SUCCESS

ATOMY MAGAZINE

Special Theme
General
Culture of Atomy
Business Knowledge
We, the Atomians

2017
SEPTEMBER

박한길 회장 인터뷰
성공이란 무엇인가

성공 노하우
로열리더스 클럽에 물어보다

글로벌
태국 그랜드 오프닝 3,000여 회원 모여

신제품
앱솔루트 셀렉티브 스킨케어



CONTENTS

SEPTEMBER 2017

















PUBLISHER MESSAGE

01 애터미는 상생 공동체

SUCCESS IN ATOMY

02 성공은 물질과 정신 모두 풍요로워지는 것
04 최고의 성공 시스템 Atomy System
10 로열리더스클럽 멤버들이 말하는 성공 노하우
14 애터미 성공의 견인차 석세스아카데미

GENERAL

20 업계 침체 속에 애터미 두 자릿수 성장 지속
24 CellActive™로 피부의 시간을 멈추다 _ 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어
30 믿을 수 있는 폴란드산 거위털의 포근함 _ 애터미 도브라노츠 거위털 이불
32 건강한 몸을 위한 1만 명의 도전 _ 애터미 슬림바디 챌린지 이벤트
36 미쳐서(狂) 미치다(及) _ 김연숙 크라운마스터
38 30대에 성공의 꽃 피우다 _ 이상원 박경희 스타마스터
40 ASEAN 시장을 안았다 _ 태국 그랜드오프닝에 3000여 회원 운집

FIELD OF ATOMY

44 동반성장 위한 첫 단추를 꿰다 _ 제1회 애터미 협력사 발굴 프로젝트 합력성선
46 스태프, 애터미 세미나의 숨은 공로자
48 매력자본을 극대화 하라
50 Column 사회적 성공을 결정하는 변수는 무엇일까? _ 이성연 애터미경제연구소장

BUSINESS KNOWLEDGE

52 Market Insight 글로벌직판산업 지난해 1.9% 성장
54 Health & Beauty 전국 석세스아카데미장 인근 단풍 명산 따라잡기
56 In Life 업무·영업 효율 200% 올려주는 꿀 앱
58 Column 다단계판매원의 가입과 개인정보

WE, THE ATOMIANS

60 애터미 뉴스
62 Atomy College 애터미의 주인은 회원입니다
66 현장보다 실감나게, 메시지 시각화의 달인들 _ 애터미 영상팀

애터미 **Publisher** 박한길 | **Publication** 애터미(주) (314-140) 충청남도 공주시 한적2길 52-101 (금흥동) **E-mail** atomysori@atomy.kr
Planning&Design 전략기획실, 디자인실 | **Production** 피앤플러스

애터미는
상생 공동체



애터미에서 성공은
경쟁을 통해 이루어지는 것이 아닙니다

전체가 조화롭게 발전할 수 있도록 시스템 속에서 자연스럽게 이루어지는 것이 애터미 성공의 특징입니다. 애터미에서 성공하기 위해서는 남보다 먼저 내가 성공하기 위해 경쟁을 하는 것이 아니라 다른 사람의 성공을 위해 내가 먼저 도움꾼이 되어야 하는 것입니다.

경쟁은 우리 사회에서 사람들의 능력을 십분 발휘하게 하는 중요한 요소임에는 틀림없습니다. 문제는 경쟁 그 자체가 아니라 상대에 대한, 더 나아가 창조주께서 만드신 모든 것에 대한 이해와 사랑이 결여된 채 이루어지는 경쟁입니다. 창조주께서 만드신 모든 것은 조화 속에서 움직이고 있습니다. 그것을 망각하고 오로지 경쟁만이 능사인양 생각하는 것은 교만의 극치이자 스스로를 파괴하는 이기(利己)에 불과합니다. 경쟁은 전체가 조화롭게 발전하기 위한 도구로서 사용되어야 합니다. 우리의 심장이 하루 종일 쉬지 않고 뛰는 것은 심장 자신을 위해서가 아닙니다. 산소와 영양분을 우리 몸의 모든 기관에 전달하기 위해서입니다. 간이 우리 몸의 독소를 열심히 해독하는 것도, 쓸개가 소화액을 만드는 것도, 팔다리가 움직이는 것도 모두 그 자신을 위해서 하는 일이 아닙니다. 심장과 간은 경쟁하지 않습니다. 심장은 간을 위해 산소와 영양분을 전달하고 간은 심장에 독소가 쌓이지 않도록 해독작용을 합니다.

나를 위해서가 아니라 서로를 위해서 일합니다. 그리고 서로를 위한 일들이 모여 생명체가 되는 것입니다. 말 그대로 모두를 위한 하나이자 하나를 위한 모두인 셈입니다. 애터미는 경쟁이 아닌 조화를 통한 성공을 추구합니다. 남보다 먼저 성공하고 남보다 더 크게 성공하고자 하는 경쟁을 지양(止揚)하고 다른 사람의 성공을 도와줌으로써 자신도 성공에 다다르게 되는 것입니다. 개개인의 애터미인들은 모든 애터미인들의 공동 성공을 위해 노력하고 모든 애터미인들은 개개인의 성공을 도와주기 위해 노력합니다. 이것이 바로 제심합력입니다. 애터미는 콜마비앤에이치, 디오텍코리아, 바다마을, 새롬식품, 맥널티 등 수많은 협력업체들과 함께 성장해 왔습니다. 협력업체의 성장을 도와줌으로써 애터미가 성장하는 것, 바로 동반성장입니다. 주변의 어려운 이웃들과 매년 김장김치와 연탄을 나누고 고마공주빵나눔터와 청년창업지원프로젝트를 시행하는 등 조화로운 사회를 향한 발걸음도 멈추지 않고 있습니다. 바로 애터미의 나눔 문화입니다. 각자의 자리에서 최선을 다하며 남는 것은 나눠주고 모자란 것은 빌려 쓰는 조화 속에서 모든 이의 능력은 배가(倍加) 됩니다. 제심합력을 통해, 동반성장을 통해, 그리고 나눔을 통해 애터미는 우리의 성공이 곧 나의 성공이 되는 초유기체이자 상생 공동체가 되는 것입니다.

2017년 9월 애터미 회장 **박한길**

Editor 이영민, Photographer 편집부

성공은 물질과 정신 모두 풍요로워지는 것

경쟁 아닌 합력으로, 내가 아닌 우리가 함께 성공한다

애터미의 대표 브랜드이자 성공의 아이콘 박한길 회장.
과거 인터넷 쇼핑몰 사업의 실패를 딛고 애터미를 창업해 수많은 성공자를 배출한 장본인이다. 애터미의 발전은 원칙 중심이라는 박한길 회장의 신념이 있기에 가능했다.
애터미의 선장 박한길 회장에게 성공에 대해 물어봤다.



Q&A로 알아보는 성공의 의미

Q — 회장님께서 생각하시는 성공이란 어떤 것인가요

A — 성공한다는 것은 곧 물질적으로도 정신적으로도 풍요로운 상태에 도달하는 것을 뜻합니다. 곳간에서 인심난다고 하듯 물질적인 빈곤은 정신도 가난하게 만듭니다. 아무리 돈을 많이 벌었어도 인정이 메말라있고 오로지 자신밖에 모른다면 성공한 것이 아닙니다. 반대로 인정이 넘치고 자신보다 남을 더 위하는 사람일지라도 물질적으로 풍요롭지 못하면 역시 성공한 것이라고 할 수 없습니다. 물질과 정신 양면 모두 풍요로워져야 비로소 성공한 것이라고 할 수 있습니다. 더 나아가 주변에 선한 영향력을 끼칠 수 있는 사람으로 거듭나야 합니다. 애터미에서 제심합력을 강조하고 인문학을 중시하는 것은 이 때문입니다. 남을 이기고자 하면 할수록 정신은 피폐해집니다. 애터미는 남을 이기려 하지 않고 도움으로써 성공할 수 있는 길을 만들어가는 것입니다.

Q — 그러면 회장님께서는 스스로 성공했다고 생각하시나요

A — 이 정도면 성공한 것 아닌가요? 물질적으로 충분하고 사회적으로도 애터미의 회장이라는 꽤 괜찮은 직함이 있으니까요. 하지만 아직도 할 일은 많이 남아있습니다. 더 많은 애터미 회원들이 성공할 수 있도록 하는 일, 애터미가 전 세계 유통의 허브로 자리매김 하는 일, 우리 사회가 더 나은 사회로 가는 데 애터미가 일조 하는 일 등등이지요. 물론 이런 일들은 혼자 하는 것이 아니라 모든 애터미 구성원들이 함께 해야 하는 것입니다.

Q — 회원들의 성공을 위해 가장 신경 쓰는 것은 무엇인가요

A — 경쟁의 덫에 빠지지 않도록 하는 것입니다. 대부분의 사람들은 경쟁에서 이기는 것이 곧 성공하는 길이라고 생각하고 있습니다. 성공하기 위해서는 다른 사람과의 경쟁에서 이겨야만 한다는 것이지요. 경쟁에 열중하다 보면 인간에 대한 이해와 배려, 사랑은 잊어버리고 점점 타산적인 사람으로 변하게 됩니다. 그렇게 해서 얻은 성공이지만 지키기 위해서 또 끊임없이 경쟁을 해야 합니다. 경쟁 속에서 헤어나올 수 없게 되는 것입니다. 애터미는 경쟁이 아닌 조화입니다. 각자의 재능이 올바르게 발휘됨으로써 이루어지는 조화를 통해 누구나 성공할 수 있는 시스템입니다. 애터미는 초유기체를 지향하고 있습니다. 모든 구성원들의 재능이 융합해 마치 하나의 살아있는 생물체처럼 움직이는 것이지요. 초유기체 조직의 구성원들은 경쟁하지 않습니다. 서로 힘을 합함으로써 성장과 발전을 이루는 것입니다.

Q — 고객의 성공이라는 것은 어떤 의미인가요

A — 고객만족 고객감동을 넘어선 것이 고객성공입니다. 애터미의 고객은 회원을 포함한 모든 소비자입니다. 더 나아가 협력업체들도 고객이라고 생각하고 있습니다. 소비자가 애터미 제품을 구매함으로써 만족하고 감동하는 것을 넘어 성공했다는 생각을 가질 수 있도록 하는 것입니다. 애터미는 소비 큐레이터 역을 자임하고 있습니다. 소비자들은 애터미가 있음으로 가성비 뛰어난 제품을 찾아 손품 발품을 팔지 않아도 됩니다. 어디에서도 애터미보다 뛰어난 가성비를 지닌 제품을 구매하기란 매우 어려울 것이기 때문입니다. 애터미는 절대품질 절대가격으로 소비자의 지갑을 더 묵직하게 만들고 있습니다. 애터미 제품을 구매하는 것만으로도 소비자는 더욱 풍요로워지고 편리함을 느낄 수 있고 협력업체는 애터미에 납품하는 것만으로도 성장하고 발전할 수 있는 것, 그것이 바로 애터미가 말하는 고객의 성공입니다.

Q — 어떻게 해야 애터미에서 성공할 수 있나요

A — 애터미에서 성공하기 위한 왕도는 없습니다. 걸출한 능력을 지닌 사람이나 그렇지 못한 사람이나, 고학력자나 저학력자나, 돈이 많으나 적으나 애터미에서 성공하기 위해서는 석세스아카데미, 원데이세미나에 열심히 참여하고 애터미 제품을 주변에 열심히 소개하는 것이 최선입니다. 최선을 다해 노력한다면 애터미에서는 지닌 능력에 관계없이 누구나 다 성공할 수 있습니다. 로열리더스클럽 멤버 대부분은 애터미를 시작하기 전 재력이나 학력, 인맥 등등 어느 것을 봐도 성공과는 거리가 멀었습니다. 그러나 지금은 대기업 임원급의 연봉을 받으며 주변에 선한 영향력을 끼치고 있습니다. 이러한 것이 가능한 이유는 개개인이 가지고 있는 능력에 따르는 차별이 없기 때문입니다. 애터미는 경쟁이 아닌 합력의 시스템인 것입니다.



Editor 이정선, Photographer 편집부

최고의 성공 시스템
Atomy System

경제학자인 로버트 기요사키는 세계적인 베스트셀러 '부자 아빠 가난한 아빠'에서 부자가 되는 방법 중 한가지로 '남의 성공 시스템을 활용하라. 즉 시스템 안으로 들어가라'고 주장하고 있다. 그렇다면 우리의 인생을 성공으로 이끌어줄 시스템은 무엇일까? 50세 쯤 되면 언제 퇴직할지 모르는 불안에 떨어야 하고 자영업의 성공률은 고작 5% 정도인 위기의 시대, 무자본 무경험 무점포로 성공할 수 있는 네트워크 마케팅이야말로 보통 사람들이 크게 성공할 수 있는 좋은 시스템을 가지고 있는 사업이다. 그 가운데서 애터미는 회사가 직접 운영하고 지원하는 다양한 시스템을 가지고 있어 개인의 능력에 상관없이 누구나 성공할 수 있다는 점에서 특별하다. 그럼 지금부터 회원들의 성공을 위해 애터미가 제공하는 시스템에는 어떤 것들이 있는지 함께 확인해 보자.





본사에서 직접 주관하고 운영 및 지원하는
애터미 최고의 성공 시스템 '세미나(Seminar)'





국내 세미나

석세스아카데미

성공 노하우와 균형 잡힌 삶에 대한 방향을 제시하는 애터미의 1박 2일 공식 세미나이다. 애터미의 비전을 설명하고 신규 직급 취득을 축하하는 승급식, 애터미의 성공자로 일컬어지는 오토판매사(오토 세일즈마스터) 강의, 인문경제학 강의, 글로벌 소식, 건강학 특강, 인생시나리오 작성 및 발표 등의 프로그램으로 운영된다. 애터미 성공 시스템을 안내하는 애터미 성공 사관학교라 불리며 현재 6개 지역 총 7곳에서 다원 생중계되고 있다. 애터미의 비전을 알아보고자 참석하는 해외 회원들을 위해 통역 서비스 또한 제공하고 있다.

Editor 이정선, Photographer 편집부

원데이세미나 회사 소개 및 창업 이념, 인문경제학, 제품과 마케팅 플랜 등을 소개하는 공식 세미나로 석세스아카데미가 개최되는 주를 제외한 매주 목요일 세종시 콜바비앤에이치에서 개최된다.

지역 원데이세미나 원데이세미나와 유사한 프로그램으로 지역 활성화를 목적으로 하며, 주 1회(화요일 또는 토요일) 진행된다.

부업가 세미나 애터미 사업을 부업으로 하는 이들에게 최적화된 세미나로 2시간 30분 동안 컴팩트하게 진행된다. 주 1회 토요일에 진행되며 2017년부터는 평일 저녁에도 운영되고 있다.

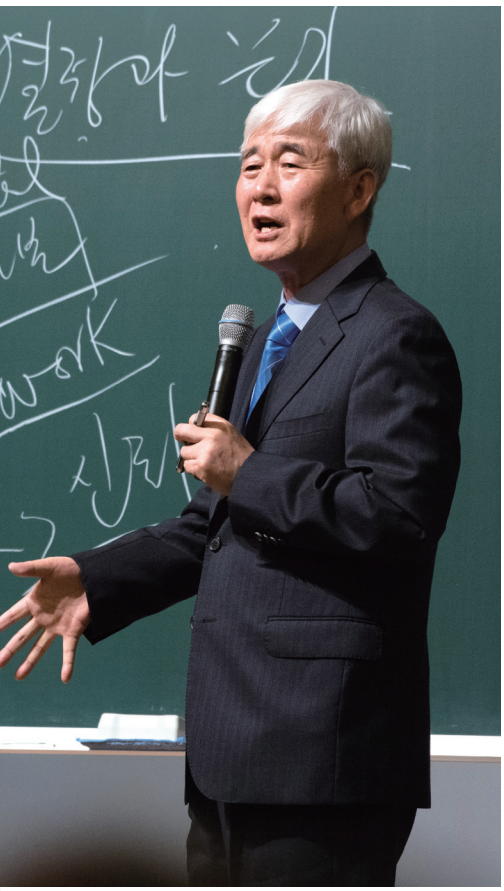
오토판매사 세미나 1년에 12회 이상 세일즈마스터 이상 직급을 유지한 회원들에게 회사의 중요한 정책과 방향을 알리는 세미나이다.

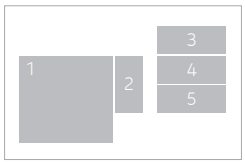












1~2 원데이세미나
3~5 부업가세미나

2016년 국내 세미나 현황

석세스아카데미	5개 지역 총12회 / 약 12만 5천여 명 참석
원데이세미나	총36회 / 약 9만여 명 참석
지역/부업가 원데이세미나	18개 지역 총 164회 / 약 11만여 명 참석
오토판매사 세미나	3회

Editor 이정선, Photographer 편집부

해외 세미나

2016년 해외 세미나 현황

8개 해외법인 108개 지역 2302회

2010년 미국을 시작으로 2017년 8월까지 전 세계 10개국에 진출한 애터미는 2016년까지 8개 해외법인 108개 지역에서 총 2,302회 세미나를 개최해 애터미의 성공 시스템 및 제품의 우수성, 글로벌 비전 등을 확인시켜주고 있다.











워크숍 Workshop

회사의 정책 이슈를 공유하고 애터미 리더로서의 역할과 자세에 대해 서로 나누고 배우는 소통과 화합의 장(場)으로 활용되고 있다.

국내 주요 워크숍

로열리더스워크숍, 리더스워크숍, 영리더스워크숍, 센터장워크숍

발행물



매거진『애터미』

애터미의 제품, 글로벌, 회원 인터뷰, 비즈니스 정보와 매호 스페셜 테마 제공



종합 카탈로그

애터미 전 제품 주요 정보 및 이미지 제공



미니 카탈로그

핸드북 형태의 종합 카탈로그 축소본



제품 리플렛

애터미 주요 제품 요약 정보 제공

온라인 콘텐츠

굿모닝 애터미

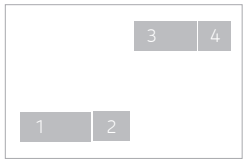
- 온라인 영상 조회 프로그램
- 매달 첫째 주 월요일 오전 10시 방송
- 사업 진행 방향과 노하우 및 각종 최신 정보 제공
- 전국 애터미 교육센터에서 시청 가능
- 주요 프로그램 : 〈몽상 박한길 회장의 즉문즉답〉, 〈애터미 인문학 산책〉, 〈도전! 오토판매사〉, 〈성공 시크릿〉, 〈One-Point 회원규정 바로 알기〉, 〈애터미 소식통〉



온에어

- 박한길 회장, 이성연 박사, 사업자 VOD를 비롯하여 제품 콘텐츠, 뉴스 및 보도자료 등 애터미 사업에 필요한 각종 콘텐츠 실시간 제공(http://www.atomy.com/onair)

1~2 해외 세미나
3~4 워크숍



Editor 이영민, Photographer 편집부

로열리더스클럽 멤버들이 말하는 성공 노하우

내 사업이라는 주인의식과 고래 힘줄 같은 끈기 필요해

애터미는 성공 주식회사다. 성공을 원하는 사람들이 성공을 기대하며 모여드는 곳이기 때문이다. 그러나 애터미를 시작했다고 성공이 보장되는 것은 아니다. 애터미에서 성공하기 위해서 필요한 것은 무엇이고 도움이 되는 것은 무엇인지 로열리더스클럽 회원들에게 물어 봤다. 로열리더스클럽은 애터미 사업자 가운데 연봉 2억원 이상의 성공한 리더 사업자들의 모임이다.



박미영 로열마스터

애터미에서 성공하기 위해 필요한 것은 무엇이라고 생각하나요

박동철 로열마스터 —— 고래 힘줄 같은 끈기와 흔들리지 않는 신념이 있어야 해요. 깜깜해지는 것은 곧 환해지기 위한 것이거든요. 된다고 철석같이 믿고 포기하지 않으면 성공할 수 있어요. 그런데 그걸 못하는 사람들이 많더라고요.

박미영 로열마스터 —— 자기주도적인 자세가 아닐까요? 애터미 사업의 주인은 자기 자신이예요. 성공을 해도 자신이 하는 것이고 포기를 해도 자신이 하는 것이죠. 스스로 노력해야만 성공할 수 있어요.

신정임 스타마스터 —— 절대 포기하지 않는 것이라고 생각해요. 제가 애터미를 처음 시작했을 때 가족은 물론 주변 지인들도 모두 반대했어요. 특히 남편은 1년 6개월 동안 저를 괴롭혔어요. 저 스스로도 성공할 수 있을까 하는 불안감이 많았구요. 그때 포기했다면 지금은 없었겠지요.

홍성표 스타마스터 —— 저는 인생시나리오가 힘이 됐어요. 포기하고 싶을 때 내가 만든 인생시나리오를 보면서 다시 한 번 다짐하고는 했어요. '내가 만든 인생시나리오가 있는데 이렇게 살아서야 되겠는가?' 하고요.

가장 힘들었던 점은 어떤 것이었나요

박동철 로열마스터 —— 성공할 수 있다는 확신을 갖고 있는 사람이 거의 없다는 것이 힘들었어요. 된다고 아무리 설명해도 겉으로는 끄덕거리지만 속으로는 '그거 아냐 안 돼'하는 것이죠. 부정적인 편견을 가지고 있는 사람들이 그렇지 않은 사람보다 많더라구요. 왜 스스로 부자가 될 수 있다는 생각을 하지 않는지 답답하기도 하고 화도 나고 그랬어요.

신정임 스타마스터 —— 자신에 대한 두려움이었어요. 애터미를 한 번도 해보지 않았고 성공한 적도 없었거든요. 그런데 반대는 심했어요. 그걸 이겨내는 것이 힘들었어요.



박동철 로열마스터

홍성표 스타마스터 —— 다단계를 굉장히 싫어했어요. 그래서 아내(신정임 스타마스터)를 1년 6개월 동안 괴롭혔지요. 누군가에게 피해를 줄 수밖에 없을 거라는 생각이 들었고 그러면서 사람과의 관계가 깨질 것을 두려워했어요. 지금은 다단계에 대한 인식이 확 바뀌었어요.

김점주 스타마스터 —— 일은 쉽고 좋은데 사람과의 관계가 힘들었어요. 내 마음을, 진짜 그 사람이 성공하기 위해 물심양면 돕는데 정작 그 사람은 왜 도와주는지를 모르는 거예요. 파트너 대부분이 네트워크마케팅을 해본 적이 없거든요. 후원 받는 사람은 왜 받는지 모르고 다른 사람은 자기가 소외된다고 생각하고... 잘 될 때도 많지만 안 될 때는 독이 되는 거예요. 그렇게 제 마음을 몰라 줄 때 힘들죠.



홍성표 스타마스터

어떻게 극복했는지요 또 극복할 수 있었던 원동력은 무엇이었나요

박동철 로열마스터 —— 스스로 성공할 수 있다고 생각하지 못하는 부정적인 의식이 힘들었지만 내가 사랑하는 사람들을 위해 해내야만 한다고 생각했어요. 애터미 하기 전에 돈 꽤 많이 벌어봤어요. 아내는 큰 식당을 운영하고 있었어요. 그런데 더 벌려고 하다가 그만 망했어요. 내가 한 실패 때문에 아내가 식당에서 일하는 것이 너무 보기 힘들더라고요. 힘들 때면 사랑하는 사람들을 생각해요. 내가 사랑하는 사람들을 위해서 해내야지 하고요.

박미영 로열마스터 —— 보름 동안 한 쪽의 실적이 제로였을 때 일주일을 고민만 했어요. 그러다가 회장님 강의를 듣고 깨달았어요. 내 성공의 크기는 내 그릇의 크기만큼 큰다고 하셨거든요. 그릇을 키우는 것이 내가 해야 할 일이라고 정리가 딱 되니까 마음도 편해졌어요. 스폰서는 애터미를 내게 소개해 준 것 만으로도 너무나 감사하죠. 그 다음은 내가 해야 하는 것이에요.

신정임 스타마스터 —— 저는 두 가지가 있어요. 첫 번째는 남편이 너무 반대하니 오히려 오기가 생기더라고요. 자신은 없었지만 '그래 내가 한 번 성공하는 꼴을 보여주고야 만다'라는... 그리고 두 번째는 회장님 강의와 다른 성공자들의 강의를 들으면서 '나도 할 수 있어' 하는 생각이 든 거예요.

홍성표 스타마스터 —— 그렇게 반대한 사람이 저예요.(웃음) 지금은 많이 미안하죠. 그래서 지금도 아내 앞에서 힘을 못 쓰고 있어요. 저 같은 경우는 주변의 반응 때문이라고 할 수 있어요. 네트워크마케팅을 그렇게 싫어했는데 회장님 강의를 자꾸 듣다보니 내가 변하고 주변 사람들이 변해가는 게 느껴지더라고요. 언젠가 뉴스에 네트워크마케팅에 대한 피해가 나오는데 친구들이 '나쁜 놈들 애터미처럼 하면 좋을 텐데'하고 말하데요. 그렇게 주변이 변하는 모습을 보며 희열을 느꼈어요. '정말 애터미가 네트워크마케팅의 새역사를 써내려가는 구나. 나중에는 내가 자랑스러워지겠구나.' 그런 생각이 들었어요.

김점주 스타마스터 —— 정확하게 애터미를 아는 것부터 시작해야 해요. 농부가 씨앗을 심을 때 어떻게 크는지 알고 심잖아요. 그리고 더 풍성하게 키우기 위해 힘든 일도 마다않고 정성을 다하지요. 저도 제 파트너가 자라는 것을 보는 게 너무 좋은 거예요. 식당에서 일하시던 할머니가 지금은 리더스클럽 멤버가 됐어요. 그분은 항상 저를 보고 천사라고 말하시거든요. 그런 일들이 보람스럽고 행복해요. 그 힘으로 어려움을 극복하는 거죠.

임병구 로열마스터 —— 애터미 사업 자체나 회사하고의 관계는 어려움 없었어요. 애터미가 작았을 때도 커가기 시작할 때도 사람과의 관계가 힘들었지요. 내 마음속에서 다르다는 것을 인정하는 것이 쉽지 않았어요. 스폰서에게 상황을 얘기하고 자문을 구하면 '답을 정해 놓고 거기에 꿰어 맞추지 말고 다르다는 것을 인정해라.'라고 했어요. 많은 사람을 보다보니까 각자 다 달라요. 그걸 정리하는 기준점을 잡고 나니 한결 수월해졌어요.



신정임 스타마스터

Editor 이영민, Photographer 편집부



임병구 로열마스터

성공하기 위해 가장 필요한 것은 무엇이라고 생각하나요

임병구 로열마스터 —— 상대방을 인정하는 것이요. 상대방이 나와 다른 것이지 틀린 것은 아니거든요.

박정수 크라운마스터 —— 비슷한데 다르다는 것을 인정하고 사랑하는 마음이 필요하다고 생각해요. 자식이 성공하는 모습을 보는 부모가 행복하듯이 파트너가 성공하는 것을 보는 게 행복한 스폰서가 되면 돼요.

양한숙 로열마스터 —— 저도 비슷해요. 파트너를 사랑하고 파트너가 성공할 수 있도록 돕는 마음이 필요한 것 같아요.

김점주 스타마스터 —— 저는 열정을 품은 끈기가 중요하다고 생각해요. 열정은 우리를 움직이게 하고 끈기는 우리를 포기하지 않게 하니까요.

자신이 생각하는 성공의 의미는 무엇이나요

박미영 로열마스터 —— 자유라고 생각해요. 빚 때문에 돈에 대한 강박관념이 있었는데 지금은 모든 부분에서 자유로운 마음이 된 것 같아요. 제가 성공하니까 주변 모든 가족들이 일이 생겼을 때, 부담이 생겼을 때 이것저것 따지지 않고 여유롭게 처리할 수 있는 자유로움이 생겼어요.

신정임 스타마스터 —— 저는 두려움이 많아요. 항상 성공할 수 있을까? 돈 벌 수 있을까? 하며 불안해 하고 자신감도 없었고요. 그런데 성공을 해보니 이제는 어떤 일을 해도 자신 있게 할 수 있을 것 같아요. 그런 자신에 대한 자신감이 생겼다는 것이 성공을 했다는 의미인 것 같아요.

홍성표 스타마스터 —— 성공의 의미는 균형 잡힌 삶을 완성하는 것이라고 생각해요. 돈을 많이 버는 것도 중요하지만 다른 사람들이 성공에 이를 수 있도록 이끌어주고 내가 가진 능력과 재능을 나눌 수 있는 사람이 되는 것이 성공 아닐까요.

김점주 스타마스터 —— 성공은 내가 행복해 지는 것이잖아요. 사람마다 조금씩 다르겠지만 저는 다른 사람들을 행복하게 해 줄 때가 제일 행복하더라고요. 결국 제게 있어 성공이라는 것은 더 많은 파트너들이 성공하도록 최선을 다해 도와줄 수 있다는 것이 아닐까 해요.

양한숙 로열마스터 —— 저는 주변에 어려운 사람이 있을 때 주저하지 않고 도울 수 있었을 때, 그럴 때 내가 성공했다는 것을 느껴요.

박정수 크라운마스터 —— 나눌 수 있는 마음과 여유라고 생각해요. 물질적으로 풍요롭지만 남을 도와주는 것에 인색한 사람들을 보면 성공한 것이 아니라는 생각이 들어요. 정말 나누려는 마음이 없고 베풀지 못하면 진정한 성공이 아닌 것이죠. 베풀 수 있는 마음까지 있을 때 성공했다고 할 수 있는 것이죠.



김점주 스타마스터

임병구 로열마스터 —— 저는 처음 애터미를 시작해서 마음속으로 목표를 정하고 지금까지 10년 이상 해온 과정 그 자체가 성공이라고 생각해요. 그 과정을 지켜봐온 아들이 아버지를 존경한다고 하고 고등학생이 돼서는 멘토가 아버지라고 하는 것을 보며 내가 제대로 살았구나 하는 생각이 들어요. 학교 가서 '아버지가 멘토다' 그런 얘기 하는 것, 그 과정이 성공이죠. 아들이 나를 보고 애터미 하겠다고 하거든요.

애터미의 어떤 점이 성공하는 데 도움이 됐나요

박정수 크라운마스터 —— 소비자를 만났을 때 당당한 것이죠. 애터미는 소비자에게 이익이 되니까 속이거나 아쉬운 소리를 할 필요가 없어요. 좀 더 크게 보면 애터미는 다르다는 것을 아니까요. 모르는 사람들은 똑같은 네트워크마케팅인 것으로 보지만 분명히 다르잖아요. 누구도 따라올 수 없는 문화를 가지고 있다는 점이 우리에게 당당함을 주는 거예요. 이성연 박사님의 강의만 해도 그래요. 어디서 그런 강의를 들을 수 있을까요? 그런 강의가 우리 인생을 달라지게 하고 나이 먹으면서도 젊은 세대와 다르지 않은 감성을 가질 수 있는 거라고 생각해요. 그런 차별성이 성공하는 데 도움이 됐다고 생각해요.

김점주 스타마스터 —— 회장님이 브랜드고 회장님의 철학이 있었기 때문에 가능하다고 봐요. 그 철학이 있기 때문에 애터미가 변하지 않고 우리도 성공할 수 있었어요.

박동철 로열마스터 —— 전 애터미만의 시스템이라고 생각해요. 내가 힘들다고 느껴질 때 석세스아카데미 가서 듣고 원데이세미나 가서 들으면 나도 모르게 '죄송합니다. 더 열심히 하겠습니다.'라고 하게 돼요. 나보다 나이 많은 분도, 나보다 힘이 없는 분도, 나보다 더 어려움에 처한 분도 포기하지 않고 열심히 하고 계시는 것을 보거든요. 그런 열정이 나를 새롭게 해주고 그런 과정 속에 내가 변화하는 것을 느끼고 감사하게 돼요.

박미영 로열마스터 —— 처음 시작할 때 마케팅 플랜 강의를 들었는데 그냥 알아졌어요. 듣자마자 '아 이거 되겠네.'하는 생각이 확 드는 거예요. 어렵지 않다는 것을 보고 그날 '3년이면 월 천만 원이 들어오겠네.'라는 생각에 잠을 못 잤어요. 처음부터 그 확신이 있었기에 지금까지 달려올 수 있었어요.

양한숙 로열마스터 —— 첫 번째는 절대품질 절대가격이라고 생각해요. 두 번째는 회장님의 사랑이지요. 그런데 회장님이 사랑으로 만든 시스템이 우리를 성공으로 이끌었어요. 애터미를 폄하하던 사람도 들어와서 회장님 강의에 몰입하면 성공할 수 있어요. 사글세 사시던 시절이나 지금이나 변함없는 그 마음이죠.



박정수 크라운마스터 양한숙 로열마스터

Editor 이영민, Photographer 편집부

애터미 성공의 견인차 석세스아카데미

꾸준히 참석하면 막연했던 꿈이 현실로 이루어진다

로열리더스클럽 멤버들에게 애터미에서 성공하는 법을 물으면 빠지지 않는 대답이 있다. 석세스아카데미와 원데이세미나에 꾸준히 참석하라는 것이다. 1박 2일로 진행되는 석세스아카데미는 매달 속리산 유스타운을 비롯해 경기도 화성(수원)의 라비돌리조트, 서울 양재의 더케이호텔, 강원도 홍천의 대명비발디리조트, 전북 변산의 대명리조트, 경북 경주의 더케이호텔과 코모도호텔 등 전국 7곳에서 동시에 열린다. 총인원 1만 5000명 이상이 참가하며 7개 현장을 다원생중계 방식으로 연결하고 있다. 원데이세미나는 애터미 최대의 합력업체 콜마비앤에이치 건물에서 매주 개최되며 전국 각지의 애터미 교육센터에 생중계 된다.







> 성공이라는 꿈은 일상의 소소한 목표들이
> 하나하나 달성되면서 이루어진다



석세스아카데미와 원데이세미나의 프로그램은 사훈제창으로 시작해 박한길 회장과 이성연 박사의 강연, 성공자의 스피치와 더불어 승급식과 때때로 프로모션 이벤트가 진행되기도 한다. 석세스아카데미에서는 팀 미팅과 인생시나리오 작성 및 발표가 추가된다. 성격이 급한 사람이라면 석세스아카데미에 참석하는 것보다 그 시간에 소비자 한 사람이라도 더 만나는 것이 사업에 도움이 된다고 생각할 수도 있다. 그런데 왜 로열리더스클럽 멤버들은 하나같이 석세스아카데미와 원데이세미나에 꾸준히 참석하라고 하는 걸까?

석세스아카데미나 원데이세미나는 애터미에 대한 '지식'을 쌓기 위해 참석하는 행사가 아니다. 참석자들은 박한길 회장의 강연을 통해 사업방향을 재확인하고 새로운 동기부여를 받으며 자신의 꿈을 향해 다가간다. 또 이성연 박사의 인문학 강연을 통해서는 균형 잡힌 삶의 가치에 대해 재인식하게 되고 성공자의 스피치를 들으면서 공감을 하고 위안을 얻으며 '나도 할 수 있다'는 힘을 얻는다. 그 과정을 통해 석세스아카데미와 원데이세미나는 힘들고 지친 회원에게 힘을 주고 길을 잃은 회원의 길잡이가 되는 성공 시스템의 역할을 하는 것이다. 석세스아카데미의 인생시나리오 작성과 발표도 중요한 성공 시스템 가운데 하나다. 인생시나리오를 통해 현재 자신이 어디에 있는지 알게 되고 꿈을 향한 여정의 지도를 그릴 수 있다. 인생시나리오는 거창하게 한 번 적는 것이 아니다. 매달 또는 매주 혹은 매일 석세스아카데미에 참석하지 않아도 적을 수 있고 그 가운데 얼마나 이루어졌는지를 점검할 수 있다. 에디슨과 아인슈타인, 레오나르도 다빈치의 공통점은 그들이 메모광이었다는 점이다. 그들의 메모에는 구체적인 목표와 더불어 자기만의 방식으로 목표를 현실화하는 방법이 적혀 있었다. 인생시나리오를 통해 머릿속에서 맴돌던 생각들을 구체적인 목표로 만들고 수시로 점검하면서 현실화하는 것이다. 성공이라는 꿈은 일상의 소소한 목표들이 하나하나 달성되면서 이루어진다. 인생시나리오를 처음 써본다는 한 젊은 회원은 "인생시나리오를 쓰면서 평소에 생각하지 않았던 미래에 대해 생각하고 이루고 싶은 목표를 생각하게 돼 좋았다"고 했다. 또 다른 회원은 "2년 정도 매달 왔지만 올 때마다 새롭다"며 "인생시나리오를 통해 막연한 꿈이 구체적인 목표가 돼 하나씩 이루어져가고 있다"고 말했다.

Editor 이영민, Photographer 편집부



석세스아카데미 현장에 가다

S u c c e s s A c a d e m y

석세스아카데미의 중심지 : 속리산 유스타운

속리산 유스타운은 석세스아카데미가 시작된 곳으로 지금도 중심이 되고 있는 장소다. 이날 속리산 석세스아카데미에는 박한길 회장을 비롯해 30명이 넘는 로열리더스클럽 멤버 및 2500여 명의 회원들이 참석했다. 이 가운데에는 애터미의 석세스아카데미 발원지를 눈으로 확인하고자 말레이시아, 태국 등지에서 참석한 해외회원도 150여 명이 있었다.





석세스아카데미의 첫 순서는 사훈제창이었다. 이어 김주희 스타마스터와 권영식 로열마스터의 환영사가 있었다. 환영사에서 김주희 스타마스터는 “처음 석세스아카데미에 온 날 맨 뒤에 앉아서 반드시 앞자리에 설 것이라고 생각했다”며 “여러분이 할 일은 성공하고자 하는 사람을 이 자리에 모셔오는 것”이라고 말했다. 환영사가 끝나자 홍천 대명비발디리조트에서 하는 이성연 박사의 강연의 라이브 영상과 김승학 박사의 건강학 특강이 있었다. 이어 ‘슬림바디 챌린지’ 선포식과 트레이너가 체중 조절에 도움이 되는 동작을 선보이는 영상이 방송됐다. 선포식이 마무리되자 박한길 회장이 어색한 모습으로 트레이너를 따라하며 참석자들에게 한바탕 웃음을 선사했다.

가장 많은 인원이 모이는 곳 : 경주 더케이호텔



지난 7월 14일, 석세스아카데미가 시작하기 한참 전이었지만 경주 더케이호텔의 행사장 앞 로비엔 이미 줄잡아 1000여 명의 회원들이 북새통을 이루고 있었다. 먼저 온 회원은 석세스아카데미에 함께 하기로 한 동료들의 수만큼 손목띠와 식권을 챙겨 아직 도착하지 않은 사람들과 연신 통화를 하느라 바빴다. 오늘 처음 온 사람들에게 손목띠와 식권을 챙겨주며 석세스아카데미가 어떤 행사인지 열심히 설명하는 회원들도 자주 눈에 띄였고 특히 젊은 사람들이 많았다. 행사 시작 시간인 1시가 다가오자 자원봉사요원인 스태프들이 '손목띠를 착용하신 분들은 입장해 주세요'라는 말을 목이 터져라 외치고 다녔다.



이날 경주 더케이호텔에서 진행된 석세스아카데미에는 3000여 명의 회원들이 참석했다. 또 다른 장소인 경주 코모도호텔에도 1000여 명의 회원이 참석, 모두 4000여 명이 경주 지역의 석세스아카데미에 참석했다. 애터미는 올해 1월부터 경주 코모도호텔에서도 석세스아카데미를 진행, 영남지역 회원의 증가에 대응하고 있다. 행사 첫머리에 이희숙 로열마스터는 "열심히 뛰고 부지런히 말하면 나머지는 제품이 해줄 것"이라며 "애터미는 이 자리에 참석한 여러분들을 부자로 만들어주는 도구"라고 강조했다. 첫날 마지막 일정은 팀 미팅 및 인생시나리오 작성이었다. 필자가 찾아간 팀 미팅 현장에서 이연화 스타마스터는 "인생시나리오는 하얀 도화지에 내 의지를 그리는 것"이라며 "매달 인생시나리오를 쓰게 되면 꿈에 다가가고 있는 자신을 볼 수 있을 것"이라고 말했다. 한 회원은 "인생시나리오를 쓰면서 누구의 딸이고, 누구의 아내고, 누구의 엄마가 아닌 내 자신을 찾아가는 느낌"이라고 했으며 또 다른 회원은 "처음 썼을 때에는 칸이 너무 넓었는데 지금은 오히려 좁아졌다"고 말했다. 또 처음 인생시나리오를 쓴다는 회원은 "아직 20대라 인생에 대한 구체적인 시나리오 같은 것은 생각해보지 않았다"며 "인생시나리오를 쓰면서 새삼 미래에 대해 생각하게 돼 잘 왔다는 생각"이라고 했다.

Editor 이영민, Photographer 편집부

SPOT INTERVIEW Success Academy





애터미, 알수록 좋은 회사
많은 태국인이 애터미 통해 성공하는 모습 보고 싶다

깐야렛 와타나쑥신 태국 회원

애터미는 착하고 좋은 사람들이
성공할 수 있어요

태국 회원 깐야렛 와타나쑥신의 말이다. 우연한 기회에 애터미 제품을 사용해보고 애터미를 알고 싶어졌다는 깐야렛 회원은 "한국에 네 번째로 방문 했다"며 "자세히 알게 될수록 정말 좋은 기회라는 확신과 함께 친구에게 알려 줘야 한다는 생각이 들었다"고 말했다. 깐야렛 회원은 태국 오픈에 맞춰 많은 준비를 하고 있었다. 친구와 지인들에게 애터미에 대해 충분히 홍보했고 조만간 센터를 신청할 계획이라고 했다. 깐야렛 회원이 애터미에 반한 이유는 또 있었다. 바로 박한길 회장의 마인드였다. 특히 누구나 다 돈을 많이 벌고 싶고 높은 위치에 오르고 싶어 하지만 돈을 많이 벌고 높은 위치에 올랐다고 큰 리더가 되는 것이 아니라 다른 사람을 위해 나눠주는 '나눔의 마음'이 있어야 큰 리더라는 말에 감동했다. "타인을 위해 살아야 진짜 큰 리더라는 말이 정말 감동적이었어요. 저도 성공하면 많이 나누며 살 생각입니다." 애터미를 통해 많은 태국인들이 가난에서 벗어나 성공하는 모습을 보고 싶다는 그녀는 "애터미는 다른 네트워크마케팅"이라며 "노력하면 누구나 다 성공할 수 있어서 좋다."고 말했다.



의욕적으로 애터미 전파하는 30대 로열마스터 최시혁

> 많은 사람을 만나
> 애터미를 알리는 것이 중요하잖아요

힘든 누군가가 쉴 수 있고 꿈 꿀 수 있는 보금자리 만들 것

"영남 사람들 특유의 추진력 때문이죠." 경주 더케이호텔에서 진행하던 영남지방의 석세스아카데미는 경주 코모도호텔까지 확장, 두곳에서 진행하게 됐다. 경주 더케이호텔 한 곳으로는 도저히 석세스아카데미에 참석하고자 하는 회원들을 모두 수용할 수 없어졌기 때문이다. 영남지방의 상승세에 대해 최시혁 로열마스터는 "그냥 '됐나? 됐다'하는 식으로 하자고 하면 재는 것 없이 밀고 나가거든요"라고 말한다.

현재 경주 더케이호텔과 코모도호텔의 석세스아카데미에는 4000명 이상의 회원이 참석하고 있다. "갑자기 늘어난 것은 아니고 꾸준히 늘어 왔던 것이죠."

"그만큼 많이 움직이고 활동범위가 넓다는 거죠."

30대의 젊은 나이에 로열마스터에 오른 비결이다. 젊은 만큼 누구보다도 왕성하고 의욕적으로 애터미를 전파하고 있다. "많은 사람을 만나 애터미를 알리는 것이 중요하잖아요." 최시혁 로열마스터는 석세스아카데미나 원데이 세미나 등의 행사에서 자원봉사 스탭도 맡고 있다. 성공을 꿈꾸는 수많은 애터미 회원에게 봉사하는 것이 자신을 성공으로 이끌어준 애터미에 대한 보답이라고 생각하기 때문이다.

최시혁 로열마스터의 꿈은 소외계층에게 성공을 꿈꿀 수 있는 집을 지어 주는 일이다. "힘든 누군가에게 쉴 수 있고 꿈을 꿀 수 있는 보금자리를 만들어 주는 일, 생각만 해도 보람차지 않나요."



Editor 이영민

업계 침체 속에 애터미 두 자릿수 성장 지속

300만 회원 육박, 헤모힘은 3년 연속 업계 최고 인기 제품



국내 네트워크마케팅 시장 규모가 9년 만에 마이너스 성장으로 돌아섰다. 지난 7월 공정거래위원회가 발표한 2016년 다단계판매업체 주요정보'에 따르면 지난해 네트워크마케팅 시장 규모는 5조1306억여 원으로 2015년에 비해 0.44% 감소했다. 그러나 애터미는 전반적인 업계 침체에도 불구하고 두 자릿수 성장을 지속하며 소비자중심 네트워크마케팅의 성과를 높였다. 또 등록회원 수도 290만여 명으로 300만 회원에 육박했으며 헤모힘은 3년 연속 업계 최고 인기 제품으로 우뚝 섰다. 창사 이래 절대품질 절대가격을 내세우며 가성비 높은 제품으로 소비기반을 확보한 결과다.



> 헤모힘은 네트워크마케팅 업계에서
> 3년 연속 1000억원 이상의 매출을 기록한
> 유일한 제품

등록판매원, 애터미 빼면 제자리걸음

국내 네트워크마케팅 산업의 규모는 지난 2010년부터 2015년까지 6년 동안 연평균 성장률 15.26%에 달하는 고공성장을 이어왔다. 그 결과 지난 2010년 2조 5335억여 원이었던 시장 규모가 2015년에는 5조 1531억여 원으로 두 배 이상 커졌다. 그러던 것이 지난해에는 마이너스 성장으로 돌아선 것이다. 등록판매원수도 2010년 11.50%를 시작으로 2015년 15.49%까지 6년간 10%를 훨씬 넘는 증가률을 보였으나 지난해에는 4.22%에 그쳤다. 이마저도 애터미의 등록회원 증가분을 빼면 마이너스 성장이 된다. 애터미의 등록회원은 지난해 289만 8510명으로 2015년에 비해 33만 7422명 늘어났다. 반면 네트워크마케팅 전체로는 2015년의 795만 5622명에 비해 33만 6004명 늘어난 829만 1626명에 그쳤다. 애터미의 증가분을 빼면 1400여 명 감소한 셈이다. 지난해 네트워크마케팅 업계의 침체는 몇 년간 지속된 국내 경제의 저성장 기조의 영향으로 보인다. 2010년 6.5%의 성장률을 기록한 국내경제는 2011년 3.7%로 떨어졌으며 이후 2014년의 3.3%를 제외하면 2%대의 성장률을 기록하고 있다. 매출액 기준 상위 10개 업체들의 매출상위 제품 5개를 분석해 보면 건강식품군의 매출액은 4.66% 감소한 반면 생활용품의 매출은 57.63% 증가했다. 이에 반해 애터미는 지난해 두 자릿수의 매출성장률을 구가하며 소비자 중심 네트워크마케팅의 기치를 높였다. 매출액과 더불어 등록회원 수도 2015년 대비 13.17% 증가한 290만여 명으로 2013년 이래 4년 연속 업계 수위를 이어갔다. 이 같은 소비자의 호응에 힘입어 애터미의 대표제품 헤모힘은 단일품목으로 1447억여 원의 매출을 기록하며 네트워크마케팅 업계에서 3년 연속 1000억원 이상의 매출을 기록한 유일한 제품이 됐다.

30개 업체 매출 상위 5개 제품의 제품군별 집계(2015-2016)

순위	품목군	2015				2016			
		매출액	품목수	매출액 비중	품목수 비중	매출액	품목수	매출액 비중	품목수 비중
1	건강식품 (보조식품 및 식품 포함)	926,658,838,528	65	44.87	43.33	1,032,015,635,443	77	51.55	51.33
2	화장품	545,683,776,579	44	26.42	29.33	470,788,388,991	40	23.51	26.67
3	통신상품	379,046,972,912	22	18.35	14.67	211,152,798,016	17	10.55	11.33
4	생활용품(기타 포함)	214,041,204,867	19	10.36	12.67	288,132,309,292	16	14.39	10.67
합계		2,065,430,792,886	150	100.00	100.00	2,002,089,131,742	150	100.00	100.00

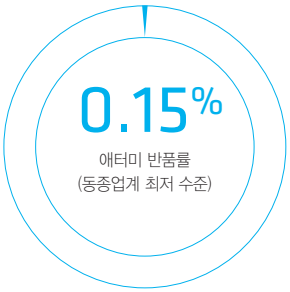
Editor 이영민



애터미, 3위와 격차 벌려

지난해 가장 많은 매출액을 올린 네트워크마케팅 기업은 2015년 대비 5.45% 증가한 1조 2374억여 원의 매출액을 기록한 한국암웨이였다. 2위인 애터미는 7785억여 원의 매출액으로 2015년에 비해 11.60% 증가, 1위와의 격차를 줄이는 데 성공했다. 반면 3위에 랭크된 뉴스킨코리아는 5318억여 원의 매출액을 기록, 애터미와의 격차가 더욱 벌어졌다. 4위와 5위는 2015년과 순위가 뒤바뀌었다. 2015년 4위였던 한국허벌라이프는 매출액이 31.34% 감소하며 5위로 밀려난 반면 유니시티는 38.96%의 매출신장률을 보이며 4위로 올라섰다. 이어 봄코리아(아이에프씨아이)가 35% 이상 감소한 1304억여 원으로 6위를 유지했으며, 시크릿다이렉트코리아(1162억여 원), 에이씨앤코리아(1007억여 원), 에이풀(784억여 원), 아프로존(778억여 원)의 순이었다.

등록판매원은 애터미가 300만 명에 육박하는 289만 8510명으로 전체 등록판매원의 34.95%를 차지하며 2013년 이후 4년 연속 압도적인 1위를 이어나갔다. 2위는 118만 1180명의 한국암웨이였으며 3위는 93만 9483명의 앤알커뮤니케이션이 차지했다. 이어 뉴스킨코리아와 봄코리아가 각각 37만 6919명, 30만 7802명으로 4위와 5위에 올랐다. 2016년 네트워크마케팅은 1조 7031억 3957만원의 후원수당을 164만 219명의 판매원에게 지급, 1인당 평균 103만 8361원을 지급했다. 또 후원수당 수령액 상위 1%의 판매원에게 지급된 후원수당 총액은 전체의 54.7%인 1조 7031억원으로 2015년에 비해 5.4% 증가했다. 또 2016년 1년 동안 후원수당을 전혀 받지 않은 사실상의 소비자 회원은 665만 1407명으로 전체 등록판매원의 80.22%에 달했다.





애터미 헤모힘, 3년 연속 가장 많이 팔려

매출액 기준 상위 30개 업체만 놓고 봤을 때 평균 반품률은 3.22%였으며 건당 반품액수는 30개 업체 전체 기준 24만 9546원이었다. 이 가운데 반품률은 애터미가 가장 낮았다. 애터미는 지난해 11억 8600만 여원의 반품액수를 기록했으며 이것은 총 매출액 7785억여 원 대비 0.15%에 불과한 반품률이다. 또한 가장 높은 반품률을 기록한 업체의 1/100 수준에 불과하다. 반품 건당 평균 액수도 애터미가 가장 적었다. 애터미의 평균 반품액수는 3만 8805원으로 애터미를 제외하면 가장 적은 평균 반품액수를 기록한 업체의 40%에도 못 미쳤다. 평균 반품액수가 적다는 것은 제품 단가가 저렴하고 소비자 회원의 구매가 많다는 것을 의미한다. 후원수당을 수령하기 위해 단가가 높은 제품을 구매하거나 한꺼번에 많은 제품을 구매한다면 그만큼 반품액수도 커지기 때문이다.

한편 평균 반품액수가 가장 큰 업체는 무려 576만 2208원의 평균 반품액수를 기록했으며 200만원 이상의 평균 반품액수를 기록한 곳도 두곳이나 됐다. 가장 많이 팔린 제품은 애터미 헤모힘이었다. 애터미 헤모힘은 2016년 한 해 동안 1447억여 원어치가 팔려 3년 연속 가장 많이 팔린 제품으로 이름을 올렸다. 헤모힘의 뒤를 이어 시크릿다이렉트코리아의 와우팩이 873억여 원어치가 팔렸으며 한국암웨이의 더블엑스리필(821억여 원)과 엣모스피어 공기청정기(798억여 원)가 3위와 4위를 차지했으며 뉴스킨코리아의 에이지락 유스스팬3 패키지가 763억여 원어치가 팔려 5위에 랭크됐다.

매출액 기준 상위 30개 업체의 매출 상위 5개 제품 150종을 제품군별로 보면 건강식품(보조식품 및 식품 포함)이 전체의 절반이 넘는 77개 제품으로 가장 많았다. 이어 화장품이 40개 제품, 통신상품이 17개 제품, 생활용품이 16개 제품 등의 순이었다. 매출액에서도 건강식품이 1조 320억여 원으로 전체의 51.55%를 차지하고 있었으며 이어 화장품(4708억여 원, 23.51%), 생활용품(2881억여 원, 14.39%), 통신상품(2111억여 원, 10.55%)의 순이었다. 2015년과 비교해 보면 통신상품과 화장품의 매출 비중은 감소했고 건강식품과 생활용품의 비중은 늘어났다. ⓐ



Editor 이정선, Photographer 전성곤

CellActive™로 피부의 시간을 멈추다

애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어

단일 품목 화장품 매출 1위에 빛나는 애터미 스킨케어 6 시스템의 뒤를 이을 또 하나의 명작이 탄생했다. 한국원자력연구원의 기술을 바탕으로 탄생한 애터미 스킨케어 6 시스템의 4대 기술을 업그레이드하고, 다년간의 추가 연구로 탄생한 압도적인 두 개의 기술이 더해진 '애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어'가 바로 그것이다. 젊은 피부는 아름답게 유지하고, 무너진 피부에는 고효능 트리트먼트를 통해 피부의 시간을 관리하는 21세기 피부과학의 결정체, 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어를 소개한다.



왜 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어인가?

Atomy Absolute CellActive™ Skincare

단순한 안티에이징에 머무를 것 같았으면 우리는
Absolute를 내놓지 않았을 것이다

바야흐로 100세 시대다. 65세 이상 노인인구가 전체 인구의 20% 이상인 초고령 사회로 진입하면서 노화에 대한 관심이 높아지고, 안티에이징에 대한 개념이 달라지고 있다. 노화에 대해 소극적으로 대응하던 '안티에이징(Anti-aging)' 대신 노화된 피부를 적극적으로 리페어(Repair)하고 젊은 피부를 유지하는 개념의 '디에이징(De-aging)'의 시대가 도래하고 있다. 디에이징은 당장 눈에 띄는 노화의 흔적을 없애는 것에 급급한 것이 아니라 피부의 시간을 멈추고, 진행된 노화에 대해서는 고효능 트리트먼트를 통해 '젊은 피부'로 가꿔주는 새로운 의미의 집중 안티에이징을 말한다. 또한 20대 중후반부터 피부 노화가 시작된다는 인식 확산에 따라 이른 노화관리의 중요성이 알려지면서 안티에이징은 중·장년층에 국한되는 것이 아닌 모든 세대의 주요 관심사로 떠오르고 있다.

효능성분만이 좋은 화장품이었으면 우리는
Absolute라 부르지 않았을 것이다

디에이징 케어의 핵심은 두 가지다. 첫째, 피부에 좋은 성분들을 찾아내는 것에 그치지 않고 각각의 성분들에 첨단기술들을 적용해 디에이징에 최적화된 복합 콤플렉스를 만들고 둘째, 디에이징에 최적화된 복합 콤플렉스를 피부 개선이 필요한 부위에 정확하고 빠르게 그리고 스스로 찾아가서 전달하게 하는 첨단기술이 요구된다. 따라서 피부 표면에 이미 자리 잡은 잡티를 옅게 하고 주름을 일시적으로 채우는 단순 '주름미백기능성' 제품을 쓰는 것만으로는 부족하다. 피부 노화를 방지하고 젊음을 유지하기 위해서는 겉으로 보이는 외형적인 부분을 케어할 뿐 아니라 노화와 관련한 피부 속 구조까지 복합적으로 관리해주는 화장품을 고르는 현명한 지혜가 필요하다.

Editor 이정선, Photographer 전성곤



Absolute는
피부에 활력을 주는 디에이징(De-aging)을 통해
젊은 피부는 더 아름답게 가꿔주고,
무너진 피부에는 생기와 탄력을 부여하는
진보된 피부과학의 결정체입니다.

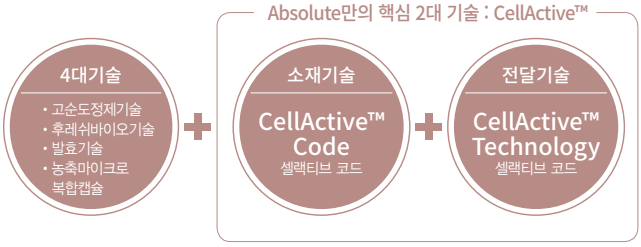
압도적인 효능성분을 압도적인 기술로!

‘애터미 앱솔루트’에 주목하는 이유

Absolute CellActive™ Skincare

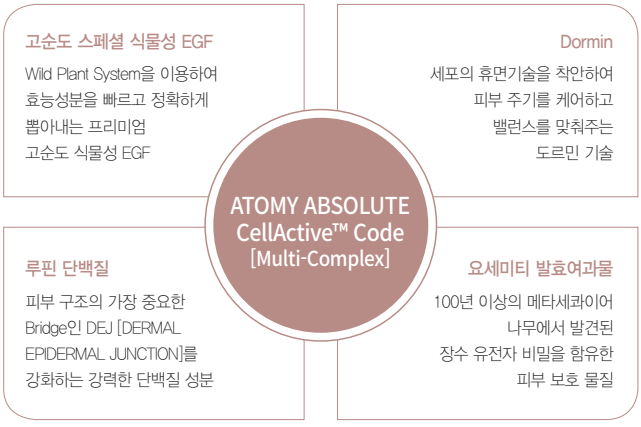
애터미 그 이상의 애터미 앱솔루트 피부과학 6대 기술

‘애터미 앱솔루트 셀렉티브 스킨케어’는 한국원자력연구원의 기술을 바탕으로 하여 탄생한 애터미 스킨케어 6 시스템의 4대 기술(고순도정제기술/후레쉬바이오기술/ 발효기술/ 다중액정캡슐기술)을 업그레이드하고, 우수한 기술을 보유한 한국콜마와 한국콜마비앤에이치의 화장품 전문가들이 다년간의 추가 연구 끝에 개발한 압도적인 2개의 기술(특허 출원 중)을 더하여 만들어낸 ‘21세기 피부과학의 결정체’이다.



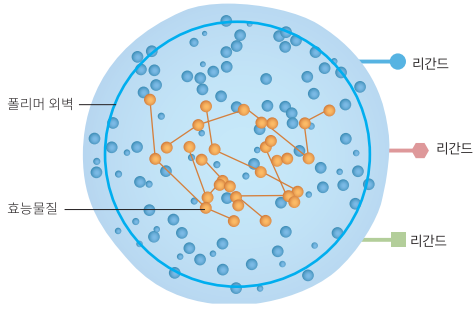
야생에서 얻은 피부활성화 성분 함유 CellActive™ Code

‘CellActive Code’는 De-aging 케어에 도움을 주는 프리미엄 원료들에 첨단 기술을 접목한 복합 소재 기술로 최적의 비율로 조성된 귀한 원료와 셀렉티브 기술이 적용되어 각 피부 부위별, 기능별에 맞춰 피부 활성화에 도움을 준다. 다양한 자연의 추출물들에서 피부활성화 성분들을 찾아내는 데 그치지 않고, 그 성분들 각각에 첨단 기술들을 적용해 디에이징에 최적화된 복합 소재 기술로 재탄생시켰다는 점에서 주목된다.



피부 고민 부위에 빠르고 정확히 타겟팅하는 CellActive™ Technology

‘셀랙티브 기술’은 복합 콤플렉스(CellActive™ Code)를 피부 고민 부위에 빠르고 정확하게 타겟팅하는 스마트 캡슐레이션 전달기술로 앱솔루트만의 독창적이고 자랑스러운 첨단기술이다. 피부세포 활성화를 위한 유효성분들이 실린 캡슐에 리간드를 부착하여 피부 고민 부분에 빠르고 정확하게 침투시켜 효능을 업그레이드해준다.



상세모식도

격조 높고 신비로운 투베로사 향

앱솔루트는 ‘투베로사’와 함께 한다. 강하지만 강하지 않고, 사람을 단 번에 사로잡는 특유의 고급스럽고 신비로운 ‘투베로사 향’은 앱솔루트 타임을 기다려지게 만든다.



베이스부터 다르다 녹차 에센셜 워터 사용

앱솔루트 피부과학은 보습기능이 있는 녹차수에 ‘토코페롤’과‘카테킨’을 더해 디에이징에 최적화된 기능성 ‘녹차에센셜 워터’를 탄생시켰다. 이는 앱솔루트 스킨케어만의 근본적인 경쟁력이다.



Editor 이정선, Photographer 전성곤

ATOMY ABSOLUTE

Absolute 하세요.

CellActive™ 로
피부의 시간을 멈추고,
격조 높고 신비로운 투베로사 향이
당신을 감쌀 때
당신은 새로워진 자신의 피부에
경이로움을 경험하게 될 것입니다.



토너

세안 후 민감해진 피부를
즉각적으로 진정시키고
보습을 부여하는 미백 부스팅 토너



로션

부드럽게 밀착되어
피부 본연의
힘을 채워주는 로션



세럼

마이크로 에멀젼 기술로
집중적 피부 탄력을 케어하는
프리미엄 농축 세럼



앰플

프리미엄 De-aging을 위한
셀랙티브 코드의 집중 농축으로
피부노화 징후 감소에
도움을 주는 고효능 만능 앰플



아이컴플렉스

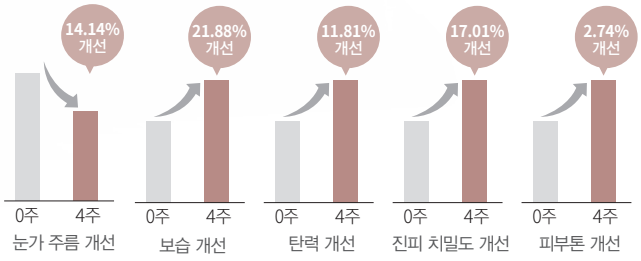
피부 고민의 포인트인 눈가 주름과
탄력을 집중적으로
케어하는 고농축 아이크림



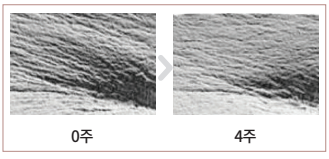
영양크림

얼굴 전체의 무너진 피부를
탄력있게 잡아주는
프리미엄 영양크림

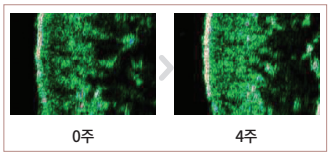
Absolute CellActive™ Skincare 가 선사하는 피부 변화



눈가 주름 개선



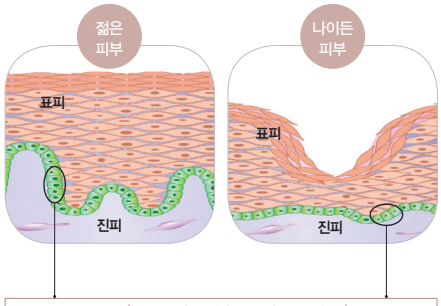
진피 치밀도 개선



※ P&K 피부임상연구센타 / 여성 21명 (만 35~55세) / 시험기간 : 4주 / 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 세트 4주 간 사용 후 결과

피부, 아는 것이 힘이다

잔주름 없이 탄력 넘치는 피부를 위한 노력은 빨리 시작하면 할수록 그 효과가 더욱 커진다. 지피지기면 백전백승인 것처럼 피부 노화의 원인을 알면 조금이라도 노화방지에 도움이 될 것이다.



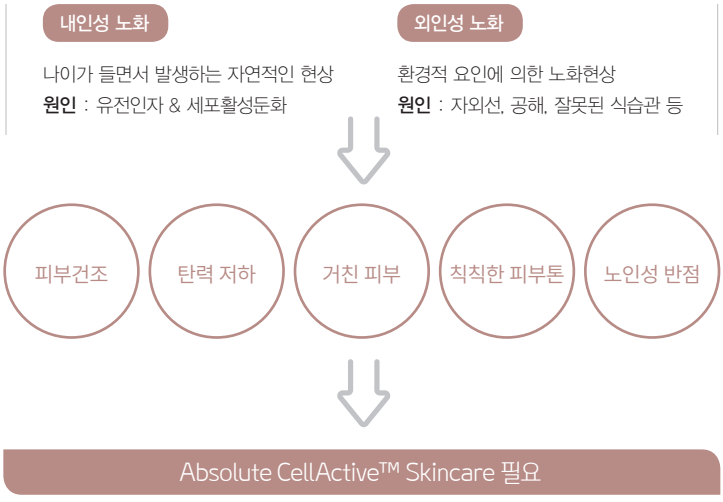
• 표피와 진피의 연결부위, 실질적인 피부 근원 케어가 필요한 부위!
• 건강하고 젊은 피부는 물결 형태, 나이가 들어감에 따라 평평해짐

DEJ를 사수하라

신체에서 가장 크고 넓은 부분을 차지하는 피부는 단순히 내 몸을 감싸고 있는 것 같지만 건강과 생존에 매우 중요한 기관이다. 피부는 미용적인 측면 외에 세균과 자외선으로부터 신체를 보호하고, 체온을 조절하며, 면역기능을 향상시키는 중요한 역할을 수행한다. 피부를 수직 단면으로 자르면 크게 표피, 진피, 피하조직의 3개 층으로 나뉜다. 피부 건강의 핵심적인 역할은 표피와 진피 사이의 접합부인 'DEJ(Dermal-Epidermal Junction)'가 맡는다. 표피와 진피를 단단히 연결해주는 DEJ는 젊을 때는 고르고 깊은 굴곡이 나타나지만 나이가 들면서 평평해지는 특성을 가진다. 즉 노화가 진행됨에 따라 콜라겐 다발이 끊어지면서 DEJ구조가 파괴됨으로써 주름 발생의 큰 요인이 된다.

피부노화 막는 비법

노화의 원인은 크게 내인성과 외인성으로 나뉜다. 내인성 노화는 말 그대로 나이가 들어 생기는 자연스러운 노화 현상이다. 외인성 노화는 자외선과 공해, 잘못된 식습관 등 외부 영향에 의해 진행된다. 노화가 진행되면 피부가 건조해지고, 탄력이 떨어지며, 착색현상이 일어나게 된다. 이러한 피부노화를 늦추기 위해서는 피부 탄력의 핵심 요소인 DEJ 및 노화와 관련된 피부 속 구조까지 복합적으로 관리해줄 수 있는 화장품을 사용해 꾸준히 관리해주는 것이 중요하다.



Editor 이은미, Photographer 전성곤

DOBRANOC

도브라노츠는
'잘 자요', '안녕히 주무세요'라는 의미의
폴란드어입니다.



* 출시 예정 상품입니다.

믿을 수 있는 폴란드산 거위털의 포근함

애터미 도브라노츠 거위털 이불

인생의 1/3을 차지하는 수면이기에 숙면의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않는다. 수면 중에는 단순히 뇌와 몸이 쉬고 있는 것이 아니다. 잠을 자면서도 신진대사는 끊임없이 일어나기 때문에 쾌적한 수면 환경을 만들기 위해선 이불을 잘 선택해야 한다. 이불은 신체의 이완과 함께 심리적으로 포근하고 안락한 느낌을 주어 숙면을 유도하기 때문이다.

사람은 수면 중에 약 20번 이상 자세를 바꾼다. 무거운 침구는 수면 중 인체의 움직임을 방해해 혈액순환을 어렵게 한다. 그래서 중요한 것이 가벼운 침구를 선택하는 일. 구스다운은 천연 소재 중 가장 가벼운데 이는 다운 사이로 많은 공기층을 함유하고 있기 때문이다. 일본 수면학회는 구스다운 이불을 숙면을 도와주는 가장 좋은 소재로 추천하고 있다. 난방을 줄여 실내 온도는 낮추고, 체온을 유지하는 이불 속 온도를 높여 쾌적한 수면 환경을 만들어주기 때문이다. 고대·중세 시대에는 왕과 성주들만이 사용하던 고급 침구류이기도 하다.

차원이 다른 꿀잠을 만들어 주는 구스다운 애터미 도브라노츠 거위털 이불의 비밀

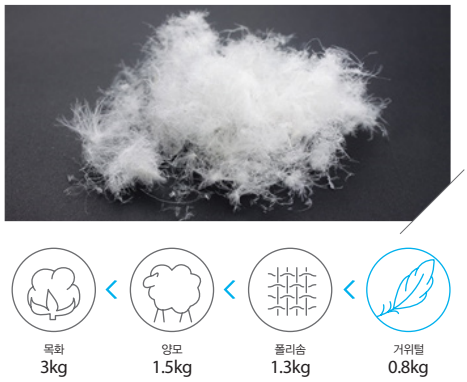
폴란드산 '솜털 95%', 필파워 800 최고급 구스다운의 완성

구스다운은 땀과 습기 등을 흡습·방출하는 역할을 동시에 하고 있어 쾌적함이 남다르다. 사람은 보통 취침 시 하루에 120mL의 땀을 배출한다고 한다. 특히 여름에는 땀을 더 많이 배출하여 그 땀으로 인해 끈적함을 느끼고 더 덥다고 생각하게 되는데 다운 침구는 뛰어난 수분 흡수력으로 쾌적한 수면을 돕는다. 솜털 안에 다량의 공기를 함유해 몸을 감싸 주는 포근함(드래프트성, body covering)도 구스다운의 특징이다. 이불 속에 찬 공기가 머물 수 있는 공간이 줄어들고 이불이 몸을 감싸고 있어 따듯함과 포근함을 느끼게 되는 것이다. 믿을 수 있는 폴란드산 거위 솜털 95%로 만들어진 애터미 도브라노츠 거위털 이불은 필파워 800의 최고급 구스다운이다. 폴란드산 거위는 바람이 찬 발트해와 인접한 지역에서 자라 일반 거위에 비해 1.5배 이상 다운볼이 커 품질이 매우 좋고 벌키성이 우수하다.

고밀도 원단과 최상의 가공법

털 빠짐 최소화를 위해서도 공을 들였다. 100수 면 45%, 폴리 극세사 55%의 고밀도 면극세사 원단을 사용했으며 다운프루프 가공 후 13 땀 이상의 섬세한 봉제와 원단 파이핑으로 마감하였다. 다운프루프 가공이란 원단에 높은 온도와 압력을 가하는 과정을 거쳐 원단의 침홀 사이를 좁혀 다운이 빠져나오는 것을 방지해주는 가공 방식을 말한다. 심실링 테이핑 특수 공법을 이용하여 바늘 구멍마저 막아 털빠짐을 최소화하였다. 또한, 다운 침구에 가장 적합한 입체봉제 방식으로 작업하여 털이 뭉치거나 쏠리지 않게 한 것도 특징이다.

거위털(구스다운) 솜털과 다른 소재의 무게 비교



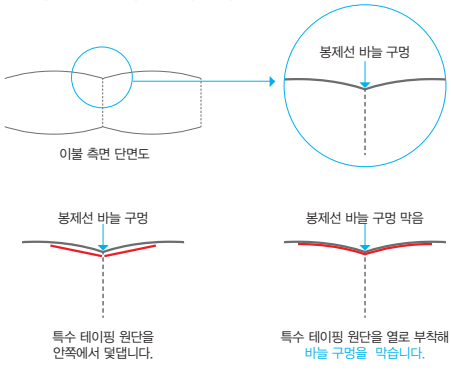
필파워란?

필파워는 구스다운 1온스를 24시간 동안 압축했다 풀었을 때 다시 부풀어 오르는 복원력을 뜻한다. 필파워가 높을수록 깃털 사이에 두터운 공기층을 형성하여 보온력이 우수하다. 일반적으로 필파워 800 이상이면 최고급 제품에 해당한다.

보온성과 필파워, 다운볼, 벌키성의 상관관계

구스다운 이불이 따듯한 이유는 다운볼이 많은 공기층을 함유하기 때문이다. 이는 솜털의 비율과 이불의 볼륨감을 수치화한 필파워가 높다는 것을 의미하며 이불에 함유된 공기층은 이불 밖 찬 공기를 차단하여 수면 시 일정한 온도를 유지하게 한다. 동일 중량 대비 다운볼이 크면 클수록 공기층은 더 두껍게 형성되며 보온성은 그에 비례한다. 김한수 박사의 〈우모의 세계〉에 따르면 최적의 수면 온도는 33도인데 구스다운 이불은 다른 소재보다 33도의 일정 온도를 유지시켜주는데 효과가 있다고 한다.

입체방식의 심실링 테이핑 가공법



Editor 이은미, Photographer 최원석

건강한 몸을 위한 1만 명의 도전

애터미 슬림바디 챌린지 이벤트

10,000명, 17톤, 336팀, 30억, 1,000,000포, 61,000km
제1회 애터미 슬림바디 챌린지의 기록이다. 슬림바디 챌린지는 심혈을 기울여 만든 다이어트 제품 애터미 슬림바디 쉐이크와 보이차 출시를 기념하고, 운동과 병행하는 건강한 다이어트를 장려하기 위한 애터미 최초의 온오프라인 이벤트였다.

애터미 슬림바디 챌린지의 기록

10,000

애터미 슬림바디 챌린지에 참여한 총 인원. 6월 13일 제품 출시일부터 시작된 참가 신청 기간 동안 10,000여 명이 참가 신청을 마쳤다.

336

개인 부문, 단체 부문, 대표경쟁 부문, 센터 부문으로 나뉜 슬림바디 챌린지는 총 336팀의 단체가 결성됐다.

1,000,000

챌린지 기간 판매된 애터미 슬림바디 보이차를 포로 환산하면 약 1,000,000포에 달했다.

17,000

챌린지에 완주한 3,300명 회원들이 감량한 몸무게의 총합. 17톤 총 17,000kg을 감량했다.

30

챌린지 기간 동안 슬림바디 쉐이크와 보이차 세트는 출시 한 시간 만에 매출 30억을 돌파하는 기록을 세웠다.

61,000

챌린지 기간 동안 진행된 착한 기부 달리기에서 참가자들이 달린 총 거리는 61,000km였다.



애터미 슬림바디 다이어트 CHALLENGE

슬림바디 제품과 운동을 통해
건강한 다이어트를 하자

슬림바디 챌린지 요강

대 상

- 애터미 슬림바디 쉐이크를 구매한 회원
- 다이어트를 할 수 없을 정도의 중증 질병이나 인체 내부 인공 구조물이 없는 회원
- 주민등록 기준 20세 ~ 65세 회원

주요 일정

- **접수** : 개인 6/13~6/25 단체 6/26~7/1
- **사전 실측** : 6/26~7/1
- **챌린지** : 7/2~8/27(8주간)
- **사후 실측** : 8/28~9/2
- **시상자 발표** : 9/15(석세스아카데미)

참여 부분 및 시상 기준

개인 애터미 슬림바디 세트 제품을 구매한 분
*감량 체중(kg) 기준

단체 개인 출전을 신청한 회원 중 단체 출전을 중복으로 원하는 분
*팀 감량 평균 체중(kg) 기준

대표경쟁 단체 출전 팀 중 상위 리더와 애터미 본사의 추천을 받은 10개 팀
*팀 감량 평균 체중(kg) 기준 *단체 부문과 동시 경쟁

센터 센터 소속 개인 출전 회원
*감량 체중(kg)의 총 합계

시 상

‹ 본상 ›

개인
- **1위** : 각 300만원
- **2위** : 각 200만원
- **3위** : 각 100만원

단체
- **1위** : 최대 2,250만원
- **2위** : 최대 1,500만원
- **3위** : 각 최대 1,050만원

대표경쟁
- 1위, 2위 대표팀 소속 팀원 10인 각 해외여행 제공

센터
- **대형 센터 1위** : 1,000만원
- **중형 센터 1위** : 800만원
- **소형 센터 1위** : 500만원

특별상
- 대표경쟁 우승팀 투표자 50명 추첨
  슬림바디 쉐이크&보이차 1SET

‹ 깜짝상 ›

비율 감량왕 최초 체중 대비 가장 많은 체중을 감량한 개인
(감량 체중÷최초 체중)
※ '개인 부문' 시상자는 제외

최고의 평균 감량센터 센터 소속 인원들 평균 감량 kg이 가장 높은 센터
※ '센터 부문' 시상자는 제외

달리기 기부왕 '착한 달리기'에서 가장 많은 기부 금액을 달성하신 분
※ '타 부문' 시상자는 제외

Editor 이은미, Photographer 최원석

주요 이벤트로 본
애터미 슬림바디 챌린지



EVENT 1

건강한 다이어트의 시작을 알린 슬림바디 챌린지 선포식

6월 16일 석세스아카데미. 박한길 회장은 슬림바디 제품과 운동을 통해 건강한 다이어트를 하자는 챌린지의 취지를 밝히며 슬림바디 챌린지의 시작을 알렸다. 선포식이 끝난 후 박한길 회장과 대표경쟁팀은 타바타 운동의 몇 가지 동작을 선보이며 참석한 회원들의 호응을 이끌어냈다.

EVENT 2

애터미 회원 맞춤형 운동 프로그램 타바타 운동

참가자들의 효과적인 운동을 위해 다이어트 멘토 우지인의 애터미 회원 맞춤형 운동 프로그램인 타바타 운동이 제공됐다. 운동 영상은 슬림바디 챌린지 홈페이지 등에 게시됐으며 석세스아카데미와 원데이세미나 현장에서 우지인 멘토의 운동 시연이 있을 때는 참석한 회원들이 운동을 따라하는 진풍경이 연출됐다.

EVENT 3

전국 150개 교육센터 1만여 명 실측 완료

6월 26일부터 7월 1일까지 전국 150개 애터미 교육센터에서 1만여 명이 사전 실측을 완료하면서 챌린지 참가 인원이 확정됐다.

EVENT 4

다이어트도 하고 기부도 하고 '착한 달리기 기부' 시행

챌린지 기간 달리기 앱을 이용해 달리기를 하면 애터미 본사에서 기부하는 '착한 달리기 기부'도 시행됐다. 누적거리는 61,000km로 총 1,500만원이 기부될 예정이다.

EVENT 5

50인 50색 대표경쟁팀 리얼 다이어트 스토리 공개

상위 리더와 애터미 본사의 추천을 받은 10팀 50명은 대표경쟁팀으로 선발되어 주 단위로 리얼한 다이어트 과정이 공개됐다. 사전 실측 과정, 운동 방법, 다이어트 노하우 등이 공유되어 챌린지 붐을 일으켰다.

EVENT 6

뭐든지 물어보세요! 다이어트 상담톡 운영

원활한 챌린지를 위해 참가자들의 궁금증을 해소하고 애로사항을 확인하며 이를 반영하기 위한 다이어트 상담톡을 운영했다.

EVENT 7

함께 하는 슬림바디 챌린지, SNS 이벤트

챌린지에 참가하지 않더라도 이를 즐길 수 있도록 SNS를 통해 슬림바디 포토존, 다이어트 결심 공유 이벤트 등을 진행했다. 또한 대표경쟁 우승팀에 투표한 회원들을 대상으로 추첨을 통해 슬림바디 세트를 증정했다.



대표경쟁팀
미니 인터뷰

식단에 슬림바디 쉐이크를 빼놓지 않았어요





마이무따 아이가 팀 장정훈 세일즈마스터

연예인 닮았다는 소리도 들어봤지만 최근 몇 년간 급속도로 살이 쪘다며 좋아하던 음식과 안녕을 고한 대표경쟁팀 마이무따 아이가 팀의 장정훈 세일즈 마스터. 챌린지 기간 동안 그는 총 26.6kg를 감량하며 다이어트에 성공했다. 체중을 많이 감량한 비결로는 식단에서 슬림바디 쉐이크를 빼놓지 않은 것과 꾸준한 운동을 꼽았다. 회식할 때도 슬림바디 쉐이크를 먹고 슬림바디 보이차도 물처럼 수시로 마셨다고. 다이어트에 성공한 장정훈 세일즈마스터는 "살 빼겠다고 생각은 했지만 실천을 못했는데 이번 슬림바디 챌린지가 좋은 계기가 된 것 같아요. 살찌기 전에 입었던 정장을 입고 파트너도 후원하고 전신 사진도 찍을 것"이라며 설레는 마음을 나타냈다. "챌린지가 끝나도 꾸준히 다이어트는 계속할 거예요. 30kg까지 감량하고 싶습니다. 지금처럼 건강한 방법으로요."

'함께라면 할 수 있다'는 긍정적인 자세로 3개월을 달려온 애터미 슬림바디 챌린지! 건강한 몸을 되찾기 위해 1만명이 흘린 땀은 그 무엇보다 값졌다. 슬림바디 챌린지의 최종 결과는 9월 석세스아카데미를 통해 공개된다.

Editor 이정선, Photographer 이호근

미쳐서(狂) 미치다(及)

김연숙 크라운마스터

지난 6월 17일 애터미의 성공사관학교라 불리는 석세스아카데미 승급식에서 애터미의 네 번째 크라운마스터가 탄생해 눈길을 끌었다. 자칭 타칭 '미친 섹시 아가씨'로 불리는 김연숙 크라운마스터가 그 주인공이다. 미치지 않으면 미치지 못한다는 '불광불급(不狂不及)'의 철학으로 미친 듯 몰두했던 그녀의 이야기를 들어본다.



모두 미쳤다고 했죠

가진 건 빚 밖에 없는 막막한 상황에서 석세스아카데미에 참석한 날. "또 다단계를 한다니 미친 거 아니냐"며 걱정하던 지인의 목소리가 오버랩 되며 지난 시간들이 떠올랐다. 조실부모하고 가난을 벗어난 적이 없었다. 남들 다 하는 결혼도 혹시나 가난이 대물림될까 싶어 망설였다. 그러다 지인의 소개로 정유회사에 다니는 남편을 만나 결혼하고 4년 만에 첫 집을 장만했다. 동생 부부와 태권도 체육관을 운영하며 밥 먹고 살만해지자 상가 건물 2층을 얻어 독서실을 차렸다. 불행은 1998년 외환위기와 함께 찾아왔다. 무리한 대출로 임대사업을 하던 주인이 대출금 상환을 못해 건물이 경매로 넘어가자 1억 전세금을 한 푼 건지지 못하고 빈털터리가 되었다.

그때 다단계와 처음 인연을 맺었다. 열심히 하면 성공할 수 있다는 희망으로 6년을 꼬박 달렸지만 결과는 또 실패였다. 들어오는 수입은 커녕 빚만 늘어가자 다시는 다단계 판매를 하지 않겠다는 결심으로 그만두었다.

실패자에서 반전의 주인공으로

깊은 실패의 늪에서 허우적대고 있을 때 애터미를 소개받았다. 처음에는 큰 욕심이 없었다. 다단계에서 성공은 아무나 하는 것이 아니라고 느꼈던

만큼 '더도 말고 월 2백만원만 벌어보자'고 생각했다. 당시 애터미 제품은 헤모힘과 화장품 뿐이라 화장품을 주력으로 영업을 시작했다. 그런데 소비자들의 반응이 절망적이었다. '그 얼굴로 화장품 장사를 하느냐' 며 면박을 주었다. 부끄럽고 참담했지만 현실을 인정하기로 했다. 월 2백만원을 벌기 위해서는 미쳐야 한다고 다짐했다. '당장 내 피부부터 잘 가꿔보자'는 생각에 석 달에 한 세트 쓰던 화장품을 한 달에 한 세트 이상 쓰면서 피부를 가꾸기 시작했다. 신기하게도 조금씩 효과가 나타나기 시작했다. 만나는 사람마다 '갈수록 젊어진다'느니 '예뻐졌다'느니 칭찬하더니 '어떤 화장품을 쓰냐'고 묻는 사람들이 생기기 시작했다. 달라진 외모 덕에 사업자들 사이에서는 '섹시 아가씨'라 불리며 관심을 받자 스스로 닉네임을 붙였다. 아름다움과 친하다는 뜻인 '美親(미친)'을 넣어 '미친 섹시 아가씨'가 되었다. 사업은 승승장구해 1년 만에 월 3백만원의 고정 수입이 발생했고 2년 만에 억대 연봉자가 되었다. 미친 듯이 열심히 뛴 결과 드라마보다 더 드라마틱한 반전의 주인공이 된 것이다.

공무원 아들에게 애터미를 권한 사연

'자녀에게 가난만은 상속해 주지 않겠다'는 꿈을 애터미를 통해 이룬 김연숙 크라운마스터는 얼마 전 또다시 미친 짓을 시도했다. 안정된 미래가 보장된 공무원 아들에게 애터미 사업을 권유했으니 보통 사람들이 보기에는 '미친 짓'이 분명했다. 하지만 거기엔 그만한 이유가 있었다. '애터미니까' 하는 믿음과 확신 때문이었다.

"애터미에서는 본인 능력 2%만 있으면 누구나 성공할 수 있습니다. 애터미 사업은 개인의 능력으로 하는 것이 아니라 회사의 시스템으로 움직이기 때문입니다." 애터미의 비전을 본 아들은 애터미 사업에 매진하고 있다.

실제로 김연숙 크라운마스터는 최근 애터미 시스템의 저력을 재확인할 수 있었다. 건강이 좋지 않아 1년을 쉬는 동안에도 매월 5천만원이 입금되는 것을 보면서 애터미와의 만남이 '축복'처럼 여겨졌다. 이러한 애터미의 힘을 믿기에 기꺼이 아들과 딸 부부에게 애터미 사업을 권할 수 있었고, 애터미를 통해 행복한 가정을 꾸리게 되었다고 자부한다.



며느리 김우숙 세일즈마스터, 딸 박혜영 다이아몬드마스터와 함께

더도 덜도 말고 딱 석 달만! 몰입의 힘

목구멍이 포도청이라 할 수 없이 시작한 일이 '황금알을 낳는 거위'란 사실을 확인한 김연숙 크라운마스터는 많은 사람들이 애터미를 통해 꿈을 이룰 수 있기를 희망한다.

"보이지 않는 것을 믿는 것이 더 큰 믿음이라고 하는데요. 다행이 애터미에는 많은 성공자들이 있으니 '나도 그들처럼 될 수 있다'는 믿음을 가지고 그들이 걸어온 길을 그대로 따라가면 됩니다."

그러면서 이제 막 애터미를 시작했거나 아직도 확신을 갖지 못하고 망설이는 이들에게 조언한다.

"어떤 도구를 만나느냐에 따라서 우리의 인생은 달라질 수 있습니다. 애터미라는 도구를 믿고 열정과 노력을 다한다면 반드시 꿈을 이룰 수 있을 것입니다."

김연숙 크라운마스터는 지난 승급식에서 자신의 코드를 사회에 환원하겠노라 공언했다. 애터미를 만난 것은 '천운'이라고 믿기에 하늘이 내려준 은혜에 보답하는 삶을 살겠다는 것이다. 마지막으로 성공노하우를 부탁하자 "사업자 말고 소비자 찾기에 애쓰고, 구체적인 목표를 세운 후에 딱 석 달만 미치도록 뛰어보라'고 제안한다.

"애터미 제품은 싸고 좋으니까 일단 한번 써보면 다시 찾게 됩니다. 소비자가 다른 소비자를 소개하는 방식이 되면 사업은 저절로 됩니다. 또한 이왕 시작했다면 나를 버리고 목표를 향해 열심히 달리세요."

1년의 휴식을 마치고 복귀한 김연숙 크라운마스터는 그동안 돌보지 못한 파트너들을 돌보기에 공을 들이고 있다. 그리고 다짐한다. 삶이 계속되는 한 은퇴는 없다고... 애터미라는 무대에서 혼신의 열정을 다하는 '미친 섹시 아가씨'의 유쾌한 도발은 계속된다.

> 애터미에서는 본인 능력 2%만 있으면
> 누구나 성공할 수 있습니다.

Editor 이정선, Photographer 이호근

30대에 성공의 꽃 피우다

이상원 박경희 스타마스터

"좀 더 일찍 알았더라면" "좀 더 일찍 시작했더라면" 인생을 살다보면 아쉬움과 후회가 남기 마련이다. 원데이세미나가 열리는 콜마비앤에이치 인근 카페에서 만난 이상원 박경희 스타마스터 부부의 첫마디도 역시 "좀 더 일찍 애터미를 시작했으면 좋았을 걸 그랬어요."였다. 하지만 그들의 표정에서 아쉬움은 찾아볼 수 없었다. '하루라도 빨리 시작해서 다행이야'하는 안도감과 감사의 마음이 고스란히 전해져 왔다.



새 희망을 발견하다

2012년 4월 5일, 둘째 아이가 16개월 되던 때였다. 육아모임에서 알고 지내던 지인에게서 애터미 사업을 소개받은 박경희 스타마스터는 처음 원데이 세미나장을 방문한 날을 떠올리며 이야기를 시작했다.

"희망이 없을 때 유일한 희망은 희망을 갖는 것이다."라는 회장님의 말씀이 굉장히 강렬하게 다가왔어요. 그래 이거다 싶었죠. 그런데 애가 너무 어리니까 일을 할 수가 없잖아요. 바로 친정으로 가서 딱 3년만 애들을 봐 달라고 했죠." 당시 자동차부품회사에서 설계를 담당하던 남편의 수입으로 큰 어려움은 없었지만 부자는 될 수 없었다. 평생 일만 했지만 이사 걱정 없이 지낼 집 한 칸 없는 친정어머니와 자신의 처지가 답답했던 그녀는 새로운 희망을 찾아 애터미를 시작하기로 결심했다. 하지만 가족들의 반응은 냉담했다. 어머니는 "너희나 잘 살면 되지 무슨 효도를 하겠다고 다단계를 하느냐"며 말렸고, 남편은 "지금까지 잘된 다단계 못 봤다. 다단계는 무조건 싫으니 정 하려거든 가족이나 주변 사람들은 절대 건드리지 말라"며 엄포를 놨다. 이렇다 할 인맥 하나 없던 처지라 아내는 결국 남편의 당부를 저버리고 손위 시누에게 기초화장품 세트를 전달하며 애터미 사업에 시동을 걸었다.

부부사업자의 길을 결심하다

목표가 뚜렷했던 만큼 성공에 대한 확신을 가지고 앞만 보고 달렸다. 2년이 채 되지 않아 월 500만원의 수입이 고정적으로 들어오기 시작하자 남편에게 뜻밖의 제안을 했다.

"애터미 수입으로 충분히 살 수 있으니 당신은 회사를 그만 두든 계속 다니든 용돈벌이 한다 생각하고 일 좀 줄이라고 하더군요."

순간 남편은 자신의 모습을 돌아보게 되었다.

"보통 직장인들은 월급날만 바라보고 한 달을 살잖아요. 저 역시 마찬가지였고요. 회사를 위해 몸이 부서지도록 일하는데 보상은 커녕 몸에 이상이 생기더군요. 종일 앉아 설계를 하니 안구건조증에 어깨통증, 목디스크, 척추측만증에 걸리고 치아도 나빠져 임플란트 시술까지 받게 되었죠."

그 사이 샤론로즈마스터가 된 아내는 혼자 속앓이를 했다. 회사 일을 좋아하고 열심히 하는 남편이라 혼자 시작한 일이지만 어느 순간부터 아쉬운 마음이 들었다.

"세미나에 가면 회장님과 박사님의 강의를 들으며 인생 공부를 하는데 그 좋은 걸 남편과 공유하지 못하니 정말 안타까웠어요. 부부 공통 관심사가 없으니 외롭기도 했고요."

고민 끝에 남편에게 사업제의를 했고 평소 아내로부터 애터미의 절대품질 절대가격 정책과 기업철학을 듣고 나쁘지 않겠다고 판단한 남편은 2014년 가을부터 속리산 석세스아카데미장을 찾았다. 금요일 저녁 퇴근 후 석 달간 석세스아카데미장을 찾은 남편은 회사의 만류를 뿌리치고 퇴사해 마침내 애터미 사업에 합류했다.





꿈의 로열리더스클럽에 입성하다

"애터미의 로열리더스클럽 멤버가 되신 것을 축하합니다."

2017년 새해 날아온 희소식에 박경희 스타마스터는 너무 좋아 엉엉 울었다고 한다. 무려 5년 동안 원하고 원하던 꿈의 자리가 아니던가. 로열리더스클럽에서 세 번째로 젊은 리더인 부부는 지금 인생 최고의 순간을 보내고 있다. 단 하나 아쉬움이 있다면 얼마 전 돌아가신 아버지께 좀 더 빨리 성공한 모습을 보여드리지 못한 점이다.

"나무가 고요하고자 하나 바람이 그치지 않고, 자식이 봉양하고자 하나 부모는 기다려주지 않는다'는 고어(古語)가 있는데요. 아버지께서 저희의 성공한 모습을 보시고 맘 편히 가신 것은 다행이지만 좀 더 빨리 성공해서 편히 모셨더라면 하는 아쉬움이 큽니다." 그러면서 진심어린 충고를 전한다.

"시간은 금이잖아요. 1분 1초도 낭비하지 말고 정말 부지런히 뛰어야 합니다. 빨리 성공해서 사랑하는 가족과 부모님께 좋은 모습을 보여드리는 것이 진정한 성공 아닐까요?"

다단계는 40대 이상이 되어서나 하는 것이라는 편견을 깨고 젊고 진취적인 애터미 만들기에 여념이 없는 부부는 지금 커다란 자신감에 차 있다. 보석 같은 존재들인 파트너들이 있기에 어떤 어려움도 이겨낼 수 있으리라는 확신으로 더 나은 미래를 계획하고 있다. 애터미의 젊은 리더로서 더욱 무거운 책임감을 갖고 앞으로 더 잘하고 열심히 하고 싶다고 의지를 다졌다.

"고속 성장기에 있는 애터미의 젊은 리더로서 회사와 함께 성장하고 있다는 사실이 즐겁고 보람됩니다. 앞으로 전 세계인들에게 희망과 용기를 주고, 파트너들의 성공을 이끄는 영향력 있는 리더가 되고 싶습니다."

> 시간은 금이잖아요. 1분 1초도 낭비하지 말고
> 정말 부지런히 뛰어야 합니다.

Editor 이영민, Photographer 편집부



ASEAN 시장을 안았다

태국 그랜드오프닝에 3000여 회원 운집

아세안(ASEAN) 시장이 애터미의 품 안에 들어왔다.
지난 8월 21일, 태국 방콕 퀸 시리킷(Queen Sirikit) 컨벤션 센터에서 애터미 태국의 공식영업을 알리는 석세스아카데미 및 그랜드 오프닝이 개최됐다. 이 자리에는 박한길 회장을 비롯해 이성연 박사 등 주요 경영진과 백인영 콜마비앤에이치 대표 등 외빈을 비롯해 한국에서 온 애터미 리더들과 태국 회원 3000여 명이 참석했다.

> 아세안 시장은 애터미의 핵심 시장으로
> 떠오를 것이다

아세안(동남아시아국가연합, Association of Southeast Asian Nations)은 동남아 10개국이 다양한 정치체제, 종교, 언어, 인종에도 불구하고 '하나의 비전, 하나의 정체성, 하나의 공동체'를 모토로 발전해왔다. 2016년 현재 아세안은 인구 6억 5000만여 명, 시장 규모 2조 3000억여 달러의 거대 시장이다. 애터미는 싱가포르, 캄보디아, 필리핀, 말레이시아 그리고 태국 등 5개국에서 활발한 영업을 펼쳐나가고 있다. 또한 오는 2018년에는 베트남과 인도네시아 시장에서 영업을 시작, 아세안 10개국 가운데 7개국에서 공식 영업을 하게 될 예정이다. 박한길 회장은 "아세안 시장은 애터미의 핵심 시장으로 떠오를 것이라고 확신한다"며 "애터미는 아세안 지역의 우수한 농산물과 풍부한 수산물을 전 세계에 판매함으로써 아세안 발전에 도움이 되는 기업이 되겠다"고 말했다.





애터미는 삶을 변화시킬 수 있는 큰 사업

퀸 시리킷 컨벤션 센터 플레나리 홀 로비는 태국 법인의 그랜드 오프닝 행사를 기다리는 회원 3000여 명으로 입추의 여지도 없었다. 이들 가운데에는 태국 오픈을 통해 글로벌 애터미의 확장세를 몸소 느끼고자 하는 일본과 대만, 싱가포르 등지의 회원들도 수백여 명이 있었다. 회원들은 성공에 대한 열망과 기대감을 아낌없이 드러내며 포토존에서 사진을 찍거나 글로벌 애터미에 대해 들뜬 어조로 이야기했다. 회원들은 너 나 할 것 없이 모두 태국 법인의 공식 오픈을 함께 축하하며 애터미의 글로벌 성장을 자신의 일인 양 기뻐했다. 장내의 모든 회원들이 일어서서 애터미의 사훈을 제창하는 것으로 공식 행사가 시작됐다. 윤영성 로열마스터는 환영사를 통해 "어려움을 딛고 창립 8년 만에 전 세계 11개국에서 성장을 거듭하고 있는 애터미는 기적의 회사"라며 "이 자리에 참석한 모든 분들은 애터미와 함께 또 다른 성공의 기적을 일으킬 것으로 확신한다"고 말했다. 또 박정수 크라운마스터는 "태국 법인 오픈과 더불어 애터미 신화는 계속 이어질 것"이라며 "5년만 투자하면 성공할 수 있는 애터미는 작은 사업이 아니라 삶을 변화시키는 큰 사업"이라고 강조했다. 태국 회원들은 리더 사업자들의 말에 공감했다. 한 회원은 "애터미는 최저의 비용으로 최고의 인생을 만들 수 있는 다시없는 기회"라며 "여기 계신 모든 분들이 애터미의 기회를 놓치지 않기를 바란다"고 말했다. 또 다른 회원은 "태국인들이 애터미라는 아주 좋은 기회를 만났다"며 "명확한 목표와 포기하지 않겠다는 마음만 있으면 누구나 성공할 수 있을 것"이라고 말했다.

Editor 이영민, Photographer 편집부



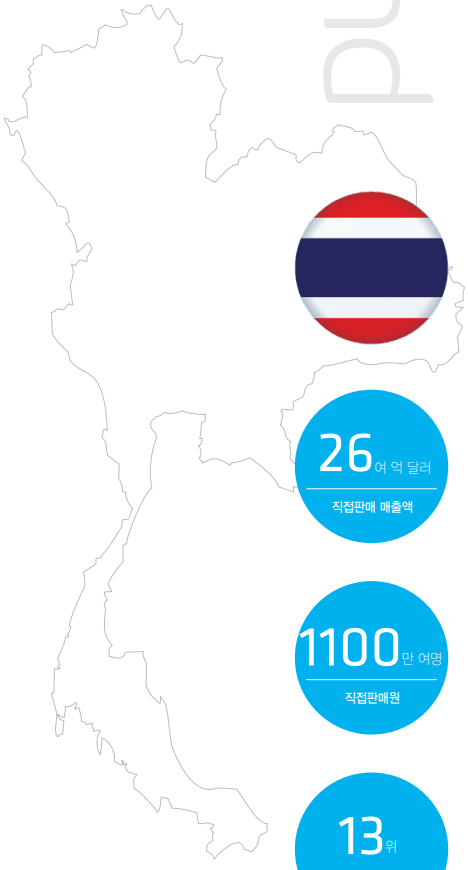
> 한국에서 두 차례 석세스아카데미에 참석하며 애터미의 비전을 봤다

두 달 간 177명의 승급자 탄생

애터미에서 성공하기 위한 중요한 키포인트 가운데 하나는 바로 인생시나리오를 작성하는 것이다. 태국 회원들 역시 인생시나리오를 작성하며 자신의 꿈과 목표를 되돌아보고 구체적인 실행 계획들을 적어가는 시간을 가졌다. 회원들은 진지한 표정으로 평소에 생각지 않던 꿈을 생각하며 인생시나리오의 빈 칸을 메워갔다. 한 태국 회원은 "샐러리맨이지만 아이가 셋이 있는데 월급만으로는 먹고 살기 힘들다"며 "애터미를 통해 경제적인 자유가 있는 삶을 살아보고 싶다"고 말했다. 또 다른 회원은 "자본도 인맥도 기술도 없이 사업이 가능한 애터미는 태국인 누구나 쉽게 시작할 수 있는 사업"이라며 "반드시 성공한다는 확신을 가지고 애터미 사업에 매진해 자동차도 사고 집도 살 것"이라고 말했다.

6월에 공식 영업을 시작한 태국 법인에서는 155명의 세일즈마스터를 비롯해 다이아몬드마스터 21명, 샤론로즈마스터 1명 등 177명의 승급자가 탄생했다. 태국 법인장은 "말레이시아나 싱가포르, 대만 등 주변 국가를 통해 애터미에 대한 정보를 많이 들은 것으로 알고 있다. 태국 회원들이 본격적으로 사업을 펼쳐 나가면 아세안 시장에 굉장한 영향력을 미칠 것이라 기대한다"고 했다. 또 태국 법인 최초의 샤론로즈마스터인 자투롱 커닷(Jaturong Kerdat) 샤론로즈마스터는 "한국에서 두 차례 석세스아카데미에 참석하며 애터미의 비전을 봤다"며 "애터미는 하고자 하면 전 세계 누구에게도 지지 않는 태국인들에게 성공의 기회를 제공해 줄 것"이라고 말했다.

Thailand



26 여 억 달러
직접판매 매출액

1100 만 여명
직접판매원

13 위
직접판매 시장규모



글로벌 확장 멈추지 않을 것

박한길 회장은 “태국 법인이 생존하는 가장 기본적인 조건은 태국의 국법을 잘 지키고 문화를 존중하는 것”이라고 강조했다. ‘사와디 캅’이라는 태국어 인사로 강연을 시작한 박한길 회장은 애터미는 흔히 볼 수 있는 네트워크마케팅 기업이 아니라 절대품질 절대가격으로 네트워크마케팅 시장의 문화를 건전한 방향으로 바꾸어가고 있는 기업이라고 설명했다. 좋은 제품을 싸게 판다는 것은 유통의 핵심으로 네트워크마케팅도 일반 유통 채널과 품질과 가격 경쟁력에서 이길 수 있는 최고의 방법이라는 것이다. 박한길 회장은 또 “태국은 높은 도덕성과 애국심을 바탕으로 ASEAN의 중심국가 역할을 하고 있으며 외세의 침입을 모두 이겨낸, 아시아에서 가장 강인한 국가 중 하나”라며 “애터미는 GSGS를 통해 태국 국가경제 발전에도 도움이 되는 기업이 될 것”이라고 강조했다. 박한길 회장의 강연을 끝으로 차분함 속에서 뜨거운 열기를 보여준 태국 법인의 그랜드오프닝은 대단원의 막을 내렸다. 태국의 직접판매 시장 규모는 2016년 기준 26여 억 달러로 세계 13위이며 동남아시아에서는 말레이시아에 이어 두 번째로 크다. 직접판매원은 1100만 여명에 달하며 주력 제품군은 건강기능식품 등의 웰니스 제품군과 화장품 및 퍼스널케어 제품군으로 각각 46.6%와 21.5%를 차지하고 있다. 애터미의 아세안 시장 진출은 오는 2018년 베트남과 인도네시아에 진출하며 일단락 될 예정이다. 특히 이번 아세안의 중심 국가인 태국에서의 성공적인 오프닝은 향후 동남아시아 지역에서 애터미가 큰 폭으로 성장할 수 있을 것이라는 기대를 가능하게 한다. 또한 해외시장이 10개국으로 늘어나며 글로벌 확장이 궤도에 올랐음을 증명했다. 애터미는 절대품질 절대가격을 전 세계 소비자들에게 전파할 때까지 글로벌 확장 노력을 멈추지 않을 것이다.



Editor 이은미, Photographer 편집부

동반성장 위한 첫 단추를 꿰다

제1회 애터미 협력사 발굴 프로젝트

합력성선
合力成善

창업 이래 합력업체와 동반성장을 도모해 온 애터미의 야심찬 프로젝트가 성공리에 막을 내렸다.
제1회 애터미 협력사 발굴 프로젝트 합력성선(合力成善, 합력하여 선을 이루다)이
바로 그것이다.



제 1회 애터미
협 력 사
발 굴
프 로 젝 트

애터미 동반성장 문화의 일환, 애터미 협력사 발굴 프로젝트

애터미 협력사 발굴 프로젝트 합력성선은 제품은 우수하지만 자본이나 판로가 없어 어려움을 겪는 중소기업을 발굴·지원하기 위한 중소기업 지원 프로젝트이다. 애터미는 창사 이후 지금까지 눈부신 성장을 거듭하고 있다. 그 성장을 가능하게 해준 원동력 중 하나가 절대품질 절대가격의 제품이다. 애터미의 파격적인 지원을 통해 합력업체는 경쟁력 있는 제품을 공급함으로써 애터미와 합력업체가 모두 성장하는 선순환 구조를 창출해 온 것이다. 애터미는 동반성장을 하나의 기업 문화로 정착시키고 있으며 이번 프로젝트 또한 동반성장 문화의 연장선상에 있다.

합력성선 개요

주요 일정

- **접수 :** 2017. 6. 26. ~ 2017. 7. 21.
- **서류 심사 및 현장 평가** : 2017. 7. 24. ~ 2017. 8. 30.
- **인터뷰** : 2017. 8. 31.
- **결과 발표** : 2017. 9. 7.
- **합력사 협약식** : 2017. 9. 16.

모집 분야

- 식품/리빙/가전/패션/홈 앤 데코
- 현재 애터미 판매 제품과 중복되지 않는 제품

Global Sourcing Global Sales



총 582개 업체 응모로 성황
사회적 기업 제일산업이 최종 선정돼

서류를 접수한 업체는 총 582곳이었다. 카테고리 별로는 식품 302개, 리빙 135개, 가전 61개, 홈 앤 데코 48개, 패션 36개로 식품 부문이 가장 많았다. 이후 서류 심사를 통과한 업체를 방문하여 사업성과 제조 환경을 점검하는 현장심사가 진행됐으며, 이 과정을 거쳐 4개 업체가 1차 평가를 통과했다. 1차 평가에 통과한 업체를 대상으로 인터뷰도 이뤄졌다. 그 결과 종이컵을 생산하는 제일산업이 최종 합력업체로 선정됐다. 제일산업은 36명의 직원 가운데 90% 이상이 중증장애인으로 구성된 사회적 기업이다. 합력업체로 선정된 제일산업은 향후 애터미와 함께 철저한 준비를 거쳐 제품을 생산, 애터미 글로벌 유통망을 통해 판매될 예정이다. 이 과정에서 애터미는 제일산업과의 동반성장을 위해 시설 및 공정 개선 자금, 안정적인 판로 제공 등을 지원할 방침이다. 한편 9월에 있을 석세스아카데미에서 애터미와 제일산업 간 협약식이 있을 예정이다. 제일산업의 정범수 대표는 "36명의 작업자들 모두가 한 가지 작업을 오랫동안 해왔기 때문에 숙련도가 높고 덕분에 불량률이 낮다. 종이컵 하나만큼은 최고라고 자신 한다"며 제품에 대한 자부심을 드러냈다. 합력사의 우수한 제품은 애터미가 목표로 하는 절대품질 절대가격을 가능하게 하는 원동력이다. 또한 애터미는 글로벌 전략 가운데 하나로 GSGS(Global Sourcing Global Sales) 전략을 꾀하고 있다. GSGS전략이란 전 세계 어디서든 절대품질 절대가격의 조건을 갖춘 제품을 발굴하여 애터미의 글로벌 유통망을 통해 판매하는 것을 의미한다. 박한길 회장은 "GSGS전략은 애터미의 경영 목표인 글로벌 유통의 허브와 고객의 성공 모두를 달성할 수 있는 전략이다. 앞으로는 국내뿐만 아니라 애터미의 해외법인, 향후 진출할 국가에서도 이런 프로젝트를 활성화 시킬 것"이라고 밝힌 바 있다.

합력업체와의 동반성장을 통해 글로벌 유통의 허브가 되기 위한 애터미의 첫 단추가 이제 막 꿰어졌다. 제2회 애터미 합력사 발굴 프로젝트에서는 어떤 업체가 선정되어 애터미와 동반성장의 신화를 만들어 나갈지 기대된다.

Editor 이영민, Photographer 편집부

스태프, 애터미 세미나의 숨은 공로자

첫 번째 스태프 워크숍 개최, 공헌하는 삶의 일부분이라 생각

지난 6월 22일, 원데이세미나가 열리는 콜마비앤에이치에서 첫 번째 스태프 워크숍이 진행 됐다. 스태프(Staff)는 석세스아카데미나 원데이세미나 등 애터미가 진행하는 각종 행사에서 원활한 진행을 도와주는 회원이다. 이들은 아무런 보수 없이 자원해 봉사를 하고 있다. 이에 애터미는 이번 스태프 워크숍을 계기로 모든 스태프가 모이는 자리를 매년 1회 정기적으로 진행할 예정이다.













현재 애터미는 매월 총인원 3만 6000여 명의 회원이 석세스아카데미와 원데이세미나 등 27개의 각종 행사에 참가하고 있다. 또한 각종 행사의 진행을 돕는 스태프는 모두 350여 명에 달한다. 마케팅 직원은 "매달 수십 회의 행사를 치르고 있는데 스태프의 도움이 없다면 불가능할 것"이라며 "본인의 시간을 할애해서 봉사하는 스태프는 정말 고마운 존재"라고 말했다. 이들 스태프에게는 점심식대와 행사 중에 소요되는 커피와 물, 그리고 스태프임을 나타내는 복장이 지원된다.

이날 200여 명의 스태프가 참석한 스태프 워크숍에서 박한길 회장은 "규칙을 잘 따르는 착한 사람만 응대한다면 누구나 할 수 있지만 소위 말하는 '진상' 고객들을 제대로 응대할 수 있어야 프로"라며 "내가 옳다는 것으로 상대방을 제압하려 들면 문제가 커진다. 감정을 컨트롤 할 수 있어야 한다"고 말했다. 박한길 회장은 "스태프들이 고생을 많이 하는 것을 잘 알고 있다"며 모든 스태프에게 '슬림바디 쉐이크' 한 세트씩을 선사했다.

이어진 질의응답 시간에 스태프들은 최근 늘어나고 있는 젊은 회원들이 영유아와 동반하는 경우가 많다며 영유아를 돌볼 수 있는 시설 등의 필요성과 예기치 못한 돌발 상황을 대비해 스태프들에게 응급구호교육을 실시하면 좋겠다는 제안을 했다. 박한길 회장은 영유아 돌봄과 관련 전담 스태프를 선정한다든가 하는 등 논의를 통해 방안을 세울 것을 요청했다. 또 응급구호교육과 관련해서는 응급상황에서 스태프가 당황하지 않고 침착하게 처리할 수 있도록 다음 워크숍 때 실습 교육을 진행할 예정이다. 이번 스태프 워크숍에 참석한 한 스태프는 "스폰서가 추천해서 스태프 일을 하게 됐다."며 "성격도 바뀌고 다양한 사람을 알 수 있어 잘했다고 생각한다"고 말했다. 또 다른 스태프는 "힘든 점도 있지만 공헌하는 삶의 일부분이라 생각하고 즐겁게 하고 있다"고 말했다.

스태프가 말하는

'행사 시 이것만은 지켜 주세요'

석세스아카데미나 원데이세미나에는 회원은 물론 애터미를 처음 접하는 사람도 있다. 많은 사람들이 모이는 행사인 만큼 다소 불편한 점이나 돌발 상황들이 발생할 수 있다. 자원봉사 스태프들이 최선을 다해 회원 등의 불편을 최소화하기 위해 노력하고 있지만 회원들의 적극적인 동참이 없으면 질서 유지가 불가능하다. 스태프들은 특히 다음 다섯 가지만은 반드시 지켜주기를 바라고 있다.



강의 시작 10분전 입장 & 착석해 주세요.

강의장 내에서는 정숙해주세요.

강의 중 사진이나 동영상 촬영은 하지 말아주세요.

강의장 내 음식물 반입은 삼가해 주세요.

질서 있는 줄 서기 문화를 만들어 주세요.

Editor 이영민, Photographer 편집부

매력자본을 극대화 하라

로열리더스클럽 워크샵서 나온 '백년기업을 위한 회원의 자세'

지난 6월 26일과 27일 양일간 부여 롯데 리조트에서 진행된 로얄리더스클럽 워크숍에서 나온 말이다. 매력자본이란 사람들을 호감 가는 동료로 만들고 사회의 모든 구성원에게 매력 있는 사람으로 만드는 신체적, 사회적 매력을 의미한다.

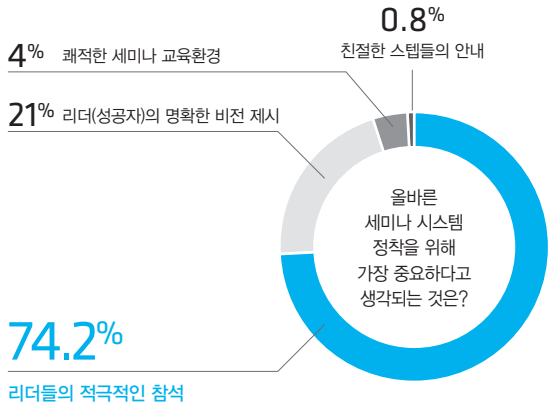


이번 로열리더스클럽 워크숍에는 박한길 회장을 비롯한 임직원과 130여 명의 로열리더스클럽 멤버가 참석했다. 로열리더스클럽은 연간 2억원 이상의 수당을 지급받는 애터미 회원들의 모임이다. 박한길 회장은 오프닝 강연을 통해 "가장 뛰어난 인재들이 치열한 경쟁을 통해서 얻는 성공을 애터미는 평범한 사람들의 합력을 통해서 얻고 있다"며 "구성원으로 보면 유수의 집단보다 우수하지 않지만 결과가 더 나은 원인은 애터미가 경쟁이 아닌 합력 시스템이기 때문"이라고 강조했다. 이어 "자기 자신이 가지고 있는 달란트를 발휘해 그 자리를 지키고 있으면 전체의 성장이 이루어지고 그 안에서 개인의 성공이 일어난다"며 "여러분들의 합력이 애터미를 지속가능한 기업으로 만들고 있다"고 말했다.

박한길 회장의 강연에 이어 김대현 해외사업부 부사장의 해외진출 현황에 대한 브리핑이 있었다. 김대현 부사장은 "올해 해외 매출은 2000억원을 넘을 것"이라며 "언어도 문화도 다른 해외 시장 개척에는 많은 어려움이 따른다"고 말했다. 애터미는 올해 초 멕시코에서 공식 영업을 시작한데 이어 지난 6월, 태국에서 영업을 시작했으며 오는 2018년에는 베트남과 인도네시아에 진출할 예정이다.

> 여러분들의 합력이 애터미를
> 지속가능한 기업으로 만들고 있다





리서치 결과, 최고의 후원은 파트너 이야기 경청하는 것

현상진단! 공감리서치는 로열리더스클럽 멤버들에게 던지는 다양한 질문을 통해 리더로서 가져야 할 마음가짐이 무엇인지 알아보는 시간이었다. 리서치 결과 로열리더스클럽 멤버들은 애터미를 통해 얻은 것 중 가장 소중한 것으로 경제적 자유(58.3%)와 사람(35.4%)을 꼽았다. 또한 파트너를 위한 최고의 후원에 대해서는 54.8%가 파트너의 이야기를 들어주고 상담해주는 '심적 후원'이라고 답했으며 뒤를 이어 43.7%가 함께 뛰어주는 후원이라고 답했다. 반면 후원이라고 하면 대개가 생각하는 물질적인 후원은 단 1.6%에 불과했다. 스폰서의 가장 미운 행동으로는 전체의 절반이 넘는 52.6%가 '약속을 지키지 않을 때'라고 답했다. 이어 20.2%가 '갑을 관계 분위기를 조성할 때'를 선택했으며 14%가 '다른 파트너와 비교할 때'라고 답했다. 이러한 결과는 아직도 다단계판매의 특이문화가 잔존하고 있음을 보여주는 것이다. 따라서 올바른 애터미 문화의 정착을 위한 노력을 게을리하지 말아야 할 필요가 있다는 것에 공감했다. '올바른 세미나 시스템을 위해 가장 중요하게 생각하는 것'이라는 질문에는 전체의 3/4에 가까운 74.2%가 '리더들의 적극적인 참석'이라고 답했다. 이어 '리더의 명확한 비전 제시'가 21%를 차지, 세미나가 올바로 정착되기 위해서는 리더들의 역할이 가장 중요함을 보여줬다. 한편 애터미 최고의 미남으로는 69.4%라는 압도적인 지지율로 박한길 회장이 뽑혔으며 최고의 미녀에는 박정수 크라운마스터가 52.8%의 지지를 받았다.

생존을 위한 리더의 역할에 대한 심도 깊은 논의 이어져

이어진 분임토의에서는 '100년 생존을 위한 리더의 역할과 자세'에 대해 각 조별로 심도 깊은 논의가 진행됐다. 분임토의 결과 1조에서는 '100년 기획위원회를 만들어 미래에 애터미 사업을 시작할 사람들이 애터미에서 꿈을 꿀 수 있게 만들자'고 주장했으며 8조에서는 '모든 애터미인들이 능력과 재능이 한데 어우러질 수 있도록 우리가 소통의 사다리가 되어야 한다'는 견해를 밝혔다. 또 7조에서는 '신규 회원들이 정착할 수 있도록 체계화된 프로세스를 정립하자'고 했으며 5조에서는 '10인 10색의 다양성을 인정하자'는 주장을 펼쳤다. 이 밖에 '부업가 세미나 등에 로열리더스클럽 멤버들이 적극 참석하자'(4조)는 등의 의견이 개진됐다. 심사 결과 가장 분임토의를 잘한 조로 '각자의 매력을 찾아 매력자본을 극대화하고 실천 가능한 일부터 해나가자'는 의견을 낸 9조가 선정됐다.

사회적 성공을 결정하는 변수는 무엇일까?



이성연 애터미경제연구소장

現) 애터미(주) 경제연구소 소장
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



인간의 사회적 성취를 결정하는 요인은 무엇일까? 고래(古來)로 많은 사람들이 이 문제에 대해 관심을 가지고 연구해왔고, 지금도 연구하고 있다. 1905년 프랑스 정부당국의 요청에 따라 심리학자이자 의사인 알프레드 비네(Alfred Binet)와 젊은 의사 테오도르 시몽(Theodore Simon)이 협력하여 학습지진아를 검출하기 위한 지능검사를 발표하였는데, 이것이 유명한 비네-시몽 검사이며, 오늘날 시행되는 비네식 지능검사의 원형이다. 이것이 발표된 이후 지난 100여 년 동안 IQ에 대한 연구가 광범위하게 이루어졌다. 또 천재들은 모두 IQ가 높다는 사실이 밝혀지면서 IQ가 사회적 성취의 가장 중요한 요인으로 받아들여지게 되었다.

우생학의 등장은 이러한 믿음을 확대·심화시키는 계기가 되었다. 우생학(優生學, Eugenics)은 영국의 학자인 프랜시스 골턴(Francis Galton)에 의해 창시되었다. 그는 진화론으로 유명한 찰스 다윈의 외사촌 동생이다. 우생학의 핵심적 내용은 우등한 종족과 열등한 종족은 유전적으로 결정되므로 우수한 종족은 늘리고 열등한 종족은 늘어나지 못하도록 해야 한다는 것이다. 이러한 논리는 히틀러와 일제가 저지른 전쟁범죄의 이론적 근거가 되었다. 제2차 세계대전 이후 우생학의 위력은 많이 꺾였으나 지금도 서구사회의 저변에 보이지 않게 흐르고 있다.

스탠포드 대학교의 심리학 교수였던 루이스 터먼(Lewis M. Terman)은 자신의 우생학적 신념이 맞다는 것을 확인하기 위해 세기적인 실험을 한다. 1921년 그는 캘리포니아에 있는 초·중등학교 학생 25만 명 중에서 IQ가 135가 넘는 천재들 1,521명을 가려냈다. 그리고 그들의 일생을 추적하는 종단연구(longitudinal study)를 실시했다. 종단연구(縱斷硏究)란 같은 주제나 현상 또는 대상에 대하여 시간경과에 따른 변화를 연구하기 위해 일정한 시간 간격을 두고 반복된 관찰 및 면담을 포함하는 측정을 되풀이하여 변수들의 상관관계를 분석하는 연구방법이다. 여기서 루이스 터먼 교수가 실시한 종단연구는 IQ 검사에 따라 천재라고 여겨지는 1,521명의 아이들을 평생 동안 관찰해서 그들의 삶이 어떻게 전개되는지를 연구하는 것이다.

> 이렇게 본다면
> 한 인간의 사회적 성공은
> 전적으로 자신에게 달려있다는
> 결론을 내릴 수 있다.

이 종단연구에 들어가기 전에 터먼 교수는 이런 가설을 세웠다. "이 아이들이 각계의 최고 엘리트가 되어 성공적인 인생과 영웅적인 지위를 누릴 것이다." IQ가 사회적 성취를 결정한다는 전형적인 우생학적 관점에 따라 세워진 가설이다. 만약에 이 가설이 옳은 것으로 증명된다면 인간의 일생은 IQ 테스트 하나만으로 예측할 수 있다는 매우 편리한 결론이 나온다.

터먼 교수와 그의 연구팀은 평생 그들의 성장을 지켜보면서 건강, 성품, 관심사, 학업, 결혼, 집안의 관계, 직장생활, 심지어 부모가 소유한 책의 권수 등을 낱낱이 기록했다. 각 아이들마다 서류철을 하나씩 만들어 그 안에 아이들의 삶에 관한 모든 것을 상세히 기록했다. 그리고 선택된 1,521명의 아이들은 자라는 동안 정기적으로 그들의 상태에 관한 질문을 받았다. 터먼 교수가 이렇게 방대한 작업을 이토록 정성을 들여 실시한 것은 IQ에 대한 그의 신념 때문이었다. 그는 날카로운 이성이 인간이 소유한 가장 가치 있는 특성이며, 인생의 경로는 예측 가능한 것이라고 믿었다. 그는 IQ가 삶의 성공을 좌우하는데 있어 결정적인 요소라고 확신했다. 만약 그의 신념이 옳다면 1,521명의 선택된 아이들이 그의 믿음을 증명해줄 것이다. 그래서 그는 그것을 증명하고자 이토록 방대한 실험을 장기간에 걸쳐 실시한 것이다. 터먼의 연구는 1921년에 시작하여 1990년 후반까지 무려 70여 년에 걸쳐 실시되었다. 그동안 연구원들이 3대를 거쳤다. 그런데 연구결과는 터먼 교수의 예상을 크게 빗나가고 말았다. 그들에 관한 서류들에는 심리학자들의 기대에 맞지 않는 운명들이 너무 많이 기록되어 있었다. 좌절하거나 높은 사회적 지위에 오르지 못한 사람들이 허다했다. 경찰, 타일공, 청소부 등 영재성이 특별히 요구되지 않은 분야에 종사하는 사람들도 많았다. IQ는 결코 인생의 성공을 보장하지 못한다는 것이 밝혀진 것이다.

그럼 도대체 무엇이 사회적 성취를 결정하는 것일까? 학자들의 연구에 의하면 전통적으로 가장 중요한 요소라고 생각되어 왔던 IQ는 지금도 여전히 중요하다. 그러나 그것이 사회적 성취에 미치는 영향은 20%에 불과하다는 주장이 있다. 그럼 사회적 성취를 결정하는 80%는 무엇일까?

최근 펜실베이니아 대학 심리학교수인 안젤라 더크워스(Angela L. Duckworth) 박사는 그 변수가 그릿(Grit)이라는 사실을 밝혀냈다. 더크워스 박사는 사회적 성취를 결정하는 변수는 사회적 지능(SQ)도 아니고, 좋은 외모도 아니고, 육체적 건강상태도 아니고, IQ도 아니며, 바로 그릿이라는 사실을 광범위한 사례연구를 통해 밝혀냈다. 더크워스 박사는 말한다. "그릿은 목표를 향해 매우 오랫동안 나아갈 수 있는 열정과 끈기이다. 그릿은 지구력이다. 그릿은 해가 뜨나 해가 지나 당신의 미래를 물고 늘어지는 것이다. 단지 한 달이 아니라, 몇 년에 걸쳐, 꿈이 현실이 되도록 진짜 열심히 일하는 것이다. 그릿은 인생을 단거리 경주가 아닌 마라톤처럼 사는 것이다."

한편 더크워스 박사는 그릿과 재능의 관계에 대해서 이렇게 말한다. "내가 확실히 아는 것은, 재능이 그릿을 보다 강하게 하는 것은 아니라는 점이다. 우리가 연구한 자료에 의하면, 재능이 있다고 하더라도 자신의 일을 끝까지 해내지 못하는 사람들이 많다는 점이다. 사실, 우리가 연구한 자료에 따르면, 그릿은 재능과는 상관관계가 없고, 오히려 역상관관계가 있다." 더크워스 박사의 연구 이외에도 많은 학자들의 연구에서 한 인간의 사회적 성취를 결정하는 변수는 IQ가 아니라 자제력 등 그릿과 유사한 변수라는데 동의하고 있다. 그럼 그릿은 타고난 것인가 아니면 후천적 훈련에 의해 증진 가능한 것인가. 이에 대해서도 학자들은 후천적 학습에 의해 증진할 수 있다는데 의견 일치를 보고 있다.



글로벌직판산업, 지난해 1.9% 성장

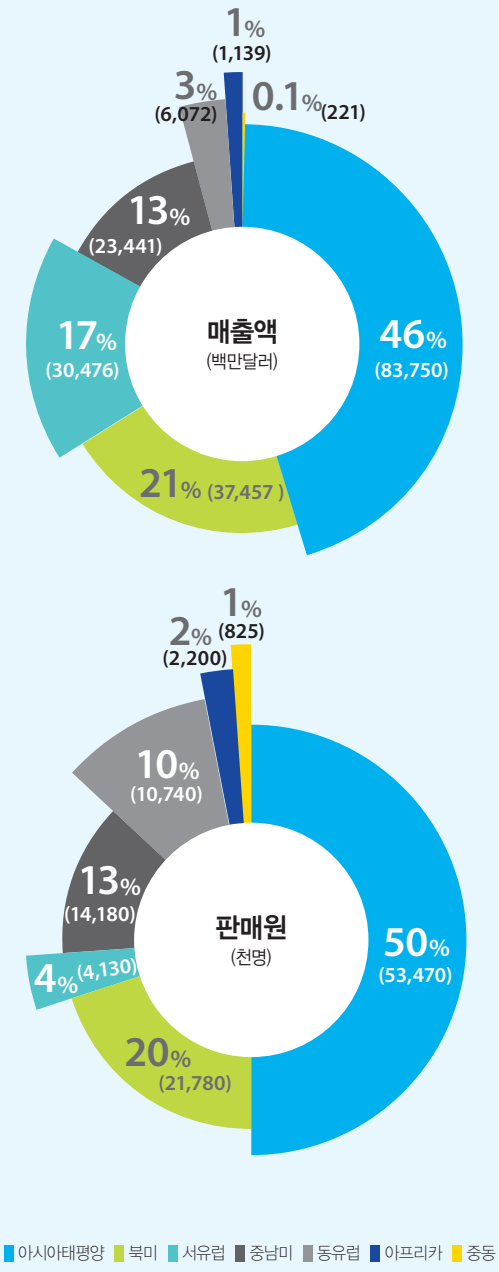
3년간 연평균 성장률 5.2%, 미국, 중국, 한국 순

전 세계 직접판매 산업이 지난해 2016년 불변달러 기준 1.9% 성장했다. 또한 최근 3년간 연평균 성장률은 5.2%를 기록했다. 직접판매협회세계연맹(WFDSA)의 자료에 따르면 지난해 글로벌 직접판매 산업의 총매출액은 1825억 5600만 달러(약 211조 85628억원)로 집계됐다. 명목기준으로는 2015년의 1837억 2900만 달러에 비해 0.6% 감소했지만 환율과 인플레이션을 감안한 실질가치로는 성장세를 이어갔다. 또 직접판매원은 2015년의 1033만여 명에서 3.9% 증가한 1073만여 명인 것으로 나타났다.

아태지역, 절반 가까이 점유

국가별 매출액을 보면 미국이 355억 4000만 달러로 1위를 고수하고 있는 가운데 중국이 338억 8800만 달러로 미국을 바짝 뒤쫓고 있다. 이어 3위에는 168억 6200만 달러의 매출액으로 이어 한국이 차지했으며 독일(158억 7800만 달러), 일본(153억 500만 달러)이 그 뒤를 이었다. 지역별 시장점유율을 보면 전체적으로 2015년에 비해 큰 변동은 없는 가운데 아시아태평양 지역이 전체의 45.9%를 점유하고 있으며 북미지역이 20.5%, 서유럽지역이 16.7%, 중남미지역이 12.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 판매원 수는 중국을 제외한 아시아태평양 지역이 5347만여 명으로 전체의 절반가량을 차지하고 있으며 이어 북미지역이 2178만여 명, 중남미 지역이 1418만여 명, 동유럽 지역이 1074만여 명 등의 순이었다. 이채로운 것은 중동지역의 판매원 수가 급증한 점이다.

중동지역은 2015년 12만 3000여 명에서 2016년에는 82만 5000여 명으로 무려 일곱 배 가까이 늘어났다. 그러나 매출액은 1억 6600만 달러에서 2억 2100만 달러로 33% 늘어나는데 그쳤다. 판매원 1인당 매출액은 독일이 가장 많았다. 독일은 86만 5883명의 판매원이 158억 7800만 달러의 매출을 올려 판매원 1인당 매출액이 연간 1만 8337 달러(약 2128만원)에 달했다. 독일에 이어 룩셈부르크가 1만 7143달러를 기록했으며 프랑스가 6798달러의 1인당 매출액을 올려 3위에 랭크됐다. 매출액과 판매원 숫자에서 1위를 기록한 미국은 1인당 매출액이 1734달러에 불과해 22위에 그쳤으며 일본은 4918 달러로 7위, 한국은 2418 달러로 12위에 올랐다. 특이한 것은 1인당 매출액 상위 6위까지 모조리 서유럽지역 국가가 차지한 점이다. 지역별로 봐도 서유럽지역의 1인당 매출액은 7372 달러에 달했으며 북미지역은 1798달러, 아태지역은 1566달러에 불과했다. 글로벌 평균은 1701달러로 2015년의 1781달러에 비해 4.5% 줄어들었다.



글로벌 직접판매 산업의 총매출액은

$182,556,000,000

건식 등 웰니스 제품 가장 많이 팔려

직접판매를 통해 판매 되는 제품군으로는 건강기능식품 등의 웰니스(Wellness) 제품군이 35%를 차지하고 있었으며 화장품 및 퍼스널 케어 제품이 30%로 그 뒤를 이었다. 3위는 12%의 점유율을 보인 생활용품 및 내구재가 차지했으며 의류 및 액세서리가 7%의 점유율로 4위에 올랐다.

아태지역과 북미지역에서는 웰니스 제품군이 각각 42%, 35%로 가장 많은 점유율을 보였으며 화장품 및 퍼스널 케어 제품군은 각각 26%, 17%로 2위에 머물렀다. 반면 중남미지역과 동유럽지역은 화장품 및 퍼스널케어 제품이 각각 61%, 54%를 차지, 압도적 우위를 보였으며 웰니스 제품군은 각각 21% 24%의 점유율을 차지하는데 그쳤다. 서유럽지역은 웰니스 제품군 35%, 화장품 및 퍼스널케어가 16%였으며 주거개선용품이 12%로 상당히 높게 나와 이채를 띠었다.

최대의 직판 시장 미국

미국의 직접판매는 지난해 355억 4000만 달러(약 41조원)의 매출액으로 2015년에 비해 소폭 줄어들었다. 그러나 판매원 수는 2020만여 명에서 2050만여 명으로 1.5% 증가했다. 남부와 서부, 중서부, 동북부 등 미국을 크게 4개 지역으로 나누어 보면 남부지역이 미국 전체 시장규모의 37%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 동북부 지역은 16.3%로 가장 적었다. 가장 많이 팔린 제품군은 웰니스 제품군이었으며 서비스 및 기타 제품군이 그 뒤를 이었다. 전체 판매원의 74%는 여성이었으며 백인이 84%, 흑인이 9%, 아시아인이 4%의 비중을 나타냈다. 판매 방식은 대면이 72%였으며 파티플랜이 21%, 기타가 7%를 차지하고 있었다.

Editor 이정선

열심히 일한 당신, 떠나라!

전국 석세스아카데미장 인근 단풍 명산 따라잡기

가을에 접어들면서 '단풍' 산행을 계획하는 이들이 늘고 있다.
하지만 바쁜 일상 탓에 따로 시간을 내기 힘들다면
이런 방법은 어떨까?
한 달에 한번 찾는 석세스아카데미 주변 단풍 명소에서
가을의 정취와 낭만에 취해 보자

가을 등산 체크리스트

가을의 정취가 깊어지면서 푸르던 산이 붉게 물 드는 가을.
평소 산을 잘 찾지 않던 사람도 곱게 물든 단풍을 보고 싶은 마음에 들뜨기 마련이다.
하지만 무작정 산에 오르는 건 금물! 본격적인 산행에 앞서 꼭 체크해야 할 것들이 있다.

- ☑ 기상 체크
- ☑ 미끄럼방지, 발목 보호를 위한 등산화
- ☑ 에너지 보충을 위한 간식과 물
- ☑ 기온 편차가 심한 산, 체온 지키는 겉옷
- ☑ 야생진드기 예방
- ☑ 자외선 및 눈부심 예방을 위한 모자 & 선글라스
- ☑ 만성질환자의 복용 약
- ☑ 응급상황 대비를 위한 휴대폰 배터리, 랜턴



속리산 유스타운 + 속리산

한국 8경 중 하나



1,057m의 높은 봉우리와 계곡이 빚어내는 풍경이 아름다운 속리산은 단풍이 절경을 이루는 가을에 관광객이 많이 찾는다. 특히 산 입구인 매표소에서 법주사 입구까지 이어진 오리(五里)숲의 단풍낙엽이 압권이다. 숲의 길이가 '5리'에 이르는 오리숲은 양옆으로 수령 100~200년 된 나무가 아름드리 터널을 이루고 있다.

서울 The K 호텔 + 우면산

도시 주민의 아늑한 휴식처



우면산은 산 모양이 소가 졸고 있는 모양이라 하여 붙여진 이름이다. 높이가 채 300m가 되지 않아 한 시간이면 정상에 오를 수 있다. 굴곡도 완만해 어린아이부터 어르신까지 무리 없이 산길을 오를 수 있어 멀리 떠나지 않아도 주말을 이용해 가을 단풍의 아름다움을 느끼기에 제격이다.

수원 라비돌 SINTEX + 팔달산

수원의 영원한 상징



수원에는 단풍이 아름다운 곳이 상당히 많다. 산이 있고 숲이 있는 곳이라면 어느 곳이나 아름답다. 팔달산은 수원의 중심부에 있는 작은 산이지만 수원화성을 품고 있으며 가을이 가장 아름답다. 왕벚나무와 단풍나무들이 곱게 옷을 갈아입는 시간이면 이곳은 온통 걷기를 즐겨하는 사람들로 넘쳐난다.

홍천 비발디리조트 + 팔봉산

홍천 강변에 솟은 여덟 봉우리



8개의 암봉이 팔짱 낀 형제처럼 이어진 데다 홍천강이 어우러진 경관이 수려해 산림청이 지정한 '100대 명산'이다. 1봉부터 8봉까지 봉우리 간 거리가 짧아 산행 시 지루할 틈이 없다. 각 봉우리에 오르면 보이는 전경은 여느 높은 산에 견주어도 결코 뒤지지 않는다. 침엽수보다는 활엽수가 많아 가을 단풍놀이 명소로 꼽힌다.

변산 대명리조트 + 변산

한국 8경 호남 5대 명산



산이면서도 바다와 맞닿아 있는 변산은 육지와 접해있는 내변산과 바다가 어우러져 절경 중의 절경을 이루는 외변산으로 나뉜다. 내변산 최고봉인 의상봉을 중심으로 엇비슷한 높이의 봉우리에서 시작된 단풍이 장관을 연출한다. 등산로 주변의 단풍과 직소폭포는 한 폭의 수채화다.

경주 The K 호텔, 경주 코모도호텔 + 남산

벽 없는 박물관의 아름다움



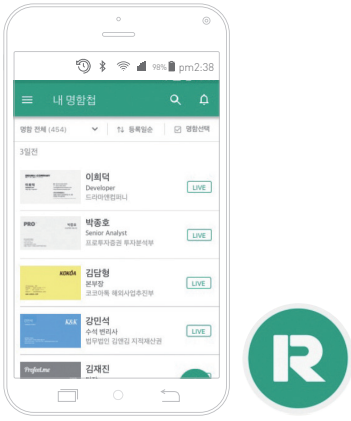
경주시의 남쪽에 솟은 남산은 수많은 유적 뿐 아니라 자연경관도 뛰어나다. 변화무쌍한 많은 계곡이 있고 기암괴석들이 만물상을 이루며, 등산객의 발길만큼이나 수많은 등산로가 있다. 정상에서 펼쳐지는 경관은 매우 장관이다. 가는 곳마다 노오란 은행잎과 각양각색의 단풍이 곱디 고운 자태를 뽐내며 발길을 머물게 한다.

스마트한 비즈니스 습관

업무·영업 효율 200% 올려주는 꿀 앱

스마트폰은 우리의 동반자나 다름없을 정도로 떼려야 뗄 수 없는 관계다. 이러한 스마트폰을 더욱 현명하게 사용하려면 그에 맞는 애플리케이션(이하 앱)이 필요한 법. 어떤 앱들이 인기 있고 유용한지 살펴보자.





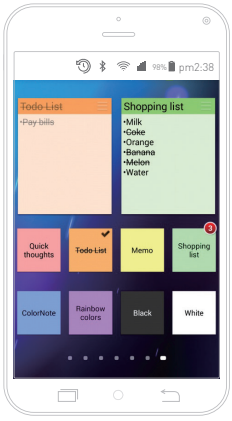
국민 명함 앱 리멤버

비즈니스 시 첫만남은 '명함'을 주고받는 것부터 시작된다. 단 한 장의 명함이라도 직접 받은 명함은 절대 소홀히해선 안 된다. 특히 명함 관리가 어려운 이라면 국민 명함 앱, 리멤버를 추천한다. 리멤버는 구글 플레이스토어와 애플 앱스토어에서 무료로 다운받아 이용할 수 있으며 PC버전도 함께 이용할 수 있다. 리멤버를 실행하고 명함 사진을 찍으면 명함에 찍힌 정보가 자동으로 스마트폰에 저장된다. 카카오톡처럼 대화를 주고받을 수 있는 메신저 기능 및 선물하기 기능도 있어 상대가 리멤버를 이용하지 않아도 축하 선물을 보낼 수 있다.



나만의 똑똑한 비서 네이버 캘린더

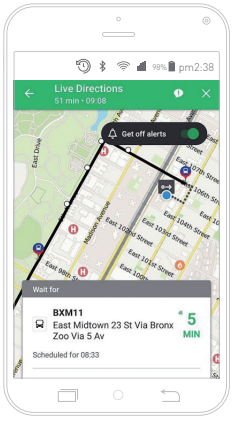
인터넷 캘린더는 아주 다양하고 종류가 많다. 그 중에서 네이버 계정을 사용하고 있다면 네이버 캘린더를 사용해 보자. 일정, 공휴일, 음력, 기념일 관리는 기본. 미리 알림으로 중요한 일정을 한 번 더 챙겨주는 똑똑한 캘린터 앱으로 아기자기한 스티커로 꾸미는 재미까지 누릴 수 있다. 네이버에서 제공하는 서비스와 연동할 수 있을 뿐만 아니라 여러 기기에 제한 없이 일정을 공유할 수 있다. PC에서 작성한 네이버 캘린더 일정은 스마트폰에서 바로 확인이 가능하다. 반대로 스마트폰에서 작성한 일정은 PC에서 확인할 수 있다.





컬러로 구별하는 컬러노트 메모장

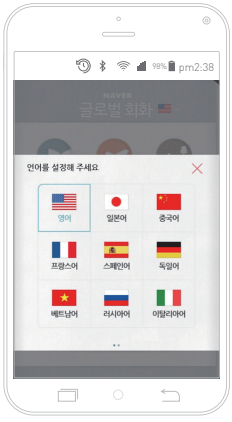
2009년 출시된 컬러노트는 안드로이드에서 천만 다운로드를 기록하고 있는 안드로이드 최고의 메모장 앱으로 다른 어떤 메모장 앱보다도 쉽고 간편하게 사용할 수 있다. 간단한 메모장, 노트패드 앱으로 메모를 하거나 이메일을 쓸 때 사용하면 좋다. 간단한 할 일 목록(To Do) 관리와 쇼핑 목록 관리도 가능하다. 9가지 색상 노트를 이용해서 주제별로 간단하게 메모할 수 있는 기능이다. 월간 이용자 수가 2000만 명이 넘는다. 국산 앱이지만 해외 이용자 수가 90%가 넘을 정도로 글로벌 시장에서도 인기가 많다.





전 세계 대중교통 길찾기 앱 무빗(Moovit)

무빗은 1400개 이상의 도시를 지원하고 600만 명의 이용자가 신뢰하는 세계 1위의 대중교통 길찾기 어플이다. 그 어떠한 대중교통에 대해서 가장 생생하고 정확한 정보를 제공하며, 18시간마다 새로운 도시가 추가되고 있다. 모든 길찾기 옵션이 앱 하나, 내 손바닥 안에서 해결되어 마음 편히 대중교통을 이용할 수 있도록 도와준다. 대중교통은 언제나 예측이 힘들기 때문에, 무빗은 사업자들이 시간표나 노선을 변경할 때마다 즉시 업데이트를 한다. 무빗과 함께라면, 운행 정지한 역으로 가라고 안내를 받는다거나 오지 않는 버스를 기다리는 불편을 줄일 수 있다.





어학학습 필수 앱 네이버 글로벌회화

해외 여행에서 언어 고민은 그만. 이제 네이버 글로벌회화 앱이 깔끔하게 해결하자. 15개 외국어로 국내에서 가장 많은 문장을 수록하고 있으며 여행회화 외에 생활회화까지 지원해 준다. 사용자가 처한 상황에 맞는 회화 검색이 가능하며 자주 쓰는 표현을 손쉽게 찾아볼 수 있어서 활용도가 높다. 외국어 학습보다는 실생활 활용에 특화되어 있다.

(지원 언어: 영어, 일본어, 중국어, 프랑스어, 스페인어, 독일어, 베트남어, 러시아어, 이탈리아어, 태국어, 아랍어, 인도네시아어, 몽골어, 터키어, 포르투갈어)





빅데이터로 더욱 똑똑해진 카카오맵

자동차, 대중교통, 도보 무엇을 이용하든 최적의 경로를 찾아주는 카카오맵이 더욱 똑똑해졌다. 장소 기반 데이터에 빅데이터 분석을 더해 맞춤형 정보를 제공한다. 예를 들어 인기 음식점을 검색하면 음식점 정보뿐 아니라 실제 메뉴판 이미지가 제공된다. 카카오톡 주문하기와 연동된 프랜차이즈 매장에서는 앱에서 메뉴와 가격을 확인하고 주문할 수 있다. 병원 정보에서는 전문의 · 병상 · 의료장치 등의 현황을 확인할 수 있다. 숙박업소의 경우 등급, 객실 등 상세 정보와 실시간으로 비교 가능한 가격 정보가 제공되고 바로 예약도 가능하다.

다단계판매원의 가입과 개인정보

합법적인 개인정보 이용이 사업에 도움될 수 있어

복제인간은 SF영화에 자주 등장하는 소재이다. SF영화 속에서는 개인의 생체 정보를 이용하여 그 사람과 같은 모습의 복제 인간을 만들고 한 시공간에 같은 사람이 여러 명 존재함으로써 발생되는 문제가 그려진다. 현실 속에선 있을 수 없는 허무맹랑한 이야기 같지만 이는 현실에서도 적용되고 있다. 자신이 가입한 적 없는 사이트에 가입하려고 할 때 '이미 가입한 회원입니다'라는 문구를 접한 적이 있을 것이다. 이처럼 현실 속에서 SF영화의 복제인간을 만들 때 이용되는 생체정보와 같은 것이 바로 '개인정보'이다.



개인정보란 무엇인가?

그렇다면 먼저 개인정보가 무엇인지에 대해 살펴보자. 개인정보보호법에서는 '개인정보'란 살아 있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통해 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함한다)라고 정의한다(제2조 제1호). 성명이나 주민등록번호처럼 개인정보임이 명확한 경우도 있지만 동 조항에서 볼 수 있는 것처럼 다른 요소들을 고려하여 개인정보에 해당하는지 여부를 판단하게 되므로 개인정보에 해당하는지에 대한 판단이 쉽지 않은 경우가 많다. 개인정보보호법상 개인정보를 수집하기 위해서는 정보주체의 동의를 받아야 한다. 또한 동의를 받은 경우에도 그 동의를 받은 목적 범위 내에서 개인정보를 이용해야 한다. 즉 정보주체는 자신의 개인정보가 A에 이용될 줄 알고 이에 대해 동의를 하였는데 자신의 개인정보가 B에 이용된다면 이는 개인정보보호법 위반이 되는 것이다. 이와 같이 동의를 받지 않고 개인정보를 수집·이용하거나 목적 범위를 넘어 이를 이용하게 되면 5천만원 이하의 과태료가 부과될 수 있다(동법 제75조).

개인정보를 무단 도용 시 더 크게 처벌

자신도 모르는 사이에 다단계판매원으로 등록이 되었다며 문의를 하는 경우가 있다. 비교적 개인정보를 쉽게 확보할 수 있는 친인척을 본인 모르게 하위판매원으로 가입시키거나, 개인정보 이용에 대한 동의를 받았지만 다단계판매원으로 가입된다는 사실을 숨긴 채 가입을 시키기도 한다. 이러한 경우 개인정보보호법 뿐만 아니라 방문판매 등에 관한 법률 위반에도 해당한다. 방문판매 등에 관한 법률 제22조 제2항은 '다단계판매자는 다단계판매원에게 일정 수의 하위판매원을 모집하도록 의무를 지게 하거나 특정인을 그의 동의 없이 자신의 하위판매원으로 등록하여서는 아니 된다'라고 규정하고 있고, 이를 위반할 경우 5년 이하의 징역 또는 1억 5천만원 이하의 벌금에 처해진다(동법 제59조 제1항). 다단계판매원은 늘 하위판매원 모집에 대한 부담감을 가지고 있다. 그러한 부담감 때문에 타인의 개인정보를 동의 없이 이용하여 다단계판매원으로 가입을 시키는 경우가 발생한다. 이러한 경우 일반적인 개인정보 무단 도용 사례보다 각 당사자에게 더 큰 피해가 발생하게 된다. 개인정보를 무단 도용하여 다단계판매원으로 가입을 시킨 사람은 앞서 살펴본 바와 같이 개인정보보호법 위반에 해당하고 방문판매 등에 관한 법률 위반에도 해당한다. 개인정보보호법 위반의 경우 과태료 처분에 그칠 수 있지만 방문판매 등에 관한 법률 위반은 최고 징역형까지 규정을 하고 있다. 본인의 의사와 상관없이 다단계판매원으로 가입이 된 사람도 이와 마찬가지로 피해를 받을 위험에 노출되어 있다. 다단계판매원의 경우 소비자 회원이 아닌 이상 실업급여 수급에서 불이익을 받을 수 있다. 또한 방문판매 등에 관한 법률 제15조 제2항에서는 공무원을 비롯하여 다단계판매원으로 등록할 수 없는 자들을 규정하고 있다. 이들이 다단계판매원으로 등록을 하는 경우 1년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금에 처해진다(동법 제62조). 국가공무원법과 지방공무원법에서는 공무원은 공무 외에 영리를 목적으로 하는 업무에 종사하지 못하도록 되어 있고, 이를 위반할 경우 징계 사유에 해당하게 된다.

개인정보에 대한 경각심과 성공적인 사업 수행

아직도 다단계판매업에 대한 사회의 불신이 깊고 자신을 다단계판매원이라고 밝히면 일단 색안경을 끼고 바라보는 시선들이 많이 존재한다. 이러한 사회적 분위기 속에서 다단계판매원을 모집하여 가입시키는 일이 쉽지 않을 것이다. 그렇다고 하더라도 타인의 개인정보를 무단으로 도용하여 하위판매원으로 가입시키는 것은 자신의 사업에 도움이 되지 않는다. 도리어 피해를 불러일으킬 수 있다. 다단계판매업에 대한 기본적인 이해나 관심이 없는 하위판매원은 사업에 도움을 주기 어렵다는 것과 개인정보 도용이 법률에 저촉된다는 것을 인지해야 한다. 타인의 개인정보 이용에 대한 경각심을 갖게 되면 다단계판매원을 모집할 때 다단계판매업에 대해 더 섬세하게 설명하고 설득하는 과정을 거치게 된다. 그렇게 하여 가입이 된 다단계판매원은 효율적이며 합법적인 테두리 안에서 사업을 하게 될 것이다. 결국 개인정보의 이용에 대한 태도 변화가 사업의 성공에 한 발짝 다가가는 동력으로 작용할 수 있는 것이다.

오승유 변호사



現) 애터미(주) 해외사업부
제5회 변호사시험 합격
서울시립대학교 법학전문대학원 졸업
고려대학교 법학과 졸업

ATOMY NEWS

빛나는 꿈을 현실로 만들어 가는
애터미의 노력과 열정을 소개합니다.

애터미 포춘코리아 8월호 소개 박한길 회장 메인 표지 장식해

타임에서 발행하는 세계에서 가장 영향력 있는 경제 · 비즈니스 매거진 포춘의 한국어판 포춘코리아 8월호에 애터미가 소개됐다. 창업 8년 만에 1조원 매출 신화에 도전하는 애터미의 성장 비결이 기업 경쟁력, 글로벌 비전, 기업 문화, 대표 상품 등을 중심으로 심층적으로 다뤄졌으며 박한길 회장의 인터뷰도 게재되었다. 또한 박한길 회장이 메인 표지를 장식하여 많은 관심을 불러일으켰다.





태국법인 그랜드 오프닝 및 첫 석세스아카데미 개최

지난 8월 21일 태국 법인의 그랜드오프닝을 겸한 첫 석세스아카데미가 개최됐다. 이날 세미나에는 박한길 회장과 이성연 경제연구소장을 비롯해 애터미의 주요 임직원과 콜마비앤에이치 백인영 대표, 리더 사업자, 태국 회원 3,000여 명이 참석했다. 지난 6월에 오픈한 태국 법인은 영업을 시작한 지 두 달 만에 155명의 세일즈마스터를 비롯해 다이아몬드마스터 21명, 샤론로즈마스터 1명 등 177명의 승급자가 탄생했다. 한편 박한길 회장은 애터미 비전 강의에서 "태국이 속한 아세안 시장은 애터미의 핵심 시장이 될 것"이라며 "정직하고 착한 것이 최고의 전략이라는 정선상략의 마음으로 모두가 성공하길 바란다"고 말했다.



애터미 캄보디아 9회, 말레이시아 6회 석세스아카데미 개최

8월 5일 캄보디아에서 9번째 석세스아카데미가 개최됐다. 이번 석세스아카데미에는 이성연 경제연구소장과 250여 명의 현지 회원들이 세미나장을 찾은 가운데 '찬란했던 크메르 제국 시절처럼 노력하여 다시 부흥하자'는 의미를 담은 전통 무용이 프로그램에 포함되어 눈길을 끌었다. 한편 8월 17일과 19일에는 말레이시아 쿠알라룸푸르에서 6번째 석세스아카데미가 열렸다. 박한길 회장이 자리를 빛난 가운데 1,400여 명의 현지 회원들이 참석해 성황을 이뤘으며 현지 고아원에 10만 링깃(한화 2,700만원)과 2만 링깃(한화 540만원)에 해당하는 물품을 기부하는 뜻깊은 행사도 진행됐다.



제1회 애터미 슬림바디 챌린지 1만여 명 참가해 성황

애터미 슬림바디 다이어트 CHALLENGE

6월 13일부터 시작된 제1회 애터미 슬림바디 챌린지에 1만여 명이 참가하며 성황을 이뤘다. 이번 챌린지는 애터미 슬림바디 쉐이크와 보이차 출시를 기념하고 운동과 병행하는 건강한 다이어트를 권장하기 위해 개최되었다. 3,300명이 도전을 완료했으며 총 17톤(17,000kg)을 감량했다. 개인, 단체팀, 대표경쟁팀, 센터 부문 4개 부문으로 진행된 이번 챌린지의 결과는 9월 석세스아카데미에서 공개된다.

제1회 애터미 협력사 발굴 프로젝트

제1회 애터미 협력사 발굴 프로젝트 협력성선(合力成善, 합력하여 선을 이루다)이 성공리에 마무리됐다. 애터미 협력사 발굴 프로젝트는 제품은 우수하지만 자본이나 판로가 없어 어려움을 겪는 중소기업을 발굴 · 지원하기 위한 중소기업 프로젝트이다. 지난 6월 26일부터 접수를 시작하여 500여 개 업체가 신청했으며 7월 24일부터 8월 30일까지 꼼꼼한 서류 심사와 철저한 현장 심사를 거쳐 9월 7일 최종 결과가 발표되었다. 9월 석세스아카데미에서는 선정된 업체와 협약식이 있을 예정이다.

온에어, 글로벌 VOD 통합 사이트 채널 애터미 올 하반기 오픈

애터미 사업에 필요한 각종 콘텐츠를 제공하는 웹사이트 온에어가 올 하반기 〈채널 애터미〉로 새롭게 오픈할 예정이다. 〈채널 애터미〉는 기존 해외 법인별로 운영되던 VOD 사이트와 통합 개발하여 글로벌 서비스될 예정이다. 현재까지 오픈된 11개 국가에 대해 서비스를 오픈할 예정이며 업로드되는 각 영상들은 자막 서비스를 지원하여 해외 회원도 쉽게 콘텐츠를 이용할 수 있을 전망이다. 그밖에도 콘텐츠 관심 목록 구성 후 공유하기 기능, 콘텐츠 관련 상품 추가하기 및 장바구니 담기 기능 등이 추가됐으며, 제품 교육자료가 카드 뉴스 형태로 제공되어 편리하게 이를 볼 수 있다.



애터미, 충남 저소득층 노인에게 3억 6천만원 상당 러닝셔츠 기증

애터미는 6월 27일 홍성군 홍주종합경기장에서 3억 6천만원 상당의 남성 러닝셔츠를 충남 15개 시 · 군 노인종합복지관에 기증했다. 이 러닝셔츠는 충남 도내 3만1000명의 저소득층 노인들의 혹서기 대비용으로 기증되었으며, 행사에 참석한 도경희 대표는 "모쪼록 어르신들이 무더운 여름철 시원한 내의를 입고 더위를 잘 이겨내시길 바란다"며 앞으로도 지속적인 나눔을 실천하겠다고 말했다.





21세기 피부과학의 결정체 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어 출시

애터미 스킨케어 6 시스템의 뒤를 이를 명품 화장품 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어가 9월에 출시됐다. 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어는 애터미 스킨케어 6 시스템의 업그레이드된 4대 기술과 다년간의 연구로 개발된 압도적인 2대 핵심 기술인 셀랙티브 소재기술과 전달기술이 적용되었다. 피부의 시간을 멈추고 진행된 노화에 대한 고기능성 리페어를 해주는 De-Aging에 포커스를 둔 제품으로 8월 석세스아카데미에서 애터미 제품 최초로 런칭쇼가 진행되었다.

Editor 김순희, Photographer 편집부

애터미의 주인은 회원입니다

'회원' 최우선 실천 의지 다져

애터미 칼리지의 첫 학기가 막을 내렸다. 교육의 핵심은 '회원'이었다. 애터미 임직원을 위한 '사내대학' 애터미 칼리지는 회사의 핵심가치를 체득하고 글로벌 직무역량을 갖춘 글로벌 인재양성을 위해 마련됐다. 하지만 모든 교육의 중심에 '회원'이 자리 잡고 있었다. 애터미 임직원 중 회원의 중요성을 모르는 사람은 없다. 조금 더 체계적으로 '회원에 의한 회원을 위한' 애터미를 만들기 위해 지난해 12월부터 7개월에 걸쳐 애터미 칼리지가 진행됐다.



애터미 임직원은 이번 교육을 통해 '애터미의 주인은 회원'임을 다시 한 번 뼈저리게 깨달았다. 애터미의 생존과 성장 원동력 즉 애터미의 '심장'은 회원이다. 애터미를 살아 숨 쉬게 하는 것도, 글로벌 기업으로 나아가게 한 것도 회원이다. 아무리 유능한 임직원이 많이 있다 하더라도 회원이 없다면 애터미의 생존은 불가능하다. 이번 애터미 칼리지는 박한길 회장의 창업이념과 경영목표를 비롯해 쉼없이 발로 뛰는 사업자의 현장이 담긴 목소리, 그리고 애터미 콜센터를 담당하는 김윤경 고객행복센터장 등의 강의로 구성됐다. 강의의 초점은 '회원'에 맞춰졌다.





애터미 칼리지 첫 학기를 마친 임직원의 소감이 이어졌다. "속리산 석세스아카데미에서 승급 소감을 들으면서 몇 번이나 울었는지 모릅니다. 이 분들은 진짜 맨 몸으로 세상과 싸우고 있구나. 그렇게 치열하게 사는 분들에게 내가 '도와준다'는 표현을 쓸 수 있을까." 입사한 지 얼마 안 된 회계팀 이현화 대리는 "'회원을 도와준다'고 표현하는 것조차 죄송한 마음이 든다"고 고백했다. 회원을 도와주는 것이 아니라 '섬긴다'는 것이 맞는 표현이라는 것이다. 진심이 담긴 이 대리의 고백에 교육장 분위기가 숙연해졌다. 한 개의 제품을 더 팔기 위해, 한 명의 회원을 더 가입시키기 위해 밤낮 가리지 않고 뛰는 회원들의 노고를 잊지 않아야 한다는 자기 반성도 이어졌다. "회원들의 쓴소리는 부모가 자식 잘 되라고 하는 것과 같습니다. 애터미가 미워서가 아니라 더 잘 되라고 해 주시는 말씀입니다." 애터미 칼리지는 임직원에게 많은 것을 생각하고 반성하게 만들었다. 회원을 대하는 자세와 마음가짐을 새롭게 하고 익히는 교육의 장이었다.



"승급 소감 들으며 몇 번이나 울어"

Editor 김순희, Photographer 편집부





애터미 존재 이유는…
'회원'

회원이 있기에 애터미가 존재하고, 회원의 활동과 노력으로 회사가 존속하지만 평소 공기를 소중히 여기지 않듯 회원을 공기처럼 여기고 있지 않았는지 되돌아보는 계기가 됐다. 애터미 칼리지가 진행되면서 '이 교육이 왜 시작되었을까' 곰곰이 생각해 봤다는 마케팅팀 지현일 팀장은 "이번 교육을 통해 박한길 회장님을 비롯한 모든 강사진이 공통적으로 강조하고 반복하는 부분이 '회원을 사랑하는 마음이었다"며 "사람을 사랑하는 마음을 갖춰 회원이 나의 가족이라 생각하고 업무를 진행하면 그들의 어려움과 요구사항이 발생했을 때 어떤 방법을 통해서라도 도와주고 싶은 마음과 방법을 찾으려고 노력하게 될 것"이라며 진심을 담아 열심히 일하겠다는 각오를 다졌다.

박한길 회장은 평소 임직원에게 "월급은 회사가 주는 것이 아니라 회원이 준다"고 강조한다.

월급 받을 수 있게 해 준 회원을 섬기고, 회원의 뜻을 살펴 사업하기 좋은 환경을 만들기 위해 노력하는 것이 임직원이 할 일이라는 것이다. 애터미 칼리지는 '회원을 섬기라'는 경영철학의 연장선상에서 마련됐다. 지난 5월 28일. 애터미 고객행복센터(콜센터) 김윤경 센터장이 애터미 칼리지를 찾아 임직원 앞에서 마이크를 잡았다. 애터미의 콜센터는 애터미의 '얼굴'이다. 콜센터 직원의 친절도는 애터미 기업 이미지와 직결된다. 단 한통의 '콜'도 소홀히 할 수 없다. 콜센터에는 회원과 소비자의 전화가 끊이지 않는다. 배송과 반품, 교환을 비롯해 회원가입 방법을 문의하는 사람이 적지 않다. 애터미에 대한 불만도 콜센터에 접수된다. 칭찬도 쏟아지지만 때로는 욕설이 섞인 불만도 접수된다.



전화는
얼굴 없는 만남

콜센터에 접수된 내용을 어떻게 처리하느냐는 회원과 소비자 '만족도'를 가늠할 수 있는 기준이 된다. 그만큼 콜센터는 신경을 곤두세운다. 콜센터에 걸려오는 전화를 예고 없이 찾아오는 방문객이라 여긴다는 김윤경 센터장은 "좋은 말은 열 명에게 전파되고 나쁜 말은 스무 명에게 전파된다"며 "콜센터뿐만 아니라 본사 임직원도 회원과 직접 통화할 때 '아, 내 한마디로 인해 애터미가 좋게 인식될 수 있고 나쁘게 인식될 수 있구나'라고 생각해야 한다"면서 전화예절의 중요성을 강조했다. 전화예절은 말 그대로 고객 접점의 제1선이라는 것이다.

"전화는 얼굴 없는 만남이기 때문에 목소리를 통해 상대방의 기분까지 파악해야 하고 진심을 담아 응대해야 합니다. 전화 한 통 잘못 받는 실수를 저지르면 애터미에 부메랑으로 돌아옵니다. 콜센터뿐만 아니라 임직원 모두가 말조심해야 한다는 점을 항상 기억해야 합니다."

김 센터장은 강의 도중 실제 콜센터에 걸려온 상담 사례 여럿을 들려줬다. 교환이나 반품, 배송과 같은 보편적인 요청 외에 수십 가지의 상품을 제안하는 '열정 넘치는' 회원의 전화도 있다. 고객의 불만을 고스란히 받아주는 것도 콜센터다. 박한길 회장은 김윤경 센터장의 강의가 끝나자 "저도 영업일선에서 고객을 직접 상대하는 일을 많이 해 왔던 사람이라 누구보다도 현장을 잘 알고 있다"며 "사실 오늘 녹음되어 있는 리얼한 이야기를 들어보니 콜센터 매니저들이 고생을 정말 많이 하는 것 같다"고 격려했다. 애터미 칼리지를 통해 임직원은 회원의 중요성을 다시 한 번 깨닫는 계기가 됐고, 박한길 회장은 회원을 비롯해 임직원을 가족처럼 더 살갑게 챙기고 보살피겠다고 다짐했다. 애터미 칼리지 첫 학기 7개월 동안 임직원은 많은 성장과 성숙을 이룰 수 있었다.



Editor 이영민, Photographer 편집부

현장보다 실감나게, 메시지 시각화의 달인들

애터미 영상팀, 회원 성공의 숨은 공신



애터미의 성공을 견인하는 석세스아카데미나, 원데이세미나 현장에서 가장 발 빠르게 움직이며 회원들의 성공을 돕는 팀이 있다. 회원 성공의 숨은 공신, 영상팀이다. 세미나 다원 중계에서부터 온라인 콘텐츠까지. 영상팀이 회원 성공을 위해서 하는 일은 다양하다. 특히 시각화 콘텐츠가 중요한 온라인 콘텐츠에서 사진과 영상 촬영, 편집하는 것은 매우 중요한 일이다.

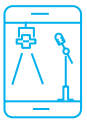
WORK

석세스아카데미 다원 중계



전국 7개 지역에서 동시에 진행하는 석세스아카데미를 다원생중계하고 있다. 다원생중계가 있기에 전국 각지의 석세스아카데미에 참석한 1만 5천여 명 이상의 회원들은 마치 하나의 장소인 것처럼 행사를 치를 수 있다.

라이브 스트리밍 서비스



애터미의 각종 세미나를 전국 1,000여 개 센터로 라이브 스트리밍 서비스한다. 센터에서 각종 세미나를 현장에서처럼 보고 들을 수 있다.

온라인 콘텐츠 제작



영상팀은 석세스아카데미 등의 각종 행사를 비롯해 '굿모닝 애터미', '제품', 'CSR 활동' 등 다양한 홍보영상을 제작 및 편집을 한다. 현재 애터미 홈페이지에 게시된 수많은 VOD 전부가 영상팀의 작품이다. 비단 국내뿐만 아니라 해외법인의 행사까지 회원들이 편하고 쉽게 볼 수 있도록 고화질의 품격 있는 영상으로 제작한다.

영상팀은 같은 생각, 같은 기술을 갖기 위해 부단히 노력하는 팀이다. 기술 워크숍을 통해 세미나의 운영 방법, 제작 스킬을 배우고 전문 분야가 다른 동료 간 질의응답이나 전문가 초청을 통해 영상 기술을 발전시키고 있다. 애터미 세미나가 있는 날이면 영상팀은 가장 바쁜 부서가 된다. 누구보다 먼저 행사현장에 도착해서 각종 영상 및 음향장비 설치 등 촬영준비를 해야 한다. 행사 중에는 장비에 이상은 없는지 어떤 화면이 가장 좋을지, 송출에 이상은 없는지, 돌발상황은 생기지 않는지 항상 노심초사한다. 그리고 행사가 끝나면 설치된 장비를 철거하기 위해 가장 늦게까지 남아 있어야 한다. 이처럼 영상팀은 드러나지 않는 곳에서 회원의 성공에 없어서는 안 될 시각화 콘텐츠를 생산하고 있다. 보이지 않는 곳에서 회원들의 성공을 돕고 있는 숨은 공신인 셈이다. 영상팀원들은 항상 새로운 것을 찾는다. 매월 열리는 석세스아카데미만 해도 올해 말이면 국내에서만 100회가 넘는다. 같은 행사라도 편집에 따라서 전혀 다른 영상처럼 보이게 할 수 있기 때문이다. 특히 제품 영상이나 승급 여행 영상 등은 팀원들의 창의성을 최대한 살리는 편집이 필요하다. 톡톡 튀는 아이디어들을 살려야 재미와 감동을 한꺼번에 전달할 수 있는 영상이 만들어진다. 김태원 이사는 "영상을 만들다 보면 애터미가 평범한 사람들의 희망 사닥다리라는 것이 실감난다. 회원들이 성공하는 모습을 보며 감동을 받을 때가 많다"며 "더 많은 회원들이 성공하는 데 보탬이 되고, 애터미 문화를 전달하는 매개체로서 역할을 다하는 영상팀이 되겠다"고 말했다.



최아름 편집팀 팀장



회원분들께 매우 중요한 소통의 도구가 되는 영상 매개체를 통하여 감동적인 영상을 전달할 수 있도록 조금 더 다양한 각도에서 만들도록 최선을 다하겠습니다.

이승훈 중계팀 감독



저희 영상팀은 회원분들을 위해 보다 효과적이고 시각적이며 생동감 넘치는 형태로 애터미에 대한 정보를 정확하고 신속하게 전달할 수 있도록 노력하고 있습니다.

강한힘 제작팀 사원



회원분들에게 감동을 줄 수 있는 좋은 영상을 만드는 것이 저의 의무라고 생각합니다. 항상 좋은 콘텐츠가 전달될 수 있도록 노력하는 '애터미인'이 되겠습니다.

송가섭 제작팀 감독



영상은 소통하는 방법 중 하나입니다. 회원분들이 필요한 영상, 소비자를 애터미로 안내할 수 있는 영상, 소통하는 영상을 만들겠습니다.

김신영 제작팀 실장



애터미만이 가지고 있는 성장 동력을 영상이라는 매개체로 꾸준히 이어갈 수 있도록 회원분들이 원하는 콘텐츠, 필요한 콘텐츠를 지원할 수 있도록 열심히 노력하겠습니다.

천준영 제작팀 팀장



저희 영상팀을 사랑해 주셔서 감사합니다. 영상이란 좋은 사업도구를 위해 함께 애써주셔서 무한 감사드립니다. 앞으로도 함께 만들어 주세요. 그렇게 해주실 거죠?



CellActive™로 피부의 시간을 멈추다

Absolute CellActive™ Skincare Set



제품 주문 및 기타 안내

회원가입 안내

애터미 홈페이지 www.atomy.kr
애터미 홈페이지에 접속하셔서 직접 회원가입을 해주십시오.
단 애터미 회원으로 가입하시려면 이미 등록되어 있는 애터미 회원의 후원이 필요합니다.
자세한 회원가입 내용은 홈페이지를 참조해 주시기 바랍니다.
※ 애터미 법인이 오픈 되어 있는 국가에 계신 분들은 각 법인 홈페이지에서 회원가입이 가능합니다.

제품정보 및 구매안내

제품정보와 제품 구매는 애터미 홈페이지로 접속하여 쇼핑몰을 통해 편리하게 이용하실 수 있습니다.

배송안내

배송기간

- 결제일로부터 2~3일 소요됩니다.
- 주말/공휴일은 배송기간에서 제외됩니다.

※ 도서, 산간 등 지역에 따라 배송이 다소 지연될 수 있으며 자연재해, 불가항력 (일시품절, 수취인 불명, 우편번호 오입력) 등의 사유로 배송이 지연되는 경우도 있음을 양해해 주시기 바랍니다.

배송비

- 총 결제 금액이 5만원 미만인 경우 : 배송비 2,500원
- 총 결제 금액이 3만원 이상인 경우 : 무료배송 (총 결제 금액에서 개별 배송 제품금액은 제외)
- 배송지를 본인이 소속된 교육센터로 지정하는 경우 : 무료배송

※ 슬림바디 쉐이크&보이차 set[157], 화장지 선물세트[870], 물티슈[872], 화장지[876], 메디쿡 4종(9pc)[885], 유기농 올리브유로 구운 김[904], 간 고등어[920], 감자로 만든 채식라면[930,931], 착한 짜장[932], 명장김치[956~962], 카페 아라비카4set[974], 검은콩 고칼슘 두유72ea[976], 해양심층수[979], 알찬견과4set[983], 착한만두세트[986], 착한 왕교자 세트[987], 통잠베개[1701~1704]는 개별 배송되는 무료배송 상품입니다.

반품안내

반품규정

손상, 개봉 및 변질이 되지 아니한 반환제품에 대하여 주문일에 지급한 가격에 해당 커미션(후원수당, 직급수당, 직급 및 승급 프로모션, 후원인의 PV)과 합리적인 수수료 및 경비를 공제한 금액을 반환합니다.

반품가능한 경우

- 용기불량, 제품의 변질 등 상품 하자를 사유로 반품 요청시
- 단순 구매 변심, 오 주문 등 구매 회원의 개인적 사유로 반품 요청 시
- 제품 사용 후 트러블 발생으로 인한 반품 요청 시

반품 불가능한 경우

- 상품을 개봉하여 훼손하였을 경우
- 상품을 사용하여 재판매가 불가한 경우

반품 가능 기한

- 소비자 : 상품 인도일로부터 14일 이내
- 판매원 : 상품 인도일로부터 3개월 이내(기간 경과에 따른 반품 수수료 공제)

반품 방법

반품 결정 → 1544-8580으로 전화 → 상담원과 통화 → 반품 접수 완료 → 택배기사방문 (반품 신청서 및 반품 물건 전달) → 반품 처리 센터에 반품 물건 도착 → 물품 확인 후 환불
※ 애터미 물류 센터(반품 접수처) 경기도 용인시 처인구 원삼면 맹리로 2번길 1(로지포커스)

교환안내

교환 가능 기준

- 용기불량, 제품의 변질 등 상품 하자를 사유로 동일 제품으로 교환 요청 시
- 단순 구매변심, 오주문, 제품 사용시 트러블 등으로 인해 동일금액, 동일PV제품으로 교환 요청 시

교환 방법

교환 결정 → 1544-8580으로 전화 → 상담원과 통화 → 교환 접수 완료 → 택배기사 방문 (교환 신청서 및 교환 물건 전달) → 교환 처리 센터에 교환 물건 도착 → 제품 수령 확인 후 새 제품으로 교환 발송
※ 애터미 물류 센터(교환 접수처) 경기도 용인시 처인구 원삼면 맹리로 2번길 1(로지포커스)

애터미 소식 안내

애터미 홈페이지의 [애터미 온에어] 메뉴에 접속하시면 각종 VOD, 보도자료 등을 만나실 수 있습니다. 또한 QR코드를 통해 모바일로도 접속이 가능합니다.

해외법인 소식 안내

www.atomy.com
각종 해외법인 오픈 소식과 해외 관련 Q&A를 보실 수 있습니다.

전화상담안내

애터미 고객행복센터 **1544-8580**
상담시간 월~금 (오전 9시 ~ 오후 6시) 토, 일, 공휴일 휴무

애터미 본사

충청남도 공주시 한적2길 52-101 (금흥동)
Tel. 1544-8580 **Fax.** 02-888-4802

Korea

Atomy Co., Ltd.
www.atomy.kr
52-101, Hanjeok 2-gil, Gongju-si, Chungcheongnam-do, 314-140, South Korea
Tel. +82-1544-8580 **Fax.** +82-2-888-4802

USA

33801 1st Way South #301 Federal Way, WA 98003 U.S.A
Tel. +1-253-946-2344 **Fax.** +1-253-946-2345
E-mail. usa@atomy.kr
www.atomy.com/us

CANADA

#104, 8327 Eastlake Dr, Burnaby, BC, V5A4W2
Tel. +1-604-559-5063 **Fax.** +1-604-559-5471
E-mail. atomycanada@atomy.kr
www.atomy.com/ca

JAPAN

9F Nippori Bldg, 26-10 Nishi-nippori 2-chome, Arakawa-Ku, Tokyo Japan 116-0013
Tel. +81-3-6806-8640 **Fax.** +81-3-6806-8641
E-mail. atomyjp@atomy.kr
www.atomy.com/jp

TAIWAN

18F, NO.691, Mingcheng 3RD, Kaohsiung City, Taiwan
Tel. +886-800-586-685 **Fax.** +886-7-586-8582
E-mail. twatomy@twatomy.com.tw
www.atomy.com/tw

SINGAPORE

Commonwealth Lane #07-16 One Commonwealth Singapore 149544
Tel. +65-6659-2278 **Fax.** +65-6659-2998
E-mail. sg.atomy@atomy.com.sg
www.atomy.com/sg

CAMBODIA

6th Floor, Bloc4 and 5, Emerald Building, No. 64, Preah Norodom Boulevard, Corner St, 178 Sangkat CheyChumNeah, Khan Daun Penh, Phnom Penh, Cambodia
Tel. +855-23-922-111
E-mail. atomy_kh@atomy.kr
www.atomy.com/kh

PHILIPPINES

Unit 5007, 12th Floor, A Place Building, Coral Way Drive, Mall Of Asia Complex, Central Business Park 1, Island A, Pasay City, 1300 Metro Manila, Philippines.
Tel. +63-2-776-8177 **Fax.** +63-2-776-8191
E-mail. atomyph@atomy.kr
www.atomy.com/ph

MALAYSIA

Suite 18.01, Level 18, Wisma Nusantara, Jalan Puncak Off
Jalan P.Ramlee, 50250 Kuala Lumpur, Malaysia
Tel. +603-2718-8989 (General)/+603-2718-8999 (Customer Service)
Fax. +603-2718-8988
E-mail. support_my@atomy.kr
www.atomy.com/my

MEXICO

Calle, Niza 77, piso 8, Col. Juarez, Del. Cuauhtemoc, Distrito Federal, Mexico, C.P. 06600
Tel. +52-55-5086-2855/ 01-800-777-8580
E-mail. atomymx@atomy.kr
www.atomy.com/mx

THAILAND

1550 Thanapoom Building 23rd Floor/Unit B1, New-Petchburi Road, Kwaeng Makkasan, Khet Ratchathewi, Bangkok 10400
Tel. +662-024-8924 to 28 **Fax.** +662-024-8929
E-mail. AtomyTH@atomy.kr