ATOMY MAGAZINE

SUMMER
2022 | Vol. 23

세계 10대 직판기업 애터미



GLOBAL
글로벌 직판 기업 순위 - 애터미, TOP 10 진입
독일법인, 유럽 전체를 아우르며 시너지 낸다
해외법인 소개 - 캄보디아, 일신우일신 성장 중

FIELD
감사보고서 - 애터미, 지난해 7.6% 성장
오프라인의 귀환 - 4000여 회원, 비전홀 가득 메워
애터미, 잡노마드 시대의 평생 직업

INTERVIEW
임페리얼마스터가 되면
비로소 보이는 것들 -
이연자 임페리얼마스터

PRODUCT
애터미 앱솔루트 스노우,
과학적인 홈 더마 브라이트닝 케어

atomy
ATOMY



애터미 호호바 오일 50mL / 레몬 오일 10mL
페퍼민트 오일 10mL / 라벤더 오일 10mL

CONTENTS

SUMMER | 2022 | Vol. 23

04	FOUNDER & CHAIRMAN'S MESSAGE	애터미가 성취해야 할 목표 | 박한길 애터미 회장
06	COVER STORY	오프라인의 귀환 - 4000여 회원들이 비전홀 가득 메우다
14	GLOBAL ❶	애터미 '글로벌 직접판매기업 톱 10' 진입
16	FIELD ❶	애터미, 12년 연속 성장했다
18	GLOBAL ❷	애터미 독일, 유럽 전체를 아우르며 시너지 낸다
20	FIELD ❷	고객의 문 앞까지, 라스트마일 경쟁력 높인다
22	NEW PRODUCT ❶	과학적인 홈 더마 브라이트닝 케어, 애터미 앱솔루트 스노우
26	FIELD ❸	애터미, 잡노마드 시대의 평생 직업
30	NEW PRODUCT ❷	구강건강은 물론, 환경까지…칫솔에도 가치 소비 뜬다
32	NEW PRODUCT ❸	앱솔루트하게 마스크팩하다!
34	INTERVIEW ❶	임페리얼마스터가 되면 비로소 보이는 것들 이연자 임페리얼마스터
36	INTERVIEW ❷	척박했지만 성공할 수 있다는 꿈이 있어 행복했다 황진애·심재광 크라운마스터
40	NEW PRODUCT ❹	소금과 오일로 윤기 나게! 애터미 솔트 바디스크럽
42	NEW PRODUCT ❺	애터미 생분해 물티슈, 아이와 자연을 위한 선택
44	GLOBAL ❸	캄보디아, 일신우일신 성장 중
48	FIELD ❹	직판협회, 애터미파크에서 한중 소비자법 포럼 개최
50	GLOBAL ATOMY NEWS	글로벌 애터미 뉴스
52	INTERVIEW ❸	나주 수해 때 받은 도움 발판으로 '사랑나눔봉사회' 탄생
54	MEMBER ESSAY	내가 선택한 N잡 애터미 배주성 애이전트
56	COLUMN ❶	창직의 시대가 다가온다 이성연 경제학 박사
58	COLUMN ❷	다단계판매원과 실업급여 오승유 변호사
60	COLUMN ❸	기업 경영 패러다임의 변화, 생존을 위한 필수 키워드 'ESG 경영'
62	CARTOON	애터미 비즈니스 스쿨
66	WORD PUZZLE	워드퍼즐



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

애터미가 성취해야 할 목표



안녕하십니까. 애터미 회장 박한길입니다.

지난 5월, 애터미는 온라인과 오프라인을 융합한 하이브리드 석세스아카데미를 개최했습니다. 애터미오롯의 비전홀에는 4,000여 명이 넘는 애터미언즈들이 장장 28개월만의 오프라인 석세스아카데미를 직관하기 위해 모였습니다. 그리고 온라인으로는 전 세계에서 18,000여 명의 애터미언즈들이 지켜봤습니다.

2년간의 팬데믹은 참으로 길었습니다. 그러나 우리의 주력이 묶인 상황에서도 애터미언즈 여러분들은 잠시도 멈추지 않았습니다. 원데이세미나와 석세스아카데미의 현장을 방문하는 대신 줌으로 유튜브로 우리의 활동영역을 넓혀나갔습니다. 애터미 역시 애터미언즈 여러분들의 성취와 성공을 지원하기 위해 더 고민했습니다. 온라인 석세스아카데미와 월드 석세스 쇼를 통해 성공을 축하하고, 서로를 북돋울 수 있는 온택트(On-Tact) 비즈니스를 펼쳐나갔습니다. 또 ABR과 ABS 등 성공학습 프로그램을 개발하여 애터미언즈라면 누구나 손쉽게 애터미만의 비즈니스 노하우를 익힐 수 있도록 하였습니다.

그 결과 지난 2020년과 2021년, 애터미는 성장을 멈추지 않았습니다. COVID-19으로 모두가 움츠러들었던 2020년과 2021년, 애터미는 각각 23.77%와 21.39%라는 놀라운 성장을 이룩했습니다. 특히 해외 시장에서의 성장은 가히 놀라울 정도였습니다. 2019년 4,000억여 원이었던 해외 매출액은 2020년, 7,400억여 원으로 두 배 가까이 증가했습니다. 그리고 2021년 역시 1조 2,000억여 원으로 증가, 드디어 해외 매출이 한국에서의 매출을 넘어서며 풍신연등이라는 말을 증명했습니다. 2년 동안 세계를 휩쓴 팬데믹의 바람을 타고 애터미는 높이 솟아오른 것입니다.

또한, 이 기간 동안 주력 상품 헤모힘은 세계적인 건강기능식품으로 자리 잡았습니다. 2020년, 헤모힘의 해외매출액은 2019년 대비 두 배 이상 증가하며 1,500억 원을 넘겼으며, 지난해에는 1,900억여 원으로 20% 이상 증가하며 한국에서의 매출을 넘었습니다. 이로써 헤모힘은 2021년 한국과 해외를 합쳐 4,000억여 원 가까이 판매되며 한국에서 생산된 건강기능식품 가운데 단일제품 기준 세계에서 가장 많이 팔리는 제품으로 우뚝 섰습니다.

비단 헤모힘뿐만이 아닙니다. 국내 최초로 특허기술상 세종대왕상을 수상하며 화장품 가운데 장영실상과 NEP 인증 등 기술적으로 탁월한 제품에게 수여하는 상을 세 개나 휩쓴 '앱솔루트 셀랙티브 스킨케어'를 비롯해 '애터미 친생유산균', 애터미 치약과 칫솔 등 애터미의 주력제품은 모두 1,000억 원 가까운 매출고를 기록하며 세계적인 제품으로 올라섰습니다. 이 모두 절대품질 절대가격이라는 애터미의 원칙과 좋은 제품 싸게 팔면 세계 어느 나라에서도 통한다는 확신이 낳은 자랑스러운 결과입니다.

지난해 애터미는 2조2,000억 원의 매출을 올리며 세계 10대 직접판매 기업이 되었습니다. 비대면이라는 악조건에도 불구하고 지난 2년 동안 성장을 지속한 결과입니다. 그러나 여기가 우리의 목표는 아닙니다. 최초의 소비자중심 직접판매기업이자 세계 최고의 직접판매기업, 더 나아가 전 세계 유통의 허브가 되는 것이 애터미의 목표입니다. 그 길이 결코 쉽지 않을 것입니다. 그러나 애터미는 잠시도 멈추지 않고 계속해 그 길을 걸어갈 것입니다.

애터미언즈 여러분, 애터미는 여러분과 함께 그 길을 걸어갈 것입니다. 우리의 목표를 달성하는 그날까지 건승하십시오. 날마다 새로운 각오를 다지고, 새로운 목표를 세우고, 새로운 출발을 감행하십시오, 애터미는 언제나 진심전력으로 여러분의 성공과 성취를 지원할 것입니다. 여러분의 성공이야말로 애터미가 성취해야 할 목표이자 최고의 칭찬입니다. 감사합니다.



4,000여 명의 회원들이 오프라인으로 모인
애터미오롯 비전홀 2022년 5월 석세스아카데미 현장

오프라인의 귀환
4000여 회원들이 비전홀 가득 메우다

타는 목마름으로 2년을 기다린 석세스아카데미

기다림이 빚어낸 열기였고, 기대 이상의 성적에도 뭔가 아쉬웠던 2%를 채워주는 현장이었다. 지난 5월 20일, 충남 공주시 정안보물농공단지에 위치한 애터미오롯 비전홀에서 장장 28개월 만에 열린 오프라인 석세스아카데미의 얘기다. 입추의 여지도 없이 비전홀을 가득 메운 회원들의 열기는 뜨거웠다. 멀어서 육안으로는 무대가 제대로 보이지도 않는 뒤쪽에서도, 스피커에서 흘러나오는 소리가 온몸을 두드리는 앞쪽에서도 회원들의 신경 하나하나는 오롯이 무대에 집중되었다. 그 모습은 길게만 느껴졌던 팬데믹과 비대면의 시절을 견디며 1,500만 회원들이 애타게 기다려왔던, 그 2년간의 기다림이 온몸으로 느껴지는 그 순간이고 그 장면이었다.



오프닝 퍼포먼스 "일신우일신"



열한 번째 임페리얼마스터 승급식

팬데믹 2년, 애터미는 날았다

팬데믹은 우리의 일상을 얼어붙게 만들었지만 애터미를 얼어붙게 하지는 못했다. 2년이 넘는 팬데믹 기간 동안 애터미는 기대 이상의 성적을 거두며 세계 시장을 향해 뜨거운 비상을 멈추지 않았다.

2020년 2월부터 지난 5월 석세스아카데미까지 28개월 동안 애터미는 10개국에서 새로이 영업을 시작했다. 2021년도 애터미의 해외 매출액은 1조1,962억 원으로 팬데믹 이전인 2019년의 3,936억 원에 비해 세 배 이상 증가했으며 신규 가입 회원 수는 445만여 명에 달했다.

이번 오프라인 석세스아카데미는 그 2년 동안의 비상을 확인하는 자리였다. 애터미오롯의 비전홀 현장에는 4,000여 명의 회원들이 운집했으며, 온라인으로는 1만 8,000여 명의 회원들이 모였다. 전 세계에서 2만 2,000여 명의 애터미 회원들이 이번 석세스아카데미에 함께한 것이다. 전 세계 7개 언어로 동시 통역된 이번 석세스아카데미에서 애터미의 최고직급인 임페리얼마스터가 탄생하여 모든 회원들의 축하를 받았다.

28개월 만의 오프라인 석세스아카데미는 애터미 경영진과 최고 직급자들의 무대 인사로 시작됐다. 개막 공연으로 애터미의 올해 한자성어인 '일신우일신(日新又日新)'을 주제로 대금과 큰 북, 그리고 창(唱)이 어우러진 무대가 펼쳐졌다. 이어 경영진 소개 및 사훈제창이 진행되며 석세스아카데미가 본격적으로 진행됐다.

첫 순서로는 지난 2년 동안 애터미가 거둔 글로벌 실적을 발표하는 이현우 전무의 글로벌 인사이트였다. 이어 전 세계에서 소비자들의 선택과 호응을 받을 애터미의 새로운 매스티지(Masstige) 제품인 '오가닉 아로마 테라피(Organic Aroma Therapy)' 제품이 전문가들의 시연과 함께 소개되었다. 에센셜 트리오 오일은 원료부터 완제품까지 전 과정 유기농 인증을 받았으며 100% 고 품종의 프랑스산 식물성 오일로 만들어졌다. 캐리어 오일로 활용되는 호호바 오일은 영아에게도 사용 가능할 정도로 순한 제품이다.

11번째 임페리얼마스터 탄생

석세스아카데미의 하이라이트인 마스터즈 승급식에서는 2,073명의 세일즈마스터와 543명의 다이아몬드마스터, 114명의 샤론로즈마스터, 21명의 스타마스터, 9명의 로열마스터, 2명의 크라운마스터, 그리고 애터미 최고직급인 임페리얼마스터 1명 등 총 2,763명의 신규 직급자들이 탄생했다. 이들 가운데에는 시각장애인이라는 핸디캡을 극복하고 다이아몬드마스터에 오른 회원과 촉망받는 발레리나였으나 팬데믹으로 인해 설 무대를 잃어버린 채 궁핍한 생활을 이어오다 애터미를 통해 경제적 안정을 찾고 새로운 인생을 살고 있는 회원 등 감동적인 애터미언즈들의 이야기들이 소개됐다.



회원 스트레칭 시간

11번째로 애터미의 최고직급인 임페리얼마스터를 달성한 이연자 임페리얼마스터의 승급식도 진행됐다. 4,000여 관중들의 우레 같은 함성과 박수 속에서 무대에 오른 이연자 임페리얼마스터를 김대현 대표 및 크라운리더스 클럽 멤버들이 따뜻하게 맞았다. 김대현 대표가 임페리얼마스터를 상징하는 크리스털 백조 트로피를 전달한 뒤, 지게차에 실려 있던 현금 10억 원이 무대 위에 놓여졌다. 모든 애터미 회원들이 꿈꾸는 순간이었다. 비전홀을 가득 채운 4,000여 회원들은 마치 자신이 주인공인 듯, 함께 기뻐하고 또 축하하며 장내를 용광로처럼 달궜다. 드디어 10억 원의 현금이 묵직하게 김대현 대표의 손을 떠나 이연자 임페리얼의 손으로 넘겨졌다. 이연자 임페리얼마스터, 이혼 후 홀로 아이를 키우기 위해 이런저런 다양한 사업을 했었다.

때로는 함께 살기 위해 떨어져 지내야 하는 상황에서도 이를 악물고 버텼었다. 애터미를 처음 만났을 때, 월 200만 원만 벌 수 있다면 더 이상은 바라지도 않았었다. 이연자 임페리얼마스터는 "실패만 하는 인생이었고, 그래서 극단적인 생각까지 한 적도 있었다."라며 "하지만 애터미를 만나며 모든 것이 달라졌다. 생각을 바꾸면 모든 것이 바뀐다. 그리고 그 생각을 애터미로 바꾸면 행복해진다."라고 강조했다. 28개월 만의 이번 오프라인 석세스아카데미에서는 다양한 공연이 이어지며 '비즈테인먼트'로서의 모습을 드러냈다. 이제 석세스아카데미



열한 번째 임페리얼마스터로 승급한 이연자 임페리얼마스터 승급세레모니

는 파트너들의 성공을 축하하고 새로운 성공을 향한 여정을 시작하는 축제의 자리가 되었다. 성공의 노하우를 학습하고 스킬을 배우는 것은 ABR과 ABS 등 전문 학습 프로그램에 맡기고, 석세스아카데미는 석세스페스티발이 되어 회원들이 즐기고 힐링할 수 있는 장이 되어야 한다. 몽상 박한길 회장이 애터미를 창업할 당시부터 꿈꿔왔던 것이다. 4월의 석세스아카데미에서 혜모험을 주제로 각종 뮤지컬, 판소리 공연 등이 있었으며 이번 석세스아카데미에서도 창극 '일신우일신'을 비롯해 김형주 스타마스터의 공연 등이 진행됐다.

Atomy Vision – 원칙 중심으로 일군 세계 10대 직판기업

애터미는 지난 2년 동안의 팬데믹 상황에서도 회원들의 비즈니스 성장을 위해 노력해왔다. 회원들의 비즈니스 노하우 습득을 위해 ABR과 ABS라는 새로운 비즈니스 학습시스템을 론칭했으며, 2년간 9개국에 진출하는 등 시장을 확대해왔다. 그 결과 애터미는 미국의 유명한 직접판매 산업 전문 잡지인 '다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News)'가 발표하는 전 세계 직접판매 기업 순위에서 한국 네트워크마케팅 기업으로서는 최초로 'TOP 10'에 들었다. 박한길 회장은 애터미가 이처럼 성장할 수 있었던 이유로 '원리와 원칙'을 잘 지켜왔기 때문이라고 설명했다. 특히 유통의 원리는 '좋은 제품 싸게 판매하는 것'이라고 정의했다. '절대품질 절대가격'이라는 애터미의 모토는 이러한 유통의 원리를 철저하게 지켜낸 것이고 그렇기에 애터미가 성장할 수 있었다는 의미다. 애터미는 네트워크마케팅 기업과 경쟁하려 하지 않고 일반 유통기업을 경쟁상대로 봤다.

즉 회원들이 수당을 받지 않아도 애터미 제품을 애용할 수 있어야 네트워크마케팅 기업으로서의 애터미가 지속가능한 성장과 발전을 할 수 있다는 것이다. 박한길 애터미 회장은 "애터미 사업을 하지 않더라도 애터미 제품을 사 써야겠다는 생각이 들면 애터미 사업을 하라"며 "그렇게 모인 회원분들이 애터미를 세계 10대 직접판매 기업으로 성장시켰다."라고 말했다.

팬데믹으로 인한 비대면 비즈니스에서도 애터미는 상상 초월의 성장 모습을 보여줬다. 그야말로 바람이 거셀수록 애터미는 더 높이 비상한다는 말이 딱 들어맞았다. 이제 비대면이라는 역풍이 점차 가라앉고 오프라인 행사가 재개되는 순풍의 시대가 다가오고 있다. 모든 애터미언즈들은 본격적인 대면 비즈니스를 준비하며 가슴 설레고 있는 것이다. 글로벌 애터미는 이러한 상황에 만전을 기해 대비하고 있다.

애터미뿐만 아니라 모든 해외법인들도 점차 다가오고 있는 새로운 시대의 직접판매 비즈니스를 위해, 대면과 비대면을 아우르며 한 차원 높은 직접판매 비즈니스를 창조하는 첨병으로서의 사명감과 자부심으로 모든 애터미언즈의 성공을 위해 뛰고 있다.



애터미 비전 강의 중인 박한길 애터미 회장


캄보디아


멕시코

해외법인, 오프라인 행사 재개하며 성장의 기회 모색

해외법인들도 점차적으로 오프라인 행사를 재개하고 있다. 법인에 따라 빠른 곳은 올해 초부터 원데이세미나와 석세스아카데미를 개최하며 새로운 성장의 기회를 모색하고 있다.

캄보디아

캄보디아 법인은 지난 4월 23일, 프놈펜 '프리미어 센속(The Premier Sen Sok Center)' 센터에서 1,200여 명이 참석한 가운데 석세스아카데미를 개최했다. 오랜만의 오프라인 이벤트로 다시 만난 회원들은 서로 선호하는 제품 배틀이나 즉석 헤모힘 챌린지 등을 통해 2년간의 거리 두기로 인한 아쉬움을 달랬다. 또한, 50여 명의 신규 승급자들과 함께 기쁨을 나누며 더욱 더 열정적인 비즈니스 전개를 다짐했다. 한 참석자는 "교육적인 면과 엔터테인먼트적인 요소의 조화로 더욱 재미있어졌다."라고 말했다. 임현수 캄보디아 법인장은 "회원분들이 다시 만날 수 있게 돼 정말 반가워한다."며 "회원들이 함께 함으로써 성공에 다다르는 비즈니스를 펼칠 수 있도록 최선을 다해 지원할 것"이라고 말했다.

멕시코

멕시코 법인은 지난 5월 초, 멕시코 북서부의 티후아나(Tijuana)에서 400여 명의 참석자들과 함께 팬데믹 이후 첫 번째 오프라인 석세스아카데미를 개최했다. 참석자들은 신제품 '애터미 믹스' 체험 기회를 가졌으며, 다양한 서프라이즈 이벤트를 즐겼다. 또한, 특별 게스트 'Sam Yun'이 애터미 비전에 대한 강연을 했으며 '카르멘 모레노(Carmen Moreno)' 뉴 스타 마스터의 탄생을 축하했다.

싱가포르

지난 5월 14일, 싱가포르 법인은 선텍 컨벤션 센터에서 오프라인 원데이세미나를 진행했다. 영어와 중국어로 진행된 이번 원데이세미나에는 180여 명의 참석자들이 함께 했다. 참석자들은 오랜만에 함께 모여 사진을 찍고 제품을 나누며 비즈니스 리오픈에 대한 기대감을 나타냈다.


싱가포르


카자흐스탄

카자흐스탄

지난해 영업을 시작한 카자흐스탄 법인에서는 지난 5월 7일 알마티에서 카자흐스탄 최초의 석세스아카데미를 개최했다. 오프라인으로 개최된 이번 석세스아카데미를 통해 참가자들은 애터미의 목표와 전망에 대해 보자 자세하게 알 수있는 기회를 가졌다. 또한 CIS(독립국가연합) 최초의 로열 마스터인 '블라디미르 & 메루에르트 허가이(Vladimir & Meruert Khegay)'를 포함해 3명의 스타마스터 등 다수의 신규 직급자가 탄생되었다. 카자흐스탄 법인 관계자는 "석세스아카데미 참가자들은 소중한 정보와 함께 잊지 못할 생생한 감동, 애터미와 함께 성장하려는 강한 동기를 얻었다"라고 말했다.

영국

영국 법인은 지난 4월 1일, 런던 '일링(Ealing)'에서 첫 번째 오프라인 원데이세미나를 개최했다. 참가자들은 본사 임원의 글로벌 애터미에 대한 정보를 직접 들었으며, 영국 및 유럽의 직급자의 강연도 들을 수 있었다. 행사 내내 참석자들은 한껏 고무된 분위기 속에서 새로운 열정을 채워나갔다. 한 참석자는 "팬데믹 이후 마침내 직접 만날 수 있게 되어 기뻤고, 이번 행사를 통해 처음으로 진정한 인맥을 쌓을 수있는 기회를 가지게 돼 좋았다"라고 말했다.

키르기스스탄

5월 중순 키르기스스탄 비슈케크에서 석세스아카데미가 1박 2일간의 일정으로 개최됐다. 첫째 날에는 러시아 법인에서 온 리더 사업자들의 강연을 통해 키르기스스탄 참가자들과 경험을 공유하고, 성공적인 비즈니스를 위한 사례를 제공하는 비즈니스 포럼이 진행됐다. 이어 둘째 날에는 애터미 페어(Atomi Fair)를 개최했다. 애터미 페어는 마치 축제처럼 애터미 제품에 대해 이야기하고 현장에서 신규 회원으로 가입하는 이벤트로 신규 소비자를 위해 기획됐다. 키르기스스탄 법인 관계자는 "이번 행사에 총 700명 이상의 참가자들이 모였다"며 "키르기스스탄 사람들에게 우리 제품뿐만 아니라 한국 문화 전반을 알릴 수 있었다"고 말했다.


키르기스스탄


영국

필리핀

지난 5월 5일, 필리핀 법인은 온라인과 오프라인을 융합한 하이브리드 세미나를 진행했다. 회원들은 오프라인을 통해 파트너와 스폰서를 만나는 것을 기대하며 함께 먹을 음식을 준비하여 일찌감치 행사장에 도착했다. 한 참가자는 "화면으로 보는 것과 직접 현장에서 보는 것과는 느낌이 많이 다르다"며 "오프라인 세미나에서 더 많은 동기부여가 되고 스폰서와 파트너와의 일체감이 더 크다"고 말했다.


필리핀

Editor_이영민

28개월 만에 재개된 오프라인 세미나
2022년 5월 석세스아카데미

열한 번째 임페리얼마스터, 4,000 여명이 참석한 뜨거운 현장

2022년 5월 20일, 충남 공주시 정안면 보물농공단지 내 애터미오롯 비전홀은 4,000 명이 넘는 애터미언즈들로 입추의 여지조차 없을 만큼 가득 찼다. 2년 하고도 4개월 만에 오프라인으로 열리는 석세스아카데미에 참석하기 위해서 전국 각지의 애터미 회원들이 현장에 모였다. 온라인으로 참석한 1만8,000여 애터미언즈들과 함께 하는 '하이브리드 석세스아카데미'의 열기는 여느 때보다 뜨거웠고 열한 번째로 탄생한 임페리얼마스터 탄생의 감동은 깊게 다가왔다. 이날의 행사는 국내외 모든 애터미언즈들에게 '오프라인의 귀환'을 알리는 신호탄이 됐다.



01 28개월 만에 재개된 석세스 아카데미 손님 맞이를 위해 준공 2년 만에 애터미 오롯 비전홀에 4,000개의 의자가 설치됐습니다.



02 환경 친화적으로 리뉴얼된 친환경 무라벨 해양심층수를 참석해주신 회원분들을 위해 제공했습니다.





03 오랜만에 재개된 오프라인 행사에 기쁜 마음을 맘껏 표출하며 분주하게 자리에 착하는 모습이 반갑습니다.



04 4,000명이 현장에서 한 목소리로 외쳐보는 '아자!아자!아자!'. 애터미 사훈제창으로 석세스아카데미가 시작됩니다.



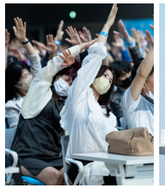
05 글로벌 인사이트를 통해 2년간의 팬데믹에도 불구하고 놀라운 글로벌 성과를 보여준 애터미의 힘을 확인할 수 있었습니다.







06 다양한 문화공연과 함께하는 석세스아카데미 현장. 참석한 모든 회원들이 행복하게 공연을 즐겼습니다.





07 애터미 매스티지 신상품 "애터미 오가닉 아로마 테라피 " 소개와 함께 현장에서 회원분들이 스트레칭을 하며 그간의 노고를 함께 풀었습니다.



08 "착하면 손해다?! 착한 원칙맨의 성공스토리" 를 들려준 이용균 New 크라운마스터 승급을 축하합니다!







09 "생각이 바뀌면 인생이 달라져요. 그 생각이 애터미로 바뀌면 삶이 행복해져요." 이연자 임페리얼마스터의 말처럼 애터미에서 성공을 꿈꾸시기 바랍니다!

애터미 '글로벌 직접판매기업 톱 10' 진입

소비자 중심 직접판매 가능성 드러내는 쾌거

애터미가 글로벌 직접판매 기업 순위 TOP 10에 진입했다. 지난 4월, 미국의 직접판매 전문지 다이렉트셀링뉴스(Direct Selling News, 이하 DSN)는 세계적인 직접판매 기업의 2021년 매출액 순위를 집계한 'DSN Global 100' 리스트를 발표했다. 이 리스트에서 애터미는 18억 3000만 달러의 매출액으로 10위에 올랐다. 지난 2018년 20위로 DSN Global 100 리스트에 등장한 애터미는 2019년 11위, 2020년 12위를 거쳐 2021에는 Top 10 진입에 성공했다. 이는 한국 다단계판매 기업으로는 처음이다.



2010년, 글로벌 도약의 첫발

애터미의 글로벌 진출의 역사는 2010년 시작됐다. 회원들의 입소문을 통해 국내에서 알음알음 매출이 확대되고 있던 '애터미 헤모힘'과 '애터미 스킨케어 6 시스템'이 미국 사회에도 알려지면서, 미국에서 직접 구매할 수 있냐는 문의가 들어오기 시작했다. 당시 창업한 지 만 1년이 되지도 않은 애터미로서는 고민이 깊을 수밖에 없었다. 시작할 때부터 해외 진출을 염두에 두고 있었지만, 국내 사업이 안정된 이후라고 생각했기 때문이다. 그러나 회원들의 요청을 무작정 미룰 수만은 없었다. 그리하여 2010년 5월, 미국 시애틀에서 애터미 최초의 해외법인인 미국법인이 설립됐고 공식 영업에 들어갔다.

이후, 애터미의 해외 진출은 눈부셨다. 2011년 일본과 캐나다에 이어 2021년 영국과 2022년 브라질에 이르기까지 12년 동안 25개 해외 시장에 진출했다. 대륙별로 보면 북미와 남미, 아시아, 오세아니아, 유럽까지 아프리카 대륙을 제외하고는 모든 대륙에서 애터미가 영업하고 있다, 이에 따라 해외법인에서의 매출액은 2010년 49억 원에서 2021년 1조 1962억 원으로 240배 이상 늘어났다. 11년간 매년 33.7%씩 성장해 온 것이다.

연도 별 매출 및 DSN 순위

연도	국내(백만 원)	해외(백만 원)	순위
2021	**1,033,114**	**1,196,190**	**10**
2020	1,061,540	744,411	12
2019	1,131,268	392,416	11
2018	970,761	270,700	20

글로벌 시장에서 애터미의 성장을 견인하고 있는 제품은 '애터미 헤모힘'과 '앱솔루트 셀랙티브 스킨케어', '애터미 친생유산균', '애터미 칫솔'과 '애터미 치약' 등이다. '애터미 헤모힘'은 자타가 공인하는 글로벌 애터미의 대표제품으로 2021년 기준 국내와 합쳐서 3800억 원가량 판매됐다. 단일 제품 기준으로는 국내 건강기능식품 가운데 매출 1위를 다투는 제품이다. 또한 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어는 특허기술상 대상격인 세종대왕상 수상을 비롯해 NEP 인증, IR52 장영실상 수상 등 화장품으로서는 처음으로 기술 3관왕을 달성하며 연간 1000억 원 이상의 매출을 올리고 있다.

소비자 중심 직접판매의 가능성 드러내

애터미의 해외 진출 전략의 핵심은 다름 아닌 소비자 중심 직접판매다. 직접판매 방식은 산업으로 보면 유통 산업에 속하지만, 개인의 관점에서 바라보면 진입장벽이 없는 개인 사업이다. 지금까지 전 세계의 직접판매 산업은 개인 사업이라는 점에 초점을 맞추고 발전해 왔다. 소비자에게 다가가는 유통이라기보다는 독립사업자들의 성공을 위해 유니크한 상품, 후한 보상플랜 등을 내세우며 성장을 도모했다. 그럼에도 불구하고 전 세계 직접판매시장은 최근 들어 답보상태를 벗어나지 못하고 있다. WFDSA 자료에 따르면 글로벌 직접판매 산업은 2017년 1800억 달러에서 2020년 1793억 달러로 연평균 0.1% 역성장했다. 같은 기간 세계 경제의 연평균 성장률은 3.04%였다. 이번 애터미의 글로벌 직접판매 기업 순위 10위권 진입은 애터미가 펼치고 있는 소비자 중심 직접판매의 가능성을 보여준다고 할 수 있다, 애터미는 지난 2019년 국내 직접판매 업계 최초로 소비자중심경영(CCM)인증을 받았으며 2021년 이의 재인증에 성공했다. 또한 올해 2월에는 일본 법인이 일본 소비자청의 '소비자 지향 경영' 자주 선언의 인정을 받았다. 소비자 중심 직접판매가 해외로 뻗어 나가기 시작한 것이다.

애터미의 소비자 중심 직접판매는 독립사업자들의 성공은 소비자들의 선택에 달려있다는 판단이다. 소비자들이 애터미를 선택한다면 애터미의 제품을 홍보하는 독립사업자들의 성공도 자연스럽게 따라오게 된다는 것이다. 절대품질 절대가격, GSGS 등은 유니크한 제품 보다는 시장에서의 경쟁을 통해 소비자의 선택을 받겠다는 것이다. 수당을 위한 제품이 아니라 '잘 팔리는 제품', 즉 소비자가 판단했을 때 이익이 되는 제품을 판매함으로써 독립사업자들의 성공을 지원한다는 의미다.

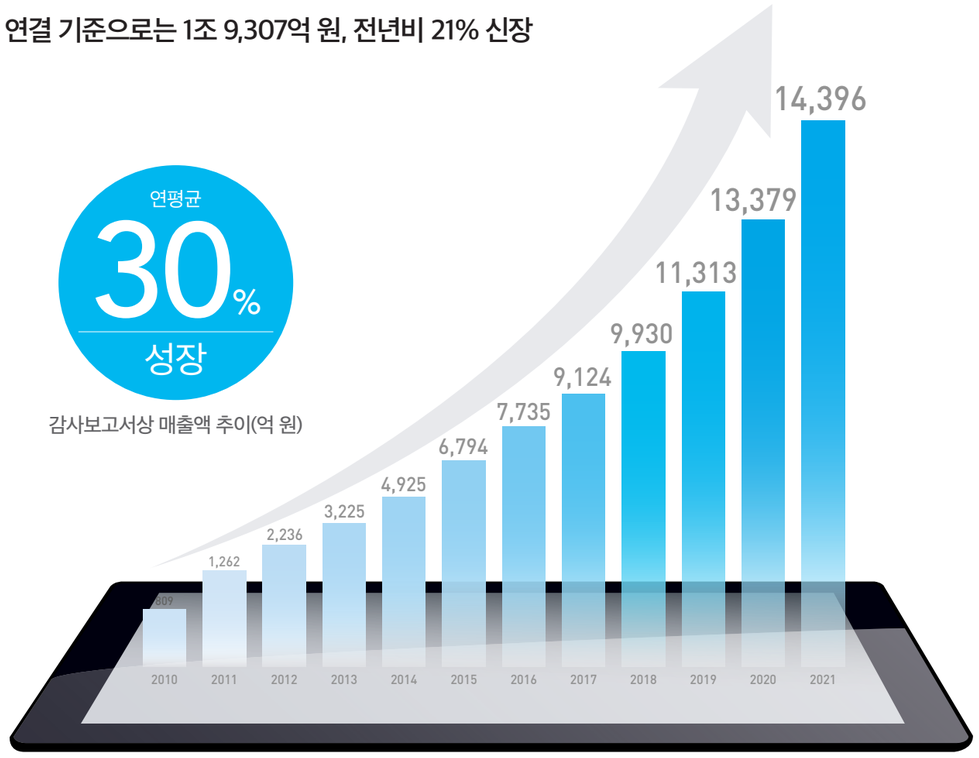
애터미는 이제 10년 조금 넘은, 어찌 보면 아직 10대에 불과한 신생기업이다. 창업한 지 수십 년이 넘은 수많은 다국적 직접판매 기업들을 제치고, 직접판매의 발상지인 미국도 아닌 한국 기업이 전 세계 직접판매 기업 가운데 최상위 10개 기업에 포함됐다. 이는 바로 소비자 중심 직접판매의 가능성을 여실히 보여준 것이라는 점에서 그 의미가 한층 더 깊다고 할 수 있다.



2022년 4월 DSN Global 100 발표 현장, Top 10 'ATOMY'

애터미, 12년 연속 성장했다

연결 기준으로는 1조 9,307억 원, 전년비 21% 신장



2022년 4월 발표된 애터미의 감사보고서상 매출액은 1조 4,396억 원으로 2020년의 1조 3,379억 원에 비해 7.60% 증가했다. 또 해외 법인의 매출까지 포함한 연결기준으로는 1조 9,307억 원으로 2020년 대비 21.39% 늘어났다. 감사보고서의 매출액은 공정거래위원회가 발표하는 다단계판매 업체의 매출액과는 상이하다. 공정위 매출액에는 부가가치세가 포함되는 반면 수출액은 포함되지 않는다. 반면 감사보고서 매출액은 부가가치세를 포함하지 않는 대신 수출액이 포함된다.

창업 이후 12년 연속 성장

애터미가 연속 성장 기록을 12년으로 늘렸다. 지난해 1조 4,396억 원의 매출(감사보고서 기준)을 기록하며 2009년 창업 이후 2021년까지 12년 연속 성장했다. 2010년부터 2021년까지 11년간 연평균 29.9% 성장한 것이다. 애터미는 지난해 46.64%의 매출원가를 기록, 매출원가를 공개한 다단계판매 기업 평균(36.94%) 대비 10% 가까이 높았다. 반면 판매관리비는 19.27%로 평균 대비 6% 이상 낮았다. 매출에누리(후원 수당)는 3,592억 원으로 매출액의 24.95%였다. 후원 수당 지급비율이 낮은 것은 방문판매법상 후원 수당의 기준이 되는 매출액은 다단계판매에 의한 매출로 제한되기 때문이다. 수출 등 다단계판매 이외의 매출은 포함되지 않는다. 공정거래위원회가 발표하는 자료를 기준으로 하면 2021년 애터미의 후원 수당 지급비율은 약 34.87% 정도인 것으로 추산된다.

애터미의 경영지표도 매우 양호한 것으로 나타났다. 기업의 지급능력을 나타내는 부채비율과 유동비율은 각각 19.34%, 328.20%를 기록했다. 부채비율은 낮을수록 좋으며 유동비율은 200% 이상이 권장되며 높을수록 기업의 안정성이 높다고 해석할 수 있다. 기업의 수익성을 나타내는 대표적인 지표인 ROE(Return on Equity, 자기자본순이익률)는 21.63%, 영업활동의 효율을 나타내는 매출액순이익률은 10.12%를 기록했다.

이러한 경영 안정성은 감사보고서를 제출한 전체 다단계판매 기업 평균과 비교해 보면 더욱 두드러진다. 애터미를 제외한 나머지 다단계판매 기업들의 평균 ROE는 -0.24%로 나타났다. 또 부채비율은 50.92%이며 유동비율은 293.62였다. ROE를 제외하면 다단계판매 기업들의 평균 경영 안정성은 일반 기업에 비해 양호한 편임에도 애터미에는 미치지 못하고 있다.

감사보고서 비교표(애터미 VS 보고서 제출기업)

항목	애터미	업계 평균 (애터미 제외) 감사보고서 제출 전체 기업
매출액성장률	7.64	-5.45
당기순이익률	10.12	1.61
일반관리비 비중	19.27	26.10
원가율	46.64	36.57
후원수당 지급비율	24.95(1)	33.22
급여 비중	1.62	7.27
영업이익률	9.14	4.11
순익대비 기부금비중	16.15	0.45
ROE	21.63	-0.24
유동비율	328.20	293.62
부채비율	19.34	50.92

(1) 공정거래위원회 기준으로는 약 34.87%

해외 법인 성장 눈부셔

지난해에도 해외 법인의 성장은 눈부셨다. 2021년 기준 영업 중인 해외 법인은 모두 22개 법인이다. 이 가운데 지난해 오픈한 법인은 카자흐스탄, 터키, 뉴질랜드, 키르기스스탄, 영국 등 5개 법인이다. 전체 해외 법인의 순매출액은 2020년 대비 23.68% 증가하며 기대 이상의 성적표를 받았다. 순매출액은 부가가치세와 후원 수당 지급액을 제외한 매출액을 의미한다. 2019년 이전에 영업을 시작한 해외 법인 가운데 가장 높은 매출신장률을 기록한 법인은 82.48%의 성장률을 기록한 인도네시아다. 이어 말레이시아와 러시아가 각각 49.19%와 41.00%로 2위와 3위에 올랐다. 가장 많은 매출액을 기록한 법인은 중국과 대만, 말레이시아, 미국, 러시아 순이었다.

이 가운데 중국과 대만, 말레이시아, 미국 등 4개 법인은 후원 수당과 부가세를 포함한 총매출액 기준으로 연매출 1,000억 원을 넘어섰다. 이어 싱가포르와 일본, 인도네시아 등이 경합을 벌이고 있다. 또 2021년에 영업을 시작한 법인 가운데에서는 카자흐스탄이 가장 두각을 나타내고 있다.

1,000억 이상 기업 모두 성장 VS 400억 이하 기업 모두 역성장

한편, 2021년도 국내 다단계판매 업계는 빈익빈 부익부 현상이 두드러진 한해였다. 감사보고서를 제출한 27개 기업 가운데 매출액이 증가한 기업은 11개사로 전체의 41%에 불과했다. 특히 매출액 기준 상위 10개 기업 가운데에서는 1개사만 매출액이 감소했으나, 10위권 바깥에서는 17개 기업 가운데 단 3개사만 매출이 증가했다. 더욱이 1,000억 원 이상의 매출액을 기록한 업체는 예외 없이 모두 성장했다. 그러나 매출액 400억 원 미만의 기업들은 모두 마이너스 성장을 기록해 극명한 대조를 보였다.

감사보고서 제출 기업 전체로 보면 27개 다단계판매 기업의 매출액 합계는 4조 6,296억 원으로 7.7% 증가했으나, 애터미의 수출액을 제외하면 2% 가까이 감소한 것으로 나타났다. 감사보고서를 제출한 27개 다단계판매 기업의 평균 매출원가는 36.94%였으며 평균 판매관리비는 25.85%, 평균 매출액순이익률은 1.92%인 것으로 나타났다.

애터미 독일, 유럽 전체를 아우르며 시너지 낸다

세계 3위의 시장 - 앞으로도 지속 성장 전망

애터미가 유럽 직접 판매의 중심지인 독일에서의 공식 영업을 위한 준비에 한창이다. 직접판매협회세계연맹(WFDSA)의 자료에 따르면 독일의 직접 판매 시장 규모는 2020년 기준 약 180억 달러(한화 약 21조 원)로 미국과 중국에 이어 세 번째로 크다. 또한 유로모니터에 따르면 오는 2026년까지 연평균 3.9%의 성장이 전망될 만큼 잠재력도 큰 시장이다.

EU 내 직접 판매 시장 점유율 60%

애터미가 유럽의 두 번째 시장으로 독일을 택했다. 독일은 362억 달러에 달하는 유럽 직접 판매 시장의 절반을 차지할 정도로 압도적인 시장규모를 자랑하고 있다. EU만 따로 떼어 본다면 독일의 점유율은 60%에 가깝다.

독일은 EU에 속해 있으므로 프랑스나 이탈리아 등 EU 회원국으로의 접근이 한결 편하다. EU 전체의 직접 판매 시장 규모는 2020년 기준 312억 달러(한화 약 40조 원)에 달하고 있다. 이 가운데 독일의 시장 규모는 EU 전체의 절반이 넘는 180억 달러(약 23조 원)로 미국과 중국에 이어 세계 세 번째로 큰 직접 판매 시장이다. 반면 등록사업자 수는 91만여 명으로 비슷한 시장규모(177억 달러)를 가진 우리나라 등록 사업자 수의 10%를 조금 넘는 정도에 불과하다. 이는 사업자 1인당 매출액이 높다는 것으로 고소득을 올리는데 있어 상대적으로 유리한 점이라고 평가할 수 있다.

유럽, 특히 EU의 직접 판매 시장은 아시아 지역이나 미국 등과는 사뭇 다르다. 직접 판매를 통해 판매되는 제품들을 보면 아시아 지역은 웰니스 제품이 전체의 절반 가까이를 차지하고 있으나 EU 지역은 30%가 채 되지 않는다. 반면 '주택 개조 용품(Home Improvement)'과 '의류 및 장신구(Clothing & Accessories)'가 EU 지역에서 각각 12.9%, 4.7%의 점유율을 보이고 있다. 이들 제품의 경우 아시아 지역에서는 각각 0.0%, 1.1%에 머무르고 있는 실정이다. 실제로 독일의 MLM 기업들의 주력 제품을 살펴보면 건강식품 및 화장품에서부터 가전제품과 금(Gold)까지 다양한 제품을 취급하고 있다.

참고로 독일 직접판매협회의 설문 조사 결과에 따르면 독일의 직접 판매 판매원들은 직접 판매에 있어 가장 중요하게 생각하는 것은 '제품에 대한 열정'과 '회사에 대한 애정'이라고 한다. 애터미 역시 제품과 회사에 대한 회원들의 열정과 애정으로 글로벌 시장에서 놀라운 성장을 거듭하고 있다. 따라서 독일 시장에서도 애터미의 성장은 재현될 것으로 기대 되고 있다.



독일 법인, 출격 준비 착착 진행 중

애터미는 독일 법인의 설립을 완료하고 조만간 공식 영업을 시작할 계획이다. 또한 독일 시장에 공식 진출하면서 본격적인 유럽 시장 공략을 시작할 방침이다. 물류 시스템은 유럽 전역을 아우를 수 있도록 만반의 준비를 갖추었으며 쇼핑몰 및 인력 충원을 진행 중에 있다. 제품의 경우 영국에서 판매하고 있는 60여 가지 화장품 제품들은 등록을 마쳤으며 추가 신제품들에 대해서는 등록 절차를 밟고 있는 중이다. 또 건기식 제품은 다섯 개가 완료가 됐고 나머지 20개가 빠르면 오는 6월 이전에 등록완료 될 것으로 기대하고 있다.

독일 진출과 함께 프랑스와 스페인, 이탈리아 등 EU 역내 시장 및 폴란드 등 동유럽의 직접 판매 시장에 대해서도 전략적으로 접근할 예정이다. 홍의성 독일 법인장은 "유럽을 네덜란드, 프랑스, 스칸디나비아, 벨기에 등 북유럽과 포르투갈, 이탈리아, 스페인 등의 남서 유럽, 폴란드, 헝가리, 체코의 동유럽 등 3개 권역으로 나눠 접근할 것"이라며 "애터미의 글로벌 원서버 시장정책이 유럽 시장에서 큰 효과를 나타낼 것"이라고 말했다.

독일, 최대한 빠른 시간에 영업 시작할 것

도전과 안정의 융합을 통해 시너지 낼 수 있을 것



홍의성
독일 법인장

독일, 유럽에서는 가장 큰 직접 판매 시장이자 전 세계 직접 판매 시장 규모 3위를 놓고 한국과 치열하게 경합 중인 나라다. 그 시장에 애터미가 진출한다, 홍의성 독일 법인장은 "최대한 빨리 영업을 시작할 것"이라며 "유럽 전체를 아우를 수 있는 정책을 구상하고 있다"고 말했다. 대표적인 것이 제품 패키지를 기존 유럽에 진출해 있는 영국, 터키와 같이 사용할 수 있는 공통 패키지로 준비하는 것이다. 이렇게 함으로써 제품의 재고 부족 문제를 전향적으로 해결할 수 있기 때문이다.

홍의성 법인장은 독일 시장에서 애터미가 성공을 거둘 수 있으리라 확신하고 있다. 그는 세계적인 네트워크마케팅 기업들이 유럽에서 왜 상대적으로 약세를 보이는지, 그리고 애터미가 어떻게 그 한계를 넘을 것인지 알고 있었다. "유럽 시장은 전체를 보면 큰 시장이지만 국가 단위의 개별적인 시장을 보면 크지 않습니다. 그 점이 세계적인 기업들이 성과를 거두지 못했던 이유예요. 그런데 애터미는 다릅니다" 쉽게 말하면 타 네트워크마케팅 기업 독일 사업자는 독일에서만 사업을 하는데 반해 애터미의 경우 독일 사업자든, 영국 사업자든, 터키 사업자든 유럽 전역에서 사업할 수 있다는 얘기다. 그렇게 유럽 전체를 하나의 시장으로, 더 나아가 세계 모든 시장을 하나의 시장으로 접근하는 네트워크마케팅 기업이 애터미다. 그렇지 못한 네트워크마케팅 기업에게 유럽시장은 작은 조각들로 나뉘어져 먹을 게 그리 많지 않은 시장인 셈이다.

"또 하나 제가 자신하는 점은 한국의 도전하는 문화와 상대적으로 안정지향적인 유럽의 문화를 적절하게 융합함으로써 커다란 시너지를 낼 수 있다고 생각합니다. 이런 부분에 대해서 그동안의 노하우들로 더 나은 서비스를 제공할 것입니다. 많이 기대해 주셔도 좋을 것 같습니다"

고객의 문 앞까지, 라스트마일 경쟁력 높인다

애터미, 전담배송 확대 실시… 익일 배송 100%로 회원 만족도 제고

애터미가 라스트마일 경쟁력 강화에 팔을 걷어붙였다. 지난 3월 말, 제주에서 시범 실시하던 전담배송 서비스를 부산, 울산, 대구, 광주, 대전 등 5개 광역시 및 광역 주변 10개 시를 대상으로, 이어 5월 2일부터는 서울특별시 25개 구까지 확대실시했다. 관련 설문 조사 결과, 애터미 회원들은 전담배송에 대해 "배송이 빨라져서 만족스럽다.", "포장재 쓰레기가 많이 줄어 분리수거에 용이했다.", "애터미 배송 차량을 보면 반갑고 뿌듯하다." 등 호평 일색이었다.

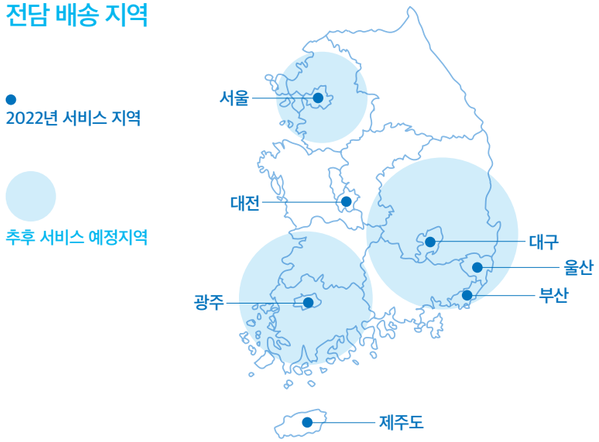
포장재 80% 감축, 파손 클레임 '0건

전담배송이란 택배 차량에 애터미 제품만 싣고 애터미 회원들에게만 배송하는 시스템이다. 이를 통해 일차적으로 회원에게 안정적인 배송 서비스를 제공하고 향후 친환경 배송 등 새로운 서비스의 도입 기반을 마련할 계획이다. 이번 전담배송 확대 시행을 위해 애터미는 전국 3개 풀필먼트(물류 전문업체가 판매자 대신 주문에 맞춰 제품을 선택하고 포장한 뒤 배송까지 담당하는 서비스) 센터 및 13개 전담배송 터미널을 운영한다. 애터미 관계자는 "제품이 고객의 손안에 전달되는 마지막 순간까지, 더 편리하고 정교한 배송을 실현하고자 하는 노력"이라며 "애터미에 최적화된 배송을 구축함으로써 배송 품질과 속도 및 고객 만족도 향상을 통해 이커머스 서비스를 더욱 고도화할 것"이라고 말했다.

애터미의 전담배송은 일반 배송에서 필수 단계인 '간선 상하차' 단계가 생략되고, 풀필먼트 서비스를 활용해 배송 서비스의 품질향상을 꾀하는 것이다. 이는 회원 및 소비자의 만족도를 크게 상승시키는 효과를 가져왔다. 특히 완충재 등 포장 자재를 절반 이상 줄였음에도 파손으로 인한 클레임이 단 한 건도 발생하지 않았다. 이는 그만큼 배송 기사의 서비스 품질이 향상되었기 때문이다. 동시에 배송 차량의 애터미 로고 래핑 및 배송 기사 유니폼 착용 등으로 인한 광고 효과도 적지 않다. 지속가능한 환경 정책으로서의 효과도 만만찮다. 전담배송으로 인한 서비스 품질의 향상은 포장할 때 완충재를 덜 쓰고도 파손의 위험을 현저하게 낮춰준다. 따라서 완충재 사용을 80%까지 감축 가능한 것으로 보고 있다. 이는 연간 탄소 배출을 416톤 억제하는 효과가 있으며 40년생 소나무 2,495그루를 심는 것과 같은 효과가 있다. 또한 회수용 플라스틱 용기, 종이 쇼핑백, 부직포 등의 포장 대체재를 활용하여 포장 박스 사용을 최소화한 '제로 웨이스트(zero-waste)' 구현 시, 탄소 배출 억제량은 연간 866톤으로 40년생 소나무 연 5,197그루를 심는 효과가 발생한다.



전담 배송 지역



업계 최초로 전담배송실시

지난 3월 31일, 애터미는 배송 차량 126대와 간선 차량 10대를 투입해 부산, 울산, 대구, 광주, 대전 등 5개 광역시와 주변 도시 10개 시에서 전담배송을 시작했다. 이어 5월 2일부터는 서울특별시 25개 구를 대상으로 하는 서울권 전담배송서비스를 론칭했다. 애터미 물류팀은 "2024년 상반기까지, 경기도 지역과 경상도, 전라도 지역에 대해 전담배송망을 추가로 확대할 계획"이라며 "물류 경쟁력 강화를 통해 회원 만족도 제고에 앞장설 것"이라고 말했다.

전담배송제를 통해 애터미는 주소지 오류, 수취인 부재, 도서 산간 지역 등 물리적 사유를 제외한 100% 익일 배송률 달성을 1차 목표로 삼고 있다. 이와 함께 파손으로 인한 배송 사고 제로화를 지향하고 있다. 일반 배송 대비 전담배송은 간선 상하차 작업 2단계가 축소되고 배송 기사가 직접 상하차함으로써 파손이나 분실, 배송지연 등의 사고가 감소하기 때문이다. 특히 유리병 등 파손 위험이 큰 제품도 안정적으로 배송함으로써 고객이 안심하고 주문할 수 있게 되는 것은 물론 연중 동일한 수준의 배송 서비스 제공이 가능해지는 것도 전담배송의 효과 가운데 하나다. 애터미의 경우, 전담배송실시로 인해 연간 50억 원이라는 적잖은 추가 비용이 소요된다. 아직 국내 업계에서 전담배송을 실시하고 있는 기업이 나타나지 않고 있는 이유 중의 하나다. 그러나 애터미는 고객의 성공을 위해 과감하게 전담배송을 실시했다. 라스트마일 경쟁력 강화를 통해 애터미의 유통경쟁력을 제고함으로써 소비자의 선택을 통한 사업자들의 성공을 후방 지원하는 것이다.

INTERVIEW

익일 배송 100% 달성해 더 안정적인 라스트마일 서비스 제공할 것

애터미 물류팀

Q. 전담배송을 실시하게 된 배경은?

A. 최근의 이커머스는 물류 활동까지 자사의 서비스로 규정하고 이에 대한 투자를 강화하고 있다. 라스트마일 서비스 경쟁력을 통한 락인 효과를 기대하는 것이다. 이러한 변화를 반영하여 애터미도 배송의 품질과 속도를 개선하고 적극적으로 고객 만족도 향상을 꾀할 수 있는 라스트마일 서비스를 준비해 왔다.

Q. 확대 실시 이후 지금까지 어떤 효과가 있었나?

A. 크게 세 가지를 들 수 있다. 우선 익일 배송률의 증가다. 지난 4월 기준, 전담배송의 익일 배송률은 95.6%에 달하고 있다. 다음으로 다양한 원인으로 발생하는 택배 대란으로부터의 자유다. 애터미의 고객은 애터미가 보증하는 전담배송을 통해 언제 올지 모르는 택배에서 완전히 자유로워지는 것이다. 마지막으로 차량 도색과 기사 유니폼을 통한 광고 효과다. 현재 경상도 지역의 전담배송 차량 도색이 완료되었으며 이에 전담배송 기사님에게 기념사진을 요청하는 사례도 늘어나고 있다고 한다.

Q. 전국 단위로 확대 계획은?

A. 2024년 상반기까지, 경기도 지역과 경상도, 전라도 지역에 대해 전담 배송망을 추가로 확대할 계획이다. 더 나아가 이형 상품과 신선 상품 등 취급 가능한 상품군을 확대하여 지역과 상품의 제한을 최소화한 균일하고 안정적인 라스트마일 서비스를 제공할 방침이다.

Q. 라스트마일이 유통의 핵심 경쟁력으로 떠오르고 있다. 애터미의 대응책은 무엇인가?

A. 전담배송의 전국 확대 실시와 더불어 친환경 배송 등 고객을 위한 새로운 배송 서비스 개발에 최선을 다 할 생각이다. 이를 통해 더 빠르고, 더 친절하며, 더 안정적인 라스트마일 서비스를 제공, 애터미의 이커머스 서비스를 고도화할 계획이다.

NEW PRODUCT ❶

과학적인 홈 더마 브라이트닝 케어, 애터미 앱솔루트 스노우

피부 미백의 답을 찾다

애터미 앱솔루트 스노우에 대한 관심이 뜨겁다. 전문 에스테틱 관리를 그대로 집으로 옮긴 홈 더마 제품으로 만족도 높은 후기들이 쏟아지고 있는데, 임상 실험 결과로도 과학적인 브라이트닝 효능을 입증하고 있다. 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어, 더페임, 시너지앰플과 함께 애터미 스킨케어 라인업을 이끌어갈 애터미 앱솔루트 스노우! 뜨거운 여름에도 하얀 눈처럼 빛나는 피부를 만들어줄 앱솔루트 스노우의 능력을 파헤쳐본다.

Editor_정라미



기미, 잡티, 칙칙함은 왜 생길까?

인간의 피부색과 머리색을 결정하는 멜라닌 색소. 멜라닌은 본래 자외선을 흡수해 피부를 지키는 역할을 한다. 피부가 자외선 등의 자극을 받으면 피부 기저층에 있는 멜라노사이트(멜라닌세포)에서 멜라닌 색소를 생성한다. 이때 티로시나아제라는 효소가 티로신을 산화시켜 멜라닌 생성을 돕는다.

즉, 산화된 티로신은 멜라닌 세포의 연료로 쓰이는데 연료가 많아지니 멜라닌 색소도 많이 생성되는 것이다. 이렇게 생성된 멜라닌 색소는 피부 각질층으로 이동해 축적되고 피부 다크닝, 기미, 잡티 등을 발생시킨다.

피부 색소 침착의 원인을 빈틈없이 케어

요즘 미백 트렌드는 멜라닌 발생 전과 멜라닌 발생 후 관리로 나눌 수 있다. 멜라닌 발생 전 미백은 멜라닌 색소가 침착하는 것을 방지하는 것, 멜라닌 발생 후 미백은 각질 케어를 통해 이미 생긴 기미, 잡티 등을 옅게 만드는데 집중한다.

최근에는 특정 기간에만 받는 미백 관리를 넘어 일상 속 스킨케어를 통해 관리를 하는 트렌드가 확산되고 있는 데 집에서 관리하는 홈 더마 제품으로 내가 원했던 드라마틱한 효과를 만나볼 수 있게 되었다.

8-STEP 메커니즘을 실현하는 10가지 액티브 성분

앱솔루트 스노우에는 8 STEP 메커니즘으로 근본적인 미백을 돕는 10가지 액티브 성분을 함유하고 있다. '앱솔루트'라는 이름이 붙는다는 건, 앱솔루트의 특허기술을 포함하고 있다는 것으로 앱솔루트 스노우에는 셀랙티브 브라이트닝 코드가 적용돼 피부미백을 위한 효능 성분이 피부 전체 브라이트닝을 실현한다.

또한, 앱솔루트 스노우에는 작약 꽃과 뿌리에서 추출한 작약수가 함유되어있다. 이 외에도 알파 비사보롤, 나이아신아마이드, 윈터그린잎 추출물 등 10가지 공통 액티브 성분이 피부미백을 도와 맑고 깨끗한 피부로 케어해 준다.

완벽한 홈 더마 브라이트닝 케어

앱솔루트 스노우는 에스테틱의 미백 케어를 그대로 옮겨놓은 듯 전문적이고 체계적인 프로그램 7종으로 구성되어 있다. 특히, 낮과 밤의 피부 상태를 고려해 수분보

* 일반적인 피부상식으로 제품 설명과는 무관합니다.

8-STEP 브라이트닝 메커니즘

1. **셀랙티브 브라이트닝 코드**를 통해 피부 전체 미백
2. **옥시젠스킨** 성분이 맑은 피부 유지
3. **알파 비사보롤**이 멜라닌 색소 침착을 방지
4. **유용성 감초추출물**이 기미, 주근깨 등의 색소침착 완화
5. **나이아신아마이드 & 에칠아스코빌에텔**이 이미 피부에 침착된 멜라닌 색소를 엷게 해줌
6. **윈터그린잎 추출물**이 각질 케어를 도와 칙칙한 피부를 환하게
7. **일루미신** 성분이 세월의 흐름으로 인한 균일하지 않은 피부 케어
8. **피토엔&피노플루엔** 성분이 즉각적인 피부 톤 업 효과

에스테틱 미백 케어

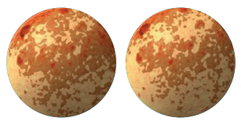


충과 피부 쿨링감을 주는 데이타임, 피부 리페어&영양을 공급해주는 나이트타임에 특화된 제품 구성으로 All Day 프로페셔널 한 케어를 도와준다.

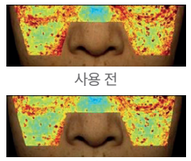
서양에서는 데이크림과 나이트크림의 사용이 구분되어 있는 경우가 많은데, 자외선 노출이 많고 수분 손실이 많은 낮 시간대와 피부가 휴식의 시간을 갖는 밤 시간대 케어를 효율적으로 할 수 있다. 앱솔루트 스노우의 데이 케어는 산뜻하고 촉촉한 느낌으로 마무리되며 스노우 톤업 에센스를 통해 외부환경으로부터 철통수비를 할 수 있다.

나이트케어는 멜라닌 색소를 엷게 해주는 스노우 다크 스팟 코렉터와 피부를 진정시켜주는 스노우 페이셜 마스크를 더해 빈틈없는 관리를 할 수 있으며 쫀쫀한 느낌의 스노우 나이트 크림으로 밤새 영양감을 가득 채운다. 여기에 자연의 정원이 떠오르는 우아한 향으로 기분 좋은 힐링을 선사한다.

애터미 앱솔루트 스노우 5종 4주 사용 후



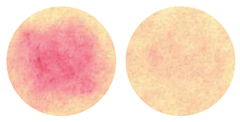
진한 기미/잡티/주근깨 **15.94%** 개선



색소침착 **21.43%** 감소

* 임상기관 : 한국피부과학연구원

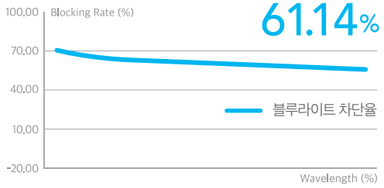
자외선 조사 후



피부 붉은 기 **36.89%** 감소

* 임상기관 : 한국피부과학연구원

블루라이트 차단율



* 임상기관 : ㈜KC피부임상연구센터

애터미 앱솔루트 스노우 세럼
피부에 맑은 빛을 끌어올려 입체광을 주는 반사판 세럼이다. 오미자 열매 농축 성분 등을 함유해 피부 미백에 도움을 주며 최적의 유수분밸러스를 찾아 붉은 피부를 진정시키고 피부 톤을 개선해준다.

애터미 앱솔루트 스노우 토너
퓨어 샤프란 워터를 포함해 순한 성분으로 구성돼 피부 진정과 피부 톤을 케어해준다. 각질, 피지를 개선하는 효능이 있기 때문에 화장 솜에 묻혀 닦토(닦아내는 토너)하는 것이 좋다. 임상실험 결과 1회 사용만으로도 94.39% 각질이 감소되는 것을 확인했다.

애터미 앱솔루트 스노우 페이셜 마스크
고함량 핵심성분이 빠르게 스며들어 피부를 진정시키고 피부 톤을 밝힌다. 휴가철 혹은 야외활동으로 자외선에 많이 노출된 날, 강해지는 자외선에 피부가 붉게 달아오른 날 꺼내 쓰면 좋은 효자 아이템이다.

애터미 앱솔루트 스노우 톤업 에센스선
자외선은 물론 블루라이트까지 차단해 주는 톤업 에센스. 바르는 순간 피부에 밀착되는 느낌이 예술이다. 앱솔루트 브라이트닝 코드, 수분 에센스 등의 액티브 성분을 함유해 피부 브라이트닝, 피부 진정까지 한 번에 케어해 준다.



애터미 앱솔루트 스노우 다크 스팟 코렉터
기미, 잡티 등 고민이 있는 부위에 쓱쓱 발라 쓱쓱 케어하는 고밀착 스팟 케어 크림 앰플로 스위스 청정 알프스 고산지대 식물 중 선별된 7가지 허브가 함유되어 있다.

애터미 앱솔루트 스노우 데이 크림
젤 타입의 텍스처로 피부에 꽉 찬 수분을 전하는 워터 드롭 브라이트닝 크림. 터치하는 순간 꽉 찬 수분이 터져 나오는데 끈적임 없이 윤광만 남긴다. 프레쉬하게 발리며 피부 온도를 즉각적으로 낮춰주는 느낌. 하루 종일 수분 손실이 많은 피부를 다독여주는 수분 뱅크 크림 같다.

애터미 앱솔루트 스노우 나이트 크림
피부에 영양을 공급하고 밤새 힐링 시켜주는 나이트 크림으로 리치한 사용감에서 느껴지는 풍부한 영양감이 있다. 해바라기 씨 오일과 화이트 루핀 씨 추출물 조합으로 만들어진 고함량 오일이 손상된 피부 탄력을 회복하고 근원적으로 피부 상태를 개선한다.

애터미,
잡노마드 시대의 평생 직업

파트타임 · 풀타임 가리지 않고, 평생 셀프고용 가능

최근 미국의 경제매체 CNBC는 코로나19 팬데믹으로 촉발된 재택근무가 사무실 근무로 정상화됨에 따라 사무실 복귀를 꺼리는 직원들이 사직에 나설 수 있다고 보도했다. 또 미국의 채용 사이트인 '몬스터 닷컴(Monster.com)'은 이직을 고려하고 있는 근로자가 95%에 달하고 있으며, 92%는 기존 일자리와 완전히 다른 업종으로 전환할 의향도 있다는 내용의 보고서를 발표했다. 4차 산업혁명과 코로나19 팬데믹이 직업의 개념뿐만 아니라 근로자들이 선호하는 직장의 기준까지도 변화시키고 있다. 고임금에 더해 이제는 근무장소의 자율성이 추가된 것이다.



평생직장은 사라지고 평생 직업이 뜬다

마이크로소프트의 '2022 Work Trend Index: Annual Report'에 따르면 응답자의 47%는 코로나19 팬데믹 이전보다 개인과 가족의 삶이 일보다 더 중요했다고 했으며, 53%는 건강과 웰빙(Wellbeing)이 더 우선시 되었다고 말했다. 직업은 삶의 일부분일 뿐이지 더 이상 삶 전체를 좌지우지하거나, 또는 가장 중점을 둬야하는 것이 아니게 된 것이다. 한국에서도 직장과 직업에 대한 개념이 변화하고 있다. 최근 신조어 가운데 '퇴준생'이라는 말이 있다. 퇴직을 준비하는 사람이라는 뜻이다. 지난 2018년, 잡코리아가 남녀 직장인들을 대상으로 설문조사를 한 결과 직장인 46%가 스스로 퇴준생이라고 응답했다. 또 사람인의 설문조사 결과에 따르면 지난해 500개 기업의 신규입사자 중 조기퇴사 하는 비율은 평균 28%로 10명 중 3명은 입사한지 5개월 이내에 퇴사를 결정하는 것으로 나타났다. 이는 2019년 평균 퇴사율 17.9%에 비해 2년 만에 10% 이상 늘어난 수치다. 평생직장이라는 개념은 점점 퇴색하는 대신 평생 직업이 대두되고 있는 것이다.

미래학자 군둘라 엥리슈는 그의 저서 '잡노마드 사회'에서 다양한 사례와 분석을 통해 앞으로 다가올 미래에는 정착민적인 삶이 아닌 유목민적인 삶이 대세가 될 것이라고 설득력 있게 제시했다. '잡노마드(Job Nomad)'란 직업(Job)을 따라 유랑하는 유목민(Nomad)이란 뜻의 신조어다. 이들은 평생 한 직장, 한 지역, 한 가지 업종에 매여 살지 않는다.

승진 경쟁에 뛰어들지도 않고, 회사를 위해 목숨 바쳐 일하지도 않는다. 대신 자신의 의지에 따라 자유롭게 직업을 개척하는 사람들이다. 이들은 자신의 가치를 정확히 분석하고 자신을 위해 그것을 이용한다. 군둘라 엥리슈에 따르면 잡노마드들은 월급을 받으며 평생 동안 한 곳에 안주하는 '황금 새장'을 거부하고 폭넓은 분야에서 실력을 연마함으로써 자신의 창의적인 가치를 높이고 싶어 한다.

잡노마드의 출현

이러한 경향은 IT기술의 발달과 코로나19 팬데믹으로 인한 비대면 산업의 성장에 따라 점점 심화되고 있다. 잡노마드를 넘어 N잡러가 출현하고, 파이어족들이 나타난 것이다. '파이어(Financial Independence Retire Early, FIRE)'족이란 최대한 빨리 재정적 독립을 달성해 일찌감치 은퇴하고자 하는 사람들을 일컫는다. 이들은 2008년 금융위기 이후 미국의 젊은 고학력·고소득 계층을 중심으로 확산됐으며 은퇴 후에도 돈에 얽매이지 않고 일을 선택할 수 있는 자유를 추구하는 것이다. 빠른 재정적 독립을 위해 수입의 70%~80%를 절약하고, 본업 외에도 다른 수입원을 마련하는 것은 기본이다.

직장인의 49.2%가 N 잡러

최근 지식공유 플랫폼 해피칼리지가 직장인 1,020명을 대상으로 한 설문조사에 따르면 응답자 중 49.2%가 N 잡러인 것으로 집계됐다. 또 이들이 N 잡러가 된 이유는 '돈을 벌기 위해'가 56.8%로 가장 많았으며 '제2의 인생 대비'(40.1%), '즐길 수 있는 일을 하려고'(34.7%)의 순이었다. N 잡러는 비단 MZ 세대뿐만 아니라 은퇴 이후를 고민하고 있는 40·50세대 사이에서도 실행 가능한 대안으로 여겨지고 있으며 증가하고 있다. 은퇴 이후를 고려한 안전장치가 될 수 있어서다.

문제는 N 잡러가 됐든, 잡노마드가 됐든 또는 파이어족이든 중요한 것은 안정적이면서도 충분한 소득원이 필요하다는 것이다. 그러나 현실은 그리 녹록치 않다. 어느 정도 안정된 수입원이 없다면, N 잡만으로는 생활이 힘들기 때문이다. 또 잡스엔(jobsN)에 따르면 부업을 하는 N 잡러들의 목표 수입은 월 70만 원 이상이지만 부업에서 버는 소득은 그리 많지 않았다. 응답자의 29%가 월 10만 원 이상~40만 원 미만을 번다고 답했으며 21%는 40만 원 이상~70만 원 미만을 번다고 응답했다. 또 한국노동사회연구소의 분석에 따르면 플랫폼노동자들의 월 평균 순수입은 125만 원 남짓에 불과하다.

애터미의 유효성

애터미는 과연 잡노마드 시대에 대안이 될 수 있을까? 된다면 과연 애터미 비즈니스의 어떤 점들이 유효한가?

첫 번째, 시간적인 유연성이다.

애터미 비즈니스는 '9 to 6'의 전통적인 직업이 아니다. 스스로 일하는 시간을 자유롭게 조정할 수 있다. 따라서 애터미 비즈니스를 하면서 얼마든지 다른 직업을 가

질 수 있다. 물론 애터미 비즈니스에 올인해도 된다. 자기 자신이 필요한대로, 길게도 짧게도 또는 징검다리 식으로 오전이든, 오후든, 늦은 밤이든 설정하고 실행할 수 있다. 다시 말해 시간에 대해 최대한의 자유로움을 제공하는 비즈니스인 것이다.

두 번째, 소득의 크기다.

애터미 비즈니스는 최대 월 1억 원 이상의 소득을 가져갈 수 있다. 또 임페리얼마스터를 달성하면 일시불로 현금 10억 원을 지급받는다. 소소한 아르바이트나 플랫폼 노동으로는 불가능한 소득의 크기다. 물론 애터미 비즈니스를 한다고 해서 무조건 이런 큰 소득을 가져갈 수 있는 것은 아니다. 꿈을 성취하고자하는 자신의 노력과 열정, 포기하지 않고 끝까지 최선을 다하는 자세 등이 필요하다.

세 번째, 진입장벽이 낮고 기회비용이 적다.

애터미 비즈니스는 자본도, 학력도, 기술도, 인맥도 요구하지 않는다. 한마디로 말해 경제활동이 가능한 성인이라면 누구나 할 수 있다. 국적 제한도 남녀 구분도, 나이 제한도 없다. 하다못해 배달업도 오토바이나 차량을 운전할 수 있는 기술이 필요하지만 애터미 비즈니스는 걸어 다닐 수만 있으면, 아니 나이 80에도 애터미 비즈니스에는 지장이 없다. 부업이라고 해도 이처럼 낮은 진입장벽을 가진 부업은 없을 것이다. 진입장벽이 낮은 만큼 기회비용도 거의 들지 않는다. 애터미 제품은 절대품질 절대가격을 모토로 하기에 가성비가 뛰어나다. 그 마저도 구매는 자신이 필요한 제품을 필요한 만큼만 구매하면 된다. 욕심은 금물이다. 그저 파트너 사업자 또는 잠재 사업자에게 가성비가 우수한 애터미 제품을 소개하고, 어떻게 구매하는지 가르쳐주기만 하면 된다.

네 번째, 소득의 지속성이다.

애터미 비즈니스는 회원 탈퇴를 하지 않는 이상, 사고나 질병 등의 불가피한 이유로 사업을 잠시 중단해도 소득의 유지가 가능하다. 일반적으로 대부분의 직업 또는 부업은 근로를 제공하지 않으면 수입이 끊긴다. 대기업이나 공무원의 경우라도 병가나 휴직에는 제한이 따르고, 무급인 경우가 많다. 그러나 애터미 비즈니스는 사고나 질병으로 일을 당장 하지 못한다 해도 소득이 바로 끊어지지 않는다. 자신이 일궈놓은 비즈니스에 따라 차이는 있지만, 소득이 유지되는 것이다. 뿐만 아니라 3대까지 상속도 가능하다. 이 점으로 인해 애터미 비즈니스는 일종의 사회안전망 역할을 한다고 할 수 있다.

다섯 번째, 글로벌 확장성이다.

애터미 비즈니스를 하는 회원들의 면면을 보면 영어를 하지 못해도, 캄보디아어를 몰라도, 아는 말레이시아 사람 하나 없어도 미국에서 러시아에서 말레이시아에서 사업을 펼치고 있는 리더 사업자들이 부지기수다. 어떻게 가능할까? 이는 전 세계 모든 회원들을 국적이나 시장에 따라 구분하지 않고 다 같은 회원으로 인정하는 애터미의 정책 때문이다. 즉 한국 사업자의 스폰서가 캄보디아 사업자이기도 하고, 필리핀 사업자의 파트너 사업자가 미국인이기도 한 것이다. 또한 애터미는 회원들의 글로벌 비즈니스를 지원하기 위해, 코로나19 팬데믹 상황에서도 해외 시장 개척에 진심이라는 점도 빼놓을 수 없다.

제심합력, 정선상략 등 한 차원 높은 비즈니스로 이끌어

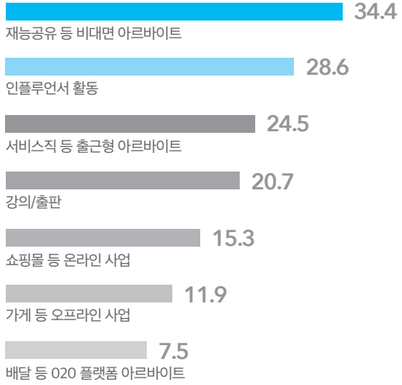
이러한 장점을 가지고 있는 것 외에도 빼 놓을 수 없는 또 다른 장점이 있다. 그것은 바로 비즈니스에 필요한 대부분의 것을 애터미가 지원한다는 것이다. 애터미는 사업자들이 어떻게 비즈니스를 펼쳐가야 하는지, 어떻게 스스로에게 또 파트너에게 동기부여를 할 수 있는지를 학습할 수 있는 ABR, ABS(Atomy Business School) 등 다양한 학습 프로그램을 준비하고 있다. 애터미 사업자들은 언제든지 이러한 프로그램을 무상으로 활용할 수 있다. 또한 석세스아카데미, 원데이세미나, 퇴근 후 애터미 등 회사와 사업자들이 서로 응원하고 축하하는 행사를 정기적으로 개최하고 있다. 특히 사업자끼리의 경쟁이 아닌 서로 합심하여 함께 성공을 향해 나아가는 제심합력 정신, 정직하고 올바른 것이야말로 최고의 비즈니스 전략이라는 정선상략 등은 애터미가 단지 얼마간의 소득을 벌 수 있는 잠재력 때문에 인기를 끌고 있는 것이 아니라는 것을 보여 준다. 또한 절대품질 절대가격으로 표현되는 가성비 높은 제품들은 사업자들은 물론 소비자들도 최소한의 고민으로 애터미 비즈니스 생태계에 합류할 수 있도록 해준다. 이러한 것들이 애터미 비즈니스를 한 차원 높은 비즈니스로 이끌어 준다.

위기는 기회의 다른 말이다. 애터미 비즈니스는 그 자체로 풀타임 잡인 동시에 잡노마드 시대의 N 잡러를 위한 최고의 '사이드허슬(Side Hustle)'임에 틀림없다. 본업 퇴근 후에 애터미 비즈니스를 하든, 애터미 비즈니스를 본업으로 하든 또는 N 잡 가운데 하나로 하든, 사업자 스스로의 성실성과 끈기, 열정으로 만들어 나가는 애터미 비즈니스는 시간이 흐를수록 안정적이면서도 충분한 소득원으로서의 역할을 담당하게 될 것이다. 평생직장은 사라지고 사람들은 직업을 찾아 떠도는 시대가 됐다. 애터미 비즈니스의 가치가 더욱 돋보이는 시대가 된 것이다. ⓪

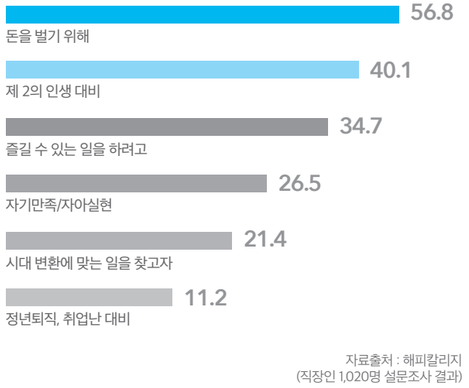
직장인 N잡러 인식 조사

(복수 응답)

현재 본업 외 N잡러 활동 분야는?



N잡러를 하는 이유는?



자료출처 : 해피칼리지
(직장인 1,020명 설문조사 결과)

애터미, 시간 활용을 극대화 할 수 있는 사업



강선애
다이아몬드

강선애 다이아몬드마스터, 본업은 부동산중개업이다. 28년간 미술학원을 운영했었다. 하지만 원아가 갈수록 줄어들어 결국 정리하고 말았다. 부동산중개업은 아버지와 딸 등 3대가 함께하고 있다. "부동산중개업도 미래가 불투명해요. 부동산을 방문하지 않고도 인터넷으로 모든 정보를 찾아보고 부동산을 거래할 수 있으니까요"
애터미를 만나고는 그리 오래 고민하지 않았다. 세월이 흘러도 밀려날 걱정은 없겠다는 확신이 들었기 때문이다. 미술학원도 그랬지만 현재의 본업인 부동산중개업도 미래에 대한 보장은 없다. 강선애 다이아몬드마스터는 "시간을 자유롭게 활용할 수 있다는 것이 애터미의 가장 큰 장점"이라며 "본업이 있어도 얼마든지 유연하게 일하는 시간을 조정할 수 있기 때문"이라고 설명했다.
또 하나, 혼자 하는 사업이 아니라 스폰서와 파트너가 함께하는 사업이라는 점도 빼놓을 수 없는 장점이다. 특히 부동산 업무로 바쁠 때는 스폰서나 파트너의 도움을 받을 수 있다. 그리고 퇴근 후에는 낮 시간의 공백을 메우고 스폰서와 파트너의 도움에 보답하기 위해 더욱 열심히 애터미 사업에 매진하는 것이다. "두 가지 일을 하다 보니 시간 배분이 어렵기는 하지만 애터미의 유연함이 큰 도움이 됩니다. 또 노력하는 만큼 소득이 커질 수 있으니 단순한 시간제 일자리와는 비교할 수 없어요" 실제로 강선애 다이아몬드의 수입은 애터미가 본업이라고 해도 될 만큼 쏠쏠하다.
네트워크마케팅이라는 사실은 적잖은 장애물이다. 하지만 누구에게 피해를 주는 것도 아니다. 거절을 당한다 해도 '지 맘의 법칙'이 있으니 상처받지도 않는다. "때때로 힘들고 포기하고 싶을 때는 세미나를 들어보세요. 포기하지 않고 열심히 한다면 느린 것 같지만 가장 빠르게 돈 버는 길이 애터미라는 것을 알게 될 것입니다"

Editor_이영민

구강건강은 물론, 환경까지…
칫솔에도 가치 소비 뜬다

믿을 수 있는 거제 맹종죽 소재에 신기술 적용된
애터미 대나무 칫솔 출시



• 상기 이미지는 출시 시점에 변경될 수 있음.

최근 가치 소비 열풍 속에 플라스틱 제품들을 친환경 소재로 대체하려는 움직임이 늘고 있다. 애터미는 이러한 추세에 발맞춰 환경까지 생각하는 친환경 제품 개발, 출시를 본격화하며 손잡이 등을 친환경성이 뛰어난 대나무 소재로 대체한 대나무 칫솔을 선보인다.

72억 개의 플라스틱 칫솔, 친환경 대체 움직임

우리가 사용하는 플라스틱 칫솔은 전 세계적으로 2019년에만 약 72억 개에 이른다. 매년 5.4%씩 증가해 2024년에는 약 93억 개를 넘을 것으로 전망된다. 하지만 플라스틱 칫솔은 일부분만 재활용되고 대부분 소각되거나 매립되어 환경에 부담을 준다.

이런 배경에서 새롭게 개발된 친환경 칫솔 중 대표적인 것이 대나무 칫솔이다. 시장조사업체 '그랜드 뷰 리서치'에 따르면 전 세계 대나무 칫솔의 시장규모는 2019년 기준 약 280억 원으로, 2027년까지 매년 약 9.5%씩 성장할 것으로 전망된다. 전체 칫솔 시장에서 성장률이나 관심도 측면에서 높은 가능성을 보이며 조용한 열풍을 일으키고 있다.

세계에서 대나무 칫솔을 가장 많이 생산하는 곳은 중국이다. 국내에서도 시중에 판매되는 대나무 칫솔 중 대부분이 중국산 수입 제품이다. 일부 국내 생산 제품도 있지만, 원재료는 중국이나 베트남에서 수입하고 식모는 국내에서 하는 형태다.

이에 애터미는 100% 국내산 자재와 신기술로 국내에서 직접 제조해 더욱 믿을 수 있는 품질의 대나무 칫솔을 선보인다.

소재부터 믿을 수 있는 거제 맹종죽 대나무칫솔

대나무는 식물성 소재로 자연 분해가 가능할 뿐만 아니라, 성장이 빠르고, 잘라내도 이어서 다시 자라나는 속성이 있다. 때문에 다른 나무 소재보다도 환경에 미치는 영향이 적다. 전문가들이 권장하는 칫솔 교체 주기는 3개월에 1번으로, 이 기준에 따르면 1인당 연 4개의 칫솔을 사용하게 된다. 그만큼 일상적으로 많이 사용하는 제품으로 이를 친환경 소재로 전환하면 환경보호에 도움이 된다.

또한, 애터미는 지난해 거제시 하청농협과 업무협약을 체결하고 거제시 하청면을 중심으로 재배되는 맹종죽을 대나무 칫솔 원자재로 채택했다.

거제산 맹종죽은 국내 전남대학교의 연구를 통해 중국산 맹종죽 대비 겉 방향의 휨 강도는 14.95%, 안 방향의 휨 강도는 5.92% 높게 나타나는 등 뛰어난 물성이 증명된 바 있다.

애터미의 대나무 칫솔은 착한 유통, 가치 소비에 일조하는 친환경 제품일 뿐만 아니라 기존 제품들과는 차별화되는 좋은 원자재, 지역 농촌경제와의 상생이라는 측면에서도 큰 의미를 갖는 제품인 것. 더 나아가 관련 설비 구축을 통해 칫솔 외에도 향후 다양한 대나무 소재 제품 개발로 이어지는 기회가 될 것이다.

100% 국내생산, 신기술을 통한 완벽한 품질

국내 농가와의 협약을 통해 건강하고 믿을 수 있는 자재를 확보한 애터미 대나무 칫솔은 제조 공정에서도 기존 제품과 차별화된다.

맹종죽이 재배되는 거제시 하청면에서 원죽 수급은 물론, 재단, 건조, 형상 가공까지 기본적인 공정을 직접 처리한 후, 전문 제조 공장에서 열처리 코팅과 홀 가공, 식모, 포장을 거쳐 완제품화 하는 3단계 공정으로 이뤄진다. 대나무라는 특수한 재료를 사용하는 만큼 대나무 칫솔 제조에 있어서 대나무의 물성에 대한 이해는 매우 중요한 부분이다.

그런 점에서 애터미 대나무 칫솔은 원재료 수급은 물론, 기본 공정을 현지 전문가들이 담당하며, 최종 제조 과정까지 국내에서 체계적으로 관리함으로써 품질의 완성도를 높일 수 있다.

여기에 더해 세계 최초의 신기술로 품질과 사용성을 더욱 높였다. 특허 출원 중인 콜드 프레싱(Cold Pressing)이라는 칫솔 형상 제작 기술로 목재 손잡이의 강도를 향상하고 쾌적한 사용감을 주는 웨이브 형상을 완성한다. 또한, 일반적인 드릴링 방식으로 구멍을 만들어 찌꺼기나 가공 오차가 발생하고 식모 후 불량률이 높은 제품들과 달리 레이저를 사용한 정밀 가공으로 칫솔모를 홀에 정확히 일치시켜 품질 수준은 높이고 불량률은 최소화했다.

칫솔모 소재도 일반적으로 많이 사용되는 나일론 일반모 대신 애터미 칫솔의 트레이드 마크인 금모 소재의 슈퍼 슬림모를 적용했다. 나일론 소재는 치아 표면 세정에는 뛰어나지만 끝을 뾰족하게 하는 미세모 가공이 불가능하다는 단점이 있다.

하지만 애터미 대나무 칫솔은 칫솔모 끝을 미세하게 가공해 치아와 잇몸 사이의 이물질 제거에 탁월한 성능을 보이며, 세척력은 높으면서도 인체에 적합한 모양으로 디자인돼 사용상에도 안전성을 갖췄다.

앱솔루트하게 마스크팩하다!

'자연에서 얻은 귀한 성분'으로 응답하는 앱솔루트 마스크 시리즈

날씨, 장소, 호르몬에 따라 날마다 달라지는 피부고민. 스킨케어를 매일 다르게 바를 수도 없는 노릇. 이때 해답이 되는 것이 있다. 각각의 피부고민에 응답하는 4가지 솔루션의 마스크. 셀랙티브 코드와 신기술로 더욱 앱솔루트하게! 자연에서 얻은 귀한 성분들만 모아 모공&피부정화, 수분진정, 안티에이징&미백, 영양&탄력의 고민을 해결한다, 홈뷰티족들을 위해 출시예정인 애터미 앱솔루트 마스크 시리즈 4종을 에디터가 먼저 체험해봤다.

24K 골드 나이트 마스크

#복합안티에이징 #장벽튼튼 #슬리핑팩 #워터뱅크겔시스템

해마다 슬리핑팩의 인기가 식지 않는 건 바르고 잠들면 되는 편안함과 하루 동안 외부 환경에 지친 피부를 밤 사이 회복시켜주기 때문이다. 애터미 24K 골드 나이트 마스크는 피부장벽을 강화해주는 '앱솔루트 셀랙티브 올마이트 코드' 함유로 당신이 잠자는 사이, 피부 복합 안티에이징을 돕는다. 또한, 수면의 질을 높인다고 잘 알려진, 세계에서 가장 비싼 향신료 샤프란에서 추출한 워터가 함유돼 피부결과 피부톤 개선을 돕는다. '수분은행'이라는 뜻의 워터 뱅크 젤 시스템 기술로 보습과 영양성분을 피부 속 가득 채운다. 피부에 촉촉하게 발리면서 진짜 금이 녹는 모습에 두눈이 동그래지고 다음날 아침, 윤이 나는 피부에 또 한번 두눈이 동그래진다.

18K도 아닌 24K 진짜 금이라니! 피부가 밤새 호강했구나!



제품별 케어 효과

애터미 앱솔루트 24K 골드 나이트 마스크

슬리핑 마스크



☑ 피부 장벽 강화
☑ 피부결 케어
☑ 피부 밝기 개선
☑ 복합 안티에이징

애터미 앱솔루트 히노키 클레이 마스크

워시오프 마스크



☑ 각질&노폐물 정화
☑ 모공 탄력 케어

애터미 앱솔루트 프렌치 로즈 마스크

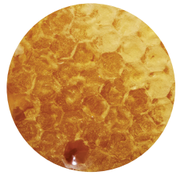
워시오프 마스크



☑ 피부 진정
☑ 수분 공급
☑ 피부 열감 해소

애터미 앱솔루트 허니 진생 마스크

워시오프 마스크



☑ 피부 영양 공급
☑ 보습개선
☑ 피부결 개선

히노키 클레이 마스크

#모공청소 #모공탄력 #노폐물제거 #머드팩 #컨덴스스태킹시스템

모공 고민을 한번쯤 안해본 사람이 있을까? 무더운 날씨, 땀과 미세먼지 등의 노폐물로 점점 늘어지는 모공 케어에는 히노키 클레이 마스크가 응답한다. 프랑스 화산지역인 오베르뉴 지방의 그린 클레이가 피부의 노폐물을 흡착해 모공을 깨끗하게 관리하는데 도움을 주고 편백잎 가루가 함유돼 마일드한 각질 제거 효과를 준다. '앱솔루트 셀랙티브 브라이트닝 코드'로 피부가 한층 밝아지는 것은 물론, 고함량의 머드를 안정적으로 피부에 전달하는 컨덴스 스태킹 시스템으로 머드가 가진 풍부한 미네랄을 피부에 전해 피부 방어력을 높인다.

내가 좋아하는 그린머드팩, 모공 청소로 하루종일 보송보송!

프렌치 로즈 마스크

#수분진정 #피부쿨링 #열감해소 #워터리 #꽃젤리 #워터풀시스템

프랑스 장미 꽃잎과 스위스 퓨어 워터가 만난 프렌치 로즈 마스크. 피부에 도톰하게 바르면 워터풀시스템으로 피부 열을 즉각적으로 내려준다. 이 외에도 히알루론산과 불가리안 로즈 오일, 다마스크 장미추출물이 피부 안팎으로 수분을 채운다. 즉, 피부에 즉각적인 수분 공급과 진정을 돕는 리얼 로즈 꽃잎 팩으로 바를 때마다 손가락 끝에 꽃이 내려앉은 걸 볼 수 있다. 바르자마자 달콤한 장미향이 코 끝을 감싸며 시원함이 피부에 퍼지고 씻어내고 나면 촉촉한 피부가 기다리고 있다.

피부에 열이 많으신 엄마가 출시되자마자 사시겠다고 찜!

허니 진생마스크

피부영양 #피부결개선 #진짜꿀팩 #홍삼팩 #쫀쫀 #쫀득 #퀵멜팅 시스템

꿀은 보습력이 좋고 영양가가 높아 팩 소재로 자주 추천된다. 허니 진생마스크는 꿀과 홍삼이 만나 풍부한 보습과 영양을 준다. 꿀은 '리얼 마누카 꿀'과 'DMZ 지역의 청정 꿀'을 사용했고 홍삼은 최상위 등급인 '천삼'에서 추출한 워터를 사용했다. 피부에 뭉근한 온열감으로 피부 순환을 돕고 '퀵 멜팅 시스템'으로 피부에 초밀착되어 굴곡진 부분까지 케어할 수 있다. 또한, '앱솔루트 셀랙티브 리프팅 코드' 함유로 탄력 있는 피부로 가꿔준다. 쫀득쫀득한 프리미엄 꿀과 홍삼을 얼굴에 바르는 느낌으로 먹고 싶을 정도로 달콤한 향이 꿀잠 잘 준비를 시키는 듯하다. 씻어내는 순간에도 "이거 진짜 꿀 아니야?"라고 생각될만큼 피부에 촉촉함이 가득하다.

바르는 순간 꿀잠 꿀피부 예약!



❶ 2022년 5월 석세스아카데미, 이연자 임페리얼마스터 승급식 세레모니

임페리얼마스터가 되면 비로소 보이는 것들

아낌없이 주는 나무가 되라

"임페리얼마스터를 달성하고 나니 비로소 보이는 것들이 있네요. 산꼭대기에 오르면 더 넓은 세상이 보이듯, 시야도 마음도 넓어지네요" 이연자 임페리얼마스터의 이야기다. 지난 5월, 애터미오롯 비전홀에서 열린 2년 만의 석세스아카데미에서 11번째 임페리얼마스터가 탄생했다. 그녀의 승급식은 현장직관 인원 4,000여 명, 글로벌 온라인 참석 인원 18,000명 등 22,000여 명이 지켜봤다. 엔데믹과 함께 전 세계 애터미언즈들에게 새로운 도전의 의지를 촉발하는 트리거가 된 것이다.

삶의 막다른 골목에서 애터미를 선택하다

"생각이 바뀌면 인생이 달라져요. 그 생각이 애터미로 바뀌면 삶이 행복해져요" 지난 5월 승급식에서 한 말이다. 애터미를 선택하기까지 이연자 임페리얼마스터의 삶은 순탄하지 않았다. 세 아이를 홀로 키우며 생활고에 극단적인 생각을 하기도 했었다. 애터미를 처음 알게 되었을 때도, 삶의 마지막이 다단계로 점철될 수는 없다는 생각에 한사코 거절했다. 네트워크마케팅이란 남에게 피해를 주는 거라고만 생각했다. 그 생각이 바뀐 것은 끈질긴 설득 때문이었다. 선심이라도 쓰듯, 그토록 원한다면 세미나에 한 번 참석해주자며 유람 삼아 따라갔다. 그렇게 선심을 쓴 지 십여 년 후, 이연자 임페리얼마스터의 삶은 달라졌다.

이연자 임페리얼마스터의 꿈은 요리하는 것이었다. 요리학원에서 가르치기도 했다. 이제는 조금 바뀌었다. "아이들이랑 세계 여행을 해보고 싶어요. 몽골도 가보고 싶고 어디도 가보고 싶고 했는데 아직 한 번도 못 했어요. 새로운 목표라고나 할까요" 일상의 여유로움을 이제는 느껴보고 싶다. 아이들이 하고 싶은 것도 마음껏 할 수 있게 해주고 싶다. 때로는 아이들과 마음껏 쇼핑도 하고 싶다. 그리고 그런 하고 싶은 것들을 언제든 할 수 있게 된 사실이 고맙다. "너 고생했으니까 내가 너 하고 싶은 거 다 해줄게" 임페리얼마스터를 달성하고 나서 며느리에게 한 말이다.

원칙적으로만 하면 행복할 수 있는 비즈니스

이연자 임페리얼마스터의 성공학 개론 첫 번째 지론은 아낌없이 주는 나무가 되어야 한다는 것이다. 혼자서는 임페리얼마스터가 될 수 없다. 스폰서와 파트너가 함께 뛰어야 한다. "2인 3각 경기예요. 혼자서만 빨리 간다고 되는 것이 아니에요" 맞는 말이다. 중요한 것은 어떻게 후원하느냐는 것이다. "내가 마음을 더 넓게 쓰고, 더 적극적으로 함께 가는 것이죠" 애터미 사업, 사람과 사람이 만나고 어우러지면서 성장하는 사업이다. 어떤 사업인들 아니 그러랴 만은 애터미 사업은 특히 더 그렇다.

파트너 한 사람이 이연자 임페리얼마스터에게 물어봤다.

"(임페리얼마스터가 된)기분이 어떠세요?"

"사장님도 이 자리에 올라와 보면 느낄 거예요. 그 기분을 느낄 수 있게끔 진짜 부지런히 도와줄게요."

이연자 임페리얼마스터의 진심이다. "나 한 사람으로 인해서 이렇게 많은 사람들이 경제적 자유를 향해 함께 가게 되잖아요. 바로 애터미 비즈니스의 가치죠. 누구나 원칙적으로만 하면 행복할 수 있는 그런 비즈니스라는 것을 다시 한번 느꼈어요"

도전하지 않으면 성공할 수 없어

두 번째 지론은 도전을 즐겨야 한다는 것이다. 애터미 비즈니스를 해야겠다고 생각을 바꾸자마자 이연자 임페리얼마스터의 일상은 도전이 됐다. 사위 카드를 빌려서 제품을 구매해서는 직접 소분해서 낮에는 미용실, 밤에는 찜질방에서 나눠줬다. 나눠주면서 하는 것이라고는 '한 번 써보세요'라고 하는 것이 전부였다.

좌우 균형을 맞춰야 한다는 것도 몰랐다. 그저 내가 열심히 하면 회사에서 돈 벌게 해줄 거라는 확신 하나로 임페리얼마스터까지 왔다. 그런데 그 자리에 오르니 또 보이는 것들이 있다. 만 원짜리 하나가 여느 사람 10만 원보다도 컸던 시절을 몸소 겪었던 만큼 남 일 같지가 않다. 애터미는 똑똑하다고 성공하는 게 아니고 또 조금 부족하다고 반팽이라고 성공을 못 하는 것도 아니다. 중요한 것은 원칙을 지키는 것이다. "내가 성공하기 위해 할 수 있는 것을 파트너들을 위해서도 하는 것이 원칙이라고 생각해요. 인간미도 좀 있어야 되고 서로가 소통을 해야 하는 것은 기본이죠"

미국에서의 사업도 그랬다. 미국법인이 생기기도 전, 다들 말리는데도 미국에 건너갔다. 수많은 고초를 겪으며, 때로는 본사 임직원과 티격태격하면서도 애터미에 대한 믿음으로 사업에 집중했다. 직접판매의 본고장이자 수많은 글로벌 직판기업들이 즐비한 곳, 그곳에서 애터미 사업을 하겠다는 생각 자체가 평범한 것은 아니었다. 지금이야 당연한 일이지만 그 당시 애터미는 소위 말하는 '듣보잡' 직판기업이었다. 한국에서도 신참기업이었는데 미국에서야 오죽 했겠는가. 그런 미국 시장에서 두 명의 크라운마스터를 키워냈다. "심재광 크라운마스터가 이번에 와서 얘기하더라고요. 그때 내가 세미나 했던 것을 테이프에다 녹음해 가지고 그거 들고 다니면서 사업했다고" 이연자 임페리얼마스터의 목표는 파트너들이 힘들지 않게 사업할 수 있도록, 열심히 하는 파트너들이 돈을 벌고 행복을 찾을 수 있도록 도와주는 것이다. 파트너들이 사업하는 방법을 물어 올 때면 그렇게 기분이 좋을 수가 없다. "그런 파트너들 가서 한 번 돌아보고, 조언도 하고 도와줄 수 있는 것이 뭘까 그런 것을 생각하면 너무 행복해요" ⓐ



이연자 임페리얼마스터와 가족들

척박했지만 성공할 수 있다는 꿈이 있어 행복했다

황진애 크라운마스터 · 심재광 크라운마스터, 미국에서 성공을 외치다

미국은 애터미의 첫 번째 해외법인이 세워진 곳이다. 동시에 직접판매의 발상지이자 수많은 글로벌 직접판매 기업들이 군웅할거(群雄割據)하고 있는 세계 최대의 직접판매 시장이다. 최근 미국법인에서는 두 명의 크라운마스터가 탄생했다. 주인공은 바로 황진애 크라운마스터와 심재광 크라운마스터! 법인 설립 12년 만이다. 언어와 문화가 다르고, 거리와 인구밀도가 불리하고, 경쟁은 세계 그 어느 시장보다 치열한 미국이다. 그 미국에서 크라운마스터가 탄생했다는 것은 애터미의 경쟁력이 만만치 않다는 것을 단적으로 보여주는 증거라고 할 수 있다.

한 사람을 만나기 위해 차로 16시간

미국에서 직접판매를 한다는 것은 한국과는 아주 다르다. 언어와 문화의 얘기가 아니다. 경쟁과 시스템의 얘기다. 이름만 대도 알만한 기업들, 한국시장에서도 월등한 경쟁력으로 업계 선두권으로 나선 기업들의 본거지에서 경쟁을 해야 한다. 그것도 한국에서조차 잘 알려지지 않은 상태에서 말이다. 거기에 언어와 문화, 넓은 국토는 덤이었다. "초창기 때는 주로 어디 소개를 받아서 리쿠르팅을 하러 갔죠. 그분이 제가 오는지도 모르고 그냥 제가 찾아가는 거예요. 차를 타고 16시간을요!" 만나줄지조차도 모르는 채 무작정 가는 것이다. 돌아오는 길엔 차 안에서 잠을 청하는 게 다반사였다. 하지만 그건 각오한 일이고 힘들다고 생각되지 않았다. 심재광 크라운마스터는 '시스템을 돌릴 인력'이 부족한 것이 가장 큰 어려움이었다고 했다. 한국 리더들은 자주 올 수도 없었고, 언어장벽도 만만치 않았다. 현지인은 간절함이 부족했다.

황진애 크라운 마스터도 크게 다르지 않았다. "저도 비슷해요. 한 번은 소개받아서 비행기까지 타고 갔는데, 가보니 그냥 연락처만 준 거예요. 애터미나 제품에 대해 전혀 얘기하지 않고, 제가 온다는 말도 하지 않았던 거예요. 제품과 비즈니스에 대한 확신이 없었다면 하릴없이 되돌아왔겠죠. 하지만 그에 대한 확신이 있었기에 그런 기회조차도 반가웠어요."




애터미파크 방문한 황진애 크라운마스터


프로모션 여행 중 황진애 크라운마스터


심재광 크라운마스터와 가족

성공을 위해서라면 이사가 문제랴

그런 상황에서도 황진애 · 심재광 크라운마스터는 꿋꿋했다. 자신들만의 간절함과 확신을 가지고 흔들림 없이 애터미 사업에 매진했다. 황진애 크라운마스터는 애터미 사업 때문에 시애틀로, 뉴욕으로, 그리고 텍사스까지 이사를 마다하지 않았다. 한 곳에만 있다 보면 개척하기가 힘들었기 때문이다. "시애틀에서 해봤고요. 뉴욕에 가서 뉴욕팀들이 잘 할 수 있게 해봤고요. 멕시코법인이 오픈한다기에 멕시코와 가까운 텍사스로 이사했어요." 한국처럼 전국이 일일생활권인 것도 아니고, 도시마다 집을 얻을 수도 없으니 어쩌겠는가. 그렇게 핸디캡을 하나하나 극복해 나갔다. 지금처럼 줌 미팅이 가능하지도 않았던 초창기 시절, CD나 테이프 같은 툴이 거의 전부였다. 그 난관을 타개할 수 있었던 것은 바로 '제심합력'이었다. 심재광 크라운마스터는 "몇 장 시디가 교육의 전부였는데 아무래도 한계가 있었죠. 그러다가 한국 리더분들이 미국에 오셔서 노하우나 성공스토리 등을 공유하기 시작하면서 많이 성장을 하기 시작을 했어요."라고 당시를 회상했다.


심재광 크라운마스터와 미국회원들



당당하고 멋진 모습으로 만들어주는 도구

황진애 · 심재광 크라운마스터에게 애터미는 어떤 의미일까? 황진애 크라운마스터는 '당당하고 멋진 모습으로 만들어주는 도구'라고 했다. "애터미는 분명 삶에 도움이 되고 필요한 일이에요. 당당하고 멋진 인생을 만들어주거든요. 그 정보를 혼자만 갖고 있는 것은 죄악이죠. 누구 한 사람이라도 저에게 '왜 늦게 이야기해 줬어?' 이런 소리는 듣지 말아야죠." 모두가 함께 당당하고 멋진 인생을 살 수 있다면 그 아니 좋은가!

"애터미는 크게 성공할 수 있는 아주 고급정보예요." 심재광 크라운마스터의 말이다. 그냥 고급정보가 아니다. 아직 거의 대부분의 사람이 모르는, 보물 같은 고급정보다. "사람들이 아직도 애터미에 대해 정확하게 모르고 있다는 것이 바로 기회예요. 이 고급정보를 많이 활용하고 알리는 사람은 크게 성공할 겁니다."

황진애 크라운마스터 심재광 크라운마스터와의 Q&A

Q. 미국 사업에서 가장 힘들었던 점은?

심재광 : 많은 사람들이 미국에서 가장 힘들 것이라고 생각하시는 게 거리예요. 미국은 한국에 비해 정말 넓거든요. 하지만 전 거리는 그렇게 힘들었다고 생각해 본 적이 없어요. 저는 먼 줄을 모르고 다녔어요. 성공해야 한다는 간절한 생각뿐이었거든요. 근데 한국을 몇 번 다녀와 보니깐 한국에 비하면 미국은 정말 넓더군요.(웃음) 제가 미국에서 힘들었던 점은 시스템 이었습니다. 인구밀도가 낮으니 모이는 사업자 수도 굉장히 적어요. 사람들이 모여서 분위기가 살아나야 하는데 그렇지 못하니 시스템을 돌리는 입장에서 맥이 빠지죠. 또 시스템을 돌릴 사업자들을 찾기도 힘들었어요. 한국에서 오신 리더들은 영어가 안 됐고, 미국 현지인들은 간절함이 없었어요. 더군다나 영어 시스템 따로, 한국어 시스템 따로 돌려야 하니 힘은 두 세 배가 들어도 효과는 반도 나지 않았어요.

또 스페니시와 중국어 시스템도 따로따로 돌려야 했으니 힘든 것은 말로 다 설명할 수가 없을 정도였어요. 그래도 지금은 엄청 환경이 좋아지고, 좋은 마인드의 파트너들이 많이 나와서 행복합니다.

황진애 : 저희 부부는 맞벌이를 해야 가까스로 세 아이를 공부시키고 살아갈 수 있었어요. 그래서 애터미를 시작했지만, 처음에는 전업을 할 수 없었어요. 워낙 인구가 넓게 분포되어 있어 파트너 한 명을 만나기 위해 비행기를 타고 오가야 했기 때문에 시간과 경비가 가장 부담이 되었고 힘들었어요. 다이아몬드마스터를 달성하고 나서야 비로소 풀타임으로 전념할 수



황진애 크라운마스터 승급 세레모니

있었는데, 그 정도의 수입을 이루는 데까지가 가장 힘들었던 것 같아요. 그 어려움을 이겨 낼 수 있었던 것은 반드시 성공해야 한다는 절실한 마음과 그것을 이뤄낼 수 있다는 확신이 있었기 때문이에요.

Q. 현지인 파트너들과의 커뮤니케이션은 어떻게 하고 있나?

황진애 : 영어로 합니다. 애터미 사업은 절대품질 절대가격, 절대시스템을 잘 이해하고 전달만 하면 됩니다. 그게 애터미의 비전이자 최고의 마케팅이고 사람들을 애터미의 시스템으로 끌어들이는 확실한 모티브가 돼요. 'look at me, You can use it for 3 day.' 이렇게만 해도 좋은 제품, 좋은 회사라는 사실은 충분히 전달됐어요. 진심은 언제나, 누구에게나 통하는 법이니까요.

심재광 : 지금은 자신감이 있지만 처음엔 외국인 파트너들과 소통할 때 열등감 때문에 많이 힘들었어요. 영어가 모국어도 아니고 아무리 오래 미국에 살았어도 영어가 절대 편해지지 않아요. 그래서 전화로는 아직도 힘들고, 얼굴을 보고 해야 겨


미국 석세스아카데미 참석 중인 심재광 크라운마스터


황진애 크라운마스터와 미국 회원들

우 대화가 자연스럽게 이어져요. 그런데 요즘엔 줌미팅이 나와서 파트너와의 소통이훨씬 자유로워졌어요.

Q. 애터미 사업의 성공을 위해 가장 중요한 것이라면?

심재광 : 사훈에서도 나오듯이 영혼을 소중히 여기는 마음, 그리고 생각을 경영할 줄 알아야 하고, 무엇보다도 믿음을 가져야 합니다. 회사에 대한 믿음뿐만 아니라 나 자신의 성공에 대한 믿음도 필요하죠. 마지막으로 겸손하지 않으면 아무것도 안 됩니다. 그야말로 애터미 사업자들이 흔히 말하듯이 사훈대로만 하면 성공한다는 말에 저도 한 표 보탭니다.

황진애 : 열정, 신뢰, 간절함이라고 생각합니다. 열정은 애터미 사업의 성공 가치를 발견하고 나만의 철학이 세워져야 나올 수 있기 때문이에요. 그리고 신뢰는 제심합력의 기본이거든요. 저희가 이렇게 성공할 수 있었던 것은 한국 리더들이 라인을 따지지 않고 미국에 와서 후원을 해 주었기 때문입니다. 애터미 시스템에 대한 신뢰, 서로에 대한 신뢰, 자신의 성공에 대한 신뢰가 필수인 것이죠. 마지막으로 사랑하는 사람을 위해반드시 성공하겠다는 간절함이 있어야 해요. 그래야 고되고 힘든 성공의 길에서 그 간절함을 붙잡고 절대 포기하지 않고 성공자의 길에 오를 수 있어요.

Q. 애터미가 다른 직접판매 회사와 다른 점은?

심재광 : 제가 다른 직접판매회사를 겪어보긴 했지만 이렇게 성공이란 것을 해본 적은 없어요. 솔직히 말하면 성공 근처의 근처도 못 가봤어요. 성공할 수 있다는 확신보다는 성공할 수 있지 않을까 하는 마음으로 시작했기 때문일 거예요. 애터미라는 회사는 그 태생부터, 비전이나 시스템 등 모든 것이 남다른 회사예요. 사훈부터가 범상치 않잖아요. 경영목표부터 시작해서 창업이념, 경영방침 등 하나하나가 정말 심오한 회사예요.

황진애 : 애터미는 '영혼을 소중히 여기며 생각을 경영하며 겸손히 섬기자.'라는 CEO의 경영철학을 확실히 실천하는 사람은 반드시 성공할 수밖에 없는 성공시스템을 갖고 있어요. 나만 잘살고 성공하는 것이 아닌 모두가 함께 성공할 수 있는 유일한 회사가 애터미예요.

Q. 크라운마스터가 되고 나서 달라진 점은?

심재광 : 일단 자신감이 더 붙었어요. 물론 임페리얼마스터를 향해 간다는 사실은 예나 지금이나 다름없어요. 그러나 달라



심재광 크라운마스터 승급 세레모니

진 점은 이제 고지가 가시권에 들어왔다는 사실에 마음이 좀 더 흥분된다는 것입니다. 더욱 열심히 뛰어서 빨리 고지를 점령하고 싶은 마음입니다.

황진애 : 애터미를 향한 확신과 열정은 처음 시작할 때나 지금이나 한결같아요. 달라진 게 있다면 누구를 만나도 아무런 부담 없이 훌륭한 식사를 대접하고 전 세계 어디를 오가도 기쁘게 경비를 지출할 수 있는 경제적인 여유! 그리고 성공자의 자리에 오른 만큼 세련되고 품위 있는 자세가 갖춰졌다고나 할까요. 또 하나, 파트너들을 살펴보고 지원해주는 데 조금 더 적극적일 수 있게 되었다는 점이에요.

Q. 전 세계 애터미 회원들에게 하고 싶은 말이 있다면?

심재광 : 첫째로 내가 하는 일이 무엇인지를 정확히 알고 해야 합니다. 애터미는 사람을 살리는 일이예요. 자본주의 사회에서 돈 없이는 살 수 없기 때문에 돈을 벌지 않아도 돈이 알아서 들어오게 해야 합니다.

둘째로 끝까지 포기하지 마세요. 정말 되는 일을 하는 거예요. 애터미에서의 성공은 그 어느 것과도 비교할 수 없을 겁니다.

세 번째는 서로 사랑하라는 것입니다. 자주 소통하고, 자주 식사도 같이 하고, 자주 만나다 보면, 서로 통하고 공감대와 신뢰가 쌓이고 그러다 보면 정말 파트너를 사랑하게 될 겁니다.

황진애 : 애터미 사업은 시간과 경제적인 자유를 누리면서 사랑하는 사람들을 지켜낼 수 있는 일입니다. 여러분의 행복을 지켜내고 싶다면 애터미 사업을 제대로 알아보세요. 그리고 사랑하는 사람들에게도 알려서 자유로운 삶을 살 수 있도록 도와주세요.

소금과 오일로 윤기나게! 애터미 솔트 바디스크럽

전문 에스테틱 못지 않은 여름철 피부관리

더워지는 날씨에 여름옷을 꺼내입다 다리, 팔꿈치의 하얀 각질을 마주하고 깜짝 놀란 각질 부자들을 위한 초간단 아이템, 애터미 솔트 바디스크럽이 출시된다. 애터미 솔트 바디스크럽은 미세하고 부드러운 천연 솔트와 피부 보습에 효과적인 식물성 오일이 함유 되어 전문 에스테틱 관리 부럽지 않은 윤기나는 피부를 선사한다.



바다소금과 호수소금의 환상조합

애터미 솔트 바디 스크럽은 플라스틱 비즈 스크럽제 대신 피부와 지구에 착한 성분인 '소금'을 주원료로 한다. 동해안의 해수를 2번 여과하고 4번 증발한 뒤 얻어진 순도 99%의 깨끗한 정제소금과 안데스 산맥 해발 3,700m 청정호수에서 수억 년 전 생산된 청정염 두가지를 주원료로 하는데, 단 한가지 소금을 사용한 것이 아니라 작은 입자의 바다소금과 굵은 입자의 트레살 소금, 두가지 소금의 조화로 피부 각질을 효과적으로 제거한다. 실제로 사용을 해보면 미세하고 부드러운 천연 솔트가 자극 없이 각질을 제거해주고 프리미엄 소금이 지닌 풍부한 미네랄 성분이 피부 노폐물을 제거해 혈액순환까지 도와주는 듯 하다.

식물성 오일 함유로 윤기나는 피부결

애터미 솔트 바디 스크럽은 식물성 오일이 함유되어 피부에 오일막을 형성해 촉촉한 보습감을 준다. 처음 바디에 발릴 때는 소금이 녹으면서 부드럽게 롤링되는데 오일리한 마무리감으로 촉촉하고 윤기나는 피부를 만날 수 있다. 애터미 솔트 바디 스크럽에 사용된 오일은 사이프러스 오일과 비자 오일. 사이프러스 오일은 사이프러스 나무의 잎과, 열매, 뿌리를 증기증류법으로 추출한 에센셜 오일로 심리적 긴장 완화에 도움을 준다. 비자

슈가 바디스크럽



- **제형:** 칼라민을 함유해 핑크빛을 띠는 젤타입 슈가 스크럽
- **원료:** 칼라민, 포도씨 가루, 크렌베리씨 가루, 호두나무 열매껍질가루, 자연유래 식물성오일
- **타겟:** 민감성, 건성피부
- **향:** 우아하면서 발랄한 Floral 향

솔트 바디스크럽



- **제형:** 오일을 머금은 젤타입 솔트 스크럽
- **원료:** 동해바다소금, 트레살 솔트, 블루 사이프러스 오일, 비자 오일
- **타겟:** 지복합성 피부
- **향:** 편안한 Floral Musk Powdery 향

오일은 여드름, 등드름 억제에 탁월한 항균효과를 지니는데 예로부터 피부병 환자가 바를 정도로 신성한 오일로 여겨졌다. 항균력이 높지만 피부 자극감이 적어 안심하고 사용할 수 있다.

전문 에스테틱 느낌 그대로!

바디 피부는 얼굴에 비해 피지선이 적어 각질이 쉽게 발생하고 각질층도 두껍다. 그래서 아주 오래전 엄마 세대에는 때밀이가 유행했나보다. 요즘에는 팬데믹으로 인해 대중탕이나 에스테틱 방문이 꺼려지면서 바디스크럽을 찾는 사람들이 늘었다. 애터미 솔트 바디스크럽은 소금입자와 오일이 주는 기분 좋은 자극이 건강한 마사지를 도와 전문 에스테틱에 와 있는 것 같은 기분을 준다. 또한, 봄바람에 흩날리는 꽃향처럼 기분 좋은 향취가 하루의 피로를 녹여내는 것 같다. 스크럽을 물로 씻고 나면 전문 에스테틱 관리를 받은 듯 피부가 매끄럽고 윤이 나는 피부를 만날 수 있는데, 임상실험 결과 1회 사용만으로도 일시적인 피부톤개선, 거칠기 개선 효과가 입증되었다. 일주일에 2~3회 꾸준히 사용해준다면 바디 본연의 톤을 회복하고 매끄럽고 부드러운 피부로 가꿀 수 있다.

조금 더 확실하게! 솔트 바디스크럽

애터미 바디스크럽은 슈가 바디스크럽과 솔트 바디스크럽 두가지로 기획되었는데 애터미 슈가 바디스크럽이 부드럽고 섬세한 스크럽이라면 애터미 솔트 바디스크럽은 좀더 확실한 스크럽 효과를 원하는 소비자의 니즈를 반영해 출시되었다. 스크럽 강도가 조금 더 강하기 때문에 솔트 바디스크럽은 지복합성 피부에게 추천된다.

* 대한피부과학연구소 22명 대상 시험 결과

임상시험 결과



피부 거칠기

16.16%

개선



피부 밝기

4.26%

개선

애터미 생분해 물티슈, 아이와 자연을 위한 선택

생분해 가능한 친환경 레이온 100% 원단
저자극, 피부케어를 위한 성분 함유로 안심하고 사용할 수 있어

요즘 가장 핫한 소비 트렌드 중 하나는 바로 친환경이다. 제품 구매 시 환경 오염을 최소화하는 원료, 친환경 성분으로 만들었거나 생분해되는 패키지, 재활용이 쉬운 패키지 등을 고려하는 것이 생활 전반에 녹아들고 있는 추세다. 애터미는 이러한 트렌드를 반영해 환경친화적인 레이온 100% 원단으로 흙에서 생분해되는 '애터미 생분해 물티슈'를 출시한다.

생분해되는 환경친화적 물티슈

애터미 생분해 물티슈의 가장 큰 특징은 흙에서 생분해되는 친환경 물티슈라는 점이다. 생분해 물티슈에 사용된 원단은 산림자원을 보호하고 지속가능한 산림경영을 확산하기 위해 설립된 국제 NGO인 산림관리협의회(Forest Stewardship Council)에서 구축한 산림경영 인증시스템인 FSC 인증을 획득한 100% 레이온이다. 레이온은 한자를 사용하는 동양권에선 인견(人絹)이라 불리는데 그만큼 부드러운 촉감을 자랑한다. 수분 흡수율이 뛰어나 오랫동안 촉촉하게 사용할 수 있다는 것이 원단의 특징이다. 또한 무 라벨 캡을 적용하는 등 한 번 더 환경을 생각했다.



애터미 물티슈와 생분해 물티슈 중 무엇을 선택할까?

품목/구분	애터미 물티슈 	애터미 생분해 물티슈 
매수&규격	캡형(대용량) / 70매(180X200mm) 휴대용 / 20매(160X200mm)	캡형(대용량) / 70매(180X200mm)
원단 타입	플레인 	엠보싱 
원단 조성	레이온 60%, 폴리에스터 40%	레이온 100%
평량	65gsm	70gsm
추출물	알로에 추출물, 라벤더 추출물	병풀 추출물, 티트리 추출물, 유칼립투스잎 오일
원단 특징	☑ 균일한 품질의 플레인 ☑ 탄탄하고 견고한 사용감 ☑ 자극 없는 부드러운 사용감	☑ 도톰한 두께와 선명한 엠보싱의 탁월한 닦임성 ☑ 뛰어난 수분 보유력으로 촉촉함을 더 오래 유지 ☑ 생분해 가능한 친환경 원단
처방 특징	☑ 라벤더오일 함유로 산뜻한 향취 ☑ 알로에베라잎 추출물 함유로 피부 보습에 도움	☑ EWG 그린등급 성분만 사용 ☑ 저자극, 피부 진정 및 보습에 탁월
한줄평	부담 없는 가격의 데일리 물티슈로 제격	아이 피부와 환경을 생각한다면 픽!

평량 70gsm, 프리미엄 엠보 원단의 물티슈

물티슈를 선택할 때 고려하는 것이 바로 평량이다. 애터미 생분해 물티슈는 70gsm의 도톰한 평량으로 사용감이 우수하다. 올록볼록한 엠보싱 원단을 사용했는데 이물질을 닦아내기에 더 용이하며 새지 않는다는 특징이 있다.

저자극 물티슈

애터미 생분해 물티슈는 미국의 비영리 환경단체인 EWG(Environmental Working Group)가 화장품 성분의 안전성에 대해 평가한 뒤 매긴 등급 평가에서 All Green 등급을 받은 제품으로 피부 자극 걱정 없이 안심하고 사용할 수 있다. 세계적 권위의 독일 피부과학연구소 더마테스트에서 피부 자극, 피부 트러블 테스트에서 최고 등급인 Excellent를 획득하기도 했다.

피부 진정, 보습에 탁월한 물티슈

피부 진정과 상처 회복에 효능이 있는 것으로 알려진 병풀 추출물, 피부 보습· 청정·항균 효과가 있는 티트리(Tea Tree) 추출물을 함유했다. 또한 살균, 상처 치유, 피부 미용, 피부 장벽 보호 등에 도움을 주는 유칼립투스잎 오일도 포함하고 있는데 유칼립투스 특유의 상쾌한 향은 마음을 진정시키고 정서적 안정에도 도움을 준다.

애터미 생분해 물티슈 All Green 등급

ewg

- 그린 0 - 2 안전등급
- 옐로우 3 - 6 주의 요망 등급
- 레드 7 - 10 주의등급

0-2 정제수	0-2 글리세린	0-2 카프릴글라이콜	0-2 에틸헥실 글리세린
0-2 시트릭애씨드	0-2 다이소듐이 디티에이	0-2 부틸렌글라이콜	0-2 유칼립투스잎 오일
0-2 병풀추출물	0-2 티트리추출물	0-2 1,2-헥산다이올	

캄보디아,
일신우일신 성장 중

연 매출 100억 돌파 - 올해 20% 이상 성장할 것

2016년 1월, 애터미는 인도차이나 반도의 남쪽에 자리한 입헌군주국 캄보디아에 진출했다. 진출 당시, 사람들은 적기(適期)가 아니라며 적잖은 우려를 표했다. 2015년 기준 1인당 국민소득 1,163달러에 인구 1,552만여 명에 불과한 캄보디아는 직접 판매가 자리 잡기에 시기상조라는 것이 그 이유였다. 실제 시장 크기로만 본다면 캄보디아는 애터미가 진출한 국가 가운데 가장 작은 시장이다. 그러나 진출한지 6년여가 흐른 2022년, 애터미 캄보디아 법인은 연평균 58% 이상 성장하며 연매출 100억 원을 넘겼다. 처음부터 기업이 사회에 어떻게 도움이 될 수 있는가를 보여주고자 진출했던 캄보디아에서도 애터미의 저력은 유감없이 발휘되고 있는 것이다.



2022년 4월 캄보디아 프놈펜에서 열린 석세스아카데미 현장

회원의 성공이 기업의 성공

2021년 기준 캄보디아 법인의 매출액은 107억 원, 회원 수는 약 14만여 명이다. 오픈 초기, 가장 힘들었던 것은 분위기 조성이었다. 캄보디아 법인 관계자는 "성공한 사업자분을 캄보디아 세미나에 초대하는 것이 쉽지 않았다"며 "게다가 도로 사정 등 열악한 인프라로 지방 세미나는 막막하기만 했다"라고 말했다. 그러나 어려울 뿐이지 불가능하지는 않았다. 악조건 속에서 오히려 회원과 임직원은 더욱 똘똘 뭉쳤다. 캄보디아 법인은 장기적인 성장을 위해서 가장 필요한 것은 '소통'이라고 생각했다. 그리고 소통의 첫 번째는 물리적으로든 심리적으로든 '가까이' 하는 것이었다. 이에 픽업센터와 직영센터를 사무실 바로 앞에 개설했다. 때문에 하루에도 수백 명의 회원들이 사무실을 방문하고 있지만 즐겁고 감사한 마음으로 맞이하고 있다. 회원의 성공이 곧 캄보디아 법인의 성공으로 이어진다는 것을 잘 알고 있기 때문이다. 임현수 법인장은 "(캄보디아 법인은)회원 분들과 가깝게 지내며 소통을 수시로 할 수 있는 장점을 가지고 있다"며 "이것이 캄보디아에서 연 매출 100억을 달성할 수 있는 원동력"이라고 강조했다.

캄보디아 직접 판매 시장의 3분의 1 이상 점유

연 매출 107억 원, 캄보디아의 직접 판매 시장 규모로 보면 1~2위를 다투는 규모다. 유로모니터에 따르면 캄보디아의 직접 판매 시장은 2021년 기준 969억 KHR로 한화로 환산하면 300억 원을 조금 넘는 정도다. 성장은 시너지를 불러 온다. 많은 캄보디아 회원들이 성공을 하고, 그 모습을 파트너와 주변에 보여줌으로써 더 많은 사람들이 동기부여를 받게 되기 때문이다. 초창기 성공한 회원의 모습을 보여주기 위해 노심초사하던 때와 비교하면 그야말로 상전벽해(桑田碧海)인 셈이다.

실제로 캄보디아 법인은 오픈 3년 만에 첫 번째 리더스 클럽 멤버를 탄생시켰으며 2021년 기준 4명의 리더스클럽 탄생자가 생겨났다. 또 41명이 글로벌 오토 세일즈마스터를 달성했다. 지난해 온라인 석세스 아카데미의 누적 동접자 수는 9,895명이며, 회당 평균 1,000명이 접속했다. 비록 1인당 소득이나 구매력 등 경제력은 조금 떨어지지만, 성공을 하고자하는 의지만큼은 세계 어느 곳 못지않다는 것을 보여 준다. 유로모니터의 자료에 따르면 캄보디아의 직접 판매는 지난해 11.28% 성장했으며,



석세스아카데미 현장에 설치된 헤모힘 이벤트존


캄보디아 법인 자원봉사활동

오는 2026년까지 연평균 9.77% 성장해 490억 원에 달할 전망이다.

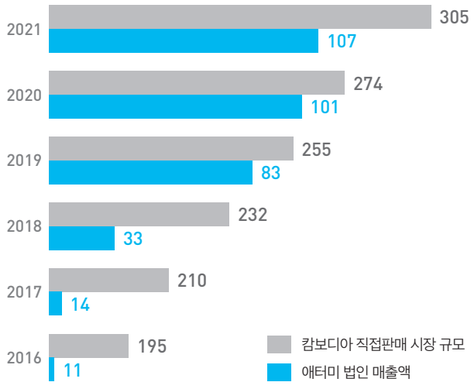
올해 20% 이상 성장 예상

캄보디아 법인은 올해 회원들의 참여를 독려하고 캄보디아의 전통적인 문화를 애터미 비즈니스에 녹여낼 수 있는 콘텐츠를 기획·제작할 계획이다. 또한 'Special Workshop'을 활성화해 새로운 회원에게는 애터미의 비전을 보다 생생하게 전달하고, 기존 회원들에게는 성공에 대한 동기부여 및 비즈니스 스킬을 습득할 수 있는 시간을 마련한다. 이와 함께 균일한 정보와 교육의 질 향상을 위해 온라인 교육 콘텐츠를 더 보강해 나갈 것이다. 특히 ABR코스가 지방 센터에서도 원활하게 진행이 될 수 있도록 정기 방문 및 센터 소개 프로그램을 진행할 계획이다. 현재 캄보디아 법인은 각 센터별 판매 및 회원 동향 데이터를 분석하여 센터장 및 리더와 공유하고 함께 향후 마케팅 전략을 논의하는 방안을 고려하고 있다.

대외적으로는 애터미 브랜드 이미지와 고품질 상품에 대한 신뢰 구축에 힘쓸 방침이다. 이를 통해 아직 직접 판매에 대한 법률이 제정되어 있지 않은 틈을 노린 피라미드 업체들과의 확실한 차별화를 꾀한다. 특히 다양한 사회봉사 활동을 통해 회원 자신은 물론 지역사회 발전에 도움이 되는 애터미라는 이미지를 확립해 나갈 계획이다. 실제 애터미 캄보디아는 2017년부터 현재까지 'Pich Mkod' 초등학교 학생들에게 급식을 지원하고 있으며 2020년에는 '캄보디아 젊은 의사 협회'(TYDA)에 20만 달러, 농촌지역 주택지원 사업에 30만 달러를 지원했으며, 지난해에는 캄보디아 뽀삿 지역 홍수 피해 주민을 위해 국제의료협력단(People for Medical Cooperation International)에 장비와 약품 지원하는 등 CSR 활동에 있어서도 적극적이다. 박한길 회장은 캄보디아 법인 그랜드 오픈 당시 "캄보디아에서 나온 이익은 모두 캄보디아에 재투자하겠다."라고 강조한 바 있다.

이러한 대내외적인 마케팅 전략을 통해 캄보디아 법인은 올해 등록 회원 20만 명을 목표로 하고 있으며 첫 번째 로열마스터 탄생을 기대하고 있다, 또한 매출액은 전년비 20%이상 증가한 1,100만 달러 이상을 달성할 수 있으리라 내다보고 있다. 임현수 법인장은 "코로나 사태는 회원을 위한 기업으로서의 애터미가 해야 할 일들을 다시금 생각하게 했다"며 "정선상략의 정신으로 캄보디아의 발전과 회원들의 성공을 위해 최선을 다할 것"이라고 말했다.

캄보디아 직접판매 및 애터미 매출액 추이



회원과 함께 성장하는 법인 될 것

애터미라는 이름에 자랑스러움을 느끼게 해 주는 것이 목표



임현수
캄보디아 법인장

"매출로 보나 사회공헌으로 보나 캄보디아 최고의 회사로 만들고 싶습니다. 회원과의 제심합력을 통해 캄보디아에서 애터미 제품을 사용하고, 애터미 사업을 하고 있다는 것이 아주 자랑스러운 일이 되도록 자부심 넘치는 회사로 성장하겠습니다." 임현수 캄보디아 법인장의 자신감 넘치는 말이다.

캄보디아, 직접 판매 시장으로서 쉽지 않은 나라다. 규제나 인식 부족의 문제가 아니다. 구매력이나 인구, 사회적인 인프라가 미비하기 때문이다. 그 열악한 환경에서 연매출 100억 원을 넘겼다면, 이건 한국 시장에서의 애터미와 동격이나 마찬가지다. 캄보디아 법인의 무엇이 그렇게 만들었을까. 바로 열정과 소통이다. 임현수 법인장은 "애터미 사업에 대한 회원들의 신뢰와 노력, 그리고 가난을 벗어나기 위한 강한 열정이 비결"이라며 "캄보디아 법인이 한 것은 그 열정과 노력이 결실을 맺을 수 있도록 최선을 다해 소통하고 애로 사항을 해결하고자 노력한 것 뿐"이라고 말했다. 실제로 캄보디아 법인 바로 옆에는 픽업센터와 200여명이 참석할 수 있는 교육센터가 있어 회원과의 소통이 거의 실시간으로 이루어지고 있다.

캄보디아 법인 초창기에는 물류시스템이나 인터넷 환경 등 전반적인 사회 인프라 부족으로 적잖은 고충이 있었다. 그러나 지금은 빠르고 정확한 택배 시스템을 갖출 수 있도록 파트너 사와 긴밀히 협력하고 있으며, 회원들을 위한 다각화된 교육 환경 제공으로 통해 비즈니스 및 제품 교육 환경도 크게 개선되었다. 임현수 법인장은 "회원들의 요청 사항을 100% 다 해결해 드리지 못한 점이 아쉽다"며 "쉽게 접할 수 있고, 직접 참여할 수 있는 다양한 프로그램을 통해 회원 성공을 도울 것"이라고 말했다.

임현수 캄보디아 법인장의 목표는 '보람차고 자부심 넘치는 애터미'다. 회원이든 직원이든 또는 소비자든, 애터미 제품을 사용하고 애터미 사업을 하고 애터미에서 근무한다는 것만으로도 자랑스러워지는 것이다. "캄보디아 사람들은 쉽게 얼굴을 찡그리지도, 힘들다는 신세한탄을 하는 것도 거의 보지 못했습니다. 언제나 밝은 웃음으로 인사를 나누고 계시지만, 애터미 사업으로 가난과 절연하겠다는 확고한 삶의 의지가 매일 느껴집니다. 그런 우리 회원 분들이 애터미라는 이름에 자랑스러움을 느끼게 해 드리는 것이 목표이자 소망입니다."

회원 인터뷰

찌어 위 미은(Chea Vimean)
스타마스터

애터미, 성공이란 꿈이 현실로 화하는 곳

확신이 있으면 견디지 못할 어려움은 없다



위 미은(Chea Vimean) 스타마스터, 올해 28세, 싱가포르에서 경영학 석사를 마치고 바로 네트워크 마케팅 사업을 시작했다. 결과는 실패, 또 다른 네트워크마케팅 회사를 만났지만 또 실패. 그렇게 몇 차례 반복된 실패 끝에 애터미를 만났다. 그리고 뼛속까지 애터미언이 됐다.

"2014년에 박한길 회장님과 직접 만나 볼 기회가 있었어요. 그때 캄보디아 지사를 오픈하시겠다고 말씀하셨는데, 반신반의 했어요. 그런데 2016년에 캄보디아 지사를 오픈하시는 거예요. 바로 애터미 사업을 평생 직업으로 선택했어요."

애터미를 시작할 당시 그에게는 70만 원이 전 재산이었다. 젊고 가난하다는 것은 네트워크마케팅에 절대 유리하지 않다. 다른 사람에게 신뢰를 주지 못하기 때문이다.

그러다보니 밥 먹듯 거절을 당하고, 무시당하는 것은 일쑤였다. 거기다 전에 하던 네트워크마케팅의 실패 전력에 주변 사람들의 시선은 아플 만큼 따가웠다. 하지만 젊다는 것은, 그리고 꿈이 있다는 것은 그 모든 좌절을 먹고 더 크게 성장하는 법이다. "성공이란 꿈이 현실화 되는 것이라고 생각해요. 균형 잡힌 삶을 살 수 있는 것, 경제적, 심리적으로 풍요로워지는 것이 성공이죠. 그걸 달성할 수 있다는 확신이 있는데 견디지 못할 어려움은 없어요"

코로나19 팬데믹 상황에서도 위 미은 스타마스터의 열정은 조금도 식지 않았다. 아니 오히려 더욱 거세게 타올랐다.

사상 초유의 비대면 상황에서, 그는 온라인으로 교육 및 세미나, 라인 미팅을 활발히 진행했다. 사실 팬데믹이야 말로 애터미가 얼마나 탄탄한 기초를 가지고 있는 회사인지를 파트너는 물론 모든 회원들에게 보여줄 기회라고 생각한 것이다.

"온 세계가 힘든 시기에도 계속 성장해 나가는 회사의 모습을 보면 회원들이 더욱더 회사를 신뢰하게 됩니다. 그러면 애터미 사업은 당연히 이전 보다 더 활발하게 캄보디아 전역으로 확장될 것입니다"

위 미은 스타마스터는 애터미가 네트워크마케팅의 새로운 역사를 써나갈 것이라고 확신하고 있다. 그의 목표는 전 세계 애터미 회원에게 애터미가 삶을 180도로 변화시킬 것이라는 사실을 알리는 것이다.

"어려운 상황에 있는 사람들에게 애터미를 통해 성공을 전달할 것입니다. 제가 가진 이 확신과 열정은 점점 더 커져가고 있습니다."



애터미파크 대회의실에서 박한길 한국직접판매협회장과 이병준 한국소비자법학회장 등이 온라인으로 중국 측 참가자들과 인사를 하고 있다.

직판협회, 애터미파크에서 한중 소비자법 포럼 개최

공정위, 기술 발전과 유통 환경 변화에 맞춰 방판법 체계 정비할 것

지난 5월 13일, 애터미파크에서는 한국과 중국의 직접판매 및 전자상거래의 규제 개선을 위한 포럼이 개최됐다. 직접판매의 구분 감독의 타당성에 대한 분석을 주제로 열린 이번 포럼에는 박한길 한국직접판매산업협회 회장과 이병준 한국소비자법학회 회장, 웨이웨이 베이징대학교 직소연구센터 센터장, 류쭤장 중국국제투자촉진위원회 상근부회장 등이 참석했다. 이 자리에서 박한길 회장은 "지난 2년 동안 직접판매는 비대면이라는 화두를 훌륭하게 소화해냈다"며 "AI 등 기술발전과 계층사다리의 부재로 빈부격차는 심대해지고 있지만 개인의 노력을 누적함으로써 노동생산성을 극적으로 향상시킬 수 있는 직접판매는 매우 효과적인 산업"이라고 강조했다.



박한길 회장 환영사

직판업계, 디지털 전환 중

웨이웨이 센터장은 인사말을 통해 "직접판매 산업은 지난 2년간 많은 변화를 겪고 있다"며 "연구 결과 디지털 전환의 문제가 직판업계의 발전에 중요한 영향"을 끼치는 것으로 나타났다고 밝혔다. 그에 따르면 중국 직소 산업 표본조사 결과 중국의 직접판매 시장은 지난 2년간 하락세를 보인 것으로 나타났다. 특히 지난 2021년의 하락 폭은 10% 이상으로 추정되고 있다. 이어 류쭤장 상근부회장은 "직접판매는 경제발전과 취업 확대에 긍정적인 영향을 끼치고 있다"며 "코로나라는 새로운 어려움을 극복하기 위해 더 좋은 서비스와 제품 등 새로운 발전 방향을 만들어야 한다"고 역설했다.

1부에서는 렌 싱조우 전 국가위원회 발전연구센터 마케팅 국장, 김태오 한국직접판매산업협회 사무국장, 구오이 베이징 기술경영대학교 교수, 황태희 성신여자대학교 교수 등 4명의 발제자가 발표를 했다.

렌 싱조우 전 국장은 '직접판매 감독의 새로운 환경과 요구사항'이라는 주제의 발표를 통해 최근 몇 년 동안 중국 직판기업의 경영 패턴에 ▲판매 방식의 통합 ▲온오프라인 결합 ▲지리적 제한 해제 ▲직거래 확대 등의 새로운 변화가 나타나고 있다고 밝혔다. 그는 이러한 변화의 원인으로 ▲MZ 세대 등 소비자층의 변화, ▲전자상거래, 라이브방송, 숏폼 등 IT의 발달, ▲직판기업과의 경쟁에서 일반 유통(온라인쇼핑몰, 홈쇼핑채널, 라이브방송 등)과의 경쟁으로 경쟁 방식의 변화 등을 들었다. 렌 싱조우 전 국장은 "직판업계의 위기의식이 크고 발전에 대한 공감대가 있다"라며 "전통적인 직접판매 기업도 라이브커머스나 숏폼 등을 활용한 판매 방식을 도입하는 등 변화에 발맞춰야 할 것"이라고 주장했다.

황태희 교수는 'SNS를 통한 하위판매원 모집과 방문판매법상 규제 방안'이라는 주제 발표를 했다. 그는 "방문판매법 상 다단계판매원의 모집규제가 후원방문판매업자에게도 준용되고 있다"며 "SNS를 이용한 하위판매원 모집은 법을 회피하는 새로운 유형의 판매방식이므로 시장에 대한 꾸준한 모니터링"이 필요하다고 주장했다. SNS를 이용한 하위판매원 모집이 문제가 되는 것은 불특정다수에게 불완전한 정보를 사용할 가능성이 커 하방확장성과 사행성이 높아지기 때문이다.

베팅이나 사재기 등의 행태 없어야 지속 발전 가능

2부는 주제 발표에 대한 쉬에 준 중국 법학전문대학원 부원장과 이종선 한국공정거래위원회 특수거래과 과장의 코멘트로 진행됐다.

이종선 과장은 최근 공정위가 방문판매법에서도 동의의 결제를 적용하기로 함으로써 다양한 실용 방안과 문제 해결 절차를 확보, 신속하고 효과적인 소비자 피해 구제를 도모했다고 말했다. 동의의결제란 공정거래법을 위반해 소비자에게 피해를 일으킨 사업자가 스스로 재발방지 대책을 제안하고 피해 보상을 하겠다고 시정 방안을 제안하면 공정거래위원회가 의견 수렴을 거쳐 법적



한국소비자법학회 이병준 교수 인사말

제재 없이 사건을 종결하는 제도를 말한다. 그는 또 "다단계 판매 시장의 건전한 발전을 위해서는 부정적인 인식 개선 및 판매원 권익 보호 노력을 지속할 필요가 있을 것"이라며 "공정위는 정보통신 기술의 발전과 유통환경 변화에 부합하도록 방문판매법의 체계를 지속적으로 정비할 계획"이라고 말했다.

3부에서는 동 뤼펑 허벌라이프 중국 부사장과 이승진 한국소비자원 연구원, 양치엔 베이징대학교 직소연구센터 교수, 서종희 연세대 교수의 토론이 이어졌다. 동 뤼펑 부사장은 "디지털 전환과 온 오프라인 융합 발전을 시도하여 판매원들에게 보다 나은 서비스를 제공할 수 있는 방법을 모색하고 있다"며 "한국 직접판매 산업의 발전 노하우들과 경험들은 중국 직접판매에 정말 많은 참고가 될 것"이라고 말했다.

양치엔 교수는 직접판매가 선택지를 줄여 줌으로써 선택지가 많을수록 선택이 어려워지고 만족도가 떨어지는 선택의 역설을 방지하는 효과가 있다고 설명했다. 그는 "직접판매 채널을 선호하는 고객들은 대다수가 선택에 어려움을 겪고 있었다는 결론을 도출했다"며 "직접판매처럼 판매원과 고객들 간의 1대1 소통이 선택적 곤혹을 해소할 수 있는 중요한 핵심 요소"라고 말했다.

3부 마지막 순서인 서종희 교수는 "서종희 교수는 "후원수당 지급비율 35%, 상품 가격 상한선 160만 원 등의 규정은 불법이나 사행성 등에 대한 리스크 회피용이지만 해당 기업의 리스크를 키우는 것"이라고 강조하며 "국내와 중국 모두 합법적 사업자에게는 보상을 주고 불법적 사업자에게는 패널티를 주는 변동비율제 도입이 필요"하다고 주장했다.

Editor_이영민

GLOBAL ATOMY NEWS

빛나는 꿈을 현실로 만들어 가는
애터미의 노력과 열정을 소개합니다.

애터미 중국, 애터미 옌타이 산업단지 3단계 공식 출범

지난 5월 15일, 애터미 중국의 옌타이 애터미 산업단지 3단계가 공식 출범했다. 이번 출범식에는 애터미 중국 박병관 법인장, 옌타이시 부시장, 옌타이 하이테크 지역 운영 위원회 등을 비롯한 주요 인사와 내빈들이 참석했다. 애터미는 옌타이 산업단지 조성의 1~2단계인 옌타이시 내 생활용품 제조 시설 및 애터미 비전센터 준공을 넘어 이번 3단계인 건강기능식품 제조 시설까지 착공해 애터미 중국 진출 프로젝트 계획을 완성했다. 애터미 옌타이 산업단지는 애터미와 합력하는 10여 개 업체와 함께 중국 현지 직원을 우선 채용하고, 현지에서 원재료를 구매하는 등 옌타이시 지방경제 활성화 및 건강산업 발전에 기여하며 애터미 중국 사업에 큰 성장 동력으로 작용할 것으로 예상된다.



애터미 브라질, 6월 8일 공식 오픈

애터미의 23번째 해외법인인 애터미 브라질이 6월 8일 공식 오픈한다. 브라질은 세계에서 직접판매 시장 규모가 6번째로 큰 국가로 애터미 브라질 오픈으로 콜롬비아, 칠레, 페루 등 남미권 회원 확보에도 시너지를 발휘할 것으로 기대된다. 브라질 법인 오피스는 상파울루에 위치하고 있으며 애터미 브라질 쇼핑몰은 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어, 시너지 앰플 등 44개의 제품이 등록됐다. 애터미 브라질의 그랜드 오픈일은 7월 23일이다.



애터미 아델리카 '2022 IF 디자인 어워드' 위너 수상

애터미의 대표 색조 메이크업 라인인 아델리카가 독일에서 열린 '2022 IF 디자인 어워드'에 위너(Winner)를 수상했다. 'IF 디자인 어워드'는 1953년부터 독일에서 매년 개최되는 국제 디자인 어워드로 세계 3대 디자인상으로 꼽힌다. 이번에 수상한 아델리카는 실용성, 안전성, 내구성 등 10개 항목이 심사를 거쳐 위너로 선정됐다. 아델리카는 지난 2021년 론칭했으며 페이스 메이크업, 아이 메이크업, 립 메이크업 등 3가지 라인업으로 구성되어 있다. 애터미 디자인랩 담당자는 "앞으로도 애터미의 아이덴티티를 담은 좋은 디자인을 전 세계에 선보일 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다.



애터미, 2022 소비자권익대상 수상

애터미는 6월 10일 (사)소비자정책학회에서 수여하는 소비자권익대상을 수상했다. (사)소비자정책학회는 소비자 중심 경영활동을 전개하면서 사회적, 환경적, 책임을 다하는 기업문화 확립에 기여하고자 올해 처음 소비자권익대상을 신설했다. 애터미는 전사적 차원에서 소비자중심 경영가치를 실현하고, 다양한 사회공헌활동 및 친환경 제품정책을 전개함으로써 소비자권익 증진에 크게 기여한 공로를 인정받아 올해 처음으로 신설된 제1회 시상식에서 소비자권익대상의 영예를 안게 되었다.



애터미 관련 저서 출간 연이어

이화여자대학교 윤정구 교수는 지난 5월 애터미의 성공 비법을 담은 '초뷰카 시대 지속가능성의 실험실'을 출간했다. 이 책은 유통 업계의 경기, 코로나19 등의 악재를 딛고 지난 10년간 성장한 애터미의 지속가능성과 성장 비결이 애터미의 원리원칙 경영이념에서 비롯됐다고 설명한다. 이성연 경제학 박사는 6월 13일 성공하고 싶은 애터미 사업자들의 필독서 '애터미 성공학 개론'을 출간했다. 애터미 사업에서 비전을 달성하려면 무엇을 알아야 하고, 어떤 능력을 길러야 하는지를 안내한다. 또 애터미 사업을 시작하는 신규에서부터 상당한 경험이 있는 중간 직급자, 나아가 고위 직급자에 이르기까지 새로운 안목과 영감을 얻을 수 있는 내용을 포함하였다.



애터미 블루마린 서포터즈 모집

애터미의 친환경 프로젝트 블루마린이 '2022 블루마린 서포터즈'를 모집했다. 선발된 블루마린 서포터즈는 5월부터 11월까지 약 7개월간 친환경 활동을 기획하여 수행하고 온라인을 통해 잔반 제로, 플라스틱 제로 등 친환경 라이프를 공유하게 된다. 활동 혜택으로는 블루마린 서포터즈 키트 증정, 활동지원금 지원, 친환경 봉사활동 시간 지급 등이 있다. 블루마린 TFT 담당자는 "블루마린 서포터즈와 합력하여 소비자들의 다양한 친환경 아이디어를 실행하고 지원할 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다.



나주 수해 때 받은 도움 발판으로 ‘사랑나눔봉사회’ 탄생

선한 의지가 선한 영향력으로 되돌아오길 기다려

애터미 나주센터의 ‘사랑나눔봉사회’는 2020년 발족, 올해로 3년 차를 맞고 있는 봉사활동 모임이다. 26명이 활동하고 있으며 매월 넷째 주 토요일 시설을 찾아가는 정기봉사와 회원들이 필요할 때마다 달려가는 수시봉사 형태로 활동을 전개하고 있다. 사업에 대한 동기부여가 필요했을 때 봉사회 활동은 다시 뛸 수 있는 힘이 돼 주었다.



애터미 나주센터 '사랑나눔봉사회' 회원들

애스오애스나눔회에서 받은 나눔, 나눔으로 돌려주다

2020년 여름, 나주에 큰 물난리가 났다. 집중호우로 섬진강 지류인 지석천이 범람하면서 나주센터 회원 중 한 사람이 농사를 짓던 비닐하우스가 침수돼 큰 피해를 보았다. 갑작스러운 재해에 망연자실하고 있을 때 스폰서였던 유가영 로열마스터가 조언을 해 주었다.

“애스오애스나눔회에 구호 신청을 한 번 해보세요.”

애스오애스나눔회는 애터미 상위 리더들이 만든 자발적인 구호단체다. 다행스럽게도 애스오애스나눔회의 자금 지원으로 위기에서 벗어날 수 있었다. 그 회원은 “드러나지 않지만 소소하게 피해를 본 분들도 많은데 그분들을 위해 써”달라며 지원받았던 긴급구호자금 중 절반을 다시 센터에 기부했다.

그 돈과 마음이 씨앗이 되어 봉사활동이 시작됐다. 사업을 하자고 하면 어려워서 안 오는데 봉사하자고 하니 사람들이 하나, 둘 모이기 시작했다. 나주센터장인 배혜진 샤론로즈마스터는 나주센터 회원들과 함께 봉사활동 단체를 만들고 ‘사랑나눔봉사회’라고 이름을 붙였다.

가까운 곳부터 시작하다

멀리 있는 어려운 사람들을 돕는 것도 좋지만 우선은 가까이 있는 회원들의 어려움부터 돌아보기로 했다. 회원 중에 혼자 지내는 사람, 거동이 불편한 사람들 집을 찾아 집안일을 돕고 정리 정돈을 해주었다. 고구마밭에 나가 회원들이 고구마를 캐기도 했다.

매달 한 차례 정기봉사로 노인요양시설인 ‘요한나의 집’을 찾고 있다. 노인들의 머리를 잘라주거나 방역, 주변 잡초 제거 등의 일을 하고 레크리에이션을 함께 즐기기도 한다. 회원 중에는 70세가 넘는 고령의 회원도 있지만, 젊은 사람들도 힘든 작업을 마다하지 않을 정도로 봉사에 진심이다.

‘요한나의 집’ 봉사활동에서 노인들에게 가장 만족도가 높은 시간 중 하나가 레크리에이션 시간이다.

“우리가 노래나 춤을 잘하는 것도 아닌데 어르신들은 마치 가수가 와서 하는 것처럼 좋아해 주시고 함께 춤도 추면서 즐겨주시죠. 도우러 가지만 받는 것이 훨씬 더 많아요.”

배혜진 샤론로즈마스터가 봉사활동을 열심히 하는 모습을 보면서 형제자매들은 고향에 계신 부모부터 좀 챙기라는 핀잔을 하기도 하지만 그럴 때면 “작은 것부터, 가까운 곳부터, 지금부터 나누자.”라는 박한길 회장의 말을 떠올린다고 한다. 가까운 곳에서부터 시작하는 작은 도움들이 널리 퍼져나간다면 멀리 있는 부모님께도 누군가의 보살핌이 닿지 않을까 하는 마음이다.

반찬 한 그릇에 담긴 사랑

지난해 10월부터는 반찬 봉사를 시작했다. 지역 행정복지센터에서 5명의 독거노인을 추천받아 일주일에 한 번씩 반찬을 만들어 전달하고 있다. 특별한 것 없는, 매일 밥상에 오르는 사소한 반찬 몇 가지이지만, 그것을 받아드는 사람들의 표정은 말할 수 없는 행복으로 가득 찬다.

“불편한 몸으로 옷도 제대로 못 걸치고 나오면서도 반찬 그릇을 보고는 고맙다며 환하게 웃는 모습에 반찬을 전달하는 회원들도 덩달아 행복해집니다.”

애터미 나주센터는 사업을 시작한 지 오래되지 않은 회원들이 많은 아주 작은 센터에 불과하다. 회원들은 사업이 아직 궤도에 올라서지 않았는데 봉사활동에 너무 나서는 것 아닌가 하는 생각이 들 때도 있다고 한다.

“박한길 회장님께서도 늘 어려울 때부터 기부를 시작했다고 말씀하시잖아요. 성공해서 여유 있을 때 나누는 것보다 어려울 때 우리도 나누면 우리도 힘을 얻어 갈 수 있을 것 같아요. 이 일을 계기로 우리 회원들의 사업도 잘됐으면 좋겠어요.”

봉사할 여력이 되어서 하려고 하면 너무 늦을지도 모른다. 자신들의 시간에 맞추기보다는 도움을 필요한 사람들의 시간에 자신들을 맞추겠다는 것이 나주센터 사랑나눔봉사회 회원들의 생각이다. 그들의 선한 의지가 선한 영향력이 되어 다시 돌아올 것으로 믿고 있다.



노인요양시설 봉사활동_방역활동



사랑나눔봉사회 물품 후원 활동

내가 선택한 N잡 애터미

최근 몇 년 동안 코로나로 인해 많은 사람들의 생활이 적잖이 바뀌었다. 그중에서도 가장 큰 변화라고 한다면, 아마도 거리 두기로 인해 집에서 가족과 지내는 시간이 늘어나게 된 것이라 생각된다. 거리 두기는 집에서 간단하게 조리할 수 있는 밀키트 등의 HMR 시장과 함께 각종 배달서비스 시장을 기하급수적으로 키웠다. 이러한 흐름 속에서 혹자는 돈을 벌었을 테고 혹자는 돈을 손해 받을 테다. 하지만 아마도 손해 본 사람이 더 많으리라. 나 또한 돈을 손해 보았으니까 말이다.

애터미를 만난 것은 그즈음이다.

팬데믹이 닥치기 전에는 나름 맛집이라는 평가를 받으며 큰 무리 없이 식당을 운영하며 부자는 아닐지언정 그리 부족한 삶은 아니었다. 그러다 팬데믹이 닥쳤다. 사스나 메르스를 겪어봤던 타성 때문일까? 별다른 걱정 없이 아무런 대비를 하지 않고 있었다. 팬데믹이 터지고 나자 불행은 연이어 찾아왔다. 첫돌도 되지 않은 아들은 대학병원에서 큰 수술을 해야 했으며 어머니 또한 무리한 식당 운영으로 인해 어깨와 발목에 2차례 수술을 하게 되었다. 아내는 산후 우울증이 와서 병원 상담을 다녔고 살고 있던 아파트도 문제가 생겨 이사를 나가야 하는 상황이 되었다. 그렇게 정신없이 2020년을 지나 보내고 나니 식당 매출은 반 토막이 나 있었고 통장은 마이너스가 되어 있었다.

정신이 번쩍 들었다. 가장으로서의 책임은 위탁판매에 밀키트 사업 등 온갖 다양한 일거리들을 찾고 경험해보게 했다. 그러나 어느 것도 도움이 되지는 못했다. 결국 반포기 상태로 팬데믹이 종식되기만을 하염없이 기다리고 있었다. 그러던 중에 처가 큰 이모님께서 애터미를 소개했다.

다단계라는 것을 알고 당연히 하지 말아야 한다고 생각했다. 학창 시절 부모님께서 다단계 사업을 시작하면서 안 그래도 어려운 형편이 더욱 어려워졌던 기억 때문이었다. 하지만 찬밥 더운밥 가릴 때가 아니었다. 7년 전 애터미를 한차례 권유한 적이 있었던 아내 탓도 있었다. 그날 나는 내 앞에서 다단계는 절대 애기하지 말라며 크게 호통을 쳤지만 여전히 아내는 애터미에 큰 신뢰를 갖고 있었으며 박한길 회장님의 신앙심과 경영 철학을 좋아하고 있었다.

정보나 우선 알아보자는 생각에 여러 자료를 찾았다. 그중에 다단계 피해 등과 같이 부정적인 정보를 집중적으로 알아보았다. 그러나 알아보면 알아볼수록 '이게 어떻게 가능하지? 진짜 되는 거 맞나?'라는 생각이 들었다. 특히 제품은 알아볼수록 '왜 지금까지 이걸 안 써봤지?'라는 생각까지 들었다. 더욱이 애터미는 투자금 없이 부부 부업으로도 애터미 제품을 사용하면서 주위에 조금만 알려도 괜찮겠다는 생각이 들었다. 지금 생각해도 정말 신기한 일이었다. 내가 찾아본 것은 부정적인 것들인데 나에게는 긍정적으로 다가왔으며 알아볼수록 더욱 빠져들게 되었다.



실전이 어떤지 궁금해서 처가 이모님께 사업하시는 분을 소개해달라고 했다. 그렇게 지금의 나를 열심히 도와주는 스폰서님을 만났다. 그렇게 하나씩 집에서 사용되는 생필품 등을 애터미 제품으로 바꿔 사용해보면서 왜 대중명품이라고 하는지 알 수 있었다.

하지만 막상 애터미를 소개하기란 쉽지 않았다. 나는 가방끈도 짧은 데다가 다혈질이라 말을 조리 있게 잘하는 사람도 아니었다. 게다가 호감 가는 외모도 아니어서 누군가에게 애터미를 소개한다는 것은 상상하기에도 수월찮은 일이었다. 하지만 나에겐 간절함이 있었다. 가장으로서의 책임을 다해야만 한다는 간절함은 내 마음속에 일고 있던 수많은 장애물을 모두 뛰어넘고 앞으로 나아가게 했다. 매일 센터에 가지는 못했지만 매주 한 번은 꼭 가야 한다는 생각에 센터를 찾았고, 제품 강의와 성공 스토리를 들으며 한발 한발 사업을 진행해 나갔다.

진행하면서 조금 힘겨웠던 적이 있다. '정말 이게 나는 안 되나?, 왜 이렇게 어렵지?, 더 이상 누구한테 말을 해야 할까?'라는 생각이 들었던 것이다. 거절당하는 것에 익숙하지 않았고, 제품과 애터미를 소개한다는 것이 아쉬운 소리 하는 것으로 느껴졌기 때문이었다. 고민 끝에 스폰서에게 털어놓았다.

스폰서는 "왜 소개하기가 힘들까요? 어렵게 생각할 필요가 없어요. 비싼 제품을 파는 것이 아닌 990원짜리 칫솔을 소개하는 거예요. 그런데 제품도 너무 좋아요. 우린 좋은 제품, 좋은 이유를 설명하면 되는 거예요!"라고 말했다. 이 말을 듣고서야 '지 맘의 법칙'을 깨달았다. 소개하는 것은 '내 맘'이지만 받아들이는 것도 거절하는 것도 다 '지 맘'이다. 평양 감사도 지 싫으면 그만이라고 하지 않았던가. 그렇게 생각을 고치고 지금은 아내의 응원을 받으며 즐겁게 애터미 사업을 진행하고 있다.

당장은 부업이라 느릴 수도 있다. 하지만 애터미라는 부업은 본업에 부담이 되지 않는 선에서 가능하며 언제 어디서든 할 수 있어 언젠가는 본업과 부업이 바뀔 것이라 믿는다. 나는 N잡으로 애터미를 선택했다. 아직 시작한 지 얼마 되지 않아 직급도 없이 부업으로 하고 있지만 꿈은 임페리얼마스터를 바라보며 달려가고 있다.



배주성
에이전트

창직의 시대가 다가온다



최근 우리 사회에서 자주 쓰이는 말 중 하나가 제4차 산업혁명이라는 용어이다. 그런데 유념해야 할 일은 산업혁명은 단순히 기술의 진보나 외형적인 산업구조의 변화만을 의미하는 게 아니라는 것이다. 산업혁명은 패러다임 전환의 결과이다. 따라서 산업혁명에 뒤떨어지지 않으려면 개인의 패러다임 전환이 필수적이다. 다시 말하면 세상을 보는 눈, 또는 사고구조를 바꿔야 한다는 말이다. 특히 제4차 산업혁명은 문명 구조 자체를 통째로 바꿔놓고 있다. 우리에게 매우 낯선 시대가 열리고 있는 것이다.

국가적 차원에서 산업혁명은 국력의 강약과 전쟁의 승패를 결정하고 국제관계에서 누가 패권을 장악하느냐를 판가름하는 가장 중요한 기준이 된다. 한편 기업이나 개인 차원의 입장에서도 누가 먼저 산업혁명을 인식하고 대응하느냐에 따라 경쟁력이 결정된다. 산업혁명을 먼저 인식하고 대응한 기업과 개인은 경제적 우위를 누리면서 번성할 것이고 그렇지 못한 기업과 개인은 경제적 열위의 위치에서 어렵게 살아갈 수밖에 없다. 그것이 냉엄한 현실이다.

현재 진행되고 있는 제4차 산업혁명은 디지털 혁명을 중심으로 하는 제3차 산업혁명의 연장선 상에 있다. 그런데 제3차 산업혁명까지는 생산성의 향상과 더불어 새로운 일자리 창출도 수반되었으나, 제4차 산업혁명에서는 생산성 향상이라는 측면은 있으나 새로운 일자리 창출은 미미한 반면 기존의 일자리가 급속하게 감소하는 현상이 나타나고 있다. 다시 말하면 산업혁명이 새로운 일자리를 창출하기는커녕 기존의 일자리를 빠르게 소멸시키는 것이다. 결과적으로 산업혁명이 일자리 부족을 가속화시키는 것이다.

저명한 경제학자인 제레미 리프킨 교수는 <노동의 종말>이라는 저서에서 "피곤을 모르는 기계가 인간의 노동을 빼앗고 있으며, 기술진보가 실업자를 양산한다."라고 강조했는데, 제4차 산업혁명과 더불어 몰아닥친 C-19 팬데믹 사태로 인해 그러한 현상이 가속화되고 있다. 특히 제4차 산업혁명의 특징은 육체노동뿐만 아니라 정신노동까지도 빼앗아버린다는 것이다.

리프킨 교수는 "과도기가 지나면 급격한 일자리 감소는 불가피하다."라고 지적하면서, 그때가 되면 고도의 첨단 지식을 가진 소수의 사람들만 일자리를 얻을 것이기 때문에 지금부터 대비해야 한다고 강조한다.

전문가들은 제4차 산업혁명 시대에는 평생직장이나 만들어진 일자리는 없고, 자기의 일자리는 자신이 만들어야 하는 창직(創職)이 일자리 부족의 대안이라고 말한다. 또 평생직장은 이미 사라지고 없으며, 복수의 직업과 직장이 필수적인 시대가 되었다고 강조한다. 이러한 시대의 변화를 빨리 파악하고 스스로 자신의 일자리를 만드는 사람은 부를 얻고 그렇지 못한 사람들은 실업자로 전락할 것이라고 경고한다.

애터미 시스템은 기존의 시스템에 진입하여 자신의 시스템을 만드는 창직의 과정이다. 창직은 비용도 많이 들 뿐만 아니라 그 과정도 결코 쉬운 일이 아니다. 그러나 애터미 시스템은 기존 시스템에 자신의 시스템을 구축해가는 것이므로 비용이 전혀 들지 않고, 오직 자신의 노력과 아이디어만 있으면 누구나 할 수 있는 일이다. 이러한 새로운 시스템은 스타트업을 창업하는 것과 같다. 창직의 시대를 맞아 애터미에서 자신의 일자리를 만들고 안정적인 소득을 얻을 수 있는 기회에 도전해보지 않겠는가?

그러면 애터미의 기존 시스템에 진입하여 과연 성공할 수 있을 것인가가 문제이다. 무슨 일이든지 유능한 사람은 성공할 수 있고 무능한 사람은 성공하지 못할 것이다. 그러면 당신은 유능한 사람인가 무능한 사람인가?

인간의 능력은 크게 인지적 능력과 비인지적 능력으로 나눈다. 두 가지 능력이 결합 되어 종합적인 능력이 형성된다. 우선 인지적 능력이란 지식을 획득하고 사용하는 방법에 관한 능력이다. 기억력, 이해력, 사고력, 판단력 등의 정신 능력이 여기에 속한다. 이른바 IQ로 대표되는 능력이다. 그런데 한국인의 평균 IQ는 106으로 세계 최고이다. 인지적 능력이 부족하여 어떤 일을 못하지는 않는다. 영국 100, 독일 99, 덴마크 98, 프랑스 98, 미국 98, 이스라엘 95라는 것을 감안 한다면 인지적 능력면에서 당신은 충분히 유능하다.

다음은 비인지적 능력이다. 비인지적 능력이란 지능과 관계없이 가지고 있는 인성적 특성을 말한다. 여기에는 열정, 끈기, 용기, 결단력, 추진력, 인내심, 도전정신 등이 포함된다. 한국인의 인지적 능력은 충분히 높으니 유능과 무능은 비인지적 능력에 의해 결정된다. 아무리 인지적 능력이 좋아도 결단력과 도전정신, 열정과 끈기 같은 비인지적 능력이 부족하면 결코 사회적 성취를 이룰 수 없다는 게 학자들의 결론이다.

발명왕 에디슨은 말한다. "대부분의 사람들이 기회를 놓쳐버리는 이유는 그것이 작업복을 입고 있고 또 마치 노동자처럼 보이기 때문이다." 기회는 결코 화려한 모습으로 나타나지 않는다. 이와 같이 초라하게 보이는 기회를 알아보고, 기회가 왔을 때 잡고, 도전하면 성공은 가까이 다가온다. 전문가들은 성공에 필요한 요소는 도전정신과 결단력, 그리고 열정과 끈기라고 강조한다.



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

다단계판매원과 실업급여

실업급여에 대한 이해와 부정수급의 방지

구인광고에서 4대보험 가입 여부에 대한 문구를 본적이 있을 것이다. 4대보험에는 국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험이 있고, 그중 다단계판매원과 관련이 있는 부분은 고용보험 중 실업급여와 관련된 사항이다.

실업급여란

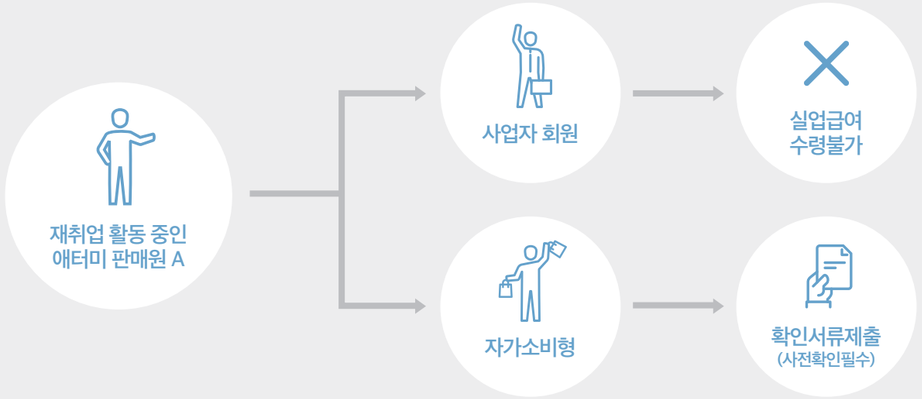
실업급여란 고용보험 가입 근로자가 실직하여 재취업 활동을 하는 기간에 소정의 급여를 지급함으로써 실업으로 인한 생계 불안을 극복하고 생활의 안정을 도와주며 재취업의 기회를 지원해주는 제도이다. 상해나 사망사고와 같은 보험사고가 발생했을 때 보험금을 수령하는 것처럼 실업급여는 '실업'이라는 보험사고가 발생했을 때 취업하지 못한 기간에 대하여 적극적인 재취업활동을 한 사실을 확인하고 지급한다. 실업급여를 수급할 수 있는 요건은 고용보험법에서 정하고 있는데, 이직일 이전 18개월간 피보험단위기간에 통산하여 180일 이상일 것, 근로의 의사와 능력이 있음에도 불구하고 취업하지 못한 상태에 있을 것, 재취업을 위한 노력을 적극적으로 할 것, 이직 사유가 비자발적인 사유일 것 등의 요건을 갖추어야 한다. 이러한 요건을 갖출 경우 본인이 신청하고 일정한 절차를 거쳐 실업급여를 수령 할 수 있다. 본인이 실업급여를 받을 수 있는지는 고용보험 홈페이지나 거주지 관할 고용센터를 통해 확인할 수 있다.

다단계판매원 가입시 실업급여와 관련하여 고려할 사항

본 글의 목적이 실업급여에 대해 설명하고 이를 지급받을 수 있는 방법을 안내하는 데에 있는 것은 아니므로 실업급여에 대한 자세한 설명은 생략하도록 하겠다. 본 글을 읽는 독자가 주로 다단계판매원이거나 다단계판매원이 되려는 사람들일 텐데 이들의 입장에서 문제가 될 수 있는 관심을 가져야 할 부분이 바로 실업급여의 부정수급에 관한 문제이다.

실업급여 부정수급이란 실업급여를 받을 수 없거나 실업급여를 받을 수 있는 요건을 상실하였는데 실업급여를 지급받는 것을 말한다. 즉 실업급여는 고용보험 적용사업장에서 비자발적으로 이직한 근로자가 직업안정기관의 장으로부터 수급자격을 인정받고 실업 인정 대상 기간에 재취업활동을 하는 경우에 받을 수 있는데, 허위 또는 기타 부정한 방법으로 실업급여를 받거나 받고자 하는 경우 부정수급에 해당한다. 대표적인 부정수급 사례로는 이직 사유 또는 임금 등을 허위로 신고하는 경우, 재취업사실을 신고하지 않거나 허위로 신고한 경우, 실업 인정 내역을 허위로 신고한 경우 등이 있다.

그렇다면 다단계판매원과 실업급여의 부정수급이 과연 무슨 관계가 있을까? 우선 다단계판매원의 지위에 대해 살펴볼 필요가 있다. 다단계판매원은 다단계판매업자로부터 제품을 구입하여 소비한다. 또 한편으로는 구입한 제품을 일반 소비자에게 판매하고, 소비자들을 다단계판매원으로 가입시켜 사업을 진행하게 한다. 즉 다단계판매원은 소비자와 사업자의 두 가지 측면을 모두 가지고 있다. 실업급여의 지급대상이 되기 위해서는 '취업하지 못한 상태'에 있어야 하는 데 영리를 목적으로 사업을 영위하는 경우는 '취업하지 못한 상태'에 해당하지 않는다. 다단계판매원은 사업자와 소비자의 두 가지 측면을 모두 가지고 있고, 세무상으로도 개인사업자로 분류되기 때문에 영리를 목적으로 사업을 영위하는 것으로 취급된다. 즉 다단계판매원으로 사업을 시작하면 실업급여 취득 요건을 상실하게 되어 실업급여 부정수급에 해당할 수 있다.



실업급여와 관련한 예상하지 못한 피해 방지

이직 사유 또는 임금 등을 허위로 신고하는 경우, 재취업사실을 신고하지 않거나 허위로 신고한 경우, 실업 인정 내역을 허위로 신고한 경우 등이 부정수급에 해당할 수 있다. 부정한 방법으로 실업급여를 지급받은 경우에는 부정수급액의 반환뿐만 아니라, 실업급여 지급 제한, 부정수급액의 최대 5배의 금액이 추가 징수될 수 있으며, 최대 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금이 부과될 수 있다. 고용노동부에서도 다단계판매원으로 회원가입을 하고 신고하지 않는 경우 부정수급이 된다고 보고 있다. 다만 자가소비형 회원의 경우에는 확인서류 제출 시 부정수급 대상에서 제외될 수도 있는데 이는 판단하는 주체마다 차이가 있을 수 있으므로 반드시 사전에 확인을 해보아야 한다.

자신이 다단계판매원으로 가입시키려는 사람이 현재 실업급여를 받고 있는지 확인하고, 만약 실업급여를 지급받고 있다면 사업자로 회원가입시 실업급여를 더 이상 지급받기 어려울 수 있다는 부분을 분명하게 알려줘야 예상하지 못한 피해를 막을 수 있다. 또한, 종종 가족들에게 정확한 설명 없이 가족들 명의로 회원가입을 하는 경우가 있다. 이러한 때에도 가입된 가족 중 한 명이 실업급여 대상자일 경우 가입한 시점 이후부터는 부정수급에 해당할 수 있으니 주의를 해야 한다. 물론 다단계판매원으로 가입한 사실만으로 실업급여의 지급대상에서 제외하는 게 합당한지에 대해서는 논의가 필요하다고 생각한다. 그렇지만 이 글을 읽는 독자들은 다단계판매원으로 가입하게 되면 실업급여의 지급대상에서 제외될 수 있는 현재의 상황을 잘 숙지하고, 본인이 가입시키려는 사람이 실업급여 지급대상자는 아닌지 반드시 미리 알아보아야 한다.

오승유 변호사
現) 애터미(주) 해외사업부
제5회 변호사 시험 합격
서울시립대학교 법학전문대학원 졸업
고려대학교 법학과 졸업





Editor _ 오승유

기업 경영 패러다임의 변화, 생존을 위한 필수 키워드 'ESG 경영'

2022년은 애터미의 'ESG 경영 원년'

ESG 개념의 태동 : 주주 자본주의에서 이해관계자 자본주의로의 변화

1970년 9월 시카고대학교 경제학 교수인 밀턴 프리드먼(Milton Friedman 1912~2006)은 뉴욕타임즈에 '프리드먼 선언 : 기업의 사회적 책임은 이익의 증가에 있다.'라는 칼럼을 기고하여 자본주의 개념의 전환을 알렸다. 그를 필두로 하는 시카고대 경제학파의 주장에 따르면 자본주의 사회에서 기업은 영리를 목적으로 재화나 서비스를 생산 및 판매하는 경제주체로서 금융자본이 기업 운영의 주도권을 가지는 주주 자본주의(Shareholder Capitalism)로 연결되었다.

하지만 부자들은 더욱 부유해지는 반면 빈자들은 더욱 가난해지는 양극화 확대, 비정규직 고용형태 급증, 환경오염 야기 등의 여러 문제점을 발생시켰다는 주장이 제기되었다. 이런 배경에서 '월스트리트를 점령하라(Occupy Wall Street)' 시위 등 부유층의 탐욕과 소득 불평등에 저항하는 움직임이 전 세계적으로 확산된다.

이러한 움직임에 따라 2019년 8월 미국 대기업 경영자 모임인 '비즈니스라운드테이블(Business Round Table)'에서는 주주 자본주의 종언 및 이해관계자 자본주의(Stakeholder Capitalism)로의 전환을 선언하게 되었다. 이들은 기업의 결정이 주주 이익 극대화에 그치지 않고 직원, 고객, 사회 전체 등 모든 이해당사자를 고려하는 방향을 제시하였다.

ESG의 전개과정 : CSR에서 CSV를 거쳐 ESG까지

이러한 배경에서 2020년을 전후로 기업 경영에서 ESG의 개념이 부상하였다. ESG란 기업이 지속가능한 비즈니스를 달성하기 위한 비재무적인 요소로 'Environmental(환경), Social(사회), Governance(지배구조)'의 세 가지 핵심 요소로 구성되었다. ESG를 정확히 이해하기 위해서 보다 근원적인 개념의 CSR(Corporate Social Responsibility)에서부터 CSV(Creating Shared Value)를 거쳐서 ESG로 귀결된 과정을 살펴볼 필요가 있다. 기업의 사회적 책임을 의미하는 CSR은 1953년 하워드 R. 보웬 (Howard R. Bowen, 1908~ 1989)이 '기업의 사회적 책임'이라는 저서에서 제시하였다. 기업이 경영활동을 통해 창출한 수익을 사회에 환원하는 사회적 책임과 윤리경영을 강조한다. CSR의 개념을 확장한 CSV(Creating Shared Value)는 2011년 하버드대학교 경영학과 마이클 포터(Michael Porter)교수가 하버드비즈니스리뷰에서 발표한 개념이다. 기업 본연의 경영활동 자체가 사회적 가치를 창출함과 동시에 수익을 창출하는 방향임을 의미한다. ESG는 CSR과 CSV를 거치면서 확대되었던 기업의 사회적 책임을 가장 포괄적으로 정의하고 있다. 기업이 투자자 등의 이해관계자 요구에 대응하여 환경, 사회, 지배구조를 중요하게 고려할 것을 강조한다. CSR이 기업의 사회공헌을 통한 기업 이미지 상승을 추구하는 자발적인 측면이 강했다면 ESG는 투자자를 비롯한 이해관계자 관점에서 시작하였다는 점에서 구분된다.



세계적인 ESG 동향 : 기후대응, 공급망 관리, 가치소비, 투자지표, 규제강화

세계적인 흐름으로 확산되고 있는 ESG 동향을 5가지 주요 영역에서 짚어본다. 먼저 기후변화 위기에 따라 각국 정부는 환경 관련 정책을 내놓으며 탈탄소사회를 향한 글로벌 경쟁 시대에 본격 돌입하였다. 유럽 중심의 탄소 감축 정책에 온실가스 최대 배출국가인 미국과 중국도 동참했으며 우리나라 또한 '2050년 탄소 중립'을 선언한 데 이어 2021년에는 2030년까지 국가 온실가스 배출량을 2018년 대비 40% 감축하겠다는 목표를 제시하였다. 두 번째로 러시아와 우크라이나 전쟁과 코로나 팬데믹 장기화로 인해 글로벌 공급망 문제가 악화되면서 공급망 리스크 관리의 중요성이 증가하고 있다. 이에 따라 EU 의회는 인권 및 환경 이슈에 대한 기업 실사를 의무화하는 결의안을 채택하였으며 적절한 인권과 환경 전략을 갖추지 못한 기업은 도덕적 지탄을 넘어 법적 제도적 규제로 인해 글로벌 공급망에서 생존하기 힘든 환경이 전개되고 있다.

세 번째 MZ 세대(밀레니얼+Z세대)를 중심으로 기업 및 제품의 사회적·환경적 책임을 고려하는 가치 소비를 하는 소비자가 늘어나면서 착하지 않은 기업은 생존하기 어려운 시대가 되었다. 특히 소비재 기업이 민감하게 반응하여 ESG 전략을 통한 브랜드 이미지 제고에 노력하고 있다.

네 번째로 ESG에 대한 사회적 요구와 함께 국내외 기관투자자의 책임투자가 확대되고 있다. 우리나라는 국민연금을 중심으로 ESG 투자가 본격화되고 있으며, 시중은행도 ESG 경영에 연동한 금리 인하 등의 혜택을 제공하기 시작했다. 마지막으로 각국 정부에서 ESG 관련 공시를 의무화하고 있다. 유럽은 법에 근거하여 ESG 정보공시를 의무화하고 있고 미국과 일본은 거래소 규정 또는 특정 이슈 공시를 통해 공개하고 있다. 우리나라 또한 유가증권 상장법인을 대상으로 의무화하고 있으며 2030년까지 코스피 상장사 전체의 ESG 공시가 의무화될 예정이다.

2022년은 '애터미 ESG 경영의 원년'

ESG는 투자자를 중심으로 이해관계자의 요구에 따라 부상하였기 때문에 현재는 관련한 제도가 유가증권 시장 상장사를 주요 대상으로 삼고 있으며 이에 따라 상장 대기업 중심으로 ESG 경영이 확산되고 있다. 하지만 ESG 경영이 기업 생존을 위한 필수 키워드로 인식되면서 상장 여부 및 규모에 관계없이 ESG 관련 정보를 이해관계자들에게 적극적으로 알리려는 노력이 다각적으로 전개되고 있다. 기업데이터연구소 CEO 스코어의 조사에 의하면 2021년 국내 매출 상위 500대 기업에 속하면서 한국표준협회에 지속가능경영보고서를 제출하는 비상장사는 전체의 13.8%로서 비상장사들도 ESG 경영에 적극적인 입장을 취하고 있음을 확인하였다. 또한 애터미와 유사한 사업을 영위하는 아모레퍼시픽, LG생활건강, 코스맥스, 한국콜마, 애경산업, KT&G, GS리테일, 유한킴벌리, 풀무원 등은 ESG 보고서를 발간하거나 홈페이지를 통해 ESG 경영 의지를 적극적으로 알리고 있다. 설립 이후 초고속 성장 중인 애터미 또한 적극적인 사회공헌활동과 블루마린 프로젝트 등의 친환경 정책을 다각도로 펼치고 있다. 더불어 세계적인 경영 패러다임의 변화 속에서 애터미도 2022년을 'ESG 경영의 원년'으로 삼아 그동안의 활동을 바탕으로 ESG 경영 전략을 수립하고 애터미의 활동을 충실하게 담은 ESG 보고서 발간을 준비 중이다. 이는 국내 네트워크마케팅 업계 최초의 ESG 보고서이다. 애터미의 가치를 제고시키면서 동시에 모든 이해관계자와의 지속가능한 발전을 추구하여 ESG 경영을 선도하는 기업이 될 것으로 기대한다.



서다혜
現) CEO스코어 팀장
한국은행 물가통계국
DHL코리아 고객전략팀
숙명여대 통계학과 졸업

애터미 비즈니스 스쿨

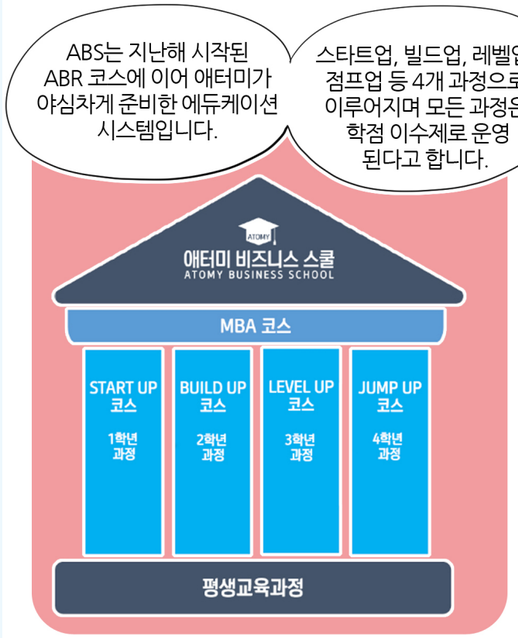


다음 뉴스입니다. 글로벌 직접판매 기업 애터미가 회원들의 성공을 위해 특별한 교육시스템을 오픈했다고 합니다. 보도에 허기자 기자입니다.



네 허기자입니다. 최근 애터미는 자사 회원들을 위해 애터미 비즈니스 스쿨을 오픈했습니다.

ABS는 애터미 사업의 전문가를 의미하는 'Master of Business Atomy' 과정입니다. 지난 4월 공식 오픈 됐습니다.

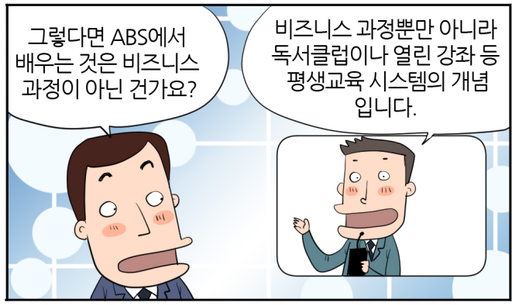


ABS는 지난해 시작된 ABR 코스에 이어 애터미가 야심차게 준비한 에듀케이션 시스템입니다.

스타트업, 빌드업, 레벨업, 점프업 등 4개 과정으로 이루어지며 모든 과정은 학점 이수제로 운영 된다고 합니다.



애비스 ABS 운영 담당자는 ABS에서 배운 것은 단순히 애터미 비즈니스 마스터를 넘어 일상 생활이나 부업 전선, 또는 교양차원에서도, 도움이 될 것이라고 밝혔습니다.



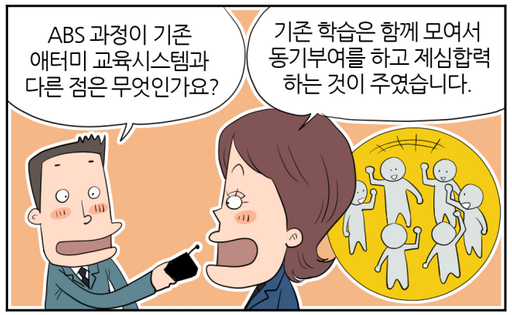
그렇다면 ABS에서 배우는 것은 비즈니스 과정이 아닌 건가요?

비즈니스 과정뿐만 아니라 독서클럽이나 열린 강좌 등 평생교육 시스템의 개념입니다.



애터미 비즈니스스쿨 담당자의 설명을 직접 들어 보시겠습니다.

안녕하십니까? ABS를 담당하고 있는 애비스입니다.



ABS 과정이 기존 애터미 교육시스템과 다른 점은 무엇인가요?

기존 학습은 함께 모여서 동기부여를 하고 제심합력 하는 것이 주였습니다.



하지만 애터미 비즈니스 스쿨에서는 내가 필요로 하는 지식정보를 체계적으로 학습하고 배운다는 것이 다른 점이라고 할 수 있습니다.



왜 ABS 과정을 시작하게 되었나요?

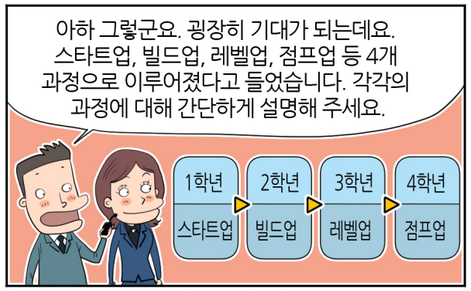
최근 몇 년 사이, 애터미 비즈니스 환경이 급격하게 변화했습니다.



네. 오프라인 만남이 위축된 대신 메타버스 등 정보기술 발달로 새로운 기회가 많이 생겼죠.



맞습니다. 이제는 애터미 비즈니스도 비대면이 주가 되는 시대가 되었습니다. 온라인 학습 시스템이 필요해 진 것입니다



아하 그렇군요. 굉장히 기대가 되는데요. 스타트업, 빌드업, 레벨업, 점프업 등 4개 과정으로 이루어졌다고 들었습니다. 각각의 과정에 대해 간단하게 설명해 주세요.



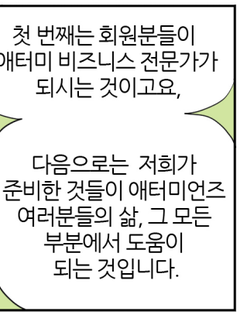
입문 과정인 스타트업 과정은 네트워크마케팅이 무엇이고 왜 애터미를 선택해야 하는지에 대한 것들을 배우게 됩니다.



다음 빌드업 과정을 통해 애터미와 박한길 회장님의 철학을 이해할 수 있게 됩니다.



레벨업 과정에서는 애터미의 제품과 비즈니스를 직접 체험하게 됩니다.



마지막으로 점프업 과정은 지금까지 학습한 것들을 내재화하는 과정입니다.

이 과정까지 마치면 명실 공히 애터미의 리더로서 거듭나게 될 것입니다.

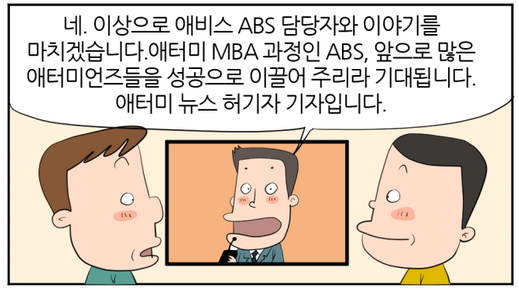
와 정말 모든 과정이 뭐 하나 버릴 것 없이 꽉 채워져 있네요.

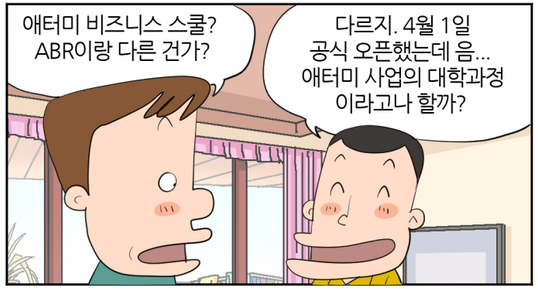
애비스님, 애터미 비즈니스 스쿨을 오픈하면서 특별히 기대하는 것이 있나요?

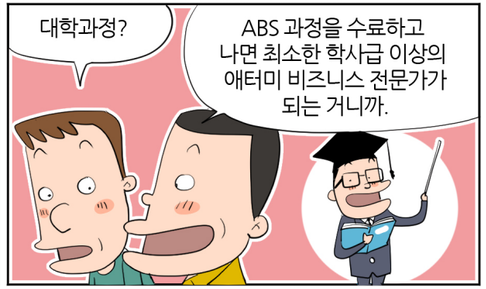
첫 번째는 회원분들이 애터미 비즈니스 전문가가 되시는 것이고요,

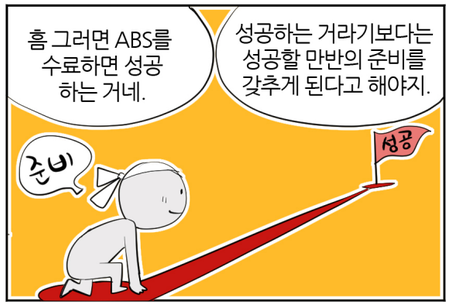
다음으로는 저희가 준비한 것들이 애터미언즈 여러분들의 삶, 그 모든 부분에서 도움이 되는 것입니다.


단순히 비즈니스 학습의 장이 아니라 인생 학습의 장이라는 말이네요
네. 애터미언즈 분들에게 애터미 비즈니스는 삶의 모든 부분과 연결되어 있으니까요.


네. 이상으로 애비스 ABS 담당자와 이야기를 마치겠습니다.애터미 MBA 과정인 ABS, 앞으로 많은 애터미언즈들을 성공으로 이끌어 주리라 기대됩니다. 애터미 뉴스 허기자 기자입니다.

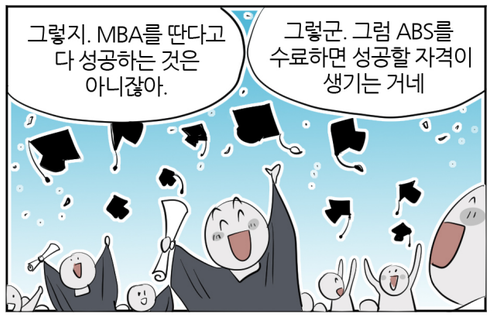

애터미 비즈니스 스쿨? ABR이랑 다른 건가?
다르지. 4월 1일 공식 오픈했는데 음... 애터미 사업의 대학과정 이라고나 할까?


대학과정?
ABS 과정을 수료하고 나면 최소한 학사급 이상의 애터미 비즈니스 전문가가 되는 거니까.


흠 그러면 ABS를 수료하면 성공하는 거네.
성공하는 거라기보다는 성공할 만반의 준비를 갖추게 된다고 해야지.
준비
성공


성공은 ABS가 하는 것이 아니라 자신 스스로가 하는 거니까.

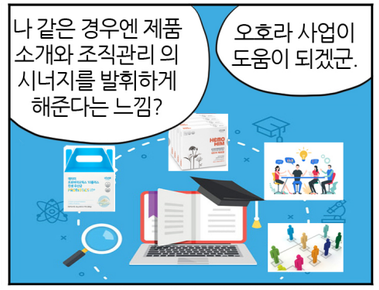

그럼 ABS는 성공 훈련원이라는 건가?


그렇지. MBA를 딴다고 다 성공하는 것은 아니잖아.
그렇군. 그럼 ABS를 수료하면 성공할 자격이 생기는 거네


그렇게 볼 수 있지.


그런데 ABS에 대해 잘 아는거 보니. 지금 교육 받고 있는 중인가?
씨익


하하하. 난 베타테스터로 미리 들어봤지.
오호 그래? 실제로 어때? 들을 만 해?

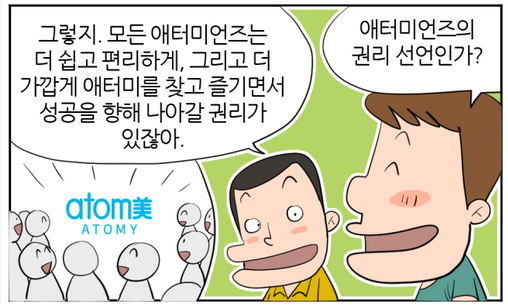

나 같은 경우엔 제품 소개와 조직관리 의 시너지를 발휘하게 해준다는 느낌?
오호라 사업이 도움이 되겠군.


응. 같이 들었던 사람도 시대 흐름이나 플랫폼 등 애터미 사업뿐만 아니라 삶을 살아가는데 필요한 지식이나 노하우까지 체계적으로 알게 돼서 좋았다고 하더라고.


그렇다면 나도 꼭 들어야겠군, 어떻게 신청하지?


ABS 홈페이지에서 신청하면 돼. 들어가 보면 신청 방법이라든가 학습도우미 등등 자세히 나와 있거든.
애터미 비즈니스 스쿨에 오신 것을 환영합니다!


ABS 담당자 말로는 앞으로 출시될 다양한 신제품, 트렌드, 시대변화 등 다양한 콘텐츠들을 만들어 교육할 예정이라니까 반드시 들어야하는 거라고.
성공하고 싶은 애터미언즈의 필수 코스라고 생각해야겠군.
SNS


그렇지. 모든 애터미언즈는 더 쉽고 편리하게, 그리고 더 가깝게 애터미를 찾고 즐기면서 성공을 향해 나아갈 권리가 있잖아.
애터미언즈의 권리 선언인가?
atom美 ATOMY

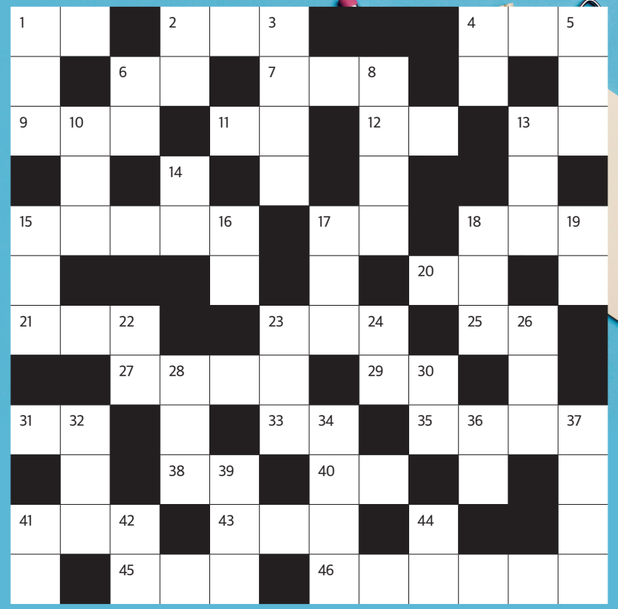

애터미언즈는 성공할 권리가 있고, 애터미는 애터미언즈가 성공할 수 있도록 최선을 다해 지원할 의무가 있다. 뭐 이런 얘기가 되나?
화이팅!
성공
atom美 ATOMY


그래서 애터미의 경영 목표가 고객의 성공인 것이구나.
그렇지. 애터미언즈의 성공이라는 중차대한 목표를 향해 불철주야 달려가는 글로벌 직접판매 기업이 바로 애터미라는 것이지.
atom美 ATOMY

ATOMY WORD PUZZLE

- ATOMY WORD PUZZLE의 정답은 채널애터미를 통해 공개됩니다.
- 채널애터미에서 선물상자 아이콘을 클릭하시면 워드퍼즐 이벤트에 참여하실 수 있습니다.
- 채널애터미 이벤트를 통해 정답을 응모하신 분에게는 소정의 상품이 지급됩니다.

채널 애터미 워드퍼즐
이벤트 바로 가기



가로 열쇠

1. 올해 애터미가 진출할 유럽 국가
2. 처음으로 인사할 때 서로 성과 이름을 알려 주는 것
4. 북아메리카, 중앙아메리카, 남아메리카 사이에 위치한 바다
6. 액체가 기체로 변화하는 현상
7. 매란국죽
9. 문틈으로 새어 들어오는 바람을 막기 위하여 문짝 주변을 돌아가며 바른 종이
11. 불혹의 나이
12. 수컷 꿩
13. 타고난 성품이나 소질.
15. 집안이 화목하면 모든 일이 잘됨
17. 책의 겉장
18. 시루에 넣고 쪄서 만든 떡
20. 사무나 업무의 집행 또는 재산의 상황·회계의 진실성을 검사하는 것
21. 지도에서, 표준 해면으로부터 같은 높이에 있는 지점들을 연결한 선
23. 스스로를 통제하는 마음
25. 사원이나 궁전에서 주요부분을 둘러싼 지붕이 있는 긴 복도
27. 산색이 아름답고 물이 맑음
29. 귀하고 소중한 물건
31. 호주를 중심으로, 그 집에 속하는 사람의 본적지·성명·생년월일 등을 기록한 공문서
33. 귓구멍 안쪽에 있는 얇은 막
35. 매우 더뎌 잘 나아가지 않음
38. 남을 높여 이르는 말
40. 통역을 하는 관리
41. 목격자의 증언을 모아 만든 용의자의 인상착의
43. 사진 원판으로 사진을 인화하기 위해 감광제를 바른 종이
45. 손가락이 없거나 오그라져 펴지 못하는 손
46. 올해 애터미가 진출하는 중앙아시아 국가

세로 열쇠

1. 독립 협회가 우리나라의 영구 독립을 선언하기 위하여 세운 문
2. 전화로 대화함
3. 원산의 바닷가에 있는 백사장으로 흰 모래톱이 10리나 이어져 있는 곳
4. 에스키모가 사용하는 가죽 배
5. 올해 애터미가 진출하는 남미 국가
6. 군대의 보급·수송·통신·항공 등의 기점이 되는 곳
8. 스스로 장수가 되어 나아감
10. 바람에 의해 수분하는 꽃
13. 세종 때 장영실이 만든 물시계
14. 범죄 수사 및 범인 체포를 직무로 하는 경찰
15. 밤에 길을 밝히기 위한 등
16. 목적이나 뜻을 이룸
17. 옷을 하얗게 하는 제품
18. 영화나 광고 등을 일반에게 공개하기 전에 시험적으로 상영하는 것
19. 인절미나 흰떡 따위를 만들기 위하여 찐 쌀을 치는 메
22. 조상의 무덤이 있는 산
23. 낙랑에 있었던 북으로 적이 침입하면 저절로 울렸다 함
24. 마음보
26. 특정한 시각과 장소를 정해서 하는 밀회
28. 파장이 엑스선보다 길고, 가시광선보다 짧은 전자기파
30. 세균 등을 배양하기 위한 영양소가 들어 있는 액체나 고체
32. 야구에서 진루나 득점이 필요할 때 터지는 안타
34. 허물없이 아주 친한 벗
36. earth
37. 폭발 시 주변을 진공 상태로 만들어 살상 효과를 내는 폭탄
39. 손가락 끝에 나는 종기. 생손이라고도 함
41. 올해 애터미가 진출하는 중앙아시아 지역 국가
42. 쇠를 녹여 거푸집에 부어 물건을 만드는 것
44. 삼으로 짠 천

GLOBAL CONTACTS

www.atomy.com

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

KOREA
www.atomy.kr
TEL 1544-8580
FAX 02-888-4802
E-MAIL atomy_kr@atomypark.com

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

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

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

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

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

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

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

KYRGYZSTAN
www.atomy.com/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

atom美 ATOMY

ATOMY ABSOLUTE

ATOMY ABSOLUTE SNOW

All Day Brightening System
for Luminous Skin

애터미 앱솔루트 스노우



토너 150ml 세럼 50ml 데이크림 50ml 나이트크림 40ml 다크스팟코렉터 9.5ml 페이셜마스크 20g x 5ea 톤업에센스선 50ml