물질인 프로스타글란딘을 활성화시켜 혈행 및 혈중 콜레스테롤 개선에 도움을 줄 수 있다. 실제로 '감마리놀렌산'은 우리나라 식약처로부터 혈중 콜레스테롤 개선 및 혈행 개선, 생리 전 변화에 의한 불편한 상태 개선, 면역 과민 반응에 의한 피부 상태 개선 기능을 인정받은 성분이다. 주로 보라지, 블랙커런트, 달맞이꽃 등에서 추출되는 성분이다.

(• 원료에 대한 정보입니다)

보라지 종자유	블랙커런트 오일	달맞이꽃 종자유
감마리놀렌산 20% 이상 함유	감마리놀렌산 13% 함유	감마리놀렌산 6~9% 함유





월경 전 불편함과 피부 건강을 도와

[애터미 그날엔 보라지유]는 식약처 1일 섭취량 100%를 충족하는 감마리놀렌산 240mg을 함유해 월경 전 변화에 의한 불편한 상태 개선에 도움을 줄 수 있을 뿐 아니라 혈중 콜레스테롤 및 혈행 개선에 도움을 줄 수 있고 면역 과민 반응으로 인한 피부 상태 개선에 도움을 줄 수 있다.

특히, 네덜란드 청정 지역에서 재배한 보라지 종자를 저온 압착해 추출한 감마리놀렌산 원료로 기존에 흔히 알던 달맞이꽃종자유에 비해 무려 2~3배 많은 감마리놀렌산을 함유하고 있다.

이외에도 항산화 작용으로 유해산소로부터 세포를 보호하는 비타민E를 주원료로 함유하고 있을 뿐 아니라 쑥, 라벤더 오일 등을 부원료로 함유하고 있다. 원료부터 캡슐까지 모두 식물성 원료로 브이 라벨 비건 인증을 획득해 누구나 안심하고 섭취할 수 있다. 그동안 참고 견뎌야만 했던 그날의 걱정을 케어하자. [애터미 그날엔 보라지유] 하루 2캡슐이면 충분하다.

애터미 그날엔 보라지유 Q&A

1 오메가-3(EPA 및 DHA 함유 유지)와 함께 섭취해도 괜찮을까요?

같이 섭취하셔도 무방합니다. 감마리놀렌산은 오메가-6 불포화 지방산으로 오메가-3(EPA 및 DHA 함유 유지)와 오메가-6는 인체에서 합성되지 않기 때문에 반드시 음식으로 섭취해야 하는 필수 지방산입니다.

2 중학생 딸도 섭취해도 되나요?

네, 섭취하셔도 됩니다. 월경을 시작했다면 연령대 상관없이 섭취할 수 있습니다.

3 언제 섭취하면 되나요?

애터미 그날엔 보라지유 제품은 생리 전 변화에 의한 불편한 상태 개선에 도움을 줄 수 있는 건강기능식품입니다. 의약품이 아니기 때문에 생리 기간 외에도 꾸준히 섭취하시는 것을 추천드립니다.

생리 전 증후군(PMS)이란?

생리 전 나타나는 신체적, 정서적 변화로 보통 월경 7일에서 10일 전에 나타나서 생리 시작 후 사라진다. 'Premenstrual Syndrome'의 약자로 PMS라 말하기도 한다. 생리 전 증후군이 심할 경우 일상 생활에도 영향을 미칠 수 있는 만큼 의학적 치료나 건강기능식품을 섭취 등 적절한 방법으로 완화하는 것이 좋다.

신체 증상
유방 압통, 복부팽만감, 두통, 부종, 요통, 체중 증가

행동 증상
피로, 수면장애, 성욕 변화, 사회적 위축, 흥미 저하, 집중력 저하, 식탐

정서 증상
짜증, 화, 신경과민, 우울감, 불안, 감정조절 어려움, 대인관계 불화

• 제품과 관련 없는 건강정보입니다.

• **출처** : 국민건강보험공단

아이 성장의 골든타임 놓치지 마세요

우리 아이 성장의 마스터 키(Key), '애터미 키즈 키 메이커' 출시

해가 바뀔 때마다 아이들의 옷 정리를 하며, 아마도 부모에게는 두 가지의 마음이 스쳐갈 것이다. 하나는 해가 다르게 크는 탓에 작아진 옷을 정리하며 새 옷을 사야 한다는 즐거운 비명이고, 또 하나는 옷값은 아꼈지만, 성장이 더딘 아이를 어떻게 키울까 하는 걱정이다. 2024년 새해에 애터미에서는 이런 부모의 고민을 확실히 해결해 줄 마스터 키(Key), '키 메이커'를 출시한다.



* 상기 이미지는 변경될 수 있습니다.

만 4세부터 17세까지, 성장의 골든타임

2022년 한국건강기능식품협회가 1,913명의 부모를 대상으로 가장 염려하고 있는 자녀 건강 문제에 대한 설문조사 결과에 따르면 '전반적인 건강 증진(16.9%)', '영양 균형(16.4%)', '키 성장(15.2%)' 등이 TOP 5 안에 들었다. 그렇다면 성장에 더욱 특별한 관심을 기울여야 할 때는 언제일까? 한 저널에 따르면 아이가 본격적으로 성장기에 접어들며 발육의 차이를 육안으로 확인할 수 있는 시기는 대략 만 2세부터 17세까지라고 한다.[1]

운동·환경·영양, 우리 아이 성장을 위한 삼박자

성장은 유전적인 요인도 중요하지만, 운동이나 환경, 영양 등 후천적인 요인들이 중요하다는 연구 결과도 있다. 그렇다면 우리 아이들이 성장할 수 있는 방법에는 어떤 것들이 있을까? 첫 번째는 규칙적인 운동이다. 초등학교 입학 전까지는 모든 신체 활동이 성장하는 데 도움이 된다. 효과를 배가하기 위해서는 매일 규칙적인 운동을 해서 활동량을 늘려주는 것이 좋다. 두 번째는 음식을 통한 영양소 섭취, 충분한 수면과 휴식이다. 성장에 좋다고 알려진 칼슘, 마그네슘, 비타민, 단백질, 무기질 등의 영양소를 고르게 섭취할 수 있도록 식단을 구성하고 수면 시간과 질 관리에 유념한다.

마지막으로 성장에 도움을 주는 영양보조제를 챙겨 먹는 것이다. 성장에 좋다고 알려진 영양보조제는 황기추출물과 유산균발효귤추출물 등이 있다. ⓐ

GABA(Gamma-Amino Butyric Acid)[2]

- 유산균발효귤추출물 중 10% 함유
- 사람을 비롯한 포유류의 뇌 속에만 존재하는 특이한 아미노산
- 신경을 안정시키며 인체 성장호르몬을 증가시키는 것으로 보고되어 있는 물질



1) 홍용희, <클리닉 저널>, 2018.& Barstow and Rerucha, <Am Fam Physician>, 2015.
2) Sakashita, Maya, et al. Journal of clinical medicine research 11.6 (2019): 428. / Powers, Michael E., et al. Medicine & Science in Sports & Exercise 40.1 (2008): 104-110.

"애터미 키즈 키 메이커로 우리 아이 성장을 메이킹 해볼까?"

- 성장기 아이에게 필요한 칼슘, 아연, 비타민D 등 부원료도 좋네
- 하루 한 포(일일 섭취량당 500mg)만 챙기면 되겠네
- 한국, 미국, 일본, 유럽 4개국의 국제특허 출원 원료라니. 믿음직하네
- 성장기 어린이를 대상으로 한 SCI급 연구 논문이라니. OK
- 프락토올리고당이라니 착한 단맛이라서 좋아
- 엄마가 하루에 2개 먹게 해주면 좋겠다
- 바다의 우유, 통영 굴을 사용했다니
- 망고 맛도 나고, 요구르트 맛도 나고. 맛있다
- 합성보존료, 합성착색료, 합성감미료가 없다니 안심이야
- 쑥쑥 자라라



올 겨울 메이크업, 고급스럽고 뮤트하게!

애터미 '아델리카'로 메이크업 트렌드 '올드머니룩' 따라잡기

2023년 패션 트렌드를 강타한 단어 중 하나는 '올드머니(Old Money)룩'과 '콰이어트 럭셔리(Quiet Luxury)'다. 이는 부를 상속받은 상류층 패션을 뜻하는 단어로 보수적인 디자인과 질 좋은 소재를 특징으로 하며 고급스럽고 세련된 스타일을 추구한다. 이러한 패션 트렌드에 맞춰 메이크업 역시 화려함보다는 고급스럽고 뮤트한 느낌을 추구한다. 뮤트톤은 안개가 낀 듯 연하고 채도가 낮은 부드러운 색상을 말한다. 절제된 세련됨을 표현하는 애터미 아델리카 메이크업과 함께 올 겨울에도 고급스런 매력을 뽐내는 방법을 알아보자.

Editor _정다미





DAILY BROWN

❶ 누디베이스
❷ 크런치 골드
❸ 시나몬 브라운
❹ 무드 브라운
❺ 딥 코코아



OLIVE BROWN

❶ 쉬머 베이지
❷ 샤인 골드
❸ 로맨틱 올리브
❹ 팬시 그릴
❺ 더스티 브라운

속부터 느껴지는 은은한 광채 피부

올 겨울 메이크업 트렌드는 어느 한 부위에 강하게 포인트를 주는 것이 아니라 이목구비가 돋보이면서도 전체의 조화가 자연스럽게 연출되는 것이 특징이다. 올드머니룩은 실크나 윤기 있는 소재의 패션 스타일링이 주를 이루기 때문에 이에 맞춰 피부 표현을 하면 좋다. 옷의 소재감이나 무드에 따라 글로우, 세미글로우, 결광매트, 매트 등 다양한 피부 표현이 유행하고 있는데, 이 중 글로우하고 결광이 있는 피부 표현을 하기 위해서는 속부터 수분감이 느껴지는 광채 피부를 표현해야 한다. 이때, [애터미 헬시 글로우 베이스]와 [아델리카 더 뉴 콜라겐 앰플 쿠션]을 활용하면 좋다. [아델리카 더 뉴 콜라겐 앰플 쿠션]은 히알루론산, 베타인, 6종 세라마이드, 13종 펩타이드의 풍부한 앰플 성분이 70%로 구성되어 있어 피부에 꽉찬 보습을 전할 뿐 아니라 고급스러운 광채를 선사한다. 또, X-fine™ 마이크로 파우더가 잡티와 모공뿐 아니라 잔주름까지 매끈하게 커버해 자연스러우면서도 탄탄한 피부 베이스를 연출한다.

옅은 색감의 뮤트한 아이메이크업

올 상반기에 블링블링한 메이크업이 유행한 데 반해, 올 겨울은 튀지 않는 조화로운 메이크업이 트렌드다. 아이 메이크업 역시 올드머니룩에 어울리는 결광 피부 표현을 바탕으로 톤이 다운되고 뮤트한 컬러감이 주를 이룬다. 이에 맞춰 [아델리카 아이 팔레트] '데일리 브라운'과 '올리브 브라운'의 음영감을 주는 컬러를 활용하면 좋다. 코트나 니트 색감에 맞는 컬러를 선택해 진한 색을 한 번에 올리기보다 옅은 색감을 여러 번 발라 그라데이션하면 자연스런 눈매를 연출할 수 있다. 사진처럼 5가지 색을 한 번에 활용할 수도 있지만 베이스컬러(①번)를 눈두덩이 전체와 언더에 발라주고 중간톤(②) 컬러를 바른 뒤 쌍꺼풀 라인에 포인트 컬러(③~④번)와 삼각존 부위에 음영 컬러(⑤)로 깊이감을 더하면 빠르고 손쉽게 아이 메이크업을 마무리할 수 있다.

물기를 머금은 촉촉한 립

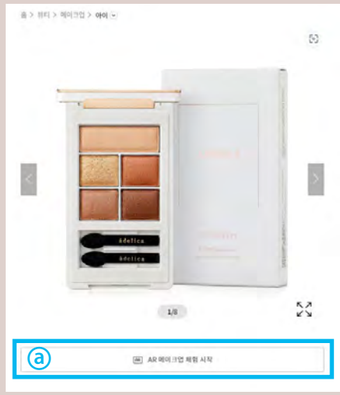
올 여름 MZ 세대들 사이에서 선풍적인 인기를 끌었던 '탕후루 립'! 시럽 코팅 덕분에 반질반질 탱글해보이는 탕후루의 질감에서 착안한 립 메이크업으로 그 트렌드가 가을과 겨울에도 이어져 '글로우 립'이 유행하고 있다. 글로우 립은 일명 '물먹립'으로 물기를 머금은 립을 뜻한다.
이를 연출하기 위해 주목할 애터미의 제품은 [애터미 립 컬러 글로우]다. 레드, 코랄, 핑크 3가지 컬러로 립밤처럼 글로우한 느낌의 제형이 은은하고 고급진 립을 연출하는데, 평소와 달리 입술 라인보다 살짝 넘치게 발라보자. 물 먹은 듯한 효과를 제대로 완성할 수 있다.
2023년 겨울 립 메이크업 트렌드에는 '글로시' 외에도 '매트'라는 상반된 매력이 공존한다. 입술에 부드럽게 발리면서도 겉은 보송한 '겉보속촉' 표현이 유행하고 있는데 [아델리카 립 루즈 매트]가 바로 그에 맞는 주인공이다. 특히, 톤 다운된 컬러인 뉴트럴 핑크와 로즈플레어는 뮤트한 아이 메이크업을 부각시켜 주는 아이템으로 두말할 나위 없다.

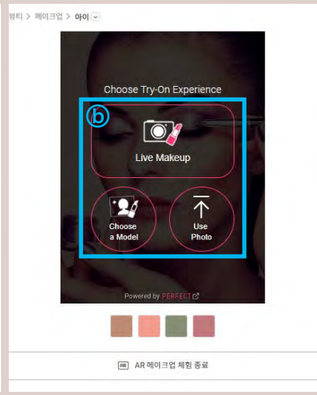


나에게 맞는 색상 선택이 어렵다면?

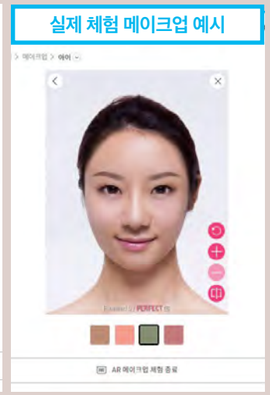
AR 메이크업으로 해결!

나에게 맞는 컬러인지, 내 얼굴에 어울릴지 망설이게 된다면 AR 메이크업 체험 서비스를 이용해 보자. 화장품을 직접 얼굴에 바르지 않고도 AR 메이크업 체험을 통해 발색을 확인할 수 있기 때문에 관심이 있는 메이크업 제품을 모두 시연해 보고 나에게 어울리는 메이크업 제품을 찾을 수 있다.





실제 체험 메이크업 예시



ⓐ 쇼핑몰 > 뷰티 > 메이크업 카테고리의 색조화장품 대표이미지 하단 **[AR 체험 메이크업 시작]** 버튼 클릭
ⓑ 원하는 기능 선택하여 AR 메이크업 체험하기
- Live Makeup : 카메라 연동으로 내 얼굴에 직접 체험
- Choose a Model : 제공하는 모델 얼굴에 간접 체험
- Use Photo : 내 갤러리 속 사진에 메이크업 체험

AR 메이크업 체험해보기

100% 엑스트라 버진 유기농 올리브유로 구워 더 맛있고 건강하게

3대를 이어온 50년 전통의 노하우

뭐니 뭐니해도 집밥이 최고! 특히, 겨울철엔 맛있게 익은 김장 김치에 바삭 고소한 김만 있으면 밥 한 공기가 뚝딱이다. 11월, 애터미가 국내 김 생산 1위 기업인 광천김과 손잡고 올리브유로 구운 곱창김을 출시했다. 이 제품은 1년에 딱 한 달간만 채취할 수 있는 최고급 원초를 사용해 선물로도 제격이다. 내년 초에는 곱창김을 사용한 전장김과 김자반도 출시될 예정이라 더욱 기대를 모은다.



애터미 올리브유로 구운 곱창김
₩13,800원 PV 1,400pv

1년에 딱 한 달만 생산되는 프리미엄 곱창김

곱창김은 김 원초가 곱창처럼 꼬불거린다 하여 붙여진 이름으로, 재배하기가 매우 까다롭고 소량만 생산되기 때문에 최고급 김으로 알려져 있다. 특히, 10월 하순에서 11월 중순의 짧은 시기에만 수확하며 특유의 풍미와 오독오독한 식감, 씹을수록 단 맛으로 일반 김보다 4배 이상 비싼 가격을 받는다. 게다가 맛뿐만 아니라 영양학적으로도 다른 김보다 우수하다. 민물과 바닷물이 만나는 구역에서 자라 미네랄과 비타민 풍부해 겨울철 부족하기 쉬운 영양소를 채워준다.

애터미 곱창김을 완성시키는 세 가지 포인트

Point 1 100% 엑스트라 버진 유기농 올리브유 사용

스페인산 최고급유인 엑스트라 버진 유기농 올리브유를 사용했다. 엑스트라 버진 올리브유는 맛과 향이 완벽하고 산도가 1% 이하인 오일이다. 또 열을 가하지 않아 신선함이 오래 유지되고 맛과 향이 풍부하다. 일반 기름에 비해 불포화지방산이 많이 함유돼 있으며, 일반 채종유에 비해 5배 가격이 높다.

Point 2 100% 국내산 신안 천일염 사용

칼슘, 마그네슘, 칼륨 등 미네랄이 풍부한 신안 천일염을 사용해 더욱 건강하고 안전하게 만들었다. 특히, 3년간의 긴 숙성 과정을 거친 천일염이라 쓴맛이 없고 감칠맛이 나 더욱 맛있게 먹을 수 있다.

Point 3 3대를 이어온 50년 전통의 노하우로 만든 맛과 품질

50년 전통의 국내 김 생산 1위 업체인 광천김이 직접 처음(물김을 수매)부터 끝(마른김을 생산)까지 정성을 들여 최고의 맛과 품질을 구현했다. 국제 인증을 고루 갖춘 제조시설에서 안전하게 생산해 믿고 먹을 수 있다.

플라스틱 트레이 No

ESG를 실천하는 착한 패키지

ESG 경영 분야에서 지속적으로 선구적 역할을 해오고 있는 애터미는 K-푸드의 대명사인 곱창김 제품을 출시하며 플라스틱 트레이를 없애고, 식물성 콩기름 잉크를 적용한 포장 사용으로 ESG 트렌드를 선도하며 글로벌 기업의 면모를 자랑하고 있다.

다양한 국제 인증 획득

미국 농무부(USDA)의 유기농 인증(USDA ORGANIC)과 미국 GFCO(Gluten-Free Certification Organization)로부터 글루텐프리 인증 등을 획득한 고품질 제품으로 소비자의 신뢰를 얻으며, 유기농 인증 및 글루텐프리 제품에 대한 수요 증가에 부응하고 있다.

에디터 리얼 리뷰

"깐깐하게 따져 보니 더욱 안심"

원재료 정보

'혹시 애터미 제품도?' 애터미 곱창김 출시 소식을 듣자마자 지난 4월 타사 곱창김에서 인공감미료가 초과 검출되었다는 뉴스가 생각났다. 하지만, 괜한 기우였다. 일체의 첨가물 없이 국내산 돌김, 스페인산 유기농 올리브유, 국내산 천일염만 사용해 안심이다.

포장 개봉

올리브 열매를 연상시키는 은은한 그린 컬러의 포장지는 자연적이고 건강한 느낌. 포장지를 개봉하자 트레이 없는 도시락김은 처음이라 낯설지만, 플라스틱 쓰레기를 줄이려는 애터미의 친환경 노력이 돋보이며 '역시 애터미'지 싶다.

맛 평가

한마디로 '고소/담백/바삭'하다. 곱창김이라고 해서 표면이 거칠지 않고 부드러워 먹기에도 편하다. 기름이 과하지 않아 깔끔하고, 소금 맛도 과하지 않아 건강할 뿐더러 고급지게 맛있다.



수고했어, 오늘도!

일상 속 쉼을 돕는 애터미 아이템

몸과 마음이 지쳐 감정의 휴식이 절실할 때가 있다. 어디론가 훌쩍 떠나고 싶지만 그럴 수 없을 때에는 기분을 전환하는 나만의 치트키를 만들어 보자. 이너 피스도 결국 장비빨! 향과 맛, 촉촉한 감성으로 진득한 쉼을 도울 애터미만의 아이템을 소개한다.

힐링 샤워와 플레이리스트

기분 전환을 할 수 있는 가장 빠르고 쉬운 방법은 좋아하는 노래를 들으면서 샤워를 하는 것이다. 따뜻한 물에 샤워를 하면 근육이 이완되면서 기분 전환이 된다는 것은 널리 알려진 사실. 샤워를 하면서 좋아하는 노래를 듣거나 부르면 보다 적극적으로 스트레스를 해소할 수 있다. 한 연구에 따르면, 우리가 노래를 부를 때는 엔도르핀, 세로토닌, 도파민 등 기분을 좋게 하는 신경전달물질이 분비되어 행복감을 증진시킨다는 결과가 있다. 실제로 85%의 영국인은 '샤워를 하면서 노래를 부른다'고 하는데, 이렇게 샤워를 해보니 쌓인 스트레스와 좋지 않은 기운마저 싹 씻겨 나가는 듯한 느낌이다.

겨울철 샤워 시 무엇보다 중요한 아이템은 향기로우면서도 촉촉한 바디워시다. [애터미 울트라 리치 바디워시]는 자극 없이 마일드한 거품으로 피부 잔여물을 깨끗하게 닦아내고 샤워 후에도 촉촉함을 유지해 준다. 또한, 자연에서 온 시어버터, 모링가, 로즈 허니 성분으로 순한 클렌징이 가능하며 모링가 꽃향기와 화이트 플로럴 향이 조합돼 고급스러운 향을 남긴다. 샤워 후 생크림처럼 녹아드는 [울트라 리치 바디크림]을 바르면 찬 바람에 건조해진 몸이 어느새 촉촉해지고 은은한 모링가 꽃향기로 기분까지 포근해지는 경험을 할 수 있다.



애터미 울트라 리치 바디워시
₩ 11,800원 PV 4,200pv

애터미 울트라 리치 바디크림
₩ 13,800원 PV 5,000pv



애터미 퍼퓸드 디퓨저
₩ 27,800원 PV 8,000pv



애터미 오가닉 오일
₩ 23,000원 PV 10,000pv



애터미 몽모랑시 타트체리 스틱
₩ 35,800원 PV 10,000pv



애터미 꿀잠 락티움
₩ 39,800원 PV 16,000pv

감정의 휴식을 돕는 숙면

고요한 밤은 내일을 기대하는 힘을 얻기 위한 시간이 된다. 속상한 일이 있거나 기분이 안 좋을 때 포근한 이불을 덮고 한숨 푹 자면 의외로 괜찮아지는 경험을 하게 된다. 반면, 잠을 충분히 못 자거나 꿈을 많이 꾸면 정신적 피로가 쌓여 우울증이 생길 위험이 높다는 연구 결과도 있다.

편안하고 휴식 같은 밤을 원한다면 잠들기 1시간 전 스마트폰을 내려놓자. 그리고 [애터미 퍼퓸드 디퓨저]를 침실에 놓거나 [애터미 오가닉 오일 라벤더]를 베갯잎 등에 살짝 묻혀 심신을 편안하게 해주는 것도 좋다. 잠이 쉽게 들지 못하고 자주 깨는 사람이라면 [애터미 몽모랑시 타트체리 스틱]과 [꿀잠 락티움]의 도움을 받을 수 있다. 나이가 들수록 숙면에 들기 어려운 이유는 수면을 유도하는 호르몬인 멜라토닌 분비가 줄기 때문인데, 천연 멜라토닌 성분이 풍부한 타트체리를 매일 1포씩 맛있게 섭취하면 숙면에 도움을 줄 수 있다. [애터미 꿀잠 락티움]은 우유에서 추출한 락티움 성분으로 잠들기 1시간 전, 2알을 섭취해 주면 잠에 드는 시간을 단축시키고, 수면 시간을 증가시키는 데 도움을 준다.

겨울 창가 보며 차 한잔할래요?

차를 마시는 것은 편안한 분위기 및 기분 형성에 큰 영향을 미친다. 특히, 카모마일이나 라벤더 같은 허브차를 마시는 것은 긴장을 풀어주고 숙면에 도움을 줄 수 있다. '티 소믈리에'와 합력하여 애터미만의 조합으로 탄생한 [애터미 블렌딩 티세트]는 카모마일과 라벤더 등을 블렌딩한 꿀잠 퍼플티 외에도 다양한 찻잎, 꽃, 곡식, 허브를 블렌딩한 3종류의 티로 맛과 향이 함께하는 시간을 선물한다. 따뜻하게 즐겨도 좋지만 차가운 물이나 탄산수에 즐기면 청량감을 느낄 수 있다. 카페인이 없고 식물성 원료만을 사용한 비건 인증 제품으로 '무카페인파'들 뿐 아니라 '채식주의자'들에게도 추천할 수 있는 제품이다. 애터미 블렌딩 티와 함께 팥, 녹차, 호두 3가지의 양갱을 예쁜 접시에 담아 내보자. 나를 위한 달콤한 힐링 시간이 채워질 것이다.



애터미 블렌딩 티세트
₩ 23,800원 PV 7,000pv



양갱 선물세트
₩ 13,700원 PV 3,600pv

우리 몸의 중요한 영양소 '엽산'에 대해 알아보자

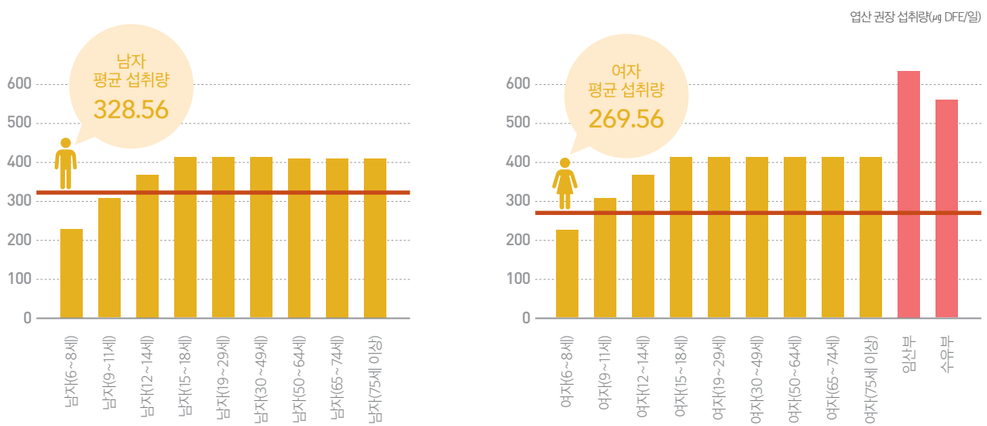
우리 몸에서 엽산 섭취는 왜 중요할까? 엽산은 수용성 비타민B군의 하나로서 DNA 및 적혈구 생성과 단백질 대사에 중요한 역할을 한다. 즉, 세포와 혈액의 생성, 태아 신경관의 정상 발달, 혈액의 호모시스테인 수준을 정상으로 유지하기 위해 필요한 영양성분이다.

임산부 필수 영양소

특히, 엽산은 임신 전부터 임산부에게 필수 영양소라고 알려져 있는데, 그렇다면 왜 임신 전부터 섭취해야 할까? 이는 태아의 신경관 결손 위험을 감소시키는 데 강력한 효과가 있기 때문이다. 대부분의 임산부들은 임신 여부를 인지하기 전인 초기 한 달 이내에 자궁 내에서 이미 태아의 신경관(뇌신경, 척추신경)이 형성되고 있기 때문에 가임기 여성부터 섭취를 권장하고 있다. 유럽의 여러 선진국에서도 10,000명의 출생아 중 최대 20명까지 신경관 결손 기형이 발생하고 있다고 보고했다.[1] 또한, 미국질병예방서비스태스크포스(USPSTF) 조사 자료에 의하면 매년 3,000건 이상의 신경관 결손 신생아가 출생한다고 발표했다.[2] 또 다른 자료에 의하면 태아의 신경관 결손은 선천성 기형 질환을 유발하는데, 이는 태아의 성장 발달 과정에서 뇌와 척수 중 하나가 결손되어 나타나며 척추이분증, 무뇌증, 뇌류 등의 기형과 밀접하게 연관이 있다.

2020년 한국인 가임기, 임산부 대상으로 엽산 섭취를 조사한 결과, 가임기 여성은 9.4%만이 섭취를 하고 있고, 임신 여성의 경우는 66.7%가 임신 기간 중에 복용하고 있다고 응답했다.[3, 4] 가임기 여성의 엽산 보충제 섭취율이 낮으나 엽산 결핍으로 인해 발생하는 신경관 결손은 산모의 초기 엽산 영양 상태가 태아에게 영향을 주기 때문에 가임기 여성은 엽산을 미리 섭취하는 것이 좋다. 엽산은 특정 연령과 성별(가임기 부부, 임산부, 수유부 등)에 신경관 결손 예방을 위해 필수 영양소이지만, 이외에도 엽산은 아미노산과 핵산 대사에 필요한 효소의 조효소 역할을 하며, DNA 합성에 꼭 필요하므로 세포분열이 활발하게 일어나는 유아기, 성장기, 중장년기 즉, 전 생애주기 동안 건강을 유지하기 위해 충분히 섭취해야 하는 비타민이다.[5]

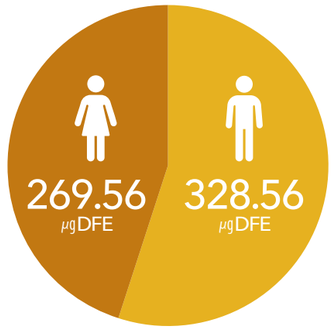
한국인 영양소 섭취기준의 엽산 섭취기준



• 출처 : 2020 한국인 영양소 섭취기준 개정 연구 결과 보고서

• 엽산당량(㎍DFEs) : 엽산의 형태, 음식의 섭취 여부 등에 따라 체내의 엽산 흡수율 및 이용률(생체 이용률)의 차이가 있으므로 이를 고려하여 나타낸 엽산의 함량

성별에 따른 엽산 평균 섭취량



• 출처 : 국민영양통계 2021년 엽산 영양소 섭취량

한국인, 권장 섭취량에 비해 섭취량 낮아

현재 한국인이 충분히 엽산을 섭취하고 있는지 연령별 엽산 평균 섭취량과 2020 한국인 영양소 섭취기준 연구 결과를 확인한 결과, 엽산은 권장 섭취량에 비해 섭취량이 낮은 영양소 중 하나로 확인되었다. 성별에 따른 평균 엽산 섭취량은 여자가 남자에 비해 섭취량이 낮으며 남여 모두 전 연령에서 섭취량이 낮은 것으로 확인되었다. 한식을 주로 섭취하는 한국인은 다양한 식품군을 통해서 엽산 섭취가 가능하다. 엽산은 곡류(옥수수, 백미, 현미 등), 두류(대두, 녹두, 강낭콩 등), 녹색 채소류(시금치, 열무김치, 쑥갓 등)에 많이 함유되어 있지만 조리 과정 중에 열에 의한 손실로 인해 섭취량이 낮은 것으로 추측된다. 열에 의한 손실은 급원식품의 종류마다 조금씩 다르지만 15~74%까지 손실이 된다고 알려져 있다.[6] 엽산 섭취량이 부족하면 혈액에서 산소를 운반하는 적혈구가 비정상적으로 큰 거대적 아구성 적혈구로 인해 산소 운반 능력이 떨어져 허약감, 피로 불안정 또는 빈혈을 유발할 수 있다.[4, 7] 또한, 혈관계 질병을 예방하는데 엽산이 중요한 역할을 하는 것으로 알려져 있다.[8] 오늘날 많은 현대인들은 혈관 건강이 콜레스테롤과 밀접한 관련이 있다는 것을 익히 알고 있다. 건강한 혈관을 관리하기 위해서는 혈액 속의 호모시스테인 농도를 적당하게 유지하는 것도 중요하다. 체내 호모시스테인 농도가 높아지면 우리 몸속에서 혈관을 노후화시키기 때문에 호모시스테인 농도가 높아지지 않도록 신경을 써주는 것도 방법이다. 그렇다면 엽산과 함께 같이 섭취하면 좋은 영양소는 무엇이 있을까? 정상적인 엽산 대사에 필요한 비타민B12와 B6를 함께 섭취하면 혈액 내 호모시스테인 농도를 정상으로 유지하는 데 도움이 된다.[9] 엽산은 남녀노소 상관없이 필요한 영양소로서 특히, 가임기 여성과 임산부에게 요구되는 섭취량이 더 많은 만큼 일반식품으로 엽산 필요량을 섭취하기 어렵다면 가급적 건강기능식품을 이용하는 것이 좋다.

1) Zagangor I, Sekkarie A, Tsang BL, Williams J, Razzaghi H, Mulinare J, et al. Describing the prevalence of neural tube defects worldsied : a systematic literature review. PLoSOne 2016, 2016
2) US Preventive Services Task Force, Folic acid supplementation to prevent neural tube defects, JAMA. 2023;330(5):454-459. doi:10.1001/jama.2023.12876, 2023
3) Kim MJ, Kim J, Hwang EJ, Song Y, Kim H, Hyun T. Awareness, knowledge, and use of folic acid among non-pregnant Korean women of childbearing age. Nutr Res Pract 2018;12(1): 78-84.
4) Park E, Lee HC, Han JY, Choi JS, Hyun T, Han Y. Intakes of iron and folate and hematologic indices according to the type of supplements in pregnant women. Clin Nutr Res 2012;1(1): 78-84.
5) Jung Gon Kim, Tae Kyung Kim, Jeong Yeal Ahn, Hyo Jin Choi, Soo Mee Bang, Han Joo Baek, Sulfasalazine-induced Megaloblastic Anemia in Normal Serum Folate Level, Journal of Rheumatic Diseases, 2005;No.3(12)
6) 영미영, 현태선, 한국인 상용식품의 엽산함량 분석에 의한 식품영양가표의 보완, 한국영양학회지, 2005;38(7) 586~604
7) 민혜선, 한국 성인 남녀의 엽산 영양상태와 혈장 호모시스테인 농도, 한국영양학회지, 2001;No. 34(4)
8) 김희진, 비타민과 약물의 상호작용, 가정의학회지, 2023;24:88-893
9) 한국영양학회, 2020 한국인 영양소 섭취기준 활용, 보건복지부, 2022



임승희 선임연구원
現) 콜마비앤에이치(주) 식품과학연구소
단국대학교 식품공학대학원 졸업
단국대학교 식품공학과 졸업

유럽 직판시장, 지난해 4.9% 성장

17개국 아우르는 애터미 유럽 법인, 한류와 가성비 소비 타고 전망 밝아

최근 애터미 유럽 법인은 그랜드 오프닝을 갖고 본격적으로 유럽 직접판매 시장을 공략하기 시작했다. 애터미의 유럽 시장은 영국과 튀르키예, 러시아에 이어 유럽 법인이 4번째다. 그러나 유럽 법인의 그랜드 오프닝이 갖는 의미는 EU(유럽 연합) 시장에서의 본격적인 영업이 시작됐다는 데에 있다. 영국은 2020년 EU에서 탈퇴했고, 튀르키예와 러시아는 EU 회원국이 아니기 때문이다. 그럼 과연 EU의 직접판매 시장의 규모와 특성은 어떨까.

유럽 법인 그랜드오프닝

지난 10월 14일, 유럽 법인은 박한길 회장이 참석한 가운데 그랜드 오프닝을 겸한 석세스아카데미를 개최했다. 장장 7시간에 걸쳐 진행된 석세스아카데미는 유럽 9개국에서 1,000여 명의 회원이 참가하는 성황을 이뤘다. 이날, 스타마스터 1명을 비롯한 224명의 승급자가 화려한 무대에 오르며 애터미의 유럽 공략을 빛냈다. 현재 유럽 법인은 독일어를 비롯해 영어와 스페인어, 러시아어와 한국어 등 5개 국어로 각종 세미나를 진행하고 있다.

EU 시장은 단일 시장으로 평가받지만 상이한 민족, 언어, 종교 등 복합적인 다양성을 지니고 있다. 특히 계층별로 상이한 소비패턴이 공존하고 있으며 친환경에 있어서는 세계에서 가장 엄격한 시장이다. 그럼에도 불구하고 EU는 애터미의 매스티지 전략이 가장 잘 통할 수 있는 시장으로 평가받고 있다. 높은 소득 수준에도 불구하고 가성비 소비가 일반화 되고 있는 점, 최근 들어 K-콘텐츠 열풍과 함께 한국 식품, 화장품 인지도가 증가하고 있다는 점 등이 그 이유로 지목되고 있다.

유럽 법인은 매달 백만갑(GO100) 활동을 이어가며 유럽의 소비자들을 끌어들일 생각이다. 애터미의 절대품질 절대가격 제품을 직접 체험하도록 함으로써 인지도를 확보하고, 동시에 소득 창출에 대한 가능성으로 접근한다면 기대 이상의 성과를 거둘 수 있다는 판단이다. 홍의성 유럽법인장은 "EU 회원국 가운데 17개국 이상에서 회원 등록이 이루어지고 있다"며 "당분간은 독일과 스페인에 집중하면서 점차 EU 전체를 아우르는 법인으로 성장할 것"이라고 말했다.

EU시장 2027년까지 연평균 3.2% 성장 전망

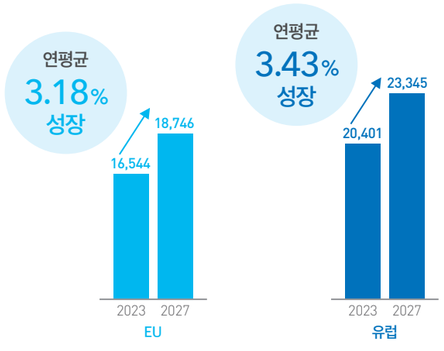
WFDSA의 자료에 따르면, 유럽 직접판매 시장은 팬데믹 이전인 지난 2019년 330억 6,800만 달러에서 지난해 347억 달러로 4.93% 성장했다. 또 EU만 따로 떼어놓고 보면 2019년 287억 달러에서 2022년 300억 달러로 4.89% 성장했다. 국가별로 보면 독일이 지난해 2021년 대비 6.6% 성장한 180억 달러로 가장 큰 시장을 갖고 있으며, 이어 프랑스(46억 달러), 이탈리아(29억 달러), 폴란드(10억 달러), 스페인(7억 달러)의 순이다. 한편 유로모니터에 따르면 EU지역의 직접판매는 2023년 165억4,400만 달러에서 2027년에는 187억4,600만 달러로 연평균 3.18% 증가할 것으로 예상 된다. 유럽 전체로 보면 2023년 204억 달러에 달할 것으로 추정되며 2027년 233억 달러로 연평균 3.43%의 성장률을 보일 것으로 전망된다.



지난 10월 독일 애쉬본에서 애터미 유럽 법인 그랜드 오픈을 알렸다

EU 및 유럽의 직접판매 시장규모

단위: 백만 달러(USD)



판매원은 유럽 전체가 1,260만 여명이며, 이 가운데 EU는 600만 여명이다. 국가별로 보면 폴란드가 96만 여명으로 가장 많았으며, 이어 독일(91만 여명), 프랑스(71만 여명), 이탈리아(62만 여명), 헝가리(44만 여명)의 순이었다.

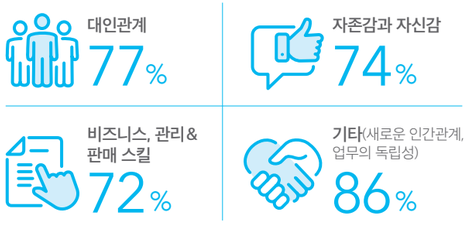
직접판매원, 만족도 높아

유럽의 직접판매원 대부분은 직접판매에 대해 만족하고 있는 것으로 나타났다. SELDIA(유럽직접판매협회, The European Direct Selling Association)와 DSE(Direct Selling Europe)가 글로벌 마케팅 리서치 전문 기업 입소스(IPSOS)에 조사를 의뢰한 결과, 응답자의 78%는 직접판매원으로서의 전반적인 경험에 만족한다고 응답하고 있으며, 그렇지 않다는 응답은 5%에 그쳤다. 또 직접판매 경험이 기대 이상이었다는 응답도 72%에 달했다.

구체적으로 만족을 느낀 부분에 대해 응답자의 77%는 대인관계가 좋아졌다고 답했으며, 이어 '자존감과 자신감이 생겼다'는 74%, '비즈니스 & 관리 & 판매 스킬이 생겼다'고 응답한 직접판매원은 72%였다. 이밖에 '새로운 사람을 만나는 기회나 독립적으로 일할 수 있는 능력 등을 얻었다'는 응답도 86%에 달했다.

고객에게 직접판매 활동을 할 때 가장 많이 사용하는 방법은 '개인적인 인맥의 활용'이 54%로 가장 많았다. 이어 홈파티(Home Party)와 제품 시연이 39%, 소셜미디어 활용이 39%의 순이었다. 또 잠재고객에게는 구전마케팅을 사용한다는 응답자가 64%로 많았으며 인맥 활용과 홈파티 & 제품 시연을 사용한다는 응답자는 각각 51%와 43%였다. SNS는 주로 45세 미만의 직접판매원들이 신규 고객과 기존 고객 모두에게 판매하고 고객을 유지하는 데 효과적인 방법으로 평가했다.

직접판매에 대해 만족을 느낀 부분



직접판매 활동 방법



잠재고객 대상 사업 방법



직접판매를 하는 이유



* **조사기관** : Ipsos / * **조사대상** : 유럽 12개국 25,896명 직접판매원

응답자 85%, 제품과 서비스에 소속감 느껴

응답자 가운데 85%는 자신이 취급하고 있는 제품과 서비스에 만족하고 있으며, 82%는 직접판매 기업이 제시하는 비전과 브랜드 가치에 동의하는 것으로 나타났다. 또한, 부업(주 8시간 이하)으로 직접판매를 하는 사람들은 제품 할인이나 기업의 가치와 비전을 믿기 때문에 직접판매원을 계속한다고 말했다. 전업(주 30시간 이상)으로 직접 판매에 참여하는 직접판매원들은 업무의 유연성과 독립성 때문에 직접판매를 한다고 말하고 있다, 한편, 응답자 68%는 직접판매 외에 다른 일을 병행하고 있는 것으로 나타났다.

로어 알렉상드르(Laure Alexandre) SELDIA 사무총장은 "이번 입소스의 설문조사 결과, 직접판매는 개인의 자기개발 및 전문성 개발에 기여하고 있다는 것이 확인됐다"며 "직접판매원과 직접판매 업체들을 보다 잘 지원할 수 있도록 더욱 노력할 것"이라고 말했다.

글로벌 애터미향 '헤모힘G' 탄생

영국과 EU 등 해외 수출길 활짝

헤모힘의 글로벌 버전인 '헤모힘G'가 개발됐다. 애터미는 여러 국가에 수출이 가능하도록 글로벌 표준화 작업을 했다. 개발 과정에서 외국인들의 기호에 맞춰 쓴맛을 미세하게 조정했다. 가장 중요한 효능과 효과 측면에서는 기존의 헤모힘과 동일하다. 영국 및 독일, 튀르키예, 그리고 유럽의 일부 국가에 인허가 등록을 마쳤다. 글로벌 상품 브랜딩 본부 김현규상무는 "헤모힘G는 글로벌 시장을 겨냥한 전략 상품"이라며 "더 많은 사람들이 헤모힘G를 통해 건강한 삶을 누렸으면 한다"고 말했다.





당당귀 & 당천궁, EU에서 식품으로 등록 가능

헤모힘G는 해외 많은 국가에서 식품으로 등재되고 참당귀, 일천궁, 작약과 동일한 목적으로 사용하는 중의학 약재로 개발됐다. 유럽에서 식품 원료로 사용 가능한 당당귀, 당천궁을 사용한다는 것 외엔 기존 헤모힘과 제조 공정이 동일하다. 면역 효능 평가 실험을 통해 면역증진 및 활성도 수치 성분이 기존 헤모힘과 차이가 없는 것으로 확인되었으며, 해외에서도 거부감이 없도록 포뮬레이션 개발에도 힘썼다. 이러한 실험 결과는 SCI급 논문으로 투고될 예정이다.

헤모힘G는 기존 헤모힘과 동일하게 GMP 관리 시스템을 갖춘 시설에서 생산된다. 원재료 수령 전, 최소 3번의 품질 검사를 시행하고, 엄격한 품질 및 위생 관리 시스템 하에서 안전하게 제조된다. 헤모힘G의 품질 관리 체계는 원재료 구매, 제조, 보관, 배송까지 각 단계별로 철저하게 유지된다. 원재료 구매 단계에서는 산지에서 확보한 약재의 안전성을 확인하는 예비 품질 검사와 안전성이 확인된 원재료에 대해 생산, 향 등의 관능검사가 진행된다. 관능검사에 통과한 원재료는 공정 기준에 따른 중금속, 잔류농약 등의 정밀검사를 통해 원료 안전성을 최종 확인한 뒤 제조 공정에 들어간다.

제조 단계에서는 위생적인 GMP 시설에서 표준 제조 공정을 기반으로 한 최고 품질의 전통 약재를 제조하게 된다. GMP란 'Good Manufacturing Practice'의 약자로 원료의 구입부터 제조, 출하 등에 이르는 모든 과정에 필요한 관리 기준을 말한다. 헤모힘G는 의약품 수준의 GMP 시설에서 제조되고 있다. 마지막 단계는 출하 전 완제품 검사 단계로 포장과 인쇄 상태 등을 정밀하게 검사한다.

유럽지역부터 출시 예정

헤모힘G는 수개월 내 영국법인과 유럽법인에서 공식 출시될 예정이며, 대만 법인에서도 2024년 상반기 내 출시를 위한 제반 준비를 하고 있다.

글로벌 회원을 대상으로 관능 설문도 진행되었다. 주요 질문 항목은 단맛, 쓴맛, 신맛, 향미, 밸런스 및 전반적인 만족도와 구매 의향이다. 조사 결과, 전반적인 맛의 밸런스에 대한 만족도는 전체 평균 3.8점(5점 만점)으로 나타났다. 고무적인 것은 영국과 독일 등 유럽 회원의 만족도가 한국 회원보다 높다는 것이다. 한국 회원의 만족도는 3.4점인데 비해 영국은 3.7점, 독일은 4점을 넘긴 4.3점으로 나왔다.

또 전반적인 맛에 대한 만족도 역시 영국 3.9점, 독일 4.3점인데 비해 한국은 3.6점으로 영국과 독일 쪽이 한국보다 높았다. 이는 한약 느낌의 맛이라도 유럽인들에게 접근이 가능하다는 의미로 해석할 수 있다. 목넘김에 대한 응답도 유럽 회원이 한국 회원보다 만족도가 높았다. 영국 회원의 응답은 4.1점으로 나타났으며 독일 회원은 4.4점으로 조사 됐다.

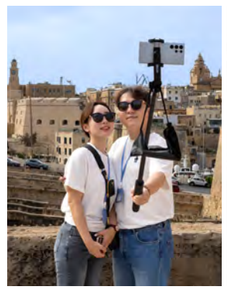
헤모힘을 구입할 의향이 있느냐는 질문에는 응답자의 87.1%가 구입하겠다고 응답했다. 국가별로는 영국이 85.3%, 독일이 89.3로 나타났다. 또 가족이나 주변 사람들에게 추천할 의향이 있느냐는 질문엔 응답자의 86.9%가 추천하겠다고 응답했다.

성공을 향한 꿈의 여정, 2023년 4분기 승급 여행 스케치

지난 5월, 팬데믹 이후 3년 만에 재개된 승급 여행. 10박 11일 유럽 크루즈 여행부터 베트남 다낭, 사이판까지 애터미 가족들은 매력적인 경관과 맛있는 먹거리를 즐기며 지금까지 달려온 피로를 말끔히 씻어냈다. 승급 여행 마지막 밤 가족들끼리 깊은 담화를 가지며 애터미 사업자는 다시 한 번 성공의 의지를, 사업자 가족은 가족으로서 더욱 응원하고 도울 것을 약속했다. 서로의 신뢰와 사랑을 확인하며 더욱 한마음으로 나가게 된 애터미 가족들의 승급 여행 현장을 돌아봤다.

로열마스터 87차 유럽 크루즈 프로모션

로열마스터 14인과 그의 가족들이 10박 11일간 이탈리아, 프랑스, 스페인 등 유럽 크루즈 여행에 올랐다.

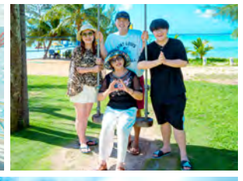





스타마스터 88차 사이판 프로모션

스타마스터 29인과 가족들을 포함 총 120여 명이 사이판의 마나가하 섬, 별빛 투어 등을 즐겼다.






샤론로즈마스터 85~86차 베트남 다낭 프로모션

두 차례에 걸친 여행으로 샤론로즈마스터 86인과 가족들이 베트남 다낭의 호이안 올드타운, 바나힐 국립공원 등 명소를 둘러봤다.








말레이시아 법인 샤론로즈마스터 제주도 프로모션

말레이시아 샤론로즈마스터 90인이 가족들과 함께 제주도를 찾았다. 섭지코지, 성산일출봉, 오설록 티뮤지엄 등 명소를 둘러보며 행복한 시간을 가졌다.








성공할 수밖에 없는 이유, 성공해야만 하는 이유를 찾아야

애터미 설립 초기에도 두려움보다는 성공의 목소리 높여

지난 11월 29일, 박한길 회장은 애터미의 직급자 - 세일즈마스터에서부터 스타마스터까지 - 들과 간담회를 가졌다. 애터미오롯 비전홀에서 진행된 이번 직급자 간담회에는 2,500여 명의 직급자가 참석, 박한길 회장으로부터 비즈니스 노하우를 직접 들으며 애터미 비즈니스에 대한 새로운 각오를 다졌다. 박한길 회장은 직급자들을 향해 "여러분 안에 잠자고 있는 거인을 깨우느냐 하는 것은 여러분의 의지"라며 "가난하다느니, 어렵다느니 하는 성공 못 하는 이유를 찾으려 하지 말고 성공할 수밖에 없는 이유, 성공해야만 하는 이유를 찾으라"고 주문했다.

내가 성공하면 가족도 성공하는 것

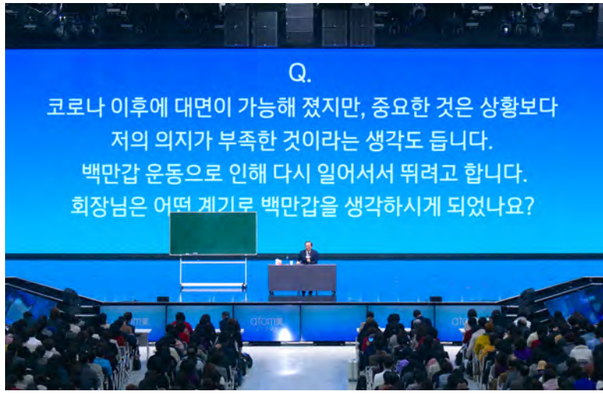
질의응답으로 진행된 직급자 간담회에서 특히 주목을 끌었던 질문은 "저부터 가난하다 보니 저의 주변도 대부분 가난해서 사업자의 마인드, 성공자의 마인드가 갖추어지기 어려운 것 같습니다. 시작부터가 너무 힘든 것 같은데 어떻게 마음을 먹고 일해야 할까요?"라는 질문이었다. 이에 박한길 회장은 가난하니까 가난을 벗어나기 위해 애터미 사업을 하는 것 아니냐며 답변을 시작했다.

"내가 가난이 서러우니까 내 자식 내 손자들한테는 이 가난을 안 물려주겠다고, 가난의 대물림을 끊겠다고 하는 건데, 가난해서 못 하겠다고 투덜거리면 어떡하나요? 옆에 가난한 사람이 있는 걸 오히려 다른 방향으로 생각해야 합니다. 옆에 사람이 가난하니까 이 사람은 내가 부자로 만들어줘야 되겠구나, 일거리가 생겼구나, 그렇게 생각해야 합니다. 마음속에 거인이 있어야 해요. 어른인데 마음속에 아기가 있어요. 한 두세 살 먹은 아기가 '힘들어서 못 해, 무서워서 못 해'하면서 징징거리고 있는 거예요. 자기 마음속에 있는 이 아기를 쫓아내세요. 그리고 잠자고 있는 거인을 깨우세요. 그 거인을 깨우는 것은 여러분의 의지에 의해서 하는 거예요. 여러분들이 결정할 수 있어요. 가난한 집에서 태어난 것은 자기 책임이 아니에요.

그런데 가난하게 죽는 것은 자기 책임이에요. 철저하게 자기 책임이에요. 가난을 탓하지 마세요. 어려움 같은 거 탓하지 마세요. 그런 거 탓하는 사람은요, 어떤 환경에 갖다 놔도 또 뭔가 자기가 성공 못 할 수 있는 이유를 찾아내어 그거를 확대시켜요. 성공하지 못할 이유만 찾는데 어떻게 성공할 수 있겠어요. 성공할 수 있는 이유를, 성공해야만 하는 이유를 찾아야죠."

애터미오롯 비전홀에서 박한길 회장이 직접 직급자들과 소통하는 세미나가 있었다





박한길 회장이 사전에 받은 회원들의 질문에 허심탄회하게 답변하는 자리를 가졌다.

성공해야 한다는 생각만 해야

"애터미 초창기의 이야기에 관해 여러분들은 익히 잘 알고 있을 겁니다. 돈도 없는 상태에서 회사를 만들어가면서 수많은 성공자를 만들어 내는 건 쉬울까요, 어려울까요? 당연히 어렵겠죠. 그런데 나는 단 한 번도 어렵다는 얘기를 해본 적이 없어요. 단 한 번도 안 된다는 얘기를 해본 적이 없어요. 그럼 어떤 얘기만 했느냐? '애터미는 유통의 허브가 된다. 글로벌 회사가 된다. 전 세계 유통을 석권해 버릴 거다. 여기에서 많은 성공자가 나올 거다.' 이렇게 긍정적인 얘기만 한 거예요. 지나놓고 보면 참 힘들었다 싶어요. 그런데 그때는 힘들었다는 말을 할 수가 없었어요. 힘들다고 하는 순간에 내가 무너져 버리게 되거든요.

여러분, 말부터 바꾸세요. 여러분 입에서 아기 소리가 나오면 여러분의 삶이 그 아기의 삶이 되는 거예요. 아무런 힘도 없고 투덜거리고, 누군가가 힘을 보태야만 살 수 있는 그런 아기가 돼버리는 거예요. 그러지 마세요. 여러분은 어른입니다. 자신의 삶을 스스로 만들어 나가야 하는 어른입니다. 그래서 주변에 어려운 사람들이 있다고 하면은 '내 손을 잡아라, 내가 끌고 가겠다. 내가 성공시킬게'하는 그런 생각을 가져야 하는 거예요. 여러분들이 생각을 바꾸면 얼마든지 가능해요. 여러분, 280만 원짜리 중고 카니발 타고 간 사업설명회에서 '에쿠스를 주겠다. 10억을 지게차로 떠주겠다'고 할 때 그 가능성이 몇 프로나 될 것 같아요? 나도 바보가 아닌 이상 알아요. 안 될 확률이 엄청나게 높다는 거, 될 확률은 0.01%밖에 안 된다는 것을 나도 안단 말이에요. 그런데 오로지 그 0.01%에 집중을 하고, 그리고 그걸 계속 외쳐야 돼요. 부여 롯데리조트에서 로열리더스클럽 첫 송년회할 때예요. 한 70~80명 이렇게 모였는데, 거기서 제가 이런 고백을 한 적이 있어요. '난 참 두려웠다. 이 회사가 성공할 수 있다는 얘기를 하는 것이 정말 두려웠다. 그리고 두렵고 힘들지만 나는 눈물조차 흘릴 수 없었다'라고요.

눈물을 보이고 내가 힘들다는 말을 하는 순간, 모든 것이 다 무너지기 때문에 나는 눈물을 흘릴 수가 없어서 다 삼켰어요. 그래서 내 가슴엔 아직도 흘리지 못하고 삼켜버린 그런 눈물들로 가득 차 있어요. 로열리더스클럽 멤버들의 입에서 '애터미는 정말 성공을 했다. 앞으로 성공할 수밖에 없다. 더 커져 나갈 거다.' 그런 희망을 갖게 되고 그런 성공자의 소리를 내주니까 그때 저한테 비로소 내 속에 있는 안에 감추었던 두려움과 눈물 이런 것을 내보일 수 있는 여유가 생기더라고요. 여러분들은 다 가족을 대표하는 사람들이잖아요. 여러분 한 사람이 성공하면 여러분의 자녀들, 부모 형제들까지 다 성공자가 되는 겁니다. 성공하기 전에는 슬퍼하지 마세요. 힘들다고 말하지도 마세요. 어렵다고 절대 얘기하지 마세요. 그 말을 하는 순간에 힘들어지거든요. 오로지 성공할 수밖에 없는 생각, 성공해야만 한다는 생각만 하세요." a

“돈 잘 버는 의사가 왜 애터미를 하냐고요?”

유명 TV 프로그램에도 출연한 대장항문외과의, 시스템 소득으로 150세 시대를 준비한다

임익강 샤론로즈마스터는 ‘유퀴즈온더블럭’과 ‘집사부일체’ 등 간판 TV프로그램에 출연하면서 일명 ‘똥꼬의사’로 잘 알려진 대장항문외과의다. 그는 의사의 안정적인 수익도 결국은 노동 수익에 불과하다는 것을 깨닫고, 150세 장수 시대를 위한 시스템 소득을 만들어 가고 있다.

애터미 못하게 하려다 애터미에 빠지다

임익강 샤론로즈마스터는 병원에서 환자를 진료하다 보면 바빠서 제때 밥을 못 챙겨 먹는 날이 많았다. 그 사정을 잘 아는 지인이 병원으로 두유와 쉐이크를 보내주었다. 두유를 좋아해 평소에 즐겨 먹던 임익강 샤론로즈마스터는 선물 받은 두유를 먹어보고는 눈이 번쩍 뜨였다.

“어? 맛있네? 이게 어디 제품이지?”

두유 브랜드를 찾아보고는 애터미라는 다단계 판매회사의 제품이라는 것을 알게 됐다. 두유는 맛있었지만 한편으로는 지인에 대한 걱정도 생겨났다.

‘어쩌다 다단계에 빠졌을까?’

말리고 싶었지만, 하지 말라고 해서 안 할 사람도 아니었다. 1부터 10까지 제대로 된 이유를 대야만 안 할 사람인 걸 알았기 때문에 애터미에 관련된 자료를 모두 달라고 한 뒤 제품 논문부터 책자, 인터넷 자료, 동영상에 이르기까지 전부 검토하기 시작했다. 애터미에 문제가 있다는 것을 직접 찾아서 보여주기 위해서였다. 하지만 찾으려고 했던 문제점은 찾지 못했고, 오히려 애터미에 푹 빠지게 됐다.



75세 이후, 150세까지의 삶을 준비하다

애터미를 연구하면서 알게 된 것 중 가장 인상적이었던 것은 ‘시스템 소득’에 대한 것이었다. 외과 의사는 길게 잡아도 75세가 되면 수술이 어려워진다. 특히, 항문외과 의사는 수술 집도 자세가 허리와 목 디스크 질환에 자연스럽게 노출되기 때문에 더욱 어렵다. 실제로 임익강 샤론로즈마스터는 어느 날 목 디스크 통증으로 인해 갑작스럽게 대학병원에 입원하면서 예약된 수술도 취소되고 외래진료도 못 보게 된 경험이 있다. 병원 문을 나오는 순간 수입의 ‘미터기’가 멈추게 되고 자신의 수입이 0이 된다는 현실을 깨달았다. 의사가 아무리 대단해도 결국은 노동 소득자라는 현실을 알게 된 것이다. 임익강 샤론로즈마스터는 불안정한 미래와 노후 생활에 대한 걱정을 하던 중 시스템 소득이라는 새로운 세계를 접하게 되었다. 그는 한낮의 따스한 햇살 아래 오솔길을 걷는 것을 무척 좋아한다. 그러나 의사라는 직업 특성상 늘 진료실에 갇혀 지내느라 한낮의 산책은 꿈같은 일이었다. 애터미의 시스템 소득을 통해 시간의 자유, 공간의 자유, 경제적 자유를 줄 수 있다는 확신을 갖게 됐다.

의과대학 공부보다 쉬워

의사는 찾아오는 환자들을 돌보는 수동적 일임에도 감사의 마음을 표현하는 사람들이 많지만, 다단계 판매는 찾아가서 능동적으로 일을 해도 좋은 소리를 못 듣는 경우가 많다.

가정집 주방에서 씽크대를 칠판 삼아 강의도 하고 식당 한쪽 귀퉁이에서 사업설명을 하다보면 “그만 좀 하라”

임익강의 일주일



	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	애터미 동영상 시청					월 1회 석세스	동영상 시청
09:00	전화 상담, 독서	오전 진료					
11:00	예배						
13:00	독서	점심시간(신규 미팅 및 후원)					점심식사, 독서
15:00	세미나	오후 진료					후원, 정규 세미나
18:00	미팅						
19:00		동영상 시청	건강기능식품 및 제품 강의, 화끈걷뛰	지역별 원정 후원		정규 세미나	미팅(신규)
20:00		팀장 회의					
22:00							
23:00	독서	파트너 상담				파트너 상담	

며 면박을 주는 사람도 있고, “의사가 뭐가 부족해서 그러고 다니냐”고 비아냥거리는 사람도 있다. 때로는 파트너들의 짐꾼, 심부름꾼, 어떤 때는 기사가 되기도 한다.

하지만 애터미는 나 혼자 잘 먹고 잘 사는 일을 넘어서 나와 이웃, 지역사회, 나아가 전 세계 사람들에게 선한 영향력을 끼칠 수 있고, 무엇보다 그런 일을 맘껏 할 수 있는 시스템 소득이 보장된다는 매력이 있다. 외롭게 갇혀 지내는 ‘독수공방’ 진료실보다 행복할 때도 많다.

간혹 사람들은 애터미 사업이 힘들지 않냐고 물어보곤 한다. 그럴 때면 나는 “아무리 힘들어도 의과대학 공부나 대학병원 전공의 트레이닝보다 힘들겠어?”라며 웃는다. 의대생 시절로 돌아가서 바닥에 기어다닐 마음가짐으로 해보자고 나섰더니 크게 힘든 것은 없었다. 각양각색의 사람들과 함께 하다보면 조금 부대낌이 있는 것도 사실이지만, 박한길 회장이 말하는 ‘꼴값’이라는 게 이런 건가 하는 생각을 하며 이겨내고 있다. 그는 현재와 미래를 함께 살고 있다. 의사가 현재라면 애터미는 그의 미래다. 두 가지를 병행하면서 생기는 어려움을 줄이기 위해 시간 안배를 세심히 하고 있다.

월화수목금토일 애터미

그의 일주일 일과표는 빈틈이 없이 빽빽하다. 아침부터 퇴근 시간 전까지는 의사로서 병원 업무에 집중하지만, 퇴근 후부터 밤늦게까지 대부분의 일정이 애터미 관련 활동으로 채워져 있다. 월요일 저녁에는 동영상 시청과 팀장 회의, 화요일엔 화끈하게 걷고 뛰면서 제품 강의를 하러 다닌다. 수요일과 목요일엔 지역별 원정 후원을 다니며 금요일엔 정규 세미나에 참석한다. 진료 외 시간은 모두 애터미에 투자하고 있다. 진료 시간에도 의학적 지식을 바탕으로 효능이 배가되도록 건강기능식품 조합을 추천해 주거나 건강 상담을 통해서 신뢰를 쌓아가고 있다. 애터미를 하면서 삶의 방식이 달라졌다. 시간을 정해 갇혀 지내던 진료실을 벗어나면서 스폰서 파트너들과 함께 동행하는 행복한 하루하루가 되었다. 휴대전화 연락처 역시 애터미 생활과 관련이 있는 사람과 없는 사람으로 나누게 되었고, 그러다 보니 약 20% 정도는 자연히 삭제되기도 했다. 내가 없으면 모든 게 사라지는 세상에서 제일 소중한 ‘나’, 누구도 대신 살아 주지 않는 가장 소중한 ‘나’를 그동안 너무 혹사시키며 살아왔던 것 같았다. 나를 좀 쉬게 해주고, 나를 위해 먹어주고, 나를 좀 더 소중히 여기며 예뻐지게 가꿔주는 행복을 체험 중이다.

이제, 애터미의 시스템 소득으로 자유를 얻고, 대한민국뿐 아니라 전 세계를 돌면서 자유롭게 훨훨 나는 삶으로 행복을 채우며 여생을 보내고 싶은 마음 가득하다.

2022년 3월 TVN ‘유퀴즈온더블럭’에 출연한 임익강 샤론로즈마스터
* 사진출처 : 임익강 샤론로즈마스터



칫솔 하나 들고 중국 대륙 구석구석을 누비다

네이멍구의 외진 산골 흙집에서 도시의 근사한 저택으로

중국 법인 회원인 노충량(卢忠亮) 로열마스터는 중국 북부 네이멍구 출신이다. 땅은 넓고 인구가 적어 사람을 보기도 힘든 가난한 산촌의 작은 흙집에서 태어났다. 흙집에서 벗어나 도시에서 살고 싶은 작은 꿈을 가졌던 소년. 그 꿈이 그의 가족들을 흙집에서 벗어나 도시의 대저택에서 살 수 있도록 해주었다.



언제 도시에 한번 가 볼 수 있을까

황량한 산골 마을. 사람 사는 집이라고는 노충량 로열마스터의 집과 옆집 단 두 집밖에 없는 동네였다. 집 주변의 땅이 모두 황무지였고 집에서 가장 가까운 가게가 100km나 떨어져 있었기 때문에 식재료도 스스로 해결해야 했다.

"나는 언제쯤이나 도시에 한 번 가 볼 수 있을까?"

어렸을 때부터 가난한 이 산촌을 떠나는 것이 소년의 꿈이었다. 열심히 공부를 한 덕분에 14살이 되었을 때 그 꿈을 이룰 수 있었다. 학교를 졸업한 후 도시에서 바로 취업을 했다. 학벌도 배경도 없었지만, 열심히 노력해서 조직의 책임자로 승진할 수 있었다. 작은 산촌 출신으로서 누릴 수 있는 큰 성공이자 행복이었다.

하지만 아버지가 병원에 입원하면서 모든 상황이 바뀌었다. 병원비로 물 흐르듯이 돈이 나갔다. 몇 년 동안 저축해 돈 둔이 바닥이 났을 뿐 아니라 엄청난 빚까지 지게 됐다. 직장을 그만두고 사업을 시작했다. 네트워크 마케팅도 이때 알게 됐다. 미국계 회사에서 17년 동안 일을 했다.

열심히 영업을 해서 시장을 넓혔지만, 문제는 제품의 재구매율이 낮다는 것이었다. 한번 제품을 이용한 고객들이 계속 이용을 해주어야 하는데 그게 잘 되지 않았다. 제품은 좋은데 가격이 너무 비싼 것이 문제였다.

칫솔 하나 들고 1만 개의 문을 두드리다

그러던 중 2020년 친구를 통해서 애터미를 처음 접하게 됐다. 애터미 제품들은 품질이 좋은데 가격도 합리적이라 재구매율이 높았다. 한번 제품을 소개하고 나면 알아서 판매가 잘 됐기 때문에 이렇게 좋은 회사를 왜 몰랐을까 하는 생각이 들 정도였다. 애터미의 대중명품 전략을 알고 나니 애터미 제품이 미래 소비자들의 요구에 부합되고 넓은 시장 전망을 가지고 있다는 것을 알게 되었다. 사업을 떠나서 스스로가 애터미 제품의 열렬한 팬이 됐다. 일반인들이 구매할 수 있는 좋은 제품을 갖고 있다면 사업을 장기적으로 이끌어나갈 수 있겠다는 확신이 들었다.

칫솔 하나로 열고 싶은 문을 하나씩 차례로 두드리기 시작했다. 자동차를 몰고 네이멍구 구석구석을 돌았다. 네이멍구에서는 사람을 한 명 만나기 위해서 500~600km를 운전하는 것은 흔히 있는 일이다. 그렇게 먼 거리를 운전해서 찾아갔는데도 헛걸음만 하고 돌아온 적이 한두 번이 아니었다.

약속한 고객과 만나기 위해 서너 시간을 운전해서 갔지만, 도착하니 전화도 안 되고 메신저도 되지 않아 그냥 돌아온 적도 있었다.

이렇다 보니 대부분의 사람들은 그를 이해하지 못했다. 연락처가 있는 사람들은 연락을 하고 문을 연 가게가 있다면 제품을 갖고 무작정 가게로 들어갔다.

어려웠지만 포기할 생각을 해본 적은 없었다. 자신은 물론 부모와 가족들이 평생 살아온 산촌의 작은 흙집에서 벗어나겠다는 뚜렷한 목표가 있었기 때문이다. 그렇게 3년 동안 무려 1만 개의 문을 두드렸다. 그것을 버티고 해낼 수 있었던 힘은 바로 '신념'이라는 두 글자다. 반드시 성공해야 한다는 마음을 가지고 있었기 때문에 마주하는 모든 어려움들을 성공으로 가는 길에 반드시 밟아야 하는 징검다리로 삼을 수 있었다.

'게릴라전'식 영업으로 코로나의 장벽을 뚫다

2022년 10월, 스타마스터 승급을 앞둔 어느 날, 중국에 코로나가 심각해졌다는 소리가 들려왔다. 집에 들어왔더니 이 동네가 내일 봉쇄될 것이라는 소문이 들렸다. 그는 당장 짐을 챙겨서 사무실로 갔다. 집이 봉쇄되면 꼼짝 없이 갇혀서 아무것도 할 수 없을 것이라고 생각했기 때문이다. 다음날 사무실이 있는 지역도 봉쇄될 것이라는 소문에 바로 비행기 표를 사서 광저우로 갔다.

네이멍구는 2개월 동안 계속 봉쇄되었기 때문에 안에 있는 사람은 나올 수 없었고 밖에 있는 사람은 들어갈 수 없었다. 네이멍구의 사정이 여의치 않아지자 다른 지역으로 눈길을 돌렸다. 산둥성, 광둥성, 저장성 등 봉쇄가 되지 않은 다른 지역들을 다니면서 새로운 시장을 개척했다. 직접 만날 수 없으니 온라인으로 상품을 전달하는 방식으로 바꾸었다. 이렇게 봉쇄된 두 달을 버티며 밤낮없이 노력한 결과 승급이라는 결과를 얻을 수 있었다.

그는 2024년 말까지 크라운마스터로 승급하고 파트너 6명을 리더스클럽으로 이끄는 것이 목표다. 더 많은 파트너들이 자신처럼 운명을 바꿀 수 있도록 하고 싶다.

노충량 로열마스터는 네이멍구의 시내 중심가에 140평짜리 멋진 새집에서 살고 있다. 방 4개가 있고 넓은 오픈 주방과 온 가족이 앉아서 식사를 할 수 있는 공간이 마련된 집이다. 가족들과 1년에 한두 번씩 여행을 다니는데 코로나가 끝났으니 이제 해외여행도 다녀올 생각이다. 외진 산골 마을의 작은 흙집을 떠나고 싶어 했던 소년의 꿈. 그 꿈이 애터미를 만나면서 현실로 이루어지게 되었다.


중국 애터미파크에 방문한 노충량 로열마스터

애터미 인플루언서 오천재미 랜선 인터뷰

오준식 샤론로즈마스터가 알려주는 콘텐츠 제작 노하우

인플루언서(influencer). SNS 또는 인터넷에서 수천 명, 수만 명에 달하는 많은 구독자를 보유하며 영향력이 있는 사람을 지칭하는 말이다. 애터미 회원 중에도 그런 인플루언서가 여럿 있다. 그중에서도 유튜브 채널 누적 조회수 6,215,688회, 구독자 15,600명, 1만 뷰 이상 콘텐츠 95개에 빛나는 유튜브 채널 '오천재미'를 운영하는 오준식 샤론로즈마스터와 랜선 인터뷰를 진행해 보았다.



오준식
샤론로즈마스터

오준식
샤론로즈마스터
유튜브

Editor 유튜브 채널을 비교적 일찍 개설하셨는데 이유가 무엇인가요?

오준식 첫 개설은 그냥 호기심이었습니다. 애터미 제품이 좋다는 것을 알리기 위해서였는데, 코로나 이후 미팅할 기회가 줄고 집에 있는 시간이 늘면서 자연스럽게 콘텐츠 제작이 증가했습니다.

Editor 유튜브 채널을 운영하는 것이 사업적으로 도움이 되고 있나요?

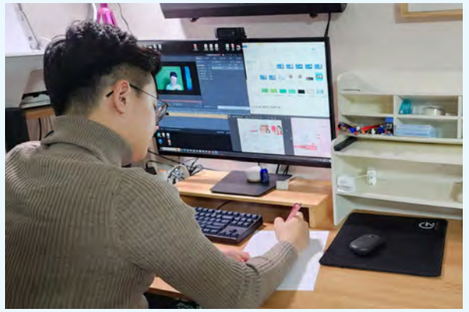
오준식 콘텐츠를 보시고 비전 강의나 제품 강의 문의를 많이 받습니다. 아직은 응하지 못하고 있지만, 조만간 강의 후원도 할 계획입니다. 특정 제품에 대해서 콘텐츠를 만들어달라는 요청도 간혹 받습니다.

Editor 콘텐츠를 선정 기준은 어떻게 되나요?

오준식 애터미 제품, 사업 마인드 세팅에 도움이 되는 내용, CEO 콘텐츠입니다. 제품 같은 경우에는 베스트셀러는 당연히 포함하고 있구요. 주로 사실에 기반한 데이터 분석자료들이 많습니다. 제품의 경우 시장을 선도하는 제품보다 충분히 경쟁력을 가진 제품 위주로 먼저 하고 있는 것 같습니다. 직접 써보고 '찐이구나'라는 생각이 들거나 사람들이 관심 가질만한 제품들도 포함합니다.

Editor 콘텐츠 기획부터 제작, 업로드까지 걸리는 평균 시간과 과정은 어떻게 되나요?

오준식 콘텐츠가 300개 가까이 되는데요. 시행착오를 거쳤지만, 이제는 제법 익숙해졌습니다. 자료 찾기, 프레젠테이션 자료 제작, 촬영, 편집, 업로드까지 6~8시간 정도 소요되는 것 같아요. 처음부터 완벽하게 하려고 하는 것보다는 제작 완료와 업로드를 목표로 하는 것에 초점을 맞추시면 좋을 것 같습니다.


오준식 샤론로즈마스터의 콘텐츠 작업 공간

Editor 자료는 어떤 방법으로 찾으시는지요?

오준식 제품 자료 같은 경우에는 우선 본사 교육 자료를 충분히 검토하고요, 기타 공시된 웹사이트나 어플 등을 통해 정보를 얻고 있습니다. 예를 들어, 건강기능식품 같은 경우에는 식약처와 식품안전나라 사이트에서 정보를 찾습니다. 효능에 대한 정보와 판매 실적, 트렌드 분석에 좋습니다. 키프리스라는 사이트가 있는데 특허 정보는 이곳에서 주로 찾아봅니다.

Editor 영상 제작할 때 초보자가 다루기 쉬운 프로그램이 있을까요?

오준식 최근에 가장 간단하게 하는 방법은 파워포인트를 사용하여 자료를 작성하고 이를 토대로 줌을 통해 설명하는 장면을 녹화한 후 편집하여 올리는 것입니다. 발표 자료가 슬라이드쇼로 나가면서 화면 전환 효과도 있고 오디오도 같이 녹음되니 사업 자료로 바로 활용하면서 콘텐츠로 가공하기도 편하다는 장점이 있습니다. 대본을 만든 후에 핸드폰으로 찍어서 올린 경우도 있습니다. NG 없이 찍으면 편집할 때 더욱 좋겠죠?

콘텐츠 제작 과정(6~8시간 소요)



Editor 회원분들께서 유튜버 오천재미로 알아보시나요? 알아보실 때 솔직한 기분이 궁금합니다.

오준식 네. 알아보시기도 하고 간혹 사진을 요청하시는 경우도 있습니다. 먼저 인사해 주시니 감사하고 반가운 마음이 앞서고 그 뒤론 행동 하나 말 하나를 할 때 좀 더 신경 쓰는 것 같네요.

Editor 유튜브 영상을 본 구독자들의 반응이나 피드백이 궁금합니다.

오준식 본사에서 제공하는 교육 자료도 잘 되어 있지만 이걸 말로 옮기는 것이 어렵다고 하시는 분들이 꽤 계십니다. 이런 분들이 말씀해 주시길, 제 채널의 제품 영상을 소비자들에게 공유해 주면 제품 주문으로 이어져서 도움이 많이 된다고 합니다. 예를 들면, 효소는 아무래도 다른 건기식에 비해 섭취의 필요성을 덜 느끼는 제품인데요. 애터미 파인자임 제품 영상에서 왜 섭취해야 하는지 잘 정리되어 있어서 좋았다는 말을 전해 들었습니다.

유튜버 오천재미의 콘텐츠 제작 참고 사이트

식품의약품안전처
www.mfds.go.kr



- **통계 카테고리 > 통계간행물:** 건강기능식품 생산, 판매 실적
- **정책 정보 카테고리 > 식품 정책 정보:** 건강기능식품 표시 광고 가이드라인

식품안전나라
www.foodsafetykorea.go.kr



- **식품·안전 카테고리 > 건강기능식품:** 건기식 관련 각종 정보
- **건강·영양 카테고리 > 건강·영양 정보:** 생애주기별 필요한 건기식 참고

특허정보검색서비스 키프리스
www.kipris.or.kr



지적재산권 검색 카테고리 > 특허·실용신안/해외특허: 국내외 특허 정보



지난 10월 WFDSA 직접판매세계대회에 참석해 2026년 세계대회 한국유치에 성공했다

Editor _ 이영민

박한길 회장, 세계적인 직판 기업 CEO들에게 원리원칙 강조

2026 직접판매 세계 대회 한국 유치 - 국내외 저변 확대 계기 될 것

박한길 회장이 세계적인 직판기업 CEO들과의 토론에서 원리원칙에 충실해야 지속가능성을 담보할 수 있다고 강조했다. 박회장은 "(직접판매 산업이) 유통의 기본원리에 충실하지 않아서 평판이 좋아지지 않았고, 평판이 좋지 않아서 지속 가능성이 낮다"며 "이를 벗어나기 위해 직접판매는 5가지 노력을 해야 한다"고 강조했다. 5가지란 ①좋은 상품 싸게 파는 것, ②피해를 일으키지 않는 것, ③경제에 도움 되는 것, ④나눔, ⑤친환경이다.

세계 대회 유치를 위한 노력, 결실을 맺다

한국직접판매산업협회(회장 박한길, 이하 직판협회)는 지난 10월, 아랍 에미리트 두바이에서 열린 세계직접판매협회연맹(World Federation of Direct Selling Association, 이하 WFDSA) 세계 대회에서 2026년 개최될 세계 대회를 한국에 유치했다. 'WFDSA 세계 대회'는 전 세계 61개국의 직접판매협회가 모인 단체로 직접판매 기업과 정부 기관, 소비자단체, 학계 등이 모여 직접판매에 관한 중요 이슈를 공유하고 토의하는 장으로 3년마다 정기적으로 개최된다. 어원경 직판협회 상근부회장은 "세계 대회 한국 유치는 국내 직접판매 산업의 위상을 제고하고 저변을 확대하는 계기가 될 것"이라며 "참가자들의 창의적인 발상을 통해 새로운 혁신을 실현하는 계기가 되도록 적극적으로 지원할 것"이라고 말했다. 박한길 회장은 지난 2019년 직판협회 회장으로 선임되면서 'WFDSA 세계 대회' 유치를 주요 사업 계획으로 언급했다. 이후, 한국 직접판매 기업으로는 최초로 WFDSA CEO 카운슬(Council) 회원이 되며 2026 세계 대회 유치를 위해 헌신했다. 이뿐만 아니라 지난해에는 애터미파크에서 열린 아세안(ASEAN) 직접판매협회 회장단 회의를 통해 말레이시아, 싱가포르, 필리핀, 태국, 인도, 베트남 등지의 협회 관계자들에게 2026년 세계 대회 유치에 대한 지지를 호소하기도 했다.

한국의 직접판매는 1960년대 방문판매 방식으로 시작되어 현재까지 꾸준히 성장해 왔다. WFDSA 자료에 따르면 2022년 국내 직접판매 시장 규모는 184억 7,500만 달러(약 24조 원, 2022년 평균환율 기준)로 405억 2,000만 달러인 미국에 이어 세계에서 두 번째로 크다. 방문판매, 후원방문판매, 다단계판매 등으로 구분되어 엄격한 규제를 받으면서도 성장을 지속해 왔으며, 특히 IT기술을 적극적으로 수용하여 온라인과 오프라인을 융합, 새로운 시장을 열었다. 또한, 애터미와 한국암웨이 등 업계를 선도하는 기업이 공정거래위원회가 주관하는 '소비자중심경영(Consumer Centered Management, CCM)' 인증을 받는 등 '소비자중심 직접판매'의 영역을 개척하고 있다. 박한길 직판협회 회장은 "한국의 직접판매 시장 규모가 세계 2위까지 오른 것은 회원사들의 노력 덕분"이라며 "2026 세계 대회 유치를 통해 한국은 물론 전 세계 직접판매가 한 단계 성숙해지고 외연이 확장되는 계기가 될 것"이라고 말했다.

직접판매, 원리원칙에 충실해야

이번 2023 WFDSA 세계 대회는 10월 15일부터 19일까지 5일간 'REIMAGINING(재창조)', 'REINVENT(재발명)', 'REDEFINE(재정립)'을 주제로 개최됐다. 로저 바넷(Roger Barnett) WFDSA 회장은 "직접판매는 사람들의 건강과 삶의 균형뿐만 아닌 긍정적인 커뮤니티 형성으로 서로 격려하고 응원"하고 있다며 "이번 세계 대회는 사상 최초로 중동지역에서 개최됐다는 상징성을 가지고 있다"고도 밝혔다. 아울러 "세상은 희망과 혁신, 공동체 및 공정한 가치분배가 필요한데 우리 업계가 이 모든 것을 제공할 수 있다"고 주장했다.

직판협회 회장 자격으로 WFDSA 세계 대회에 참석한 박한길 회장은 패널 토론을 통해 "직접판매 산업의 지속가능성을 위해서는 변화에 적응하는 것도 중요하지만 원리원칙에 충실히 지키는 것이 더 중요하다"고 강조했다. 박회장은 좋은 상품 싸게 파는 것이 유통의 기본이라는 점을 확실히 했다. 직접판매가 좋은 상품을 싸게 파는 모델이 된다면 직판산업이 소비자에게 가치 있는 산업이 되고 따라서 직판업계에 대한 인식도 좋아지기 때문이다. 박회장은 "애터미는 같은 품질이면 할인매장 보다 싸게 팔겠다는 목표를 가지고 있다"라고 말했다.

함께 진행된 'AI, What should we know and how to navigate(인공지능, 알아야 할 것은 무엇이고 어떻게 활용해야 하는가)'라는 주제의 패널 토론에서는 인공지능이 사업자의 활동 보조 및 소비자 관리, 대규모의 개인 맞춤형 서비스를 가능하게 한다고 설명했다. 직접판매 교육 전문가인 로버트 캐빗(Robert Cavitt)은 기업 전반적으로 인공지능과 친숙해져야 하지만 불필요한 곳에는 억지로 하지 말아야 한다고 강조했다. 그는 "너무 많은 회사가 모든 곳에 AI를 끼워 맞추려고 한다"며 "생산성을 높일 수 있는 곳에 집중하고 지속적인 대화와 질문 등 소통이 필요하다"고 덧붙였다.

한국 직접판매협회장 자격으로 패널 토크 중인 박한길 회장



2023 지속가능경영유공 산자부 장관상 수상

애터미, 업계 최초 ESG 보고서 발간. 그간의 지속가능경영 성과 인정받아

지속가능경영보고서라고도 불리는 ESG 보고서는 환경을 뜻하는 E(Environment), 사회를 뜻하는 S(Social), 지배구조를 뜻하는 G(Governance)에 해당하는 활동과 성과를 공개하는 보고서이다. 업계 최초로 ESG 보고서를 발행한 애터미가 12월 14일 한국경제인협회(前전국경제인연합회) 그랜드볼룸에서 열린 제 3회 지속가능경영유공 정부 포상에서 ESG 종합 부분 산업통상자원부 장관상을 수상했다. 2022년에는 대상, 롯데제과 등이 ESG 종합 부분 산자부 장관상을 수상했다. 애터미는 첫 발행이었음에도 그간의 성과를 인정받아 산자부 장관상을 수상하는 쾌거를 이뤄냈다.

ESG, 기업 가치와 지속가능성을 판단하는 요소

과거 기업을 평가하는 요소가 재무적 성과에 치우쳤다면 최근에는 보다 장기적인 관점에서 기업 가치와 지속가능성을 판단하고 있다. 그 기준이 바로 ESG 등의 비재무적 요소이다. EU, 미국을 비롯한 선진국의 경우 ESG 정보공시 의무화를 지속 확대 중이며, 2024년부터는 공시의무가 유럽 소재 기업 5만 개 사(社)로 확대된다. 우리나라도 2026년부터 자산총액 2조 원 이상 상장사의 ESG 공시가 의무화될 예정이다. 2030년에는 모든 코스피 상장사로 확대된다.

애터미의 ESG 성과 담아

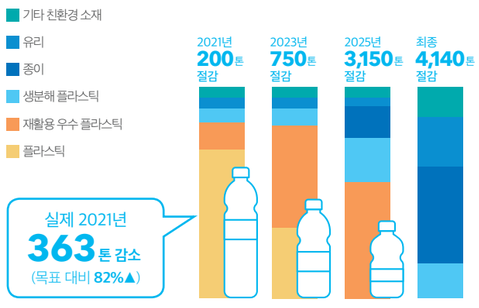
"미래 세대를 위한 더 나은 미래, 소비자들에게 이익이 되는 유통이자 지속 가능한 기업으로 거듭나는 애터미가 되겠다." ESG 보고서 가장 첫 페이지에 나오는 박한길 회장의 메시지다. 애터미는 창립 이래로 고객 및 회원, 합력사, 지역사회, 정부, NGO 등 다양한 이해관계자와 소통하며 함께 성장해 왔다. 그리고 이해관계자와의 소통 강화를 위해 제품 정책, 윤리경영, 합력사·고객 및 회원·임직원과의 동반성장, 사회공헌, 친환경 활동 등의 ESG 관련 상세 내용을 담았다.

60여 종의 제품 친환경 리뉴얼

글로벌 친환경 선도 기업을 목표로 플라스틱 제로화, 자원 재생과 환경복원, 친환경 문화 확산 주도라는 3가지 비전하에 친환경 활동을 펼쳐나가고 있는 애터미는 환경 분야에서도 가시적인 성과를 드러냈다. 본격적으로 친환경 제품 리뉴얼과 개발을 시작한 2021년 전년 대비 플라스틱 사용량을 약 8.8%(363톤) 감소시킨 것이다. 대표적으로 애터미 치약 박스에 적용된 종이를 재활용 용지인 네오 CCP R30으로 변경하면서 연간 약 114톤의 종이를 절감시켰으며, 헤모힘 리뉴얼을 통해 종이 사용량을 연간 21톤 감축했다.

지난해까지 약 60종의 제품을 친환경 제품으로 리뉴얼하며 플라스틱을 없애고 파우치, 종이를 적용하거나 포장 사이즈를 축소하는 활동을 진행했다. 재활용 용지를 포장용지로 적용하였으며 택배 포장 시에도 PE 재질 에어캡 완충재를 친환경 종이 완충재로 교체하고 박스 테이프 또한 종이로 변경하였다. 또한, 블루마린 서포터즈 활동, 플로깅, 친환경 멘토링 등을 진행하며 친환경 문화 확산에 앞장서고 있다.

애터미 2030 제로플라 실현 Plan



기부금, 국내 500대 기업 중 유통업 내 1위

창립부터 꾸준한 나눔을 실천한 애터미의 2022년까지 누적 기부액은 847억 원에 달했다. 아울러 국내 매출 상위 500대 기업 중 유통업 41개 사의 매출액 대비 기부금은 3년 평균 0.08%에 머무르고 있지만 애터미는 3년 평균 1.6%를 기록하며 사회공헌에 앞장서고 있다. 더욱 주목할 것은 2021년부터는 매출 대비 기부금 비중이 2%대를 넘기며 유통업 41개사 평균 대비 2021년 약 26배, 2022년 약 29배에 달하는 기부를 실천했다.

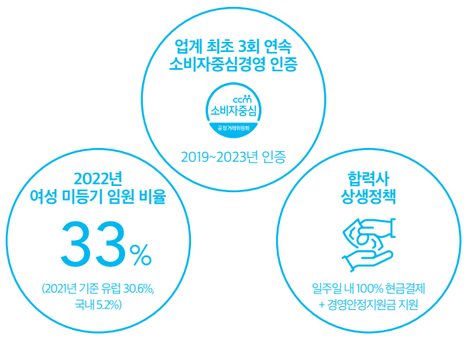
또한, 업계 최초로 3회 연속 ESG보고서에서 해당 부분 소비자중심경영을 인증받았으며 2022년에는 소비자중심경영 우수기업으로 공정거래위원회 위원장 표창을 수여하기도 했다.

3년 연속 일하기 좋은 100대 기업 대상 수상

Great Place To Work Institute(GPTW) 한국지사가 주최하는 '대한민국 일하기 좋은 100대 기업'에서 2020년부터 3년 연속 대상의 영예를 안았다.

대한민국 일하기 좋은 100대 기업 선정은 'Fortune US 100 Best 기업'을 비롯해 유럽·중남미·일본 등 세계 70개 국가에서 동일한 방법으로 진행되는 글로벌 스탠더드 선정 제도이다.

조사대상 기업의 평균 점수는 83점이었으나 애터미의 평균점수는 94점이었고 신뢰경영지수에서 특히 높은 점수를 받았다. 여성 미등기 임원 비율은 2022년 기준 33.3%로 유럽 수준에 이른다. 참고로 2021년 기준 유럽과 국내 상장 기업의 여성 임원 비율은 각각 30.6%, 5.2% 수준이다. 또한, 합력사와의 상생을 위해 납품 후 일주일 내 100% 현금 결제를 해주고, 경영안정지원금을 주는 등 다양한 지원을 아끼지 않고 있다.



연간 4조 원의 경제적 파급 효과 유발

애터미의 성장은 본사가 위치한 공주시는 물론, 석세스 아카데미가 열리는 각 지역 경제 발전에도 기여했다. 애터미 회원들의 투어와 직원 채용 등을 통해 일자리 창출과 함께 공주시 지역 경제를 활성화시키고 있다. 한상린 한양대 교수의 '유통산업 경제적 파급 효과'에 따르면 애터미의 경제적 파급 효과는 생산유발효과 약 3조 원, 부가가치유발효과 약 1조 원 등 총 4조 원에 이르며, 1만 4,500여 명의 취업 유발 효과를 가져온 것으로 나타났다. 애터미 세미나 개최에 따라 연간 27만여 명이 세미나 지역을 찾으면서 지역별 경제적 파급 효과는 생산유발효과 2,348억 원, 취업 유발 효과 2,129명에 이르고 있다. 애터미 지속가능경영보고서는 global.atomy.com 사이트에서 확인할 수 있다.

애터미 세미나 개최에 따른 국내 경제적 파급효과

연간 참가 예상인원	직접사업비
267,300명	290억 원
취업유발효과	**생산유발효과**
2,129명	2,348억 원



2023 애터미 지속가능경영보고서 바로 보기

GLOBAL ATOMY NEWS

빛나는 꿈을 현실로 만들어 가는
애터미의 노력과 열정을 소개합니다.

박한길 회장, '아너 소사이어티 오플러스' 클럽 1호

박한길 회장이 사랑의열매 사회복지공동모금회 10억 원 이상의 기부자 모임 '아너 소사이어티 오플러스'에 1호 회원으로 가입했다. 이날 기부한 10억 원은 한부모가정 통합지원, 저소득 청소년 공부방 조성 사업 등을 위해 쓰여질 예정이다.
박 회장은 2009년 애터미를 설립한 이후, 꾸준히 나눔을 실천하며 2014년에는 사랑의열매 1억 원 이상의 고액 기부자 모임인 '아너 소사이어티'에 가입했다. 이듬해엔 부인 도경희 애터미 부회장도 아너가 됐다. 이후 며느리, 손자 등까지 1억 원씩 기부해 지금은 3대에 걸쳐 가족 9명 모두가 아너인 '패밀리 아너'다.



애터미 석류 젤리, 중국 신영양대회에서 '라이징 스타' 부문

애터미 중국의 건강식품인 석류 젤리가 품질과 식감, 디자인, 사용원료 등 5개 분야에서 참신성을 인정받아 23년도 중국 신영양대회에서 '라이징 스타' 부문 대상을 수상했다.
애터미 석류 젤리는 콜마BNH의 중국법인인 강소콜마가 30가지의 공정을 거쳐 제조하며 일반 석류 주스 26배의 엘라그산이 함유된 제품으로 피부 보습 및 갱년기 여성 건강에 도움을 줄 수 있는 제품이다. 새콤달콤하고 탄력 있는 젤리 식감의 소포장으로 간편하게 먹을 수 있어 시장에 출시되자마자 중국 소비자들에게 많은 사랑을 받고 있다.
'중국 신영양대회'는 중국의 식품영양 산업 전문매체인 신영양사와 영양합자사 양사가 매년 공동으로 주최하는 전국 대회다.



자카르타국제대학에 장학금 40만 달러 기탁

애터미가 인도네시아 자카르타국제대학(Jakarta International University, 이하 JIU)에 컴패션 졸업생을 위한 장학금을 지원했다. 이번 장학금은 2023년도 1기 애터미 장학생으로 선발된 인도네시아 컴패션 출신 JIU 신입생 30명을 대상으로 하며, 입학금과 수업료, 기숙사비, 식비, 활동비 등이 포함됐다. 애터미에서는 장학금 전액을 부담하고 인도네시아 컴패션은 후원 아동 가운데 JIU에 입학하기를 희망하는 학생을 선정한다. 애터미의 장학금으로 2023년 가을 학기에 30명의 컴패션 출신 신입생이 JIU에 입학할 수 있게 됐다.
장학생을 선발된 뿌뜨리 헬렌 레나따(Putri Helen Renata)는 "애터미의 지원으로 자카르타국제대학교에 입학하게 된 순간을 잊지 못할 것"이라며 "하나님의 은혜에 감사하고 좋은 기회를 제공해 주신 애터미에 감사하다"라고 말했다.



애터미, 착한기부자상 시상식에서 행정안전부 장관상 수상

애터미가 지난 11일 전경련회관 컨퍼런스센터에서 진행된 '2023 제3회 대한민국 착한기부자상' 시상식에서 행정안전부 장관상을 수상했다. 행정안전부가 주최하고 한국자선단체협의회가 주관하는 대한민국 착한기부자상은 나눔과 기부활동을 통해 사회공헌을 실천하고 나눔문화 조성 및 확산에 기여한 기부자와 기업을 발굴해 시상하는 행사다. 애터미는 나눔의 명가다. 지난 2021년 기준으로 애터미의 순매출액 대비 기부금 비중은 2.04%로 500대 기업 가운데 유일하게 2%를 넘었다. 2022년에도 249억 원의 기부금으로 순매출액 대비 2.01%의 기부금 비중을 기록했다.박한길 회장은 "나눔은 가까운 곳부터, 작은 것부터, 지금부터 하는 것"이라며 "남아서 나누는 것이 아니라, 어려울 때 더 어려운 사람을 돕는 것이 나눔의 시작"이라고 말했다.



애터미아자, '기능성 작물 적용 디지털 트윈 핵심 기술 개발' 과제 수행

애터미아자가 국가 연구프로젝트인 '스마트팜 다부처패키지 혁신기술개발사업'의 '기능성 작물 적용 디지털 트윈 기술 개발(과제번호:421034-04)' 과제를 수행하게 됐다. 이 과제의 주요 연구 목적은 1) 스마트팜 현장의 디지털 데이터를 수집하고 이를 바탕으로 디지털로 동일한 환경을 구현하는 '디지털 트윈' 기술을 개발하는 것과 2) 기능성 물질 함량을 증진시켜 고품질의 균일한 기능성 소재를 생산하는 기술을 개발하는 것이다.
한경수 애터미아자 대표는 "이번 과제 수행을 통해 애터미아자의 스마트팜 기술 수준이 업계 최고 수준으로 높아질 것"이라며 "신선 채소를 직접 생산 공급하는 망 구축과 건강식품 혹은 화장품 밸류체인의 부가가치 상승 및 안정성을 동시에 높여 소비자들에게 더 좋은 상품을 제공하는 것이 주목적"이라고 밝혔다.



애터미, 소비자중심경영(CCM) 3회 연속 인증 획득

애터미가 소비자중심경영(Consumer Centered Management, 이하 CCM) 3회 연속 인증을 획득했다. CCM이란 기업이 수행하는 모든 활동을 소비자 관점에서 소비자 중심으로 구성하고 관련 경영활동을 지속적으로 개선하고 있는지를 평가하여 인증하는 제도로 한국소비자원에서 운영하고 공정거래위원회에서 인증한다. 애터미는 지난 2019년, 업계 최초로 CCM 인증을 받았으며 2021년에 이어 3회 연속 인증에 성공했다. 애터미의 CCM 인증 이후, 한국암웨이가 2022년 CCM 인증을 받았으며, 이 외에도 몇몇 다단계판매 업체가 CCM 인증을 준비하고 있는 것으로 알려졌다. 재인증 심사팀은 "(애터미는) 소비자, 사업자가 필요한 정보를 제공하고 온라인, 모바일을 개선해 고객 접근성과 편리성을 향상시켰다"고 평가했다.



내 인생 최고의 변곡점, 애터미



연탄이와 함께 오솔길을 걷는다. 저녁나절, 붉은 노을을 완상하듯 걷노라면 연탄이가 앞서거니 뒤서거니 꼬리를 치다가 여기저기 킁킁거리며 냄새를 맡으며 돌아다닌다. 연탄이는 양계장을 시작할 때 놓고 가버린 자그마한 잡종개다. 입 주위가 새까맣다고 연탄이라고 불렀다. 처음 몇 달간은 누구에게도 곁을 내주지 않았다. 밥을 주면 밥만 먹고는 밖으로 도는, 어찌 보면 한량처럼 자유로운 강아지였다. 언젠가는 이웃 마을 할아버지 집에 있는 닭장 앞에 놓은 덫에 걸려 3일 동안 집에 오지 못했다. 온 가족의 속을 태우고 치료하며 가족이 됐다. 그리곤 오늘처럼 내 산책길에 어슬렁거리며 같이 걸어주는 길동무 역을 곧잘 한다.

그런 연탄이를 바라보다 문득 내 삶의 궤적들이 떠올랐다. 당시엔 미처 눈치채지 못했지만 지금 생각하니 우연인 듯 필연인 듯 적잖은 변곡점들이 있었다. 가난한 어린 시절이었다. 항상 배고팠던 그 시절의 어느 날, 학교 앞 구멍가게에서 따뜻한 달걀을 훔쳐 도망쳤다. 너무나도 맛있어 보였다.

아니, 어쩌면 배가 고픈 것보다 따뜻한 달걀이 주는 만족감이었을지도 모른다. 들키지는 않았지만, 그 사건은 평생 가슴에 뭔가 모를 죄책감으로 남았다. 지금도 그때를 생각하면 가끔 가슴이 저려 온다. 하지만 다시 그때로 돌아간들 그 유혹을 참을 수 있을까?

그렇게 어린 시절을 보낸 나는 대학을 다니며 일찍 결혼생활을 시작했다. 사랑하는 이와 함께 하는 삶은 행복했지만, 가장이란 무게는 제법 무거웠다. 그 무게에 짓눌려서인지, 욕심이 많아서인지, 그도 아니면 지독하게도 운이 없었는지 손대는 사업마다 실패했다. 그 결과는 비참했다. 집안 곳곳에 붙은 빨간딱지는 내 자신의 무능력을 새삼 일깨워 주었고, 아이들에게는 상처로 남았다. '겉보리 서 말 만 있어도 처가살이는 안 한다'는 말이 무색하게 처가살이를 시작했다. 길바닥에 나앉지 않은 것을 그나마 다행이라고 스스로 위로를 하며.

뭐라도 해야 했기에 처가에서 50만 원을 빌렸다. 그 돈으로 공구를 사서는 자동차도 없이 건축 인테리어를 시작했다. 이후 27년간 승승장구는 아니어도 그렇게 내 인생의 봄날을 보냈다. 적성에도 맞고 보람도 있었다. 특수전시 인테리어 전문가로 파리 루브르전을 비롯하여 수많은 작가들의 작품을 기획 전시를 하며 전국 아트홀과 컨벤션센터를 누볐다. 나름 인정받고 여유를 가졌지만, 항상 갑을 관계가 놓여져 있는 것이 힘들었다. 하지만 그보다 더 큰 것은 페트병 뚜껑도 따지 못할 정도로 몸이 망가지고 말았다는 사실이었다.

"재산을 잃으면 조금 잃는 것이고, 명예를 잃으면 많이 잃는 것이지만 건강을 잃으면 다 잃는 것이다"란 말이 있다. 사실이었다. 움직이는 것조차 힘들어지니 만사가 귀찮기만 했다. 아버님께서 치료를 위해 좋다는 약을 처방해 주셨지만, 민간요법이라 그런지 장만 망가졌다. 다시는 일어나지 못할 거라는 생각에 모든 것을 포기할 즈음, 가족으로부터 헤모힘을 전달받았다.

헤모힘은 큰 도움이 됐다. 그 덕에 조금씩 건강이 회복되고, 일상이 되돌아오기 시작했지만, 애터미와의 거리는 좁혀지지 않았다. 알량한 자존심이랄까. 다단계판매에 대한 막연한 오해 때문에 가족들에게 애터미라는 말은 아예 꺼내지도 못하게 했다. 내가 다단계판매를 한다는 생각은 꿈에서라도 싫었다.

그러던 차, 우연처럼 변화의 계기가 찾아왔다. 사무실이 안산에 있었는데, 세월호 참사의 영향으로 지역 경기는 얼어붙고 전시 시장도 불황에 빠져버렸다. 또 다시 나락으로 떨어져야 하나 고민하던 차에 불현듯 애터미가 떠올랐다. 내내 내 눈치만 보던 아내의 속풀이를 해준다는 핑계로 아내와 함께 변산 석세스아카데미에 참석했다. 거기서 내 인생은 또 한 번의 변곡점을 맞이했다.

다단계판매라고 다 같은 다단계판매는 아니었다. 더 좋은 제품을 더 싸게 판다는 전략은 경영학과 출신의 나에게 천둥처럼 다가왔다. 누구나 알고 있지만 실행한 사람은 거의 없다. 월마트가 '매일 더 싸게'라는 캐치프레이즈로 세계 최고의 유통기업이 됐음에도 그 속에 숨은 진리를 깨달은 사람은 별로 없었다. 나조차도 감히 생각 못 했으니까. 그런데 애터미라는 다단계판매 회사가 그걸 하고 있었다. 두근거리는 가슴과 함께 '이건 해야 돼. 할 수밖에 없는 사업이야'라는 생각에 사로잡혀 버렸다.

그렇게 애터미 사업을 시작했지만, 애터미 사업은 내가 지금까지 해오던 사업과는 달랐다. 일종의 아노미랄까. 의욕은 넘쳤고 열정은 뜨거웠지만 간절함은 없었다. 나락에서 벗어나 제법 맑은 공기를 쐬며 살만했던 것이다. 또 하나, 그때까지 내가 해오던 방식으로는 사업에 진척이 나지 않았다. 3년여 동안 해보다가 결국 다시 아내만 애터미 사업을 하게 하고 나는 다시 양계농장을 시작했다.

안 되는 이유는 많다. 운이 없다는 것에서부터 시기를 잘못 만났다든가 하는 것 등 수백 가지는 더 댈 수 있다. 하지만 결론은 하나다. 결국은 실패했다는 것. 다시 아내와 움직였다. 하지만 삐걱대는 일상이었다. 애터미의 비전을 알고 있지만, 아내를 위한답시고 충고와 잔소리만 해대는 꼰대가 아니면 툴툴거리는 운전기사일 뿐이었다.

그렇게 애터미 사업이 바닥을 향해 소리 없이 침잠하는 와중에 나는 조금씩 애터미 사업의 실체를 깨닫기 시작했다. 애터미는 파트너와 함께 균형 잡힌 삶을 창조하는 일이다. 인맥이 없다느니, 말을 못 한다느니 이유는 많아도 함께하면 할 수 있다. 문제는 나와 함께 균형 잡힌 삶을 만들어 갈 파트너를 찾는 것이다. 리플렛을 들고 나가 모르는 사람에게 전달하는 것을 콜드컨택이라고 하지만 사실 그것은 드림컨택이다. 함께 균형 잡힌 삶을 만들어 갈 파트너를 찾는 꿈을 현실에서 실행하는 것이기 때문이다.

아직 성공자의 자리에 오르지 못했고 또 다른 변곡점이 언제 또다시 나를 흔들지는 모르지만, 애터미를 시작하기 전의 나와 애터미 사업을 하고 있는 나의 모습은 많은 변화와 성장을 거쳐 온 것이다. 이제 불평불만으로 상대를 불편하고 힘들게 했던 나의 모습을 벗어 던지고 애터미 속으로 푹 빠져, 파트너와 함께 만들어 가는 맨토피아의 세계로 나가려 한다. 연탄이와 함께 하는 산책길, 내 머릿속에는 핸델의 사라방드 곡조가 흐르고 있다.

이정재
샤론로즈마스터



퓨처 셀프와 메라비언 법칙

추석 연휴 이후 서점가에서 베스트셀러 1위 자리를 차지하고 있는 책은 산업 및 조직심리학자인 벤자민 하디(Benjamin Hardy) 박사가 쓴 <퓨처 셀프>라는 자기계발서이다. 벤자민 하디 박사는 '미래의 나', 곧 '퓨처 셀프'에 투자하는 삶을 살아야지, 미래의 나로부터 빚을 끌어다 쓰는 삶을 살면 '미래의 나'는 자연히 불행해질 수 밖에 없다고 강조한다.

저자는 만일 지금 나의 모습이 마음에 안 든다면 그것은 '현재'의 내 잘못이 아니라, '과거'에 퓨처 셀프를 위해 투자하는 삶을 살지 않고 단기적 만족을 위해 '미래'의 나에게서 빚을 끌어다 쓴 결과라고 말한다. 그러니까, 만일 현재에도 퓨처 셀프를 위해 투자하지 않고 미래의 나로부터 빚을 내어 쓰는 삶을 살면 미래의 내가 마주할 현실은 당연히 불만족스러워진다는 것이다.

이러한 '퓨처 셀프' 개념은 벤자민 하디 박사가 밀도 있게 학문적으로 개념화하고 정리했을 뿐이지, 새롭게 창안한 아이디어는 아니다. 역사적으로 성공한 사람들은 모두 퓨처 셀프에 기준을 두고 살았다. 링컨이 그랬고 정주영 회장이 그랬다. 최근의 전형적인 예시로는 세계 최대의 전자상거래 기업이자 대표적인 클라우드 서비스 기업인 아마존(Amazon)의 창업주 제프 베이조스(Jeff Bezos)가 있다.

제프 베이조스는 아마존 창업을 통해 세계 최고의 부자로 올라선 사람이다. 세속적인 잣대로만 보면, 그는 굳이 아마존을 창업할 이유가 없었다. 그는 세계적인 명문 프린스턴 대학교 전기공학과를 최우수 성적으로 졸업했고, 월스트리트의 잘 나가는 헤지펀드 회사의 부사장으로 거액의 연봉을 받고 있었다. 그런데 어느 날, 인터넷의 급격한 발전을 보고 인터넷을 이용한 사업의 유망함을 직감한다. 그 길로 인터넷을 이용한 회사 설립을 사장에게 제안했으나 사장은 거절했다.

그의 능력을 알고 있는 사장의 만류에 고심하던 제프 베이조스는 결단을 이끌어 낼 기준으로 '후회 최소화 관점'을 적용해 보기로 한다. 즉 '인생의 노년에 지난날을 돌아봤을 때, 어느 쪽을 택해야 덜 후회할까'를 고심한 것이다. 그는 결단을 내렸다.

"내가 80이 되었을 때 인터넷을 이용한 사업에 도전한 것을 결코 후회하지 않을 것이다. 내가 만일 실패한다 하더라도 나는 후회하지 않을 것이다. 그러나 내가 도전도 안 해 본다면 나는 틀림없이 후회할 것이다." 이렇게 후회 최소화의 관점에서 미래를 바라본 베이조스는 거액의 연봉보다는 퓨처 셀프에 투자할 것을 결심하고, 다니던 헤지펀드 부사장직을 떠나 차고에서 아마존 창업 준비에 들어갔다.

지금 전개하고 있는 백만갑 캠페인도 5년 후, 10년 후의 퓨처 셀프의 관점에서 판단해 보기 바란다. 퓨처 셀프를 위해 지금은 고생스럽지만 미래를 위해 투자하는 삶을 살 것인가, 아니면 당장의 편안함을 추구하면서 퓨처 셀프에게 빚을 지면서 살 것인가? 내가 80이 되었을 때 어떤 선택을 덜 후회할 것인가?

퓨처 셀프에 투자하는 삶을 살기로 했다면, 이제 고객을 만나고 설득하는 과정에 들어가야 한다. 설득의 필요조건으로 우리는 아리스토텔레스가 제시한 파토스(청중의 감정), 로고스(논리성), 에토스(화자의 성품)를 익히 알고 있다. 그러나 이것을 논의하기 전에 먼저 현대에 밝혀진 원리인 '메라비언 법칙'을 이해하는 것이 유용하다.

메라비언 법칙(Mehrabian's Rule)은 UCLA 심리학 교수였던 앨버트 메라비언 박사가 연구 논문에서 밝힌 것으로, 상대방에 대한 인상이나 호감을 결정하는 데 있어서 얼굴 표정이 55%, 목소리가 38%, 말의 내용이 7% 작용한다는 것이다. 의사소통에는 언어적 의사소통과 비언어적 의사소통이 있는데, 언어적 요소는 겨우 7%인데 반해 비언어적 요소의 영향력이 93%라는 것이다.

그런데 메라비언 법칙의 핵심 내용은 "어떤 메시지를 전달할 때 비언어적인 요소와 언어적 요소가 일치하지 않는다면, 듣는 사람은 완전히 다른 의미로 해석하게 된다는 것이다. 예를 들어, 상사가 부서 회합에서 어떤 의견이라도 좋으니 허심탄회하게 말하라고 해놓고 자신의 방침에 이의를 제기하는 의견을 제시할 때 불쾌한 표정을 짓는다면, 상사의 말보다는 그 표정이 상사의 마음을 더 잘 나타내 준다는 것이다. 그러면 직원들은 입을 다물어버리게 된다.

그렇다면 백만갑 캠페인이 성공적으로 이루어지기 위해서는 어떤 요소들을 유념해야 할까? 먼저, 고객이 듣고 싶은 이야기가 무엇인가를 판단해야 한다는 것이다. 내가 하고 싶은 말이 아니라 고객이 알고자 하는 내용을 전달해야 한다.(파토스) 두 번째는 전달하는 메시지의 내용이 일관성이 있고 논리적이어야 한다.(로고스) 세 번째는 정직하고 성실한 태도가 드러나야 한다.(에토스) 네 번째는 옷차림, 얼굴 표정, 말투, 제스추어 등 보디랭귀지가 전달하는 메시지에 일관성이 있어야 한다.(메라비언 법칙)

우리나라는 국민소득이 250달러 정도에 불과하던 1970년에 수출 100억 달러, 국민소득 1,000달러를 목표로 온 국민이 분연히 일어났던 새마을운동이 성공을 거두어, 지금은 국민소득 3만 5,000달러가 넘는 선진국으로 도약하였다. 당시, 한국경제는 매우 열악한 상태였으나 온 국민들이 하나가 되어 손 놓고 있지 않고 새마을운동에 동참하고 도전하여 마침내 비전을 달성했다. 현재 국내외 정세가 매우 혼돈한 상태이지만, 애터미언들도 백만갑 캠페인에 동참하여 자신이 이루고자 하는 퓨처 셀프를 꼭 이루기 바란다.







이성연 경제학 박사
1989 경북대학교 경제학 박사 취득
1986 보국훈장 삼일장 수상
1982 미국 브라운대 대학원 경제학 석사 취득
1976~2010 육군사관학교 및 3사관학교 교수 역임
1976 서울대학교 경제학과 졸업
1972 육군사관학교 졸업

백만갑


지난 8월 석세스아카데미, 박한길 회장은 임직원과 회원들이 합력하여 소비자를 구축하는 '백.만.갑(백명을 만나러 갑니다) 프로젝트'를 진행한다고 발표했다.
애터미에 관심없는 사람을 설득하기보다 최대한 많은 사람들을 만나 애터미를 가볍게 소개하는 것이 더 효과가 커요.
백.만.갑
100명을 만나러 갑니다
큰 에너지를 들이지 않아도 자석처럼 따라 붙는 예비 사업자를 발굴하는 것이 더 중요합니다.
9월 4일, 애터미 임직원은 애터미파크가 아닌 전국의 애터미 센터로 출근, 회원들과 함께 백만갑 키트를 만들며 하루 일과를 시작했다.
Hemo HIM
애터미 헤모힘
아유 잘하네. 직업을 잘못 선택한 거 아냐?
하하하 제가 좀 합니다.
호호호. 키트 만들기는 기본이야. 이따가 소비자를 만나서 잘해야지.
○○ 센터
걱정 마십시오. 제가 열사람 분은 못해도 제 몫은 톡톡히 하겠습니다.
알지, 사람이 하나를 보면 열을 안다고, 지금 하는 걸 보니 잘하게 생겼어.
화창한 가을 하늘, 날씨는 무더웠다. 양쪽으로 길게 늘어선 상가들...간간이 오가는 사람들...
합!!
자 시작합니다.
△△ 센터
덜컹덜컹
어이쿠...
여긴 오늘 휴점이네...
안녕하세요? 애터미에서 나왔습니다.
애터미? 거기서 왜?


아직 저희를 모르시는 분들이 많으신 것 같아 홍보차 나왔습니다. 여기 헤모힘이랑 비타민이 있으니 한번 드셔 보세요.
헤모힘? 들어본 것 같은데...
그럼요. 대한민국에서 가장 많이 팔리는 건강기능식품인데요. 한국원자력연구원에서 개발했고요.
Hemo HIM
애터미 헤모힘
사장님, 여기 저희가 판매하는 제품이랑 전화번호 있으니 보시고 필요하신 거 있으면 전화주세요.
알았어요. 놓고 가세요.
영업 출신? 한두번 해본 솜씨가 아닌데?
역시 애터미 직원들은 못하는게 없다니까...
고객님, 애터미 아시죠?
애터미? 알죠.
어때요? 저희 제품 써 보셨었죠?
칫솔하고 선크림. 친구가 애터미 하고 있어서...
어머, 그런데 가입은 안 하셨어요?
필요한 것만 사 쓰면 되지 가입까지는....
가입하셔서 직접 구매 하시면 수당도 받으실 수 있어요.
아 그래요? 그럼 한번 가입해볼까.
정말요? 잘 선택하신 겁니다.
지금 이 순간이 잘한 선택이라고 오래도록 기억에 남으실 겁니다.

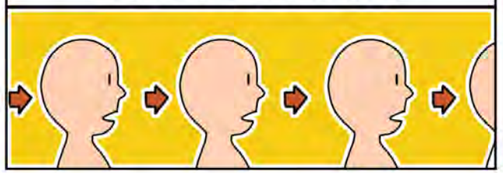
첫 번째 백만갑 프로젝트 시행 결과, 애터미 회원들과 임직원들은 전국에서 무려 32만 여명에게 애터미를 소개했다

320,000

조직 성장이 멈추었거나 느려졌다면 콜드 컨택, 즉 백만갑을 바로 시작할 필요가 있다. 빠른 성공을 위해서 세 부류 고객을 동시에 만나야 한다. 바로 웜 컨택, 파트너의 명단 활용과 콜드 컨택이다.



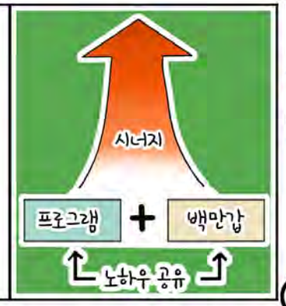
백만갑 프로젝트의 핵심은 다만 한 사람이라도 더 많은 소비자를 만나 애터미와 애터미 제품을 알리는 것, 그리고 꾸준한 후속관리를 통해 회원 가입률과 사업자 전환률을 끌어 올리는 것이다.



9월 시작된 백만갑은 전국 센터에서 쉼없이 진행되고 있다. 이에 본사에서도 매월 첫 번째 월요일, 임직원들이 회원과 함께 백만갑을 현장 지원하고 있다.



실제 현장에서는 백만갑을 통해 적극적으로 영업에 도전하는 파트너들이 생겨났고 뷰티케어 아카데미와 같은 센터 내 프로그램과 백만갑을 결합하여 시너지를 올리는 등 다양한 노하우들이 공유 되고 있다.



모 센터, 11월 6일, 센터장과 회원 한 분이 백만갑으로 신규 가입한 회원 두 분과 이야기를 하고 있다.















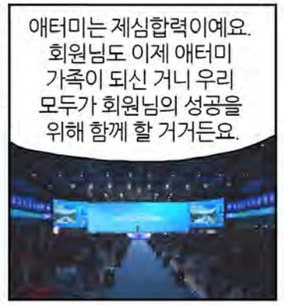














백만갑, 잠시 소홀했던 오프라인의 가능성을 극대화하는 프로젝트다. 웜 컨택, 파트너의 명단 활용과 함께 콜드 컨택은 전세계 1500만 애터미 회원들의 성공을 가져다 줄 고속도로인 것이다.



애터미 매거진 수필 공모전

매거진 회원 수필 코너의 주인공을 찾습니다!

애터미와 함께 울고~웃고!
이꼴 저꼴 별꼴 다 봤었던
감동적인 사연을 기다립니다.

주 제 애터미와 관련된 자유 주제

대 상 애터미 회원 누구나

방 법
- **분량** : 공백 포함 2500자 내외
- **파일 형식** : 한글, MS워드
- **접수** : atomysori@atomypark.com으로 메일 송부
  * 메일 접수 시 제목에 [매거진 수필] 말머리 포함

상 품 회원 수필로 게재될 경우 **애터미 신제품** 증정



함께 만들어요 애터미 매거진

이런 기사 있으면 좋겠다! 애터미가 만들어주면 좋겠다!
매거진 기사 콘텐츠를 자유롭게 제안해주세요.

이벤트
참여하러 가기

주 제 제품, 인터뷰, 트렌드분석 등 다양한 기사 콘텐츠

대 상 오른쪽 QR코드를 스캔한 후 원하는 주제와 내용을 기입

상 품 실제 기사화가 될 경우 **애터미 신제품** 증정



GLOBAL CONTACTS

www.atomy.com

애터미 본사
충청남도 공주시 백제문화로 2148-21(웅진동)
Tel. 1544-8580 Fax. 02-888-4802

KOREA
shop.atomy.com
TEL 1544-8580
FAX 02-888-4802

USA
www.atomy.com/us
TEL +1-253-946-2344
E-MAIL atomy_usa@atomypark.com

CANADA
www.atomy.com/ca
TEL +1-604-559-5063
E-MAIL atomy_ca@atomypark.com

JAPAN
www.atomy.com/jp
TEL +81-3-6705-8640
E-MAIL atomy_jp@atomypark.com

TAIWAN
www.atomy.com/tw
TEL +886-800-586-685
E-MAIL atomy_tw@atomypark.com

SINGAPORE
www.atomy.com/sg
TEL +65-6797-9570
E-MAIL atomy_sg@atomypark.com

CAMBODIA
www.atomy.com/kh
TEL +57-1-489-7928
E-MAIL atomy_kh@atomypark.com

PHILIPPINES
www.atomy.com/ph
TEL +63-2-8776-8177
E-MAIL atomy_ph@atomypark.com

MALAYSIA
www.atomy.com/my
TEL +60-3-2718-8989
E-MAIL atomy_my@atomypark.com

MEXICO
www.atomy.com/mx
TEL +52-55-5086-2855
E-MAIL atomy_mx@atomypark.com

THAILAND
www.atomy.com/th
TEL +66-2-024-8926 to 28
E-MAIL atomy_th@atomypark.com

AUSTRALIA
www.atomy.com/au
TEL +61-3-9133-5100
E-MAIL info_au@atomy.com

INDONESIA
www.atomy.com/id
TEL +62-21-2278-0236
E-MAIL atomy_id@atomypark.com

RUSSIA
www.atomy.ru/ru
TEL +7-495-189-74-94
E-MAIL atomy_ru@atomypark.com

CHINA
www.atomychina.com.cn
TEL +86-400-107-1999
E-MAIL atomycallcenter@vip.163.com

COLOMBIA
www.atomy.com/co
TEL+57-1-489-7928
EE-MAIL atomy_co@atomypark.com

HONG KONG
www.atomy.com/hk
TEL +852-3611-7706
E-MAIL atomy_hk@atomypark.com

INDIA
www.atomy.com/in
TEL +91-124-695-9000
E-MAIL atomy_in@atomypark.com

NEW ZEALAND
www.atomy.com/nz
TEL +64-9-86-999-88
E-MAIL atomy_nz@atomypark.com

TURKIYE
www.atomy.com/tr
TEL +90-850-290-8060
E-MAIL atomy_tk@atomypark.com

UNITED KINGDOM
www.atomy.uk/uk
TEL +44-20-3878-4522
E-MAIL atomy_uk@atomypark.com

KAZAKHSTAN
www.atomy.kz/kz
TEL +7-727-347-01
E-MAIL atomy_kz@atomypark.com

KYRGYZSTAN
www.atomy.kg/kg
TEL +996-312-97-57-22
E-MAIL atomy_kg@atomypark.com

BRAZIL
www.atomy.com/br
TEL +55-800-878-2266
E-MAIL atomyamavc@atomypark.com

MONGOLIA
www.atomy.com/mn
TEL +976 7744-8580
E-MAIL atomy_mn@atomypark.com

UZBEKISTAN
www.atomy.uz/uz
TEL +998 78-150-2220
E-MAIL atomy_uz@atomypark.com

EU
shop.atomy.com/eu
E-MAIL atomy_eu@atomypark.com

atom美 ATOMY

애터미 레몬 유래 엽산

레몬에서 추출한 엽산 함유

ATOMYFolic Acid from Lemon Extract



건강기능식품
엽산, 비타민 B6, 비타민 B12
300 mg x 60 정 (18 g)