ATOMY GLOBAL MAGAZINE

2024. 02 **VOL 06**



Atomy Releases Audit Report, 13 Years of Consecutive Growth
애터미, 감사보고서 발표 연결 기준 13년 연속 성장

Heading Global, "Atomy HemoHIM G" is born
글로벌 애터미향 "헤모힘 G" 탄생

Chairman Han-Gill Park, Emphasis on Principles to CEOs of Global Direct Selling Companies
박한길 회장, 세계적인 직판 기업 CEO들에게 원리원칙 강조



CONTENTS

2024 Atomy Global Magazine I 2024 애터미 글로벌 매거진

[Atomy Global Magazine] is published annually to share Atomy global news with Atomy members worldwide. "Atomy Global Magazine 2024, the sixth issue, contains some featured articles and cartoons about Atomy related to the global context, as published in the [Atomy Magazine] in Korea in 2023."

[애터미 글로벌 매거진]은 전 세계 애터미 회원들에게 애터미 글로벌 뉴스를 제공하기 위해 매년 발행됩니다. 본 매거진에 실린 내용은 2023년 한국에서 발행된 [애터미 매거진] 중 글로벌과 관련된 특집기사와 카툰으로 구성되었습니다.

Spring I 봄호

06 Global Synchronization Quantum Jump Re-Jump 2023!
전구동보 중진기고 Re-Jump 2023!!!

30 A 20-Year Network Marketing Veteran, Fascinated by Atomy and Korea
네트워크마케팅 20년 베테랑, 애터미와 한국에 매료되다

Summer I 여름호

34 Atomy China Spreads Its Wings
애터미 중국, 비상의 날개를 펼치다

50 ACTS, the Focal Point for All Atomians
액츠, 모든 애터미언즈들의 구심점

58 Atomy Releases Audit Report 13 Years of Consecutive Growth
애터미, 감사보고서 발표 연결 기준 13년 연속 성장

Autumn I 가을호

62 GO 100 I Chairman Han Gill Park
백만갑 I 박한길 애터미 회장

66 Going to Meet People, Atomy's "Go 100" Underway
지금 만나러 갑니다 애터미, 백만갑 프로젝트 진행

74 HemoHIM and Absolute, Bestsellers in Their Categories
헤모힘·앱솔루트, 각 분야 최고 베스트셀러

Winter I 겨울호

78 GO 100, Starting the Atomy Business Again From Zero
백만갑, 제로에서 다시 시작하는 애터미 비즈니스

88 Heading Global, "Atomy HemoHIM G" is born
글로벌 애터미향 "헤모힘 G" 탄생

92 Chairman Han-Gill Park, Emphasis on Principles to CEOs of Global Direct Selling Companies
박한길 회장, 세계적인 직판 기업 CEO들에게 원리원칙 강조

Cartoon

96 Imperial Master Seung Taek Lim
임승택 임페리얼마스터

104 Imperial Master Hye Jeong Lee
이혜정 임페리얼마스터

112 Imperial Master Seong Il Kim
김성일 임페리얼마스터

120 GO 100
백만갑

Atomy Headquarters
2148-21, Baekjemunhwa-ro, Gongju-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea
Tel +82-1544-8580 | Fax +82-2-888-4802

Atomy Global Magazine
Published by Atomy Co., Ltd. | Published in February 2024

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

애터미 글로벌 매거진
발행처 애터미(주) | 발행일 2024년 02월

Atomy,
You Can Trust and Use

Atomy, Going Beyond Customer Satisfaction to Bring About Customer Success

To achieve Atomy's management goal of becoming a global distribution hub, Atomy has opened 26 regional offices overseas beginning with the launch of Atomy USA in May 2010 and on to parts of Southeast Asia, South America, Oceania, India and Europe. Atomy has now become a global network marketing company with more than 15 million members all around the world.

Atomy's two main products are Atomy skin care products and HemoHim (a functional health supplement), both of which were developed by the Korea Atomic Energy Research Institute. Other product categories include foods, household goods, and home appliances.

Atomy promises it will never stop challenging the future towards new innovations and do its best to serve its customers as a lifelong partner to help them enjoy a quality life.

고객만족을 넘어 고객성공을 실현하는 애터미

애터미는 글로벌 유통의 허브가 되겠다는 경영 목표의 실현을 위해 2010년 5월 미국법인 오픈을 시작으로 동남아시아, 남미, 오세아니아, 인도, 유럽 등 26개 지역에 진출하여 현재 전 세계 1500만 회원이 함께하는 글로벌 네트워크 마케팅 기업입니다.

한국원자력연구원이 개발한 화장품과 건강기능식품인 헤모힘을 주력으로 식품, 생활용품, 가전 등 우수한 제품을 합리적인 가격에 제공하고 있습니다.

앞으로도 애터미는 도전과 혁신의 발걸음을 멈추지 않을 것이며 고객의 성공적인 삶의 동반자로써 역할을 다 할 것입니다.

고객 만족을 넘어 고객의 성공까지!

Customer Success



Atomy Global Membership
애터미 전 세계 회원수

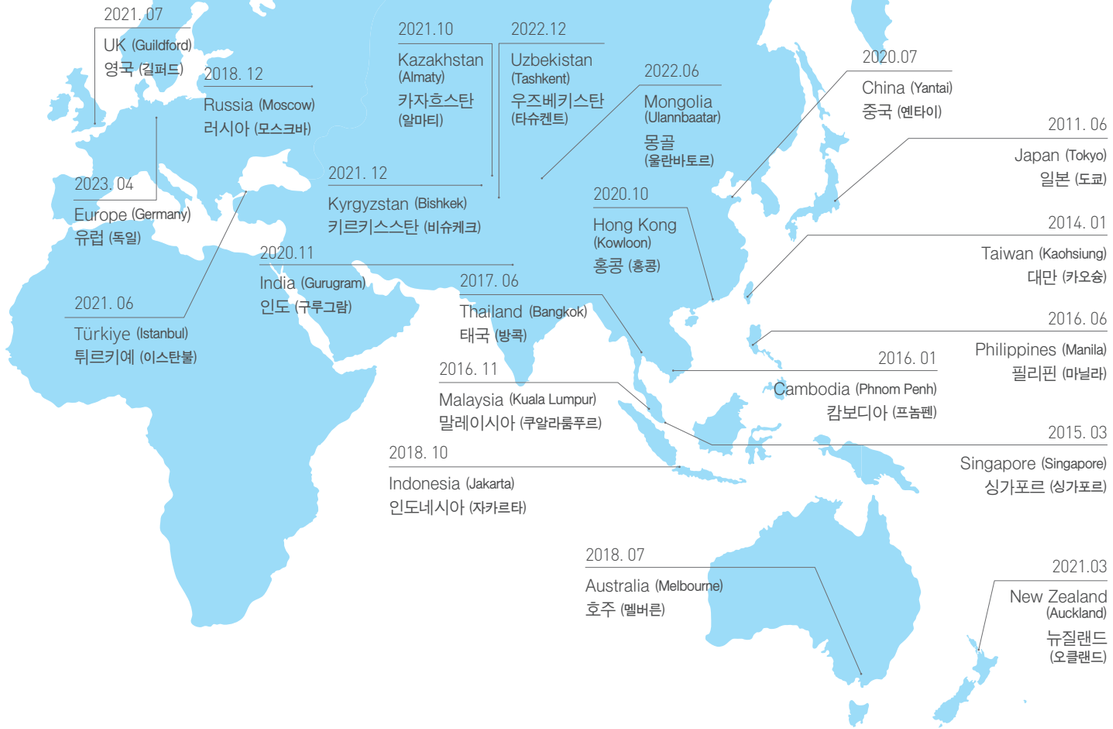
15,000,000

GLOBAL ATOMY

Since its founding in 2009, Atomy has steadily made its way into the world market place, and It has entered 26 regions as of December 2023.

애터미는 2009년 설립 이후 꾸준히 세계 시장을 개척했으며, 2023년 12월까지 26개 지역에 진출했습니다.

2010.05~2023.12
26 Regions 법인





Performance of "Global Synchronization, Quantum Jump" by employees at January Success Academy
1월 석세스아카데미 "전구동보, 중진기고" 임직원 퍼포먼스

Global Synchronization Quantum Jump Re-Jump 2023!

All branches worldwide keep pace to write a new history of growth

전구동보 중진기고 Re-Jump 2023!!!

전 세계 모든 법인이 보조를 맞춰 성장의 새 역사 쓴다

"Global Synchronization Quantum Jump" is Atomy's four-word idiom for 2023. "Global Synchronization" means that all the global branches will keep pace with each other whether in terms of marketing or launching new products. Until now, things have started in Korea at headquarters and have gradually been pushed out to branches overseas. Starting this year, however, there are plans to establish a system so that all Atomy regional offices around the world can carry out marketing and launch new products at the same time. "Quantum Jump" refers to raising the flag high once again and beating the drum mightily. After the three-year pandemic, Atomy has made it through the tunnel and is now getting ready to soar even higher.

'전구동보 중진기고', 2023년을 관통할 애터미의 사자성어다. '전구동보(全球同步)', 마케팅 활동이든 신제품 출시든 전 세계 모든 법인이 함께 보조를 맞춘다는 의미다. 지금까지 한국 본사에서 시작되고 차차 해외 법인으로 전파됐다면, 올해부터는 전 세계 법인이 동시에 동일한 마케팅을 펼치고 신제품을 출시할 수 있도록 시스템을 갖춰나갈 계획이다. '중진기고(重振旗鼓)', 다시 한번 깃발을 높이 올리고 북을 힘차게 두드린다는 뜻이다. 지난 3년 동안, 팬데믹이라는 터널을 지나온 애터미가 이제 더 높이 날아 오를 채비를 하는 것이다.

All the World Jumps Together

As of March 2023, Atomy is officially operating in 26 countries across the globe spanning five continents including Asia, North America, South America, Europe, and Oceania. With plans to open in South Africa by 2025, Atomy will spread to six continents, which is unprecedented for any network marketing company in Korea. Atomy is indeed writing a new history of network marketing.

In 2023, Atomy begins making history again. With Global Synchronization, all of Atomy's branches, which have expanded throughout the world, will move in step with one another. Global offices have traditionally followed Atomy Korea and focused on localization, but it will be different starting this year. Instead of following, they will move in lockstep. Beyond focusing on just surviving, it is now time to focus on increasing the pace of growth. Our system is being revamped to allow for various events such as new product launches, Success Academies, programs about business know-how, and marketing promotions to be implemented at the same time as Korea.

We are on the move again. But instead of starting in

전 세계가 함께 도약한다

애터미는 2023년 3월 말 기준으로, 총 25개 법인에서 영업을 하고 있다. 한국 본사까지 포함한다면 모두 26개 법인이다. 이들 법인은 아시아를 비롯해 북아메리카, 남아메리카, 유럽, 오세아니아 등 5개 대륙에 걸쳐 져 있다. 이어 오는 2025년까지 남아프리카공화국에 진출한다면 전 세계 6개 대륙 모두에 진출하게 된다. 대한민국 네트워크마케팅 기업으로서는 사상 초유의 일이다. 애터미가 네트워크마케팅의 역사를 새로 쓰고 있는 것이다.

2023년, 또 한 번 애터미의 역사 쓰기가 시작된다. 전구동보, 전 세계로 뻗어나간 애터미의 모든 법인이 발맞춰 나간다. 지금까지의 해외 법인은 애터미 코리아를 따라 하며 현지화에 집중했다. 올해부터는 다르다. 따라 하는 것이 아니라 함께한다. 이제 생존에 집중하는 것을 넘어 성장의 속도를 더하는데 집중해야 할 때인 것이다. 신제품 출시를 비롯해 석세스아카데미 등의 이벤트, 다양한 비즈니스 노하우 프로그램, 마케팅 프로모션 등이 한국과 동시에 전 세계 법인에서 시행될 수 있도록 시스템을 갖춰 나간다.

다시 뛴다. 한국에서 전 세계로 뛰는 것이 아니라 전



Global Synchronization & Quantum Jump
전구동보&중진기고

Young-Min Lee, editor

Korea and running toward the world, we are starting simultaneously around the world and running toward the rest of the world. To this end, we have launched the Atomy Collaboration Total System, or ACTS. ACTS is an initiative where all of Atomy around the world comes together as one to restore trust and revitalize the businesses of all members and branches by internalizing Atomy's DNA. To this day, Atomy has written a new history of Korean network marketing through the DNA of Super Synergy of United Heart. In other words, ACTS 1.0 was the period of time until 2022. And now, since Atomy's sales overseas has surpassed domestic sales, we can say that the time for Atomy to be reborn as a true global distribution company has come. Thus, ACTS 2.0 has begun this year!

Atomy's greatest strength is Absolute Quality Absolute Price plus its "one for all, and all for one" spirit of unity. ACTS 2.0 is the process by which all Atomy global leaders and members work together to rewrite the history of network marketing around the world. Atomy's goal is everyone's success, by everyone, for everyone. In order to achieve this goal, each branch must look at what kind of mindset and strategy they are planning.

세계에서 동시에 전 세계를 향해 뛴다. 이를 위해 '액츠(ACTS, Atomy Collaboration Total System, 애터미 협업 토탈 시스템)'를 론칭한다. 액츠는 전 세계 모든 애터미가 하나가 되서 함께 가는 프로젝트로, 전 법인 및 전 직원의 애터미 DNA 내재화를 통해 신뢰경영을 회복하고 회원들의 비즈니스를 활성화하는 것이다. 지금까지 애터미는 제심합력이라는 DNA를 통해 한국 네트워크마케팅의 새 역사를 써 왔다. 다시 말하면, 지난 2022년까지가 액츠 1.0인 셈이다. 이제 애터미의 글로벌 매출 가운데 해외 매출의 비중이 국내 매출보다 높아졌다. 올해부터 애터미는 진정한 글로벌 유통 기업으로 거듭나는 시점이라고 할 수 있다. 따라서 올해부터 액츠 2.0이 시작되는 것이다.

애터미가 가진 최대의 강점은 절대품질 절대가격과 하나를 위한 모두, 모두를 위한 하나라는 제심합력의 정신이다. 액츠 2.0은 글로벌 애터미의 리더들과 애터미의 모든 임직원이 함께 전 세계 네트워크마케팅의 역사를 새로 쓰는 과정이다. 애터미의 목표는 모두에 의한, 모두를 위한, 모두의 성공이다. 그 목표를 달성하기 위해 각각의 법인들은 어떤 마음가짐으로, 어떤 전략을 계획하고 있는지 살펴본다.

Atomy USA- First Imperial Master Expected Soon

In 2022, the U.S. branch did well, exceeding annual sales of 100 billion KRW (~$80 million) despite adverse factors such as inflation and economic recession. Atomy USA has its hopes set on reaching the $100 million milestone in 2023 with these five key goals: internalization and implementation of the Atomy DNA, strengthening the culture of a consumer-centered organization, focusing on the Latino market, enriching global standard contents, and global synchronization. A representative from the U.S. branch stated, "We will do everything we can to help at least five new members make it into the Leaders Club this year." He added that by the first half of 2024, we can expect the birth of the first U.S. Imperial Master. Atomy USA plans to host the largest-ever Success Academy in Las Vegas to commemorate the emergence of the first Imperial Master of the U.S.

미국 법인 - 첫 임페리얼 마스터 탄생 예고

2022년, 인플레이션과 경기 침체 등의 악재에도 미국 법인은 연 매출 1,000억 원을 넘기며 선방했다. 그리고 2023년에는 미화 1억 달러를 돌파하는 이정표를 세울 계획이다. 이를 위해 미국 법인은 ▲애터미 DNA 내재화 및 행동화 ▲ 고객 중심 조직문화 강화 ▲ 히스패닉 시장 집중 공략 ▲글로벌 스탠다드 콘텐츠 강화 ▲ 전구동보 등 5대 핵심 추진 목표를 세웠다. 미국 법인 관계자는 "올해 리더스 클럽에 5명 이상이 신규 입성할 수 있도록 최대한의 지원을 할 것"이라며 "2024년 상반기에는 미국 법인 최초의 임페리얼마스터의 탄생을 기대할 수 있을 것"이라고 말했다. 미국 법인은 첫 번째 임페리얼마스터의 탄생을 기념하기 위해 라스베가스에서 법인 사상 최대의 석세스아카데미를 개최할 생각이다.



USA Success Academy 2022
미국 석세스아카데미(2022)

Young-Min Lee, editor

Atomy Singapore- Boosting Consumer Trust and Awareness Through Certification

This year, Atomy Singapore plans to focus on customer experience. To this end, it is preparing to hold regular leader meetings and quarterly "Communication with Mongsang" programs. It will also strengthen contacts among members and consumers through social media. By continuously posting diverse and high-quality content on social media, it will increase the number of followers by more than 25% which will lead directly to purchases. The Singapore branch is also accelerating growth by prioritizing the launch of strategic products such as health foods and cosmetics. In addition, it will boost consumer trust and awareness through the "Case Trust" and "Best Place to Work" certifications from the Consumers Association of Singapore. Atomy Singapore states, "Our goal is to achieve double-digit growth every year until 2030 and become the number one direct selling company in Singapore in terms of size as well as member and consumer satisfaction."

싱가포르 법인 – 공식 인증을 통한 소비자 신뢰와 인지도 향상

올해 싱가포르 법인은 고객 경험에 집중할 방침이다. 이를 위해 정기적인 리더 미팅과 매 분기 '몽상 소통해' 프로그램을 진행할 계획이다. 소셜미디어를 통한 회원 및 소비자들과의 접점도 강화해 나간다. SNS에 다양하고 수준 높은 콘텐츠를 지속적으로 게시, 팔로워를 25% 이상 증가시키고, 구매로 직접 이어질 수 있도록 한다. 건강식품 및 화장품 등 전략 상품을 우선적으로 론칭, 성장을 가속화 한다. 아울러 상반기 중에 싱가포르 소비자협회의 'Case Trust'와 'Best place to work' 인증을 통해 소비자의 신뢰와 인지도를 향상할 계획이다. 싱가포르 법인은 "2030년까지 매년 두자리 수 성장 달성이 목표"라며 "규모는 물론 회원과 소비자 만족도에서도 싱가포르 내 최고의 직판 기업이 될 것"이라고 말했다.



Singapore Success Academy 2022
싱가포르 석세스아카데미(2022)

Atomy Japan- Easier Shipping and Authentication for Members

Atomy Japan is confident that it will grow by more than 20% this year. The global economic downturn since the pandemic has changed the mindset of consumers in Japan to look for products with excellent cost-effectiveness, not just Japanese products. Following this trend, the Japanese branch plans to hold various promotions and events to increase membership while easing conditions for free shipping to reach more consumers. Moreover, it is promoting qualitative growth by simplifying the certification process for business members and expanding local seminars and online education. The branch also plans to strengthen employee training such as the Atomy DNA Workshop and Atomy Core Workshop to keep pace with headquarters. Atomy Japan declared, "We will hold workshops for communication and strive for influence beyond just work. The year 2023 will be a time for our employees, members, and consumers to grow together."

일본 법인 – 배송비 조건 완화, 인증 절차 간소화 등 회원 편의 정책 강화

일본 법인은 올해 20% 이상의 성장을 자신하고 있다. 팬데믹 이후 세계적인 경기 침체는 일본 소비자들의 마인드를 바꾸어 놨다. 무조건 일본 제품만이 아니라 가성비가 우수한 제품을 찾기 시작한 것이다. 이러한 트렌드를 타고 소비자 회원 증가를 위한 다양한 프로모션과 이벤트를 진행하는 동시에, 배송비 무료 조건을 완화해 더 많은 소비자들에게 다가갈 방침이다. 또한, 비즈니스 회원을 위한 인증 절차를 간소화하고 지방 세미나 확대와 온라인 교육을 병행함으로써 질적인 성장을 도모한다. 이와 함께 애터미 DNA워크숍, 애터미 핵심코어 워크숍 개최 등 직원교육을 강화하며 본사와의 보조를 맞출 계획이다. 일본 법인은 "소통을 위한 워크숍 및 업무를 넘어서는 영향력을 체득해 나갈 것"이라며 "임직원과 회원, 소비자가 함께 성장하는 2023년이 될 것"이라고 말했다.



Japan Success Academy 2022
일본 석세스아카데미(2022)

Young-Min Lee, editor

Atomy Russia- Enhancing Business Trainings to Continue Rapid Growth

Last year, Atomy Russia recorded sales of 78.5 billion KRW (~$62 million), nearly 100% growth compared to the previous year, which exceeded expectations. The synergy was great between various external environmental factors and active operations in Central Asian countries such as Kazakhstan and Kyrgyzstan. To continue this growth trend, the Russia branch intends to enhance business trainings for its members as well as focus on promoting the brand name of Atomy in Russia by being the main sponsor of Korean Culture Day and participating in the 30th anniversary event of the opening of Korean School. Meanwhile, the magazine published by Atomy Russia in commemoration of the 3rd anniversary of its opening won "Best Magazine for Customers" in the corporate competition category at Russia's "Media Leader 2022."

러시아 법인 – 고공 성장을 이어가기 위한 비즈니스 교육 강화

지난해 러시아 법인은 785억 원의 매출을 기록, 전년 대비 100% 가까운 성장이라는 기대 이상의 성적을 거뒀다. 여러 외부 환경적인 요소가 긍정적으로 작용한 것과 카자흐스탄과 키르기스스탄 등 중앙아시아 국가에서의 영업이 활성화되는데 따른 시너지가 컸다. 러시아 법인은 이러한 성장세를 이어가기 위해 회원에 대한 비즈니스 교육을 강화하고, 한국 문화의 날 메인 스폰서 및 한국 학교 개교 30주년 행사 참석 등 러시아 내 애터미의 브랜드 네임을 알리는데 주력할 생각이다.

한편, 러시아 법인은 법인 오픈 3주년을 기념해 발간한 매거진이 러시아 '미디어 리더 2022'에서 기업 공모전 분야 '고객을 위한 베스트 매거진'을 수상했다.



Russia Grand Opening 2019
러시아 그랜드 오프닝(2019)



Atomy Brazil- Focused on the Local Market With the Brave Project

Atomy Brazil, which opened in July of 2022, plans to enter a stable growth trajectory through the "Brave Project" this year. The "Brave Project" is a program that bundles together five products including shampoo, nutrition mask, conditioner, curl activator, and nourishing oil, all intended for women ages 25 to 45 with curly hair. High-quality products, an excellent compensation plan, the Global One Server, and an outstanding corporate culture are strong forces in the Brazilian market as well. Here, the positive influences of a rapidly growing consumer market along with the world's fourth-largest cosmetics market and the Korean Wave all present an opportunity. Atomy Brazil states, "We expect sales of more than 10 billion won this year," adding, "We will strengthen business trainings by increasing the quality and quantity of seminars and ensure that all employees are able to internalize the Atomy DNA."

브라질 법인 – 브레이브 프로젝트로 현지 집중 공략

2022년 7월 오픈한 브라질 법인은 올해 'Brave Project'를 통해 안정적인 성장 궤도에 진입한다는 방침이다. 브레이브 프로젝트란 샴푸와 뉴트리션 마스크, 컨디셔너, 컬 액티베이터, 너리싱 오일 등 5개 제품을 묶어 25세에서 45세 사이의 곱슬머리 여성을 집중 공략하는 프로그램이다. 고품질 제품과 우수한 보상 플랜, 글로벌 원서버라는 점과 뛰어난 기업문화는 브라질 시장에서도 강력한 파워가 된다. 여기에 큰 폭으로 성장하고 있는 소비자 시장과 세계 4위의 화장품 시장 및 한류가 상당한 영향력을 발휘하고 있다는 점은 기회다. 브라질 법인은 "올해 100억 원 이상의 매출을 기대"한다며 "세미나의 질을 높이고 횟수를 늘리는 등 비즈니스 교육을 강화하고 임직원 모두가 애터미 DNA를 내재화할 수 있도록 할 것"이라고 말했다.



Brazil Grand Opening 2022
브라질 그랜드 오프닝(2022)



Atomy Australia- Launch of First Dry Foods

Atomy Australia has a goal of 25% growth for this year, and it plans to focus on expanding membership as a top priority to achieve this. It will increase the number of Success Academies and One-Day Seminars in major cities and strive to expand the number of business members who participate. More specifically, the Australia branch will hold three Success Academies in Sydney, two in Melbourne, and one each in Brisbane and Perth this year for a total of seven. Along with this, One-Day Seminars will expand to Adelaide and Canberra, thereby increasing the number of consumers who convert to business owners. It will also promote the launch of new products as the Australia branch has now started selling dry foods as of this year. Beginning the second half of this year, it will focus on products that members in Australia purchase frequently through At.G Mall including vitamins and collagen. A representative said, "We will enter a full-fledged growth period this year by expanding our consumer base and strengthening member capabilities while focusing employee efforts on supporting members' businesses."

호주 법인 – 최초의 건기식 출시

호주 법인의 올해 목표는 25% 성장이다. 이를 위해 최우선적으로 회원 확대에 주력할 생각이다. 또한, 주요 도시에서의 석세스아카데미와 원데이세미나 횟수를 늘리고 참여 사업자 확대에 매진한다. 특히 시드니 3회, 멜번 2회의 석세스아카데미를 실시하고 브리즈번과 퍼스에서 각 1회씩 총 7회의 석세스아카데미를 기획하고 있다. 이와 함께 원데이세미나도 아들레이드와 캔버라 지역까지 확대 실시하고, 소비자에서 사업자로의 전환율을 높여 나간다. 신상품 출시도 강화한다. 올해 호주 법인 최초의 건기식 출시를 비롯해 하반기부터는 비타민, 콜라겐 등 호주 회원들이 앳지몰에서 많이 구매하는 상품 위주로 출시에 나선다. 호주 법인 관계자는 “올해 소비자 확대 및 회원 역량 강화를 통해 본격 성장기에 진입할 것”이라며 “회원들의 비즈니스 지원에 모든 임직원의 역량을 집중할 것”이라고 말했다.



Australia Grand Opening 2018
호주 그랜드 오프닝(2018)



Atomy India- Expanding Brand Influence Across India

General manager of Atomy India, Ali, stated, "This year will be a year to lay the groundwork for growth," adding, "We will focus on expanding our brand influence throughout India by 2025." Thus, the India branch plans to bolster its social media activities by developing and uploading creative content in order to triple the number of followers. In particular, it is actively carrying out "Think Globally, Act Locally" marketing in line with global synchronization. Moreover, all seminars such as the Success Academy are being converted to an in-person format while quality of content is being upgraded and videos for live seminars are being shared with continued support for online activities. On top of this, India plans to launch more than 40 new products and three GSGS products to meet the needs of its members. Through all this, Atomy India expects at least a 37% growth this year.

인도 법인 – 브랜드 영향력을 인도 전역으로 확대

알리 인도 법인장은 “올해는 성장의 기틀을 다지는 해가 될 것”이라며 “2025년까지 브랜드 영향력을 인도 전역으로 확대하는데 주력하겠다”고 말했다. 이를 위해 인도 법인은 창의적인 콘텐츠를 개발하고 업로드 하는 등 SNS 활동을 강화, 팔로워를 세 배 이상 늘릴 방침이다. 특히, 전구동보에 발맞춰 ‘생각은 글로벌로, 행동은 현지에 맞게(Think Globally, Act Locally)’ 마케팅을 적극적으로 펼쳐나간다. 또한 석세스아카데미 등 모든 세미나를 오프라인 위주로 전환하고, 콘텐츠 품질을 높이고 라이브 세미나를 위한 동영상을 공유하는 등 온라인 활동에 대한 지원도 아끼지 않는다. 이와 함께 40개 이상의 신제품을 출시하고 3개 이상의 GSGS 제품을 론칭, 회원들의 수요에 대응한다는 계획이다. 인도 법인은 이를 통해 올해 37% 이상의 성장을 기대하고 있다.



India Success Academy 2022
인도 석세스아카데미(2022)



Atomy Cambodia- All-Out Efforts to Secure New Members by Bringing Down Barriers

In 2023, Atomy Cambodia hopes to achieve a 30% growth in sales from last year, laying the foundation for steady growth in the future. Membership is expected to go up from 140,000 in 2022 to over 190,000, an increase of more than 30%. This will be possible by simplifying the verification process which will make member registration easier, allow non-members to log in to the shopping mall, and enable other rights such as purchase after verification. Along with this, morning meetings where partners and sponsors get together in person every morning to discuss meetings and plans will also be reinforced since it serves as a key to Super Synergy of United Heart. A representative from Atomy Cambodia explained, "If the number of participants in the morning meetings increases, sales and membership will also increase, so we will work to expand the average number of participants from 100 to 400."

캄보디아 법인 - 가입 장벽 낮춰 신규 회원 확보 총력

2023년, 캄보디아 법인은 전년 대비 30%의 매출 성장을 달성, 향후 안정적인 성장의 기반을 마련할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 2022년 14만여 명이었던 회원 수는 30% 이상 증가한 19만여 명 이상으로 확대한다는 계획이다. 이를 위해 인증 절차를 간소하게 함으로써 회원 가입을 보다 간편하게 하고, 미인증 회원도 쇼핑몰 로그인이 가능하게, 구매 등 다른 권한은 인증 후 가능하게 하고자 한다. 이와 함께 모닝미팅을 보다 강화해 나간다. 모닝미팅을 통해 매일 아침 파트너와 스폰서가 직접 만나며 미팅과 계획을 논의하는 등 제심합력의 구심점 역할을 하고 있기 때문이다. 캄보디아 법인 관계자는 “모닝미팅 참석 인원이 증가하면 매출과 신규 회원의 가입 수도 증가”한다며 “평균 100명이던 참석자를 최대 400명까지 늘려나가도록 하겠다”고 밝혔다.



Cambodia Leaders Conference 2023
캄보디아 리더간담회(2023)

Atomy Thailand- Expansion of Korea Success Tour

Atomy Thailand will enhance customer convenience services this year by implementing QR code payments, automatic verification functions, and a paperless system. It will also concentrate on expanding the Korea Success Tour and revitalizing official seminars and pickup centers. Eighty-six seminars have been planned including 14 Success Academies, 12 in Bangkok and 2 in Chiang Mai. Of the 12 events scheduled in Bangkok, 6 of them will be for two days and one night. Furthermore, over 400 people are expected to participate in the Korea Success Tour. The Thailand branch plans to release flagship products such as Probiotics in the first half of the year and grow by more than 35% compared to 2022. According to Atomy Thailand, "This year's target is over 19 billion won in sales, and we will reach that goal by promoting participation in the Success Academy in Korea, increasing convenience with QR code payments, for example, and launching major products.

태국 법인 - 한국 석세스 투어 확대

태국 법인은 올해 QR코드 결제 론칭, 자동 확인 기능 및 페이퍼리스 시스템 도입 등 고객 편의 서비스를 강화한다. 그리고 코리아 석세스 투어 확대와 공식 세미나와 픽업 센터 활성화에 주력한다. 공식세미나는 86회를 계획하고 있으며 석세스아카데미도 방콕에서 12회, 치앙마이에서 2회 등 14회를 실시할 생각이다. 특히 방콕에서 열리는 12회 가운데 6회는 1박 2일 일정으로 진행한다. 코리아 석세스투어에는 400명 이상이 참가할 것으로 기대하고 있다. 상반기 중에 프로바이오틱스 등의 주력 제품을 출시, 2022년 대비 35% 이상 성장할 계획이다. 태국 법인은 “올해 목표 매출액은 190억 원 이상”이라며 “한국 석세스아카데미 참석 프로모션과 QR결제 등 편의 증대, 주력 제품 출시 등으로 반드시 목표를 달성할 것”이라고 확신했다.



Thailand Success Academy 2023
태국 석세스아카데미(2023)

Actively Supporting Members Who Want to Take a New Leap Forward

The Goal Is To Double Up- Laying the Groundwork For a Leap Toward a 100-Year Future

새롭게 도약하고자 하는 회원들의 열망을 적극적으로 지원해 나갈 것

목표는 더블업 – 100년 미래 향한 도약의 기틀 마련한다



Byeong-gwan Park
General Manager of Atomy China
박병관 중국 법인장



Groundbreaking ceremony for China Brand Center
중국 브랜드센터 기공식



15,000 attendees at the China Success Academy
15,000명이 참석한 중국 석세스아카데미

Although built-up fatigue from COVID-19 remains, the desire to take a new leap forward is growing stronger in the wake of the pandemic. Using this atmosphere as a stepping stone, we will strive to double our members, double the number who move up in rank, and double our sales. General Manager Byeong-gwan Park sees this as an important year to gauge the future of Atomy China. Since opening in 2019, Atomy has won the trust of people in China and is now considered a popular luxury brand. However, this positive perception of Atomy failed to lead directly to sales due to the calamity caused by COVID-19. As these hindrances go away, the potential that has been accumulating will translate to performance. Park expressed, "It is the duty of our branch to make sure that process is carried out faster and more powerfully. We will prepare for the next 5, 10, 100 years by holding in-person seminars nationwide, fostering outstanding speakers, and expanding and reinforcing business trainings. Byeong-gwan Park has summed up growth of Atomy China in 2023 with these five phrases: ABS, launch of new products, start of in-person seminars, visits to seminars in Korea, and brand experience centers.

First of all, Atomy China will work to strengthen the Atomy Business School (ABS), a select business education program that has been implemented and proven to be quite effective not only in Korea, but also in a number of global branches. Park explains that this systematic education program is "a great strategy that differentiates us from other companies." He adds, "This year, we will establish an education system unique to Atomy by synchronizing with headquarters in Korea." Secondly, new products launched in Korea will be released by the China branch as quickly as possible. In particular, we intend to minimize the lag behind headquarters by launching small home appliances simultaneously with Korea.

At the same time, we plan to inspire a spirit of challenge through events such as visits to the headquarters in Korea and to Success Academies. Furthermore, we are pushing to build an Atomy Brand Center this year starting in Yantai City and expanding to Guangzhou and Chengdu. The hope is that these centers will energize our members through various promotions for Atomy's "boom up" such as continuous implementation of policies to encourage registration of new members and repeat purchases from existing members as well as hosting major events to revitalize service centers. Byeong-gwan Park says, "We will use China's reopening and the lifting of the pandemic as a starting point for leaping forward and do our best to help Atomy members around the world on their journey to success."

"COVID-19로 인한 누적 피로가 남아 있긴 하지만 엔데믹을 계기로 새롭게 도약하려는 열망도 강해지고 있어요. 이런 분위기를 발판삼아 올해는 회원과 직급자, 매출액 배가를 목표로 매진할 것입니다." 박병관 중국 법인장은 올해를 애터미 중국의 미래를 가늠하는 중요한 해로 보고 있다. 지난 2019년 오픈 이래 애터미는 높은 품질, 저렴한 가격으로 중국인의 신뢰가 쌓여 이제는 대중명품이라는 인식이 자리 잡아가고 있다. 그러나 COVID-19라는 천재지변은 애터미에 대한 좋은 인식이 실질적인 매출로 연결되는데 방해가 됐다. 그런 장애물이 없어지고 나면 그동안 쌓인 잠재력이 실적으로 표현될 것이다. 박병관 법인장은 "그 과정을 조금 빠르고 파워풀하게 진행될 수 있도록 지원하는 것이 법인의 할 일"이라며 "전국적으로 오프라인 세미나를 실시하고 우수 강사진 육성 및 비즈니스 교육 확대강화 등 5년, 10년, 100년의 미래를 준비하는 해가 되도록 할 것"이라고 말했다. 박병관 법인장은 중국 법인의 2023년 성장의 키워드를 ▲ABS ▲신제품 출시 ▲오프라인 세미나 개시 ▲한국방문 세미나 ▲브랜드 체험센터 등 다섯 가지로 간추렸다.

우선 한국뿐만 아니라 다수의 해외 법인에서 실시되며 상당한 효과가 입증된 수준 높은 비즈니스 교육 프로그램인 'Atomy Business School(ABS)'을 강화한다. 박 법인장은 "체계적으로 구성된 교육시스템은 타사와의 큰 차별화 전략"이라며 "올해에는 한국 본사와의 동기화를 통해 애터미만의 교육시스템을 안착시켜 나갈 것"이라고 말했다. 두 번째로 한국에서 출시한 신제품을 최대한 빠르게 중국 법인에서 출시할 수 있도록 한다. 특히, 소형 가전제품 등은 한국과 동시 출시하는 등 한국 본사와의 시차를 극소화할 방침이다.

동시에 한국 본사 방문 및 석세스아카데미 참관 등의 프로모션 등을 통해 도전 정신을 고무시켜 나갈 생각이다. 이 밖에도 올해 애터미 브랜드센터 건설프로젝트를 추진한다. 애터미 브랜드 센터는 옌타이시부터 시작해 광저우와 청뚜 등으로 확대해 나간다. 신규 가입과 기존회원 반복 구매를 위한 정책을 지속적으로 실시하고 서비스센터 활성화를 위한 대형 이벤트 실시 등 애터미 붐-업을 위한 다양한 프로모션으로 회원들의 활력을 증진할 생각이다. 박병관 법인장은 "중국의 리오프닝과 팬데믹 해제를 재도약의 출발점으로 삼을 것"이라며 "전 세계 애터미 회원들의 성공 여정에 도움이 될 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다.

Canada, Mexico, Colombia, Brazil... Moving As One Through Global Synchronization

Quantum Jump in 2023

캐나다 멕시코 콜롬비아 브라질까지... 전구동보 통해 한 몸처럼

2023, 퀀텀 점프가 시작된다



Hyun Su Lim
General Manager of Atomy USA
임현수 미국 법인장



Greetings from Hyun Su Lim, General Manager, at the USA Success Academy
미국 석세스아카데미에서 인사하는 임현수 법인장



Hyun Su Lim, General Manager, attending his first USA Success Academy
임현수 법인장 첫 미국 석세스아카데미

"Atomy's Quantum Jump begins in the Americas this year," declares General Manager of Atomy USA, Hyun Su Lim. Atomy USA is the first overseas branch of Atomy and is among one of the branches that exceeded 100 billion KRW in sales last year. This Atomy USA has announced a quantum jump this year. Lim says, "You can think of the pandemic period as a time of taking one step back in order to take two steps forward. It is now the end-emic. We need to release the potential that has been built up." First of all, as the United States is a place where various cultures coexist, they will focus on securing customers from different cultures. They plan to optimize educational content, programs, and seminars to draw in more customers especially from Hispanic backgrounds, and in so doing, Lim expects to reach more than 400,000 members and 140 billion KRW in sales. He stated, "The U.S. branch will build a dynamic relationship with members through quick and smooth communication. By presenting more clearly the vision and mission that work equally for members and the branch, we will create a springboard for leaping that transcends dimensions. The advantage of Atomy in the U.S. market is that it is known as a "good company." Good quality, good price, good culture, and good goals for customer success are all rolled into one company. The U.S. is the birthplace of direct selling and the world's largest market where high-profile direct selling companies are settled and ready to thrive. Ordinary competitiveness is not enough to tap into this market. In response, Lim said, "Good quality and good price are foundational. We must have something that other companies do not which is the differentiated management goal of a good corporate culture and customer success." Good quality and price have been the driving force behind the remarkable results in the U.S. market thus far, and still remain the core values that will lead Atomy into the future. Furthermore, Hyun Su Lim expressed his ambitions, saying, "We will focus on delivering Atomy's unique value by matching pace with headquarters and maximizing communication." Now, Atomy USA plans to target the Hispanic market and integrate North, Central, and South America into one business area spanning Canada, Mexico, Colombia, and Brazil. We will vitalize organizations near members' residences, strengthen seminars tailored to centers and rank, and resolve communication challenges due to geographical and time constraints. Lim expressed, "The essence of the Atomy business is continuous repetition of member trust and active response to Atomy to create synergy. We will do our best to deliver Atomy's value of customer success together with all employees of Atomy USA."

"올해 아메리카 대륙에서 애터미의 퀀텀 점프가 시작됩니다." 임현수 미국 법인장의 말이다. 미국 법인, 애터미 최초의 해외 법인이다. 그리고 지난해 매출액 1000억 원을 넘긴 법인 가운데 하나다. 그런 미국 법인이 올해 퀀텀 점프를 외쳤다. "팬데믹 기간은 2보 전진을 위한 1보 후퇴의 시기였다고 할 수 있어요. 이젠 엔데믹이잖아요. 그동안 쌓아 온 저력을 발휘해야죠." 일차적으로 다양한 문화가 공존하는 미국이니만큼 여러 문화권의 고객들을 확보하는데 주력할 생각이다. 특히 히스패닉 문화권 고객들을 확보하기 위한 교육 콘텐츠, 프로그램, 세미나 등을 최적화시켜 나가야 한다. 이를 통해 임현수 법인장은 올해 1,400억 원 이상의 매출액과 40만 명 이상의 회원을 확보할 것으로 기대하고 있다. 그는 "미국 법인은 회원과의 빠르고 원활한 소통을 통해 역동적인 관계를 구축할 것"이라며 "회원과 법인에게 동일하게 작용하는 비전과 미션을 보다 선명하게 제시함으로써 차원을 초월하는 점프의 발판을 만들어 나갈 것"이라고 말했다. 미국 시장에서도 애터미의 강점은 '착한 기업' 이라는 것이다. 착한 품질, 착한 가격, 착한 문화, 고객의 성공이라는 착한 목표, 이 모든 것이 한데 어우러진 기업이다. 직접판매가 탄생한 원조 시장이자 세계 최대의 시장, 내로라하는 직접판매 기업들이 똬리를 틀고 있는 곳이다. 그 시장을 공략하기 위해서는 보통의 경쟁력으로서는 어려울 수밖에 없다. 이에 임현수 법인장은 "착한 품질과 착한 가격은 기본이죠. 거기에 다른 기업들이 가지지 못한 것이 있어야 합니다. 그것이 바로 착한 기업문화, 고객의 성공이라는 차별화된 경영 목표죠." 라고 말한다. 착한 품질과 가격은 지금까지 미국 시장에서 괄목할만한 성적을 거둔 원동력이자 앞으로의 애터미를 이끌어갈 핵심 가치다. 나아가 임현수 법인장은 "본사와의 보조를 일치시키고 소통을 극대화함으로써 애터미만의 가치를 전달하는데 주력할 생각입니다."라는 포부를 밝혔다. 이제 미국 법인은 히스패닉 시장을 공략해 캐나다, 멕시코, 콜롬비아, 브라질까지 아우르며 북미와 중남미를 하나의 사업권역으로 엮어 나갈 방침이다. 회원들의 거주지 인근 조직을 활성화하고 각각의 센터별 및 직급별 세미나를 강화, 지리적 시간적 제약으로 인한 소통의 어려움을 해결해 나갈 것이다. 임현수 법인장은 "애터미에 대한 회원들의 신뢰와 적극적인 호응이 지속적으로 반복되며 시너지를 일으키는 것이 애터미 사업의 본질"이라며 "미국 법인의 모든 직원과 함께 애터미만의 고객 성공 가치를 전달하는데 최선을 다할 것"이라고 말했다.

Time Is On Our Side-
We Will Soar Higher and Further

Strategy focused on internal stability... each branch will become top-tier in their market

시간은 우리편 -
더 높이 더 멀리 날아오를 것

내실 위주의 전략...각 법인, 시장의 탑-티어로 성장할 것

Hyun-woo Lee
Executive Director of Global Business
이현우 해외사업 총괄 전무

Young-Min Lee, editor

According to Atomy's Executive Director of global business, Hyun-woo Lee, "Atomy's global branches will continue to rise to the top 10, top 5, and then to the top 3 in their own markets. Time is on our side." We have been focused on pioneering new markets thus far, and now we plan to concentrate on establishing our global branches as industry leaders in their respective countries. According to WFDSA data, the top 3 with the largest direct selling market are the U.S., South Korea, and then Germany. Among the top 10, Atomy has entered all but Germany and France. With both of these countries in the EU, if Atomy opens in Germany this year, it will nearly have entered all top 10. We are shifting from outward expansion to internal expansion. Executive Director Lee said, "There are tremendous opportunities waiting for our global branches. Some of them just do not fully understand Atomy yet, so we must forge ahead to make this happen. We can say this is now Atomy's global strategy."

What are Atomy's strengths in the global markets? Lee states that they are "Being Principled" and "Absolute Quality Absolute Price." This has remained unchanged for 13 years since 2010. It is also the identity of Atomy that will not change, cannot change, and must not change in the future. Adding one more would be "Super Synergy of United Heart." This means that all Atomians around the world join efforts and move toward success for all. Lee says, "Moving together toward Global One Marketing has great potential. Atomy is probably the only company where business members are moving globally as one like this regardless of their upline. This is the competitive edge that makes Atomy stand out." In the words of Hyun-woo Lee, "Time is on our side," and that begins here.

"We have no registration or renewal fees. Anyone can start at any time without any pressure. And as time goes on, Atomy's strengths become even stronger with Super Synergy of United Heart. The advantages of Atomy become more effective as globalization progresses. The size of the network that connects people all around the world is beyond imagination. A market size of 50 million people now becomes 8 billion. If all the members join together as "everyone's downline for all of us" rather than "my downline," it will become the largest of all network marketing companies. Atomy is a Global One Server which means everyone is valued

“애터미 해외 법인들이 각 시장에서 Top10 안에, 다음엔 Top5, 그리고 Top3로 계속 올라갈 거예요. 시간은 우리 편이거든요.” 이현우 해외사업 총괄 전무의 해외 법인에 대한 전망이다. 지금까지 새로운 시장을 개척하는데 주력했다면 앞으로는 해외 법인들이 해당 국가에서 업계 선두 주자로 자리 매김하는데 집중할 계획이다. 2021년 WFDSA 자료에 따르면 직접판매 시장은 미국, 한국, 독일 순이다. 애터미는 시장 크기 Top10 가운데 독일과 프랑스를 제외하고 모두 진출했다. 그리고 올해 독일에 진출하게 되면 사실상 Top10 전체에 진출하는 셈이다. 프랑스와 독일은 같은 EU국가이기 때문이다. 애터미의 외연 확장에서 내실 확대로 전환하는 것이다. 이현우 전무는 “해외 법인들에게는 엄청난 기회들이 남아있어요. 왜냐면 아직 애터미를 제대로 모르거든요. 그걸 제대로 알리도록 발로 뛰자 이게 이제 애터미의 해외 전략이라고 할 수 있죠.”

해외 시장에서 애터미의 강점은 무얼까. 이현우 전무는 ‘원리 원칙’과 ‘절대품질 절대가격’이라고 말한다. 2010년 이래 현재까지 13년 동안 변하지 않았다. 또한 앞으로도 변하지 않을, 변할 수도 없고, 변해서 도 안 될 애터미의 정체성이다. 그리고 또 하나, 제심합력이다. 전 세계의 애터미인이라면 누구나 다 힘을 합쳐 모두의 성공을 향해 나아간다는 의미다. 이현우 전무는 “글로벌 원 마케팅으로 함께 간다는 것은 엄청난 잠재력을 갖고 있다.”고 말한다. “사업자들이 자기 라인과 상관없이 글로벌로 하나가 돼서 이렇게 움직이고 있다는 것은 아마 애터미가 유일무이할 겁니다. 그게 바로 애터미를 돋보이게 하는 경쟁력이죠.” ‘시간은 우리 편’이라는 이현우 전무의 말도 여기서 시작한다.

“우리는 가입비와 유지비가 없어요. 언제든 누구든 아무런 부담 없이 시작할 수 있는 겁니다. 여기에 제심합력이 더해지면 시간이 지날수록 애터미만의 장점은 점점 견고해집니다.” 애터미의 이러한 강점은 글로벌화가 진행될수록 유효해진다. 전 세계인들과 연결되는 네트워크의 크기는 상상을 초월한다. 5,000만의 인구시장에서 이제는 80억이 되는 것이다. 그 모든 회원들이 ‘내 라인’이 아닌 ‘모두를 위한 모두의 라인’으로 함께한다면 지금껏 어떤 네트워크마케팅 기업보다도 거대한 네트워크가 된다. “애터미는 글로벌 원 서버잖아요. 선진국이든 개발도상국이든 저개발국이든

2021 Direct Selling Market Rankings

1	USA 23%
2	South Korea 10%
3	Germany 10%
4	China 10%
5	Japan 8%
6	Malaysia 4%
7	Brazil 4%
8	Mexico 3%
9	France 3%
10	Taiwan 3%
Other	22%

출처(Source) : WFDSA

2021 직접판매시장 순위

1위	미국 23%
2위	대한민국 10%
3위	독일 10%
4위	중국 10%
5위	일본 8%
6위	말레이시아 4%
7위	브라질 4%
8위	멕시코 3%
9위	프랑스 3%
10위	대만 3%
기타	22%



Cambodia Success Academy February 2023
2023년 2월 캄보디아 석세스아카데미 현장



Cambodia Success Academy February 2023
2023년 2월 캄보디아 석세스아카데미 현장

whether they come from an underdeveloped, developing, or developed country. Cambodian members become sponsors of U.S. members, and Brazilian members become partners with Korean members. It is no longer just Korea anymore; it is global. There has been a shift in the scale of thought which has now officially begun.

Atomy's global expansion has attained remarkable results thus far. Just one year after its founding, Atomy opened in the United States in 2010 and has advanced into 25 global branches as of March 2023. Now, these international branches have started to reap results in their respective markets, and four of them have even surpassed 100 billion KRW in annual sales in 2021 including the U.S., Taiwan, China, and Malaysia branches. In addition, many global branches have made it to the top 10 of direct selling companies in their country. There are likely about ten branches who have made the list with Atomy Taiwan, Malaysia, Cambodia, Indonesia, and Russia being among them. The future direction is to increase such branches and increase their influence in the market.

Even the current global economic recession and inflation are favorable conditions for Atomy. The fact that international inflation is hurting consumers' pockets is actually an advantage because Atomy can become a viable side job. When salaries go down and prices go up, consumers close their wallets and look to earn additional income, which turns into an opportunity for Atomy. "Atomy is the perfect opportunity for consumers looking for a new source of income. Hence, a "quantum jump" begins for Atomy members."

Hyun-woo Lee cited "Global Synchronization" as a way to support members' quantum jump. He says, "We are focusing on synchronizing and dispersing content such as product experiences and business know-how of our members more rapidly. This is how ACTS (Atomy Collaboration Total System) is being activated. Considering that only about 10 years have passed since Atomy entered the global market, brand awareness is decent, but there are still many more people who do not know about Atomy. This may not be a positive now, but as time goes by, it will work in Atomy's favor because at some point, a quantum jump will occur in some branch. "Until then, it is important to keep promoting the Atomy company. I believe this is the key to supporting not only the consumers who are using the products, but also the businesses of our members," explains Lee.

Anyone who knows what kind of company Atomy is and has experienced the products has no reason to hesitate becoming a member or even starting the Atomy business. So we need to focus on how actively we are advocating Atomy's strengths and advantages moving forward. Executive Director Hyun-woo Lee finally emphasizes, "If each regional office becomes top tier in their market, doesn't that mean that the power of members who know, understand, and trust Atomy is leading the direct selling industry around the world?"

관계없이 유효한 것이죠. 캄보디아 회원이 미국 회원의 스폰서가 되기도 하고 브라질 회원이 한국 회원의 파트너가 되기도 하거든요." 이제 한국이 아니다. 글로벌이다. 사고의 크기가 바뀐다. 그것이 이제 본격적으로 시작되는 것이다.

애터미의 해외 진출은 지금까지 괄목할만한 성적을 거둬왔다. 창업 이듬해인 2010년 미국을 시작으로 2023년 3월 기준 25개 법인에 진출했다. 이제 해외 법인도 각각의 시장에서 성적을 거두기 시작했다. 미국 법인과 대만 법인, 중국 법인, 말레이시아 법인 등 4개 법인은 2021년 기준 연 매출 1,000억 원을 넘어섰다. 또 각 직접판매 시장에서 애터미가 Top10에 들어간 법인도 상당수인 것으로 파악되고 있다. "대만과 말레이시아는 물론 캄보디아나 인도네시아, 러시아 등 적어도 10개 정도의 법인이 Top10에 속할 겁니다. 그런 법인을 늘려가고, 시장 내 영향력을 키워가는 것이 앞으로의 방향입니다."

작금의 전 세계적인 경기 불황과 인플레이션도 애터미에게는 매우 유리한 환경이다. "국제적으로 인플레이션 때문에 소비자들의 주머니 사정이 어려워지고 있다는 것도 유리한 점이죠. 애터미는 부업으로도 충분히 가능하거든요." 소득이 줄어드는데 인플레이션 압력이 커지면 소비자는 지갑을 닫고 추가적인 수입을 얻는 방향으로 움직인다. 그 점이 애터미에게는 기회가 되는 것이다. "새로운 소득을 찾는 소비자들에게 애터미는 안성맞춤의 기회잖아요. 애터미 회원들의 중진기고가 시작되는 거지요."

이현우 전무는 회원들의 중진기고를 지원하기 위한 방법으로 '글로벌 싱크로나이제이션(Global Synchronization, 전구동보)을 들었다. "제품에 대한 경험들, 회원들이 가지고 있는 비즈니스 노하우 등의 콘텐츠들이 더 빨리 전 세계적으로 동기화되는 쪽에 집중을 하고 있어요. 특히, 'ACTS(Atomy Collaboration Total System)'의 활성화가 그것이죠." 애터미가 글로벌 진출한 지 이제 불과 10여 년, 그런 것치고는 인지도 면에서 그리 나쁘지 않다. 그러나 그럼에도 여전히 애터미를 모르는 사람들이 훨씬 더 많다. 그런 점은 지금 당장은 몰라도 시간이 흐를수록 애터미에게 유리하게 작용한다. 어느 순간, 어느 법인에서 퀀텀 점프가 일어나게 될 것이기 때문이다. "그때까지 애터미라고 하는 회사를 꾸준히 알리는 것이 중요합니다. 이런 것들이 실제로 애터미 제품을 사용하고 있는 소비자들뿐만 아니라 회원들의 비즈니스를 지원하는 핵심이라고 생각합니다."

누구든 애터미가 어떤 회사인지 알고 애터미 제품을 제대로 경험한다면 회원이 되고, 더 나아가 비즈니스를 하는데 망설일 이유가 없다. 따라서 앞으로 애터미의 강점과 장점들을 얼마나 적극적으로 많이 알리느냐에 집중해야 한다. 이현우 전무는 끝으로 강조한다. "각각의 법인들이 해당 시장에서 탑티어가 된다는 것, 그것이 바로 애터미를 알고 이해하며 신뢰하는 회원들의 파워가 전 세계 직접판매를 선도하고 있다는 의미가 아닐까요?"

Global Synchronization Quantum Jump

Global Synchronization! 2023 Mongsang Tour

Around the Globe Three Times to Meet Members- Leading the Quantum Jump

전구동보(全球同步)! 2023 몽상 투어 개시

회원 찾아 지구 세 바퀴 - 중진기고 이끈다

Last fall, Chairman Han-Gill Park traveled 40,000 kilometers to meet members in the Americas, Malaysia, and Singapore. This year, he started in Indonesia, Thailand, Cambodia to greet more Atomy members and plans to travel to 17 global branches including Australia, the UK, Brazil, China, and India to spread the vision. Here is an infographic of his long journey of 120,000 km continued from last year, which is enough distance to circle the earth three times!

지난해 가을 4만 킬로미터를 이동하며 미주 지역, 말레이시아, 싱가포르 회원들을 만난 박한길 회장. 올해에는 인도네시아, 태국, 캄보디아를 시작으로 호주, 영국, 브라질, 중국, 인도 등 17개 법인에서 더 많은 글로벌 애터미인들을 만나 비전을 전파할 예정이다. 작년에 이어 무려 12만 킬로미터, 지구 세 바퀴에 달하는 긴 여정을 인포그래픽으로 만나본다.



Branches visited 방문법인 — 17 Branches 개

Members visited 방문회원 — 22,000 Members 명

Seminars & meetings 세미나&간담회 — 76 Times 회

Distance traveled 이동 거리 — 120,000 Km

02

Global Tour Gallery



Taiwan- Introduction of Chairman Han-Gill Park at Success Academy
대만_석세스아카데미 박한길 회장 소개 현장



USA- Meeting with employees of Atomy USA
미국_미국법인 직원들과 간담회



Mexico- Success Academy special lecture
멕시코_석세스아카데미 특강 현장

03

Schedule



Day 1 / 1일차
Arrival
입국



Day 2 / 2일차
Employee Interviews & CSR
Interview employees of global branches, visit CSR sites, discuss current issues, all put on hold during pandemic
직원 면접&CSR
팬데믹 기간 동안 이뤄지지 못했던 해외 법인 직원 면접, 각 법인 CSR 현장 방문 및 현안 논의



Day 3 / 3일차
Employee Conference
Listen to challenges of global branches, seek support measures at headquarters, spread spirit of global synchronization
직원 간담회
해외 법인의 애로점 경청, 본사 차원의 지원책 모색, 전구동보(全球同步) 정신 설파

02

해외 순방 갤러리



Singapore- Seminar with local leaders
싱가포르_현지 리더들과 세미나 기념사진



Indonesia- Company motto at Success Academy
인도네시아_석세스아카데미 사훈제창



Indonesia- Success Academy special lecture
인도네시아_석세스아카데미에서 열정적인 특강



Thailand- Korean War Veterans Donation Ceremony at Success Academy
태국_석세스아카데미 6.25 참전용사 기부금 전달식



Cambodia- Promotion Ceremony at Success Academy
캄보디아_석세스아카데미 승급식



Taiwan- Local member leaders conference
대만_현지 회원 리더 간담회

03

주요 스케쥴



Day 4 / 4일차
Leaders Conference
Discuss action plan specific to each branch with leaders
리더 간담회
현지 리더 사업자들과 각 법인에 특화된 사업 활성화 방안 논의



Day 5 / 5일차
Success Academy
Attend local Success Academies and seminars
석세스아카데미
현지 석세스아카데미 및 세미나 참석



Day 6 / 6일차
Revival Meeting
사경회



Day 7 / 7일차
Departure
출국

* Above schedule may change
* 상기 일정은 변동 될 수 있습니다.

A 20-Year Network Marketing Veteran, Fascinated by Atomy and Korea

"Look into Atomy for just 90 days!"

“네트워크마케팅 20년 베테랑, 애터미와 한국에 매료되다”

“애터미를 90일만 알아보세요!”

Mexico **Luis Joel**
Sharon Rose Master
멕시코 **Luis Joel**
샤론로즈마스터







루이스 호엘(Luis Joel) 샤론로즈마스터는 멕시코의 애터미 사업자다. 2018년 2월 처음 애터미를 시작, 2020년 11월 샤론로즈마스터가 됐다. 다른 네트워크마케팅 사업을 해왔으나 주변의 강력한 추천으로 애터미를 알아보게 됐고, 그 후 기존 사업을 정리하고 애터미에서 새로운 도전을 시작했다.

Sharon Rose Master Luis Joel is an Atomy business owner in Mexico. He first started in February 2018 and became Sharon Rose Master in November 2020. Joel had been involved in other network marketing businesses but came to know about Atomy through strong recommendations by people around him. Afterwards, he stopped his other business and started a new challenge at Atomy.



Saw the Potential in Atomy at First Glance

"Something exciting is happening! I think I'm going to Korea. Do you want to go with me?" Luis Joel who lives in Mexico received an elated phone call from an acquaintance, Martha Cabrera. They had worked together for a long time, but were not really close. After running into each other by chance two months earlier, they talked over coffee. Martha introduced Atomy with a lot of passion, and Luis Joel became curious.

Before Atomy, Luis Joel had been in the network marketing business for over 20 years in Mexico. He was financially stable, and therefore not interested in trying anything new. However, after attending an Atomy seminar, he saw the potential right away. He thought, "Atomy products are everyday products that we use all the time at home. I figured I could naturally convert family spending into income without doing anything special."

한눈에 애터미의 가능성을 알아보다

“신나는 일이 생겼어요! 나, 한국에 가게 될 것 같은데 같이 가지 않을래요?”

멕시코에 사는 루이스 호엘(Luis Joel)은 어느 날 지인인 마사 카브레라(Martha Cabrera)가 흥분된 목소리로 걸어온 전화를 받았다. 마사는 오래전 함께 일하면서 알게 된 사이지만 아주 가까운 관계는 아니었다. 두 달 전쯤 우연히 만나 커피를 마시면서 이야기를 나눌 기회가 있었다. 그때 마사는 애터미에 대해 열정적으로 소개했고 루이스 호엘도 호기심이 생겼다.

루이스 호엘은 애터미를 하기 전 멕시코에서 20년 넘게 네트워크마케팅을 해왔다. 경제적으로 안정적이었기 때문에 새로운 일에 대해 관심이 크게 없었지만, 애터미 세미나에 참가하고 그 가능성을 한눈에 알아봤다.

“애터미 제품은 가정에서 늘 사용하는 일상적인 제품입니다. 뭔가 특별히 하지 않아도 가족의 지출을 자연스럽게 소득으로 전환시킬 수 있다는 생각이 들었죠.”

값싸고 품질 좋은 일상의 생필품을 판매한다는 것이 다

He believed that selling low-priced, high-quality daily necessities set Atomy apart from other network companies. He also liked the fact that it was not a system where only a few elites can succeed, but a company that has the ability to make anyone successful. The day after the seminar, Luis Joel jumped into the Atomy business.

Become a Soldier of the Atomy Success System

After visiting Korea, Luis Joel was fascinated by everything including Korean culture, food, and even history. He was surprised at how Korea, even after a war, could become one of the top 10 world economies and give rise to brands like Samsung, Kia, and LG. Showing new beauty and skin care products was a bit difficult at first, but it grew easier with the help of team members. Joel was really good at recommending products and sharing his experiences while talking about the products. People responded well, thinking, "Wow, you explain it so easily. I think I can do it, too!"

He was not trying to persuade them. He simply talked about how their future could change with Atomy and gave them an opportunity to learn about the products and business. Joel expressed, “If you have faith and confidence, that is enough to lead others. I want to impact the lives of many people. We believe we have a great mission to improve the way many people live and to change the present.” Sharon Rose Master Luis Joel describes himself as a soldier of Atomy's Success System. Like a disciplined soldier, he believes that as long as he follows the Atomy system well, he can surely win the "war" in business.

90-Day Challenge

Joel tells people to invest in Atomy for 90 days because he knows that if they look into it extensively and share it with others intently for 90 days, they will see results. He is delivering the strong message that anyone can start the business and anyone can succeed because he himself succeeded in this way. Through the business, he has found the meaning of life and new goals, and is enjoying Atomy to the full-

른 네트워크마케팅 회사와 차별점이라고 생각했다. 소수의 엘리트만 성공하는 시스템이 아니라 누구나 성공할 수 있는 포용력을 가지고 있는 회사라는 점도 마음에 들었다. 그는 세미나에 다녀온 다음 날, 바로 애터미 사업에 뛰어들었다.

애터미 성공 시스템의 ‘군인’이 되다

루이스 호엘은 한국을 방문하고 나서 한국의 문화와 음식, 그리고 역사에 이르기까지 모든 것에 매료됐다. 전쟁을 겪고 난 후 세계 경제 10위권에 드는 일류 국가가 되었고 삼성, 기아, LG 같은 브랜드를 성공시킨 것에 놀랐다.

처음 해보는 뷰티, 스킨케어 제품의 시연이 조금 낯설고 어렵기도 했지만, 팀원들의 도움으로 조금씩 나아졌다. 제품을 추천하고 제품에 대해서 이야기하면서 경험을 나누는 것 하나는 자신 있었다. 반응도 좋았다.

“와우! 너무 쉽게 설명하시네요. 저도 할 수 있을 것 같아요!”

억지로 설득하려고 하지 않았다. 그들의 미래가 애터미와 함께 어떻게 변화될 수 있는지 이야기하고 제품과 사업에 대해 알 수 있는 기회를 전해주었다.

“믿음과 확신이 있다면 충분히 그들을 이끌어 줄 수 있어요. 저는 많은 사람들의 삶에 영향을 끼치고 싶습니다. 우리는 많은 사람들의 삶의 방식을 개선 시키고 현재를 변화시킬 수 있는 위대한 사명을 갖고 있다고 생각해요.”

루이스 호엘 샤론로즈마스터는 자신을 애터미 성공시스템의 ‘군인’이라고 말한다. 규율을 잘 지키는 군인처럼 애터미 시스템을 잘 따라 하기만 하면 비즈니스 ‘전쟁’에서 반드시 승리할 수 있다고 믿고 있다.

90일간의 도전

그는 사람들에게 애터미에 90일만 투자해보라고 말한다. 90일 동안 집중적으로 애터미를 전달하고 격렬하게 연구하면 반드시 결과를 얻을 수 있다고 확신하기 때문이다. 스스로가 이런 방법을 통해 성공했기 때문에 누구든지 사업을 시작할 수 있고 누구든지 성공할 수 있다는 강한 메시지를 전달하고 있다. 그는 이 사업을 통해서 인생의 의미와 새로운 목표를 찾았으며 지금 애터미를 충분히 즐기고 있다.

“멕시코에서도 가장 인기 있는 애터미 제품은 헤모힘입

est. "The most popular Atomy product in Mexico is HemoHIM. Atomy Absolute is also getting a positive response by improving people's skin, and Atomy toothpaste and toothbrushes are selling well, too."

Mexico is surrounded by huge markets in North and South America. The U.S., where multi-level marketing first started, is already a fierce market where many MLM companies are competing, but there is much potential in informing others of the benefits of Atomy and changing the existing method rapidly to digital purchases. Sharon Rose Master Luis Joel had some ups and downs for the past two years due to the COVID-19 pandemic, but he expects 2023 to be a time of new growth by regaining what he wasn't able to do before. He says, "Brazil does not have many multi-level marketing companies, and the people are kind, so I think it's possible to penetrate the market quickly. We expect to achieve results in a short period of time."

니다. 애터미 앱솔루트도 사람들의 피부를 개선 시키면서 좋은 반응을 얻고 있고 애터미 치약과 칫솔도 많이 판매되고 있죠.”

멕시코는 주변에 북미와 남미의 거대한 시장을 갖고 있다. 미국은 다단계 판매가 처음 시작된 곳으로 이미 수많은 다단계판매 회사들이 경쟁하고 있는 치열한 시장이지만, 애터미가 제공하는 혜택을 알려주고 디지털 구매 방식을 통해 기존 방식을 빠르게 바꾸어 나간다면 충분한 가능성이 있다고 보고 있다.

루이스 호엘 샤론로즈마스터는 지난 2년 동안 코로나 팬데믹으로 인해 조금 기복이 있긴 했지만, 2023년은 그동안 못한 것을 되찾는 새로운 성장의 시기가 될 것으로 기대하고 있다.

“브라질은 다단계 판매 회사가 많지 않은데다 사람들도 친절한 편이어서 단시간 내에 시장 침투가 가능하다고 생각됩니다. 단기간에 성과를 낼 수 있을 것으로 기대하고 있죠.”





15,000 members from all over China attended the Success Academy
중국 전역에서 1만 5000여 명의 회원들이 석세스아카데미에 참석했다.

Atomy China Spreads Its Wings

Bursting with energy of success and quantum jump as 15,000 members gather for start of Brand Center construction

애터미 중국, 비상의 날개를 펼치다

브랜드센터 착공, 1만 5천여 회원 운집한 석세스 등 퀀텀 점프 에너지 가득

On May 25, Atomy China Success Academy took place at the Bajiaowan International Exhibition Center in Yantai City, Shandong Province. Approximately 15,000 members from all over China were in attendance along with Atomy Chairman Han-Gill Park. At the event, Park explained, "Atomy started with the catchphrase 'Absolute Quality Absolute Price' which can beat out discount stores, online malls, department stores, and home shopping networks." He also emphasized, "The key to the Atomy business is not pulling people in by force, but searching for people who have no choice but to do the business and who want to do it."

지난 5월 25일, 중국 산동성 옌타이시 팔각만국제전람센터에서 박한길 애터미 회장이 직접 참석한 중국 법인의 석세스아카데미가 개최됐다. 이번 석세스아카데미에는 중국 전역에서 회원 1만 5,000여 명이 참석했다. 이 자리에서 박한길 애터미 회장은 “애터미는 할인 매장이나 인터넷 쇼핑몰, 백화점, TV 홈쇼핑과 경쟁해서 이길 수 있는 ‘절대품질 절대가격’의 캐치프레이즈로 시작한 회사”라며 “애터미 사업의 요체는 상대편을 억지로 끌어들이는 것이 아니라 애터미 사업을 할 수 밖에 없고, 하고 싶어 하는 사람을 찾아내는 사업”이라고 강조했다.



Chairman Han-Gill Park's congratulatory speech
축사하는 박한길 회장



Brand Center Opening Ceremony
브랜드센터 시삽식



Drummer Lino Park's opening performance
드러머 리노 박의 오프닝 공연



Site of Success Academy
석세스아카데미 현장

A journey three times around the earth

Needless to say, Atomy has been a globally-minded company since its inception. Chairman Han-Gill Park founded Atomy with dreams that it would become "a distribution company whose global sales would be ten times higher than its domestic sales in Korea." The fact that Atomy entered the U.S. market, home of direct selling, in 2010 one year after its founding, even before the company became established domestically, truly shows just how strong Chairman Park's commitment was to create a global distribution company. And Atomy China's Success Academy, which finally came to fruition after a 10-year long journey, was a spectacular scene of Global Atomy and the pinnacle of the great vision engraved in the hearts of 15 million members around the world.

Based on the 2022 consolidated audit report, Atomy's global sales reached 1.977 trillion KRW. It has grown by more than 20 times compared to when sales were under 100 billion in 2010. Atomy has gone from entering one country, the Unites States, in 2010 to opening in 25 regions after the grand opening of Uzbekistan last April. Sales overseas surpassed domestic sales since 2011, making Atomy a true global distribution company with its expansion rising like a storm. Even the three-year pandemic could not dampen the momentum of growth. The ACTS Project, which launched last year, and the "Global Synchronization, Quantum Jump" wave, which started this year, are guides of action that show the determination of Atomians to achieve another quantum jump.

지구 세 바퀴의 여정

새삼 말할 것도 없이 애터미는 태생부터 글로벌을 지향하는 기업이다. 박한길 회장은 “해외에서의 매출이 국내보다 열 배는 큰 유통 기업”을 꿈꾸며 애터미를 창립했다. 창립 이듬해인 2010년, 국내 기반이 미처 자리잡기도 전에 직접판매의 본고장인 미국 시장에 진출한 것만 봐도 글로벌 유통 기업에 대한 박한길 회장의 의지가 얼마나 강렬한지 능히 알 수 있다. 그리고 십수 년의 대장정 끝에 다다른 중국 법인의 이번 석세스아카데미는 글로벌 애터미의 화려한 현장이자 전 세계 1,500만 회원들의 가슴에 아로새겨지는 거대한 비전의 정점이었다.

2022년 연결 감사보고서 기준 애터미의 글로벌 매출액은 1조 9,771억 원이다. 2010년 1,000억 원이 채 되지 않았던 것에 비하면 무려 20배 이상 성장한 것이다. 진출 법인은 2010년 미국 한 곳에서 지난 4월 그랜드 오픈식을 치른 우즈베키스탄까지 25개 법인으로 늘어났다. 2011년부터는 해외 매출이 국내 매출을 초과, 명실상부한 글로벌 유통 기업이 됐다. 그야말로 폭풍 같은 기세의 확장이다.

3년간의 팬데믹도 성장의 기세를 틀어막지 못했다. 지난해 론칭된 ACTS 프로젝트와 올해 초 시작된 전구동보(全球同步) 중진기고(重振旗鼓)의 물결은 또 한 번의 퀀텀 점프를 이루겠다는 애터미언즈들의 각오이자 행동 지침이다.

박한길 회장은 이러한 애터미언즈들의 염원을 어깨에 걸머지고, 지난해 말 글로벌 투어에 나섰다. 동남아를 거쳐 미주 지역을 돌아보고, 중앙아시아를 지나 일본과 중국까지 강행군을 마다하지 않았다. 하반기 예정된 오세아니아와 유럽까지, 지구 세 바퀴를 넘나드는 긴 여정에는 꿈을 이루고자 하는 애터미언즈들의 간절함이 가득 담겨있는 것이다.

박한길 회장은 “애터미의 목표는 언제나 회원들의 성공”이라며 “그것을 이루겠다는 확고한 목표가 애터미를 성장시키는 원동력”이라고 말했다.

애터미의 확장과 성장은 여전히 현재진행형이다. 핵심 전략은 처음부터 지금까지, 그리고 앞으로의 미래에도 절대품질 절대가격이다. 전 세계 직접판매 시장의 선도자이자 유수의 할인마트들과 경쟁하는 세계 최초의 직접판매 기업으로서 애터미는 유통 시장의 정점을 꿈꾸고 있다. 직접판매의 역사를 다시 쓸 뿐만 아니라 유통의 역사도 다시 쓰는 애터미가 되겠다는 것이다. 10여년 만의 20배 성장은 요행이 아니다. 숱한 난관과 험로를 뚫고 오로지 회원들의 성공을 목표로 가열차게 달려온 덕분이다.

Chairman Han-Gill Park shouldered the aspirations of Atomians by embarking on a global tour at the end of last year. He traveled through Southeast Asia, then the Americas, Central Asia, Japan, and China on a tight schedule. And with Oceania and Europe in the plans for the second half of this year, the long journey distancing three times around the earth is filled with the eagerness of Atomians to achieve their dreams. Chairman Park said, "Atomy's goal is always the success of its members," and, "the driving force behind Atomy's growth is the resolute goal to accomplish this."

Atomy's growth and expansion is still ongoing. The key strategy from the beginning until now and into the future has been Absolute Quality Absolute Price. Atomy dreams of sitting at the top of the distribution market as a leader in the global direct selling market and the world's first to compete against leading discount markets. Atomy strives to not only rewrite the history of direct selling, but also the history of distribution. The 20-fold growth in 10 years did not just happen by chance. It can be attributed to the fact that Atomy has been enthusiastically working hard while overcoming many hardships with the sole goal of the success of its members.

Another step, groundbreaking ceremony for Brand Center in China

A new chapter in the history of Global Atomy was written on May 24 as the groundbreaking ceremony for the Atomy China Brand Center (R&D Center) took place at the

또 하나의 족적, 중국 브랜드센터 기공식

5월 24일, 글로벌 애터미의 역사의 한 장이 새로이 쓰여졌다. 중국 산동성 옌타이시 옌타이 한중산업단지에서 애터미 중국 브랜드센터(R&D센터) 기공식이 열린 것이다. 공식 명칭은 ‘애터미산업원(1

Yantai Korea-China Industrial Complex in Yantai City, Shandong Province. Scheduled to be completed by the first half of 2025, its official name is "Atomy Industrial Park (Phase 1)," and it has a construction area of 22,903m² with a building area of 12,000m² for the brand center and 3000m² for a smart farm, cafeteria, etc. Present at the ceremony were Chairman Han-Gill Park and Atomy China General Manager Byeong-gwan Park along with Yantai City Vice Mayor Han Yaodong, Yantai High-Tech District Department Secretary Gong Quan, Chinese Consul of Qingdao Hee-byeong Park, and Director of the Qingdao office of the Korea Trade-Investment Promotion Agency Byung Soo Kang. In addition, three Imperial Masters, including Seung Taek Lim, Doug Woo Lee, Yong Ok Park, and about 150 small business members were also there, demonstrating the deep interest of Atomy members in the Brand Center.

Department Secretary of the High-Tech Zone, Gong Quan, stated in his greeting remarks, "Yantai City and Shandong Province are very excited about the Atomy Brand Center which is the first foreign-invested R&D center in the high-tech district. With today's groundbreaking ceremony, I hope that the construction of the Atomy Industrial Complex goes smoothly." Consul Hee-byeong Park of Qingdao added, “It is an honor to be with Atomy at the site where Atomy’s vision for entering China is becoming a reality and expanding. Atomy is a company that sets an example for successful entry into China, with exports here exceeding $100 million even during the pandemic.”

기)’이며 건설 면적 2만 2,903 평방미터에 건축면적은 브랜드센터 1만 2,000 평방미터와 스마트팜과 구내식당 등 3,000 평방미터로 오는 2025년 상반기에 완공 예정이다.

기공식에는 박한길 회장과 박병관 중국 법인장 등 애터미 관계자들을 비롯해 한야오동 옌타이시 부시장, 궁췐 옌타이시 고신구 부서기 등 옌타이시 정부 관계자, 박희병 중국 주 칭다오 영사, 강병수 대한무역진흥공사 칭다오무역관장 등 한국 측 인사들이 참석, 애터미 브랜드센터에 거는 기대를 대변했다. 이 밖에도 임승택, 이덕우, 박용옥 등 3명의 임페리얼마스터와 150여 명의 경소상 회원들이 참석, 브랜드센터에 대한 애터미 회원들의 깊은 관심을 보여줬다.

이 자리에서 궁췐 고신구 부서기는 인사말을 통해 “애터미 브랜드센터는 고신구 최초의 외자 기업 R&D센터로 옌타이시는 물론 산동성 정부에서도 관심이 매우 크다”며 “오늘 착공식을 계기로 애터미 산업단지의 건설이 순조롭게 이루어지기 바란다”고 말했다. 또 박희병 주 칭다오 영사는 “애터미의 중국 진출 비전이 현실이 되고, 확장되는 현장에 함께 있어 영광”이라며 “애터미는 팬데믹 기간 중에도 대(對)중국 수출액이 1억 불을 넘어선, 성공적 중국 진출의 모범이 되는 기업”이라고 치하했다.

이어 강병수 칭다오 무역관장은 “애터미의 중국 진출은 협력사와의 동반 진출을 통해 윈윈하는 좋은

Director Byung Soo Kang of the Trade-Investment Agency also stated, "Atomy's advancement into China is a good example of a win-win strategy through joint entry with partner companies. I hope that Atomy grows into the most promising company in China." The construction of the Brand Center in China is quite significant because it is the first of its kind for Global Atomy and a key facility that will identify the needs of consumers in China with research and development of products that will lead the trend in the Chinese market. It will also serve as a base camp that not only represents small business members in China, but also promotes and spreads Atomy's consumer-centered distribution throughout the country. In other words, it is the center of glocalization for Chinese branch and a new driving force that will lead the growth of global Atomy. Chairman Han-Gill Park declared, "The Brand Center is a complex experience space where people can fully experience Atomy's products, culture, and brand. It will become a famous place that will attract many Atomy members not only from China, but from all over the world."

Success Academy, showing China's potential

Atomy China's Success Academy held at the Bajiaowan International Exhibition Center in Yantai was a reminder of just how enormous China is. Even at a glance, the massive crowd resembling a sea of people in a huge building gave a glimpse of Atomy's future. The large venue was packed with 15,000 small business members from all

사례”라며 “(애터미가) 중국에서 가장 유망한 기업으로 성장하기 바란다”고 소감을 밝혔다.

이번 중국 브랜드센터 착공의 의미는 자못 깊다. 글로벌 애터미 최초의 브랜드센터이자 중국 소비자들의 니즈를 파악하고 중국 시장의 트렌드를 이끌어갈 제품을 연구 개발하는 핵심 시설이기 때문이다.

동시에 중국 경소상 회원들을 대표하는 것은 물론 애터미의 소비자 중심적인 유통을 중국 전역에 알리고 퍼뜨릴 베이스 캠프이기도 하다.

즉 중국 법인의 글로컬리제이션의 중심이자 글로벌 애터미의 성장을 이끌 새로운 동력인 것이다.

박한길 회장은 “브랜드센터는 애터미의 제품과 문화와 브랜드를 전면적으로 체험하는 복합 체험 공간”이라며 “중국 브랜드센터는 중국을 넘어 전 세계 수많은 애터미 회원들이 찾아오는 유명한 장소로 자리할 것”이라고 확신했다.

석세스아카데미, 중국의 잠재력 보여줘

옌타이시 팔각만국제전람센터에서 열린 중국 법인의 석세스아카데미는 ‘거대한 중국’을 떠올리게 했다. 한눈에 보기에도 어마어마한 규모의 건물에 인산인해를 방불케 하는 인파들은 한편으로 애터미의 미래를 가늠케 했다. 그 큰 행사장 내부가 1만 5,000여 중국 전역에서 모인 경소상 회원들로 발디딜 틈조차 마땅치 않았다.

석세스아카데미는 드러머 리노 박의 화려한 드러



View of Atomy Brand Center in China
애터미 중국 브랜드센터 조감도



Chairman Park greeting Yantai Vice Mayor, Han Yaodong
한야오동 옌타이시 부시장과 인사하는 박한길 회장



Many members from all over China visiting site
중국 전역의 많은 회원들이 현장을 방문했다.



Chinese Atomy members' group photo at Success Academy
석세스아카데미 참석 기념샷을 찍는 중국 회원들



Site of Success Academy
석세스아카데미 현장

Young-Min Lee, editor

across China as the Success Academy opened with Lino Park's spectacular drumming performance. The intense beat that seemed to knock on the heart was like the heartbeat of Atomians on the verge of success. Following Lino's opening show, the leaders of China were introduced on stage. Soon after, when Chairman Han-Gill Park made his appearance, 10,000 cell phones instantly rose above the heads of participants as everyone tried to take his photo. The hall exploded with thunderous cheers as he took the stage raising both hands in response to the enthusiasm of the crowd.

The company song came next, then an introduction of management followed by welcome speeches of the leaders in China and Imperial Master Yong Ok Park. Crown Master Fan Wen Kui who chose Atomy for its stability and business vision shared, "I am so grateful for meeting Atomy. The vision of success is to hold on to your earnest dream." Crown Master Jin Xiang Hua added, "I started Atomy because I wanted to support my two sons so they could do what they wanted to do. If there's someone you love, you must succeed. Atomy changed the fate of our family." Then Imperial Master Yong Ok Park expressed, "I would like to congratulate all of you here in advance on your successes. Atomy is a company that will be sustained for over 100 years, so I hope that you can realize all of your dreams." The Success Academy continued with a Life Scenario presentation and promotion ceremony. To conclude, Chairman Han-Gill Park presented a lecture on Atomy's vision. Atomy is a startup platform that provides all management systems from product development to inventory management, accounting management, and data processing management. Members simply have to use the products, find people who want to do the Atomy business, and guide them. China is the most populous country in the world and is advanced in e-commerce. The Atomy Personal Platform is a valuable tool for success that cannot be topped. Chairman Park ended his lecture by saying, "All members of Atomy are e-commerce owners. I hope that all of you will become successful together with Atomy, a 100-year company with a goal of 100 trillion in sales."

Atomy China surpassed 1 trillion in cumulative sales within 30 months of opening

Atomy China officially started operations in July 2020. After three years, cumulative sales reached 1.71 trillion KRW together with Atomy Taiwan which opened in 2014. With Taiwan at 1.47 trillion won, the two branches totaled over a trillion won, but the speed of achievement is incomparable, which is a testament to the size of the Chinese market. Atomy China aims to reach 550 billion KRW in sales and 2.5 million members this year. Manager Byeong-gwan Park said, "In the long term, our goal is to become the company with the highest sales in the Chinese industry," and that "the brand center will play a big role." China is the world's largest market acknowledged by other countries, and competition is as fierce as the market is large. Most of the world's leading direct selling companies operate in China along with many other domestic companies. Even so, the growth potential is considered to be at the highest level.

Atomy is successfully targeting this kind of market asserting Absolute Quality Absolute Price with the belief that "if you sell good products at a low price, it will work anywhere in the world." Atomy China currently sells over 160 products and has established 10 Atomy offices

비트는 마치 성공을 눈앞에 둔 애터미언즈들의 심장 소리 같았다. 리노의 공연이 끝나고 중국 리더들의 소개와 무대인사가 이어졌다. 잠시 후 박한길 회장이 행사장에 모습을 드러내자 만여 개의 핸드폰들이 일제히 참석자들의 머리 위로 솟아올랐다. 모두 박한길 회장의 사진을 찍으려는 움직임이었다. 양손을 번쩍 들어 참석자들의 열정에 화답하며 박한길 회장이 무대에 오르자 장내는 우레와 같은 함성으로 덮였다.

사훈 제창과 경영진 소개가 순서대로 진행되고 중국 리더들과 박용옥 임페리얼마스터의 환영사가 시작됐다. 안정감과 비즈니스 비전을 보고 애터미를 선택했다는 범문괴 크라운마스터는 “애터미와의 만남에 감사드린다”며 “성공의 비전은 간절한 꿈을 견지하는 것”이라고 말했다. 또 김향화 크라운마스터는 “두 아들이 원하는 일을 할 수 있도록 지원해주고 싶어 애터미를 시작했다”며 “사랑하는 사람이 있다면 반드시 성공해야 한다. 애터미는 우리 가족의 운명을 바꾸게 했다”고 말했다.

이어 박용옥 임페리얼마스터는 “오늘 이 자리에 오신 모든 분께 미리 성공의 축하를 드린다”며 “애터미는 100년 이상 지속가능한 기업이니 마음껏 꿈을 펼치시기를 바란다”고 말했다. 이어 인생시나리오 발표와 승급식이 진행됐다.

마지막 순서는 박한길 회장의 ‘애터미 비전’에 대한 강연이었다. 애터미는 상품 준비부터 시작해서 재고 관리, 회계 관리, 전산 관리 등 모든 관리 시스템을 제공해주는 창업 플랫폼이다. 회원들은 애터미 제품을 사용하고, 애터미 사업을 하고자 하는 사람들을 찾아 안내해주기만 하면 된다. 세계에서 가장 인구가 많고 전자상거래가 발달한 나라가 바로 중국이다. 애터미 퍼스널 플랫폼은 더할 나위 없이 유용한 성공의 도구가 되는 것이다. 박한길 회장은 “애터미의 모든 회원들은 전자상거래의 주인이 되는 것”이라며 “100년 기업, 100조 매출을 목표로 하는 애터미와 함께 여러분 모두가 성공자가 되기를 바란다”며 강연을 마무리했다.

중국 법인, 영업 30개월 만에 누적 매출 1조 돌파

중국 법인은 지난 2020년 7월 공식 영업을 시작했다. 그리고 2022년까지 3년간 누적 매출액은 1조 707억 원에 달한다. 2014년 영업을 시작한 대만 법인(1조 476억 원)과 함께 누적 매출 1조 원을 넘긴 법인이지만 달성 속도는 비교가 되지 않는다. 이는 중국 시장이 그만큼 크다는 반증이기도 하다. 중국 법인은 올해 5,500여억 원의 매출과 250만여 명의 회원 확보를 목표로 하고 있다. 박병관 법인장은 “장기적으로는 중국 업계에서 가장 매출 규모가 큰 기업이 목표”라며 “브랜드센터가 큰 역할을 하게 될 것”이라고 말했다.

중국은 자타가 공인하는 세계 최대의 시장이다. 시장이 큰 만큼 경쟁도 치열하다. 세계적인 직접판매 기업 대부분이 중국에서 영업을 하고 있으며, 중국 국내 기업들도 상당수 포진하고 있다. 그럼에도 불구하고 성장잠재력 또한 최고 수준으로 평가받는다.

이러한 시장에서 애터미는 ‘좋은 제품 싸게 팔면 전 세계 어디서나 통한다’는 신념으로 절대품질 절대가격을 앞세우며 성공적으로 공략하고 있다. 현

Growing Into Chinese Consumers' Most Trusted Brand

중국 소비자가 가장 신뢰하는 브랜드로 성장할 것



Byeong-gwan Park
General Manager of
Atomy China
박병관 중국 법인장



"The plan is to build a complex functional space to promote understanding of Atomy's history, core values, and culture; an exhibition area to showcase key products and others by category; a consultation area for testing out products; a lecture hall for health and beauty training; a hall of fame; a seminar hall; and an R&D center." This is General Manager Byeong-gwan Park's idea for the blueprint for China's Brand Center. The existing office building consists of areas focused on administrative functions, a simple introduction of the company, and different seminars. Therefore, it was lacking in the area of business members being able to come visit and directly experience the products, culture, and brand of Atomy. The Brand Center is expected to be a great asset in opening the way for full-fledged growth as the pandemic comes to an end. Just like the saying "seeing is believing," the center will be a space where one can directly see and hear about Atomy's products, culture, and brand through a multifaceted experience. The pandemic has put a strain on economic conditions, and as a result, some companies have suffered plummeting sales or have been forced out of business. However, Atomy China has achieved remarkable results despite adversity and is becoming a brand loved by consumers in China. Even though we are doing well now, we will leap further ahead by investing in this opportunity like the phrase "giddy-up" to make a galloping horse go even faster.

Park organized Atomy China's vision into four parts. First is making Atomy the most trusted brand by Chinese consumers. To this end, he plans to build up consumers step by step rather than focus on rapid development. Second is having a principle-centered, honest management. Third is becoming a company where a culture of sharing is rooted. And fourth is becoming a company that serves as a stage for members' dreams to come true. Manager Park knew this vision would become evident with Chairman Han-Gill Park's visit to China. Byeong-gwan Park stated, "The chairman's visit to China will play a big role in giving members here strong faith in the vision. It will give everyone a chance to understand the chairman's thoughts and philosophy on Atomy's products, culture, and business vision through communication with key leaders."

Partnership with Shandong Province, especially Yantai City, is also a strong reinforcement for Atomy China. After establishing a branch in Yantai and with the construction of the Atomy Industrial Complex to establish a supply chain for product distribution, Atomy has become an exemplary e-commerce platform that fosters development in Yantai. In addition, we intend to continue our partnership with the Shandong and Yantai governments in expanding the domestic market and overseas exports by developing local products in China in the future. Park is looking forward to support in business know-how, new training programs, and content from headquarters in Korea, stating, "New training programs such as ABI and GSMC are very helpful. We are hoping for more active support in localizing systems and content for China."

"애터미 역사, 핵심 가치와 문화를 이해하는 공간을 비롯하여 핵심제품과 카테고리별 제품 전시관, 신체 테스트를 통한 상담 서비스 공간, 건강과 미용 관련 교육강좌 공간, 명예의 전당, 세미나장, 연구개발센터 등 복합적 기능으로 구성할 계획입니다." 박병관 중국 법인장이 구상하고 있는 중국 브랜드센터의 청사진이다. 기존 사옥은 행정 기능과 간단한 기업 소개 및 각종 세미나를 위주로 기능 구역이 구성되어 있다. 따라서 경소상 회원들이 방문하여 애터미의 제품과 문화 및 브랜드를 직접 체험하기엔 부족한 점이 있었다.

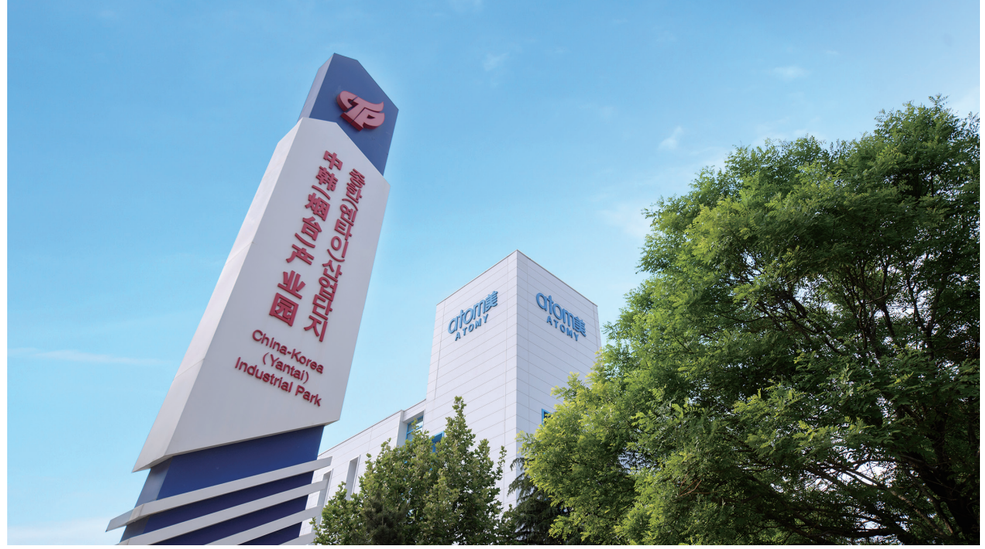
팬데믹이 종료되고 본격 성장의 물꼬를 트는 데 있어 브랜드센터가 있다면 큰 도움이 될 것으로 보고 있다. 'Seeing is Believing'이라는 말처럼 애터미 제품과 문화와 브랜드를 전면적으로 체험할 수 있는 복합 체험 공간을 통해 직접 눈으로 보고 듣는 공간이 될 것이다. 팬데믹으로 인해 대외적인 경제 여건은 어려워졌다. 이에 일부 업체들은 퇴출되거나 매출이 급감하는 등 경영이 힘들어졌지만, 중국 법인은 역경 속에서도 괄목할 만한 성과를 이뤄내며 중국 소비자들이 사랑하는 브랜드로 자리잡아 가고 있다. 주마가편(走馬加鞭)이라는 말처럼, 지금도 잘 나가지만 이 기회에 확실한 투자를 통해 초격차를 만들겠다는 의미다.

박 법인장은 중국 법인의 비전을 네 가지로 정리했다. 첫 번째는 중국 소비자가 가장 신뢰하는 브랜드로 만드는 것이다. 이를 위해 빠른 발전보다는 차근차근 중국 소비자를 확보해 나갈 계획이다. 두 번째는 원칙 중심의 정도 경영 기업이다. 세 번째는 나눔의 문화가 뿌리내린 기업이며, 네 번째는 회원들의 꿈이 실현되는 무대가 되는 기업이다. 그는 이러한 비전이 박한길 회장의 중국 방문을 통해 가시화될 것으로 기대했다. 박병관 법인장은 "회장님의 이번 중국방문은 중국 회원들에게 비전에 대한 확고한 신뢰를 주는 데 큰 역할을 할 것"이라며 "핵심 리더그룹과 소통을 통해 애터미 제품과 문화와 사업 비전에 대한 회장님의 생각과 철학을 잘 이해하는 계기가 될 것"이라고 말했다.

산동성, 특히 연태시와의 상호 협력도 중국 법인에게는 든든한 지원군이다. 옌타이시에 법인을 설립한 후 현재 옌타이시의 대표적이고 중점 육성하는 전자상거래 플랫폼으로 자리매김한 것은 물론 상품유통을 위한 공급체인을 구축하고자 연태시에 애터미 산업단지를 구축하고 있다. 추가적으로 향후 중국 현지 제품을 개발하여 내수시장 확대 및 해외수출에 대해서도 산동성 및 옌타이시 정부와의 협력을 이어갈 생각이다. 박 법인장은 "ABI와 GSMC등 새로운 교육프로그램이 많은 도움이 된다. 시스템과 콘텐츠를 중국에서 현지화 하는 데 더욱 적극적인 도움을 바란다"며 한국 본사의 비즈니스 노하우와 신규 교육프로그램 및 콘텐츠의 지원을 기대했다.

Atomy China employees
애터미 중국 임직원





Yantai China-Korea Industrial Park
옌타이시 중한 산업단지

across the country to cover the large territory with a total of about 100 employees. It is drawing nearer to Chinese consumers as a "good company" benefiting from its collaborative cohesiveness with Yantai City. Atomy China, which is the only "regional headquarters of a multinational company" in Yantai, was selected as an e-commerce-focused company by the Shandong Department of Commerce. Atomy has established itself as a major company in Shandong, ranking first in cross-border trading, and accounting for 95% of Yantai City's e-commerce sector. In addition, it is known for its excellence in product quality with a high-quality brand development certification by Shandong Province and is recognized as a consumer-preferred product brand and global electronic trading company consumer satisfaction brand. In particular, the construction of the Brand Center and Atomy Industrial Complex is underway with the active cooperation of Yantai City with tax breaks and preferential land purchases. As a result, seven Atomy partnering companies have been established in China so far, four of which are in mass production already including Kolmar BNH, Deotech, Yantai Aishuxin factory, and Ecomass. A representative from the China branch said, "Through the chairman's visit to China, we will be able to share the future vision of Atomy with nearly 2 million Chinese members. Atomy China will cooperate fully with other branches around the world with a mindset of "global synchronization" and "quantum jump."

재 160여 가지의 상품을 판매하고 있다. 또한, 넓은 국토를 커버하기 위해 10개의 지사를 설립해 운영하고 있으며 전체 직원은 100여 명이다. 중국 법인은 옌타이시와의 유기적인 상호 협력을 지렛대 삼아 중국 소비자들에게 '좋은 기업'으로 다가가고 있다. 옌타이 유일의 '다국적기업 지역본부 기업'인 중국 법인은 산동성 상무청으로부터 '중국 전자상거래 중점 육성기업'으로 선정됐으며 산동성 내 단일 브랜드 과경무역 1위, 옌타이시 과경무역의 95% 점유 등 산동성 내 주요 기업으로 자리매김했다. 이뿐만 아니라 산동성 고품질 브랜드 육성 인증, 소비자 선호 제품 브랜드, 글로벌 전자 상사 소비자 만족 브랜드에 선정되는 등 제품 품질의 우수성을 인정받고 있다.

특히, 이번 브랜드센터 착공 등 애터미 산업단지 건설은 세금 감면, 토지 구입 우대혜택 등 옌타이시의 적극적인 협조 아래 진행되고 있다. 이에 현재까지 7개 애터미 합력사가 법인을 설립했으며 콜마비앤에이치, 디오텍, 연태애수심, 에코매스 등 4개 업체는 공장이 완공되어 양산 중에 있다. 중국 법인 관계자는 "이번 회장님의 중국방문을 통해 200만에 달하는 중국 회원들과 애터미에 대한 미래 비전을 공유할 수 있을 것"이라며 "중국 법인도 전구동보 중진기고의 자세로 전 세계 법인과 전폭적인 협력을 해 나갈 것"이라고 말했다.

Atomy, the Best Resource and Network for Starting a Business

Proven by Countless Success Stories

애터미, 창업 위한 최고의 자원이자 인맥

수많은 성공 사례가 증명해줘



Zhang Xin (Phoebe) 张鑫
Manager of Beijing Branch, Atomy China

장흠(张鑫, Phoebe)
중국 법인 북경분공사 지사장



There are 10 branch offices within Atomy China which aids in responding effectively to the vast area and diverse cultures of each region. They are located in Hunan, Shandong, Shanghai, Henan, Sichuan, Fujian, Beijing, Guangdong, Jilin, and Chongqing. Among these, we had an interview with the manager of the Beijing branch, Zhang Xin, or Phoebe. She said, "Atomy is the best resource and network for starting a business," adding, "Numerous success stories show that Atomy is a valid path to starting a business."

Q. What do branch offices mainly do?
A. They do various jobs to support the success of its members such as consulting and communicating with business operators in the area, hosting Success Academies, and holding regular trainings at the center.

Q. How big is the Beijing branch office?
A. The Beijing branch oversees six provinces: Beijing, Tianjin, Hebei, Shanxi, Ningxia Autonomous Region, and Inner Mongolia Autonomous Region with a total population of 180 million. We have 91 centers, 86 company-certified instructors, 1.41 million members, 30,000 dealers, and at least 4,226 Sales Masters.

Q. What is the most popular product at the Beijing branch?
A. HemoHIM and Noni Juice are the most popular.

중국 법인에는 10개의 분공사(分公司, 지사)가 있다. 호남(湖南), 산동(山东), 상해(上海), 하남(河南), 사천(四川), 복건(福建), 북경(北京), 광동(广东), 길림(吉林), 중경(重庆) 등이다. 광활한 국토와 그에 따른 지역마다의 다양한 문화에 효과적으로 대응하기 위해서다. 이들 10개 분공사 가운데 장흠 북경분공사 지사장과 인터뷰를 가졌다. 장흠 북경 지사장은 "애터미는 창업을 위한 최고의 자원이자 인맥"이라며 "수많은 성공 사례들이 애터미라는 창업의 길이 유효하다는 것을 알려준다"고 말했다.

Q. 분공사는 주로 어떤 일을 하는가?
A. 관내 사업자에 대한 상담, 소통을 비롯해 관내 석세스아카데미 개최, 서비스 센터 정기교육 등 회원들의 성공을 지원하기 위한 제반 업무들을 하고 있다.

Q. 북경분공사의 규모는 어느 정도인가?
A. 북경 분공사는 북경(北京), 천진(天津), 하북(河北), 산서(山西), 영하(寧夏) 자치구, 내몽고(內蒙古)자치구 등 6개 성(省)을 관할하며, 총인구는 1억 8,000만 명이다. 서비스 센터 91개, 회사 인증 강사 86명, 회원 141만 명, 딜러 3만 명, 세일마스터 이상 4,226명이 등록되어 있다.

Q. 북경분공사에서 가장 인기가 좋은 제품은?
A. 헤모힘과 노니 주스가 가장 인기가 좋다.

Q. What has been the impact of COVID?

A. The effects have actually been positive. Consumer interest in health has gone up which means sales of related products have also increased.

Q. Chairman Han-Gill Park visited as part of the ACTS project. Do you think it will help growth?

A. Chairman Han-Gill Park's visit to China gave business operators a confidence boost. Through the Success Academy, which was attended by 15,000 people in person, members showed their determination to root their Atomy business in China and expand the Chinese market. Chairman Park's visit was a great encouragement to them.

Q. How do you plan to grow the Beijing branch in the future?

A. Currently, the Beijing branch is energizing its members through the One-Day Seminar. We plan to hold 32 seminars by June. We have also expanded to include second- and third-tier cities starting in January for members who live there and aim to reach 11 such cities by the end of June.

Q. What do you want to say to Atomy members?

A. Atomy really thinks about how they can sell good products at a cheaper price and about how they can grow together with their partners. That is why Atomy excels. To start a business, you need to borrow various resources and connections, but the Atomy platform provides the best foundation. Numerous success stories tell us that Atomy is a very effective way to start a business.

Q. 코로나의 영향은?

A. 현재로선 긍정적인 측면이 많다. 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아져 관련 제품의 판매가 증가하고 있다.

Q. ACTS 프로젝트의 일환으로 박한길 회장이 방문했는데 성장에 도움이 되는가?

A. 박한길 회장의 중국방문은 사업자들에게 큰 자신감을 주었다. 오프라인으로 1만 5,000명이 참석한 석세스아카데미를 통해 회원들은 애터미 사업을 중국에 뿌리를 내리고 중국 시장을 확장하겠다는 의지를 보인 것이다. 박한길 회장의 방문은 이들에게 큰 격려가 되었다.

Q. 향후 북경분공사를 어떻게 성장시킬 계획인가?

A. 현재 북경분공사는 원데이세미나를 통해 회원들에게 동력과 활력을 불어넣고 있다. 6월 말까지 32회의 일일 세미나를 진행할 계획이다. 또 1월부터는 2·3선 도시에 거주하는 회원들을 위해 세미나를 2·3선 도시까지 확대했다. 6월 말까지 11개 확대될 것이다.

Q. 애터미 회원에게 하고 싶은 말은?

A. 애터미는 좋은 제품을 어떻게 하면 더 저렴하게 판매할 수 있을까, 그리고 어떻게 하면 합력사와 함께 성장할 수 있을까를 고민한다. 애터미가 탁월한 이유다. 창업하려면 다양한 자원과 인맥을 빌려야 하는데 애터미 플랫폼은 최고의 기반을 제공해준다. 수많은 성공사례들은 우리에게 애터미라는 창업의 길이 매우 유효하다는 것을 알려준다.

Atomy, Leaping Into a 100-Year Company in China

A Good and Honest Person, In Line With Atomy's Values

애터미, 중국에서 100년 기업으로 도약할 것

착하고 정직한 사람, 애터미와 가치관 맞아



Jiling 吉玲 Star Master
질링(吉玲, Jiling) 스타마스터

"Atomy is like a company that appeared just for me. This is the first time I've done something so easy and enjoyable." These are the words of Star Master Jiling. Her first impression of Atomy was dynamic and welcoming. Even though it was new, it felt so familiar like an old friend she had known for 10 years. She was introduced to Atomy by her younger sister, but at the start, she paid no attention because she was living quite well on her husband's income. "I tried it a few times out of curiosity, and it was fun. It's a company where kind and honest people succeed, and that philosophy was perfect for me." At first, she thought it was just like any other multi-level company, but the Absolute CellActive Skincare is what changed her mind. Star Master Jiling was used to high-end products, but used Absolute as a trial. "It was different. Very different." She was astounded by the good price, and more so by the good quality, and it turned out to be an even better company. "It is a company for average homemakers. You can succeed even if you lack ability, so it's just foolish if you don't like it or if you don't start."

Star Master Jiling's faith in Atomy has become as solid as a rock through the pandemic. According to her, many direct selling companies could not survive the impact of the pandemic and have disappeared into history. But Atomy shows potential for sustainable growth beyond just doing well. "Others have all left, but Atomy has not failed. There are many jobless people in society, but Atomy has a high employment rate." When asked what she liked about Atomy, Jiling responded with such excitement that the translator had to ask her to repeat herself multiple times. Basically, she said that the products were so great, but the prices were also too good. She shared that the most sought-after product by consumers is Atomy's Organic Fermented Noni Concentrate, and the price is one third that of other famous brands. "Atomy's Noni Juice is very affordable compared to other companies, so it's very easy to recommend to others, and it leads to sales." She also emphasized, "Atomy's noni is fermented, so it's good to drink and healthy for your body. It's a product that has it all: a good price, nutrition, and taste."

Star Master Jiling admitted that she changed after meeting Atomy— she realized the joy of sharing. After starting Atomy, Jiling added something to her bucket list: opening a nursing home. "I was never really interested in social contribution before, but I participated in some volunteer activities through Atomy, and then one day, I began to resonate with Atomy and start sharing without even realizing it." Star Master Jiling now enjoys the Atomy business outside of just financial success. She cites Atomy's greatest strength as being good and honest. She says, "Atomy will become a 100-year company in China. All you have to do is share it without even sugar-coating it. That's what's great about being a good and honest company."

"애터미는 저를 위해 이 세상에 나타난 기업 같아요. 이렇게 쉽고 재미있는 일은 처음이거든요." 질링 스타마스터의 말이다. 첫인상은 활달하고 거리낌이 없었다. 처음 만났지만 마치 10년을 만나온 사람처럼 친근했다. 애터미는 여동생을 통해 소개받았다. 처음에는 신경도 쓰지 않았다. 남편이 벌어다 주는 돈으로도 꽤나 풍족한 생활을 하고 있었기 때문이다. "호기심 삼아 몇 번 해 봤더니 재미있는 거예요. 착하고 정직한 사람이 성공하는 기업이잖아요. 그 철학이 저와 딱 맞았죠."

사실 처음에는 여느 다단계 기업이라 생각하기도 했다. 마음이 바뀐 계기는 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어였다. 고급 브랜드 제품을 사용하던 질링 스타마스터는 시험 삼아 앱솔루트 화장품을 사용해봤다. "달랐어요. 달라도 너무 다른 거예요." 착한 가격에 그보다 더 착한 품질에 시쳇말로 '뽕'갔다. 그래서 알아보니 앱솔루트 화장품보다 더 착한 기업이었다. "그냥 주부들을 위한 기업이잖아요. 능력이 부족해도 성공할 수 있는데 좋아하지 않는다면, 시작하지 않는다면 그게 바보죠."

질링 스타마스터의 애터미에 대한 신뢰는 팬데믹을 거치면서 반석과 같이 단단해졌다. 그녀에 따르면 많은 직접판매 기업이 팬데믹의 충격을 이겨내지 못하고 역사의 뒤안길로 사라졌다고 한다. 그러나 애터미는 건재한 것을 넘어 지속가능한 성장의 잠재력을 보여주고 있다. "다른 곳은 다 떠났지만 애터미는 망하지 않았거든요. 사회적으로도 실업자 문제가 많은데, 애터미는 높은 고용효과를 내고 있어요."

애터미의 좋은 점을 묻자 질링 스타마스터가 너무 신나게 얘기하는 바람에 통역하는 사람이 몇 번을 다시 물을 정도였다. 요지는 너무 좋은데 가격은 너무 착하다는 것이었다. 소비자들이 가장 많이 찾는 제품은 '애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니'인데 가격이 유명 제품의 1/3이라고 한다. "애터미 노니주스는 가격이 다른 회사 제품들과 비교도 안 되게 저렴해요. 그래서 다른 사람들에게 권하기 좋고, 판매로 잘 이어져요." 특히 '애터미 오롯이 담은 유기농 발효 노니'는 발효제품이라는 것을 강조했다. "발효 주스라서 먹기도 좋고 몸에도 더 좋아요. 가격과 영양, 맛 모두 잡은 제품인 거죠."

질링 스타마스터는 애터미를 만나고 스스로 변했다고 털어놨다. 바로 나눔의 즐거움을 깨달은 것이다. 그녀의 버킷 리스트 가운데 하나는 애터미 사업을 시작한 이후에 만들어졌다. 다름 아닌 '양로원'을 만들겠다는 것이다. "원래는 사회공헌 활동에 관심 별로 없었어요. 그러다가 애터미를 통해 사회공헌 활동에 참가했는데 어느 날부터인가 나도 모르게 애터미의 나눔과 공진을 하게 되더라고요."

이제는 경제적인 성공에서 벗어나 애터미 사업 그 자체를 즐기고 있다는 질링 스타마스터, 그녀가 꼽는 애터미 최대의 장점은 착하고 정직하다는 것이다. "애터미는 중국에서 백년 기업으로 도약할 거예요. 꾸미지 않아도 그냥 보여주면 되니까요. 착하고 정직한 기업의 장점이죠."

Domestic Production in China Starts in May

Better Materials and Quality, but Same Price

Yantai Aishuxin

The process of large pulp being mixed with polymer compounds and then cut into fixed sizes to make sanitary pads was so different watching in person than on TV. I was in awe like a little child as I looked around the newly built factory of Yantai Aishuxin, a joint venture between Atomy and Korea Organic Farming. Unlike the image that comes to mind when you think about a new factory, everything was clean and organized, and above all, not very loud. This is where I felt, "Ah! The Atomy pads of Absolute Quality Absolute Price are made here!" In 2022, Korea Organic Farming partnered with Atomy to expand its factory in Yantai and equip the 50,000m² facility located on the third floor. Since mid-May of this year, it started manufacturing products for domestic consumption in China as well as for exporting. They are currently in the process of issuing export licenses after which they plan to deliver to Southeast Asia as well as Korea. Yantai factory has been collaborating with Atomy in all areas from product development to completion of facilities.

A representative from Yantai Aishuxin stated, "As we observed Atomy's growth process and corporate culture, we identified with the future vision. In order to actualize Atomy's Absolute Quality Absolute Price, we are building a collaborative relationship through continuous product development and quality improvement." Aishuxin is developing products using Texas organic cotton from the U.S., which is considered to be the best among cottons, and biomass film extracted from sugarcane while keeping the environment in mind. Even though the products are of superior quality made with better raw materials than existing products, the price remains the same, and Atomy's Absolute Quality Absolute Price is actively achieved. The representative also said, "The products are developed based on quality and consumer satisfaction from the development stage," adding, "We will uphold the value of popular luxury goods with thorough quality control throughout each step of the process."

5월부터 중국 내수용 생산 가동

더 좋은 원재료와 품질향상에도 가격은 그대로

연태애수심(煙台艾舒芯)

커다란 펄프가 고분자 화합물과 혼합되고 정해진 사이즈로 절단되어서는 다양한 과정을 거쳐 최종적으로 생리대로 만들어져 나오는 광경을 직접 눈으로 목격하는 것은 TV 화면으로 보던 공장과는 또 다른 느낌이었다. 마치 초등학생처럼 신기해하며 애터미와 한국유기농본의 합작사 연태애수심(煙台艾舒芯)의 신축공장을 둘러봤다. 신축공장이어선지 공장 하면 떠오르는 일반적인 이미지와는 다르게 모든 것은 깨끗하고 정돈되어 있었고, 무엇보다 그리 시끄럽지 않았다. 절로 '아! 이곳에서 절대품질 절대가격의 생리대가 생산되는구나'하는 감회가 새록새록 피어올랐다.

지난 2022년, 한국유기농본은 애터미와 합작해 옌타이시에 공장을 증축하고 설비를 갖췄다. 설비 면적은 3층에 5만 평방미터이며, 올해 5월 중순부터 중국 내수용 및 수출용 제품을 생산하고 있다. 현재 수출 인허가증 발급 절차를 밟고있는 중이며, 완료되면 한국을 비롯해 동남아시아에 납품할 계획이다. 연태애수심(煙台艾舒芯)은 애터미와 상품 개발부터 공장 완공 단계까지 모든 부분에서 협력을 진행해 왔다.

연태애수심(煙台艾舒芯) 관계자는 "애터미의 성장 과정과 기업 문화를 지켜보면서 미래 비전에 공감했다"며 "애터미의 절대품질 절대가격을 구현하기 위해 끊임없는 제품개발과 품질 향상을 통해 협력 관계를 구축하고 있다"고 밝혔다.

애수심은 오가닉 코튼(Organic Cotton) 중에서도 최고로 평가받는 미국 텍사스 오가닉 코튼과 환경을 고려한 사탕수수에서 추출한 바이오매스필름을 사용해 제품을 생산한다. 기존 제품보다 더 좋은 원재료를 사용해 더 뛰어난 품질임에도 가격은 기존 가격을 그대로 유지하며 애터미의 절대품질 절대가격에 적극적으로 임하고 있다. 애수심 관계자는 "개발단계부터 품질과 소비자 만족을 중심으로 개발한 제품"이라며 "각각의 공정마다 철저한 품질 관리를 통해 대중명품의 가치를 지켜나갈 것"이라고 말했다.

Chairman Park visiting the Yantai Aishuxin factory
연태애수심(煙台艾舒芯) 공장을 둘러보는 박한길 회장



Yantai Aishuxin factory exterior
연태애수심(煙台艾舒芯) 공장 외경



Young-Min Lee, editor

High Expectations for Growth Potential of Chinese Market

Over 51 million sold in 2022...
Going from the 1-second toothbrush to the 0.5 toothbrush

Eung Wan Kim
CEO of Deotech Korea
김응완 디오텍코리아 대표

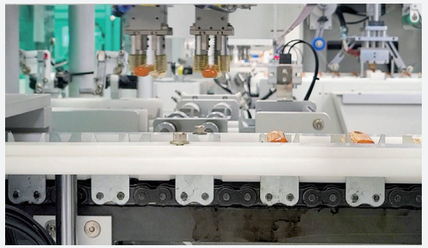


중국 시장의 성장잠재력에 대한 기대가 매우 커

2022년 5,100만 개 이상 판매...
1초 칫솔 넘어 '쩜오 칫솔'로 진화 중

When it comes to Atomy partnerships, Deotech cannot be left out. Perhaps this is because it is the company that produces the luxury "Atomy toothbrush" well-known by all. I had a chance to meet with CEO of Deotech, Eung Wan Kim, who has grown alongside Atomy and is now entering China together. CEO Kim said, "Last year's toothbrush sales were 51 million units, and we are currently responding to the Chinese market with a production capacity of about 400,000 units per month."

디오텍, 애터미 합력하면 빼놓을 수 없는 기업이다. 어쩌면 전 국민이 알고 있을 칫솔계의 명품 '애터미 칫솔'을 생산하는 기업이기 때문이다. 애터미와 함께 성장해 왔고 이제는 함께 중국까지 진출한 디오텍코리아의 김응완 대표를 만났다. 김응완 대표는 "지난해 칫솔 판매량은 5,100만 개"라며 "현재 월간 40만 개 정도의 생산 능력을 갖추고 중국 시장에 대응하고 있다"고 말했다.



Deotech production facility in China
중국 디오텍 생산시설

Q. You are now a global toothbrush maker. How do you feel about entering China?

A. China is one of the fastest-growing oral care markets, accounting for more than 15% of the global market in 2021. In order to target that market, we worked with Atomy to establish Atomy Deotech in China. We started selling our products in September 2020, and now that the business environment is going back to normal after COVID, we are expecting very high growth potential.

Q. How do you plan to target the Chinese market?

A. Atomy toothbrushes are produced using advanced technology and equipment and strict quality control, so I think they will definitely be successful in the Chinese market because they are very competitive in quality and price. Plus, we plan to target the market by expanding our product to include electric toothbrushes starting in June 2023.

Q. How many are being sold?

A. Combined with our factory in Korea, our annual sales volume was 51 million units in 2022, and cumulative sales until now have exceeded 300 million units.

Q. Do you have plans to advance into other global markets?

A. Atomy toothbrushes are already being used by consumers in more than 26 countries around the world. We are not yet satisfied with this and will continue to target the global oral care market with Atomy. Toothbrushes have many advantages for local production because of their low price, so we are certainly considering entering other markets by establishing local factories overseas.

Q. 이제 세계적인 칫솔 메이커다. 중국 진출 소감은?

A. 중국은 2021년 기준으로 글로벌 시장의 15% 이상을 차지하고 있는 현재 급성장하고 있는 구강케어 시장 중 하나다. 그 시장을 공략하기 위해 애터미와 함께 중국에 애터미디오텍을 설립했다. 2020년 9월을 시작으로 제품 판매를 시작했고 이제는 코로나 영향에서 벗어나 영업 환경이 정상화되면, 성장잠재력에 대한 기대가 매우 크다.

Q. 중국 시장을 어떻게 공략할 생각인가?

A. 애터미 칫솔은 고도화된 생산 기술과 설비 그리고 엄격한 품질 관리를 통해서 생산되기에 품질과 가격 경쟁력이 매우 뛰어나 중국 시장에서 충분히 성공할 것으로 생각한다. 그리고 2023년 6월 중에 전동칫솔을 출시하는 등 구강케어 제품군 확대를 통해 시장을 공략할 계획이다.

Q. 얼마나 판매되고 있는가?

A. 한국 공장과 합산해서 2022년 기준 연간 판매량은 5,100만 개이며 지금까지 누적 판매량은 3억 개가 넘는다.

Q. 다른 해외 시장에도 진출할 생각인가?

A. 이미 애터미 칫솔은 전 세계 26개국 이상의 소비자가 사용하고 있다. 여기에 만족하지 않고 애터미와 함께 글로벌 구강케어 시장 공략을 지속할 생각이다. 특히, 칫솔은 가격대가 저렴하기에 현지 생산에 대한 장점이 많다. 따라서 해외 현지 공장 설립을 통한 시장 진출도 긍정적으로 고려하고 있다.



Young-Min Lee, editor

ACTS, the Focal Point for All Atomians

A project where members join hands to make a quantum jump toward success

액츠, 모든 애터미언즈들의 구심점

회원과 회원이 손잡고 성공 향해 퀀텀 점프하는 프로젝트

As of June 2023, more than 15 million members from 26 countries around the world, including Atomy Korea and 25 global branches, are actively engaged in the Atomy business. Since entering the global market starting in the U.S. in 2010 to 12 years later in 2022, global Atomy has continued to grow and become a company with sales of 2 trillion KRW. However, this is not enough. Atomy is preparing to reach a new height with a quantum jump for the success of even more members.

2023년 6월 현재, 애터미 한국과 25개 해외법인 등 전 세계 26개국에서 1,500만여 명의 회원들이 활발하게 비즈니스를 펼치고 있다. 지난 2010년, 미국을 시작으로 글로벌 시장에 진출한 이래 2022년까지 장장 12년 동안 글로벌 애터미는 성장에 성장을 거듭하며 2조 원대의 매출을 올리는 기업이 됐다. 그러나 애터미는 이에 만족하지 않는다. 더 높은 곳으로, 더 많은 회원들의 성공을 위하여 또 한 번의 퀀텀 점프를 준비하고 있다.

Atomy Collaboration Total System

Since its founding, Atomy's rapid growth can be attributed to three things: Absolute Quality Absolute Price, Goodness and Honesty Is the Best Strategy, and Super Synergy of United Heart. It has been running at high speed with "Absolute Quality Absolute Price" as the engine, "Goodness and Honesty Is the Best Strategy" as the steering wheel, and "Super Synergy of United Heart" as the wheels. Then, when it unexpectedly ran into the pandemic on the unpaved road called COVID-19, Atomy activated the afterburners. ACTS project manager said, "ACTS is a project that lays the groundwork for Global Synchronization (全球同步) and Quantum Jump (重振旗鼓). The purpose is for local business operators to get on the same page through communication regarding the Atomy business to foster growth.

The ACTS project is largely divided into two parts. The first is INBOUND ACTS which consists of three categories: Global Leader Education, Global Skills Workshop, and Leader and Member Invitation Program. These are carried out through next-generation leadership training for employees, meetings with Chairman Han-Gill Park, leadership conferences, and tour programs. The second

Atomy Collaboration Total System

창업 이후 지금까지, 애터미의 고속 성장을 이끌어 온 것은 절대품질 절대가격, 정선상략, 제심합력 세 가지다. 절대품질 절대가격을 엔진 삼아, 정선상략을 핸들 삼아, 그리고 제심합력을 바퀴 삼아 지금껏 빠른 속도로 달려왔다. 그리고 만난 팬데믹... 불시에 만난 코로나19라는 비포장도로에서 애터미는 애프터버너를 작동시키기 시작했다. 액츠 프로젝트 담당자는 "(액츠 프로젝트는) 전구동보(全球同步) 중진기고(重振旗鼓)의 기반이 되는 프로젝트"라며 "현지 사업자들과의 소통을 통해 애터미 비즈니스에 대한 눈높이를 맞추고 성장을 돕는 것이 목적"이라고 밝혔다.

액츠 프로젝트는 크게 2가지로 진행된다. 첫 번째는 인바운드 액츠(INBOUND ACTS)다. 글로벌 리더 교육과 글로벌 직능 워크숍, 그리고 리더 및 회원 초청 프로그램 등 세 부문으로 구성된 인바운드 액츠는 임직원에 대한 차세대 리더 교육과 박한길 회장과의 간담회, 리더십 컨퍼런스, 투어 프로그램 등으로 진행된다.

두 번째는 사업 활성화를 위한 직능별 현장 교육 위

Imperial Master Doug Woo Lee speaking at Success Academy in Brazil
브라질 석세스아카데미에서 강의 중인 이덕우 임페리얼마스터





Global video workshop to share expertise on Atomy's broadcasting system
애터미 중계시스템 노하우를 공유하는 글로벌 영상 워크숍



Tae-won Kim, CBO of Atomy headquarters sharing know-how with employees abroad
해외법인 직원들에 노하우를 공유하는 애터미 본사의 김태원 CBO

is OUTBOUND ACTS which focuses on business revitalization through on-site education according to professional skills. The project aims to boom up Atomy's business through visits by global leaders to other regions and improve the overall quality of the Success System. In the event that the most influential leaders of a branch along with employees of headquarters and experts in seminars, video, and training from global branches are not available, the branch employees and global business leaders can carry out the entire schedule together including employee meetings, meetings with key local leaders, downline (center) meetings, Success Academies, and even bible seminars.

All Employees As One

Employees across all regional offices are also becoming one with headquarters in Korea along with the ACTS program. The C-level trainings and manager trainings which have been conducted at headquarters will be integrated under the name "Global Leadership Program." In addition, a specialized system called "Global Skills Workshop" will be implemented for training on videos, accounting, logistics, marketing, etc. Currently, headquarters and some leading branches plan to conduct the event twice a year, but the intent is to actively respond to the opinions of each group of experts.

주의 아웃바운드 액츠(OUTBOUND ACTS)다. 글로벌 리더들의 타 지역 방문을 통해 애터미 사업의 붐업을 재활성화하고, 법인이 겪고 있는 성공시스템을 전반적으로 질적 향상시키기 위한 프로젝트다. 각 법인에 가장 영향력이 있는 리더를 주축으로 본사 직원이나 혹은 해외법인의 세미나, 영상, 교육 운영 전문가를 동반하여 법인 출장 시 법인 직원과 글로벌 사업자 리더 간 직원 간담회와 현지 주요 리더 대상 간담회, 라인(센터) 개별 미팅, 석세스아카데미 진행 및 사경회까지 전 일정을 함께 운영하게 된다.

임직원도 전 법인 동질화

임직원들 역시 액츠 프로젝트와 함께 한국 본사와 해외 모든 법인 임직원의 동질화를 목표로 하고 있다. 지금까지 본사에서 진행하던 C-레벨 교육과 법인장 교육은 글로벌 리더십 프로그램(GLOBAL LEADERSHIP PROGRAM)이라는 이름으로 통합된다. 이와 함께 영상, 회계, 물류, 마케팅 등에 대한 전문적인 교육 시스템인 '글로벌 직능 워크숍'도 진행한다. 현재 본사 또는 선진 법인이 주관이 되어 연간 2회 정도 진행할 계획이나 각각의 전문가 집단의 의견을 적극 반영한다는 복안이다.
최근에는 영업을 시작한지 얼마 되지 않는 우즈베키스탄에서 김태원 본사 영상팀 상무가 직접 우즈베키

Tae-won Kim, chief broadcasting officer at headquarters, conducted a skills workshop for employees at Atomy Uzbekistan that just opened recently. One employee who participated in the workshop shared, "Through the skills workshop, I once again experienced the true Atomy, a global distribution company." Also, General Manager of Atomy Uzbekistan, Sung-young Yoon, stated, "After the training from Director Tae-won Kim, the employees themselves felt more proud of their duties and became more member-focused. According to the ACTS project team, "We will make sure that the skills workshop takes place not only at the headquarters, but also at other Atomy locations that have internalized the Atomy DNA and are leading the field by skill."

Super Synergy of United Heart Version 2.0

In short, the ACTS Project is version 2.0 of Super Synergy of United Heart. Kyung Hwan Lee, ACTS project manager, says, "The ACTS Project is another name for Super Synergy of United Heart," emphasizing, "ACTS is Atomy's culture itself that has been ongoing from the past, present, and into the future." The essence is the same, but on

스탄 법인 직원을 상대로 직능 워크숍을 진행한 바 있다. 당시 워크숍에 참가한 우즈베키스탄 법인 직원은 "직능 워크숍을 통해 글로벌 유통기업 애터미의 진면목을 새삼 느끼게 됐다"고 말했다. 또 우즈베키스탄 법인장은 "김태원 상무님의 교육 후 직원 스스로 본인의 직무에 더욱 자부심을 느끼고 회원 중심의 사고를 하게 됐다"고 말했다.
액츠 프로젝트 팀은 "직능 워크숍은 본사뿐만 아니라 애터미DNA를 내재화하고 직능별 분야를 이끌고 있는 법인에서도 진행이 가능하도록 지원할 것"이라며 "최소 연 2회 대면으로 진행할 방침"이라고 말했다.

제심합력 버전 2.0

액츠 프로젝트는 한마디로 말하면 제심합력 버전 2.0이다. 이경환 액츠 프로젝트 매니저는 "액츠 프로젝트는 제심합력의 다른 이름"이라며 "과거에도 진행되었고, 현재도 진행되고 있으며 또 미래에도 진행될 애터미의 문화 그 자체"라고 강조했다.
기본 정신은 동일하지만 규모는 훨씬 더 커졌다. 제

Imperial Master Jeong-soo Park at Success Academy in the Philippines
필리핀 석세스아카데미에 참석한 박정수 임페리얼마스터





Global logistics team workshop with logistics managers from each branch in March 2023
2023년 3월 각 법인 물류 담당자가 모인 글로벌 물류팀 워크숍

a much larger scale. If Super Synergy of United Heart has been spread from Korea to the world, the ACTS Project is collaborative cohesiveness from around the world throughout the world. Since the beginning of last year, even before this "sky road" was opened, several leaders have been inviting their global partners to visit Korea and have also been traveling themselves to attend local seminars abroad. At the same time, many Atomians from around the world began visiting the headquarters in Korea where Atomy was born. "In fact, ACTS was already happening before we started planning," says Manager Lee. "We're just laying the groundwork to make things easier and smoother for Atomians."

A Thumbs-Up Response

Now, after more than half a year since the start of the ACTS Project, the response of Atomians from all over the world can be summed up in one word, "wonderful." "My vision of expanding my business and opening a center in Poland has become a reality in just two months thanks to the ACTS project," said Sylwia, an Atomy member from the EU. Inna M'rad from Atomy Germany explained, "ACTS is a very powerful project that contains important information and know-how about the Atomy business," adding, "It gives me strength and energy and helps me create a vision of how the business should work." The three-year pandemic has shaken the foundations of network marketing. While online did a great job of replacing everything in-person that had been frozen, members and consumers still missed the warmth of face-to-face. As one member said, "We now have tools like Zoom and Metaverse that allow us to reach more members, but it is still 2% lacking compared to the feeling of connecting in person. Seeing with your own eyes, listening to someone's voice directly, and giving someone a real high five is the glue that binds us members together." The ACTS Project is designed to fill that 2% gap and get Atomy back on track. In fact, Sales Master Andrea Hubner from Brazil said, "It has become clear through ACTS why Atomy is the best among the many direct selling companies," adding, "I hope that more leaders would come and share Atomy's vision." Project Manager Kyung Hwan Lee is convinced that the "ACTS Project will go beyond branches and countries and become a project that creates sustainable growth energy through the sharing of know-how among all entities from branch to branch, employee to employee, and member to member."

심합력은 한국에서 세계로 퍼져나가는 것이었다면 액츠 프로젝트는 전 세계에서 전 세계로 상호합력하는 것이다. 하늘길이 본격적으로 열리기 이전인 지난해 초부터 몇몇 리더들이 직접 해외 파트너들의 한국 방문뿐만 아니라 현지에서 진행되는 세미나에 참가를 해왔다. 동시에 전 세계 수많은 애터미언즈들이 애터미가 탄생한 한국 본사로 방문하기 시작했다. 이경환 프로젝트 매니저는 “사실 기획 이전에 이미 액츠는 시작되고 있었던 것”이라며 “우리는 애터미언즈들의 활동을 더욱 쉽고 원활하게 할 수 있도록 바닥을 다지는 것”이라고 말했다.

현장 반응은 ‘엄지척’

액츠 프로젝트가 시행된 지 반년이 넘은 지금, 세계 각지의 애터미언즈들의 반응은 한마디로 ‘원더풀’이다. 실비(Sylwia) 애터미 EU회원은 “비즈니스를 확장하고, 폴란드에 센터를 세우는 비전이 액츠 프로젝트 덕분에 단 두 달 만에 현실이 됐다”고 말했으며, 독일의 아이나 므라드(Inna M'rad) 회원은 “액츠 프로젝트는 애터미 비즈니스에 대한 중요한 정보와 노하우를 포함하고 있는 매우 강력한 프로젝트”라며 “힘과 에너지를 충전하고, 비즈니스가 어떻게 작동해야 하는지에 대한 비전을 만드는 데 도움이 된다”고 설명했다. 3년간의 팬데믹은 네트워크마케팅의 근간을 뒤흔들어 놨다. 꽁꽁 얼어붙은 오프라인을 온라인이 훌륭하게 대신했지만, 회원들과 소비자들은 여전히 서로의 온기를 나눌 수 있는 오프라인의 부재를 아쉬워했다. 한 회원은 “줌이나 메타버스 등 더 많은 회원들과의 접점을 이어주는 도구는 생겼지만, 오프라인의 끈끈함을 나누기엔 2% 부족”하다며 “육안으로 보고 육성으로 듣고 맨손으로 하이파이브를 하는 그런 것들이 우리 회원들을 서로 이어주는 접착제”라고 말했다. 액츠 프로젝트는 그런 2% 부족했던 아쉬움을 풀어주고, 빠르게 애터미 비즈니스를 정상화하기 위한 프로젝트인 것이다. 실제 브라질의 안드레아 휴브너(Andrea Hubner) 세일즈마스터는 “액츠를 통해 수많은 직접판매 기업 중에 왜 애터미인지가 명확해졌다”며 “더 많은 리더들이 와서 애터미의 비전을 보여주었으면 한다”고 말했다. 이경환 액츠 프로젝트 매니저는 “앞으로 액츠 프로젝트는 법인과 국가를 넘어 모든 법인과 법인, 임직원과 임직원, 회원과 회원이 서로의 노하우 공유를 통해 지속가능한 성장 에너지를 창출하는 프로젝트가 될 것”이라고 확신했다.

ACTS PROJECT MODULE 액츠프로젝트 모듈

INBOUND ACTS 인바운드 액츠			OUTBOUND ACTS 아웃바운드 액츠	
Company Staff 직원		Member 회원	Member & Company 회원&직원	
Global Leadership Program 글로벌 리더 교육	Global Functional Workshop 글로벌 직능 워크숍	Global Leader & Member Invitation 글로벌 회원 초청	Global C-Level & Employees 글로벌 애터미	Global Leader Assignment & Allocation 글로벌 리더 강사

Chairman Global Online Conference [Leadership & Employees]
박한길 회장 온라인 간담회 [글로벌 리더 및 임직원]

Imperial Masters' Lectures Are Another Driving Force Behind the Atomy Business

임페리얼마스터의 강연은 애터미 사업의 또 하나의 원동력



Alina Petreanu
Member from Portugal
앨리나 페트리아누
포르투갈 회원

"I am so grateful for the ACTS activities, especially the lectures of Imperial Masters which have been a strong motivation for me to continue the Atomy business." Alina Petreanu is a Portuguese member participating in the ACTS program. Although Atomy has not opened in Portugal yet, she is an EU member who joined through Atomy Germany. It takes a lot of conviction, passion, and courage to start something without any preparation simply by thinking to yourself, "I can do it." Alina found that courage through the ACTS Project. "I know how hard it is to start a business with no capital and no skills," she said, "But the know-how, journey, and business experiences of successful people who have shared so freely became by own capital and skills."

Alina, who is doing business primarily through Zoom meetings, plans to increase the number of meetings as a result of the ACTS Project after realizing the urgency of bringing Atomy to a wider audience. She has come to believe that the world would be a better place if Atomy became a part of everyone's lives. "Atomy is helping me to be confident in my success. With the right company and the right people, I will grow in the right way. I will work harder to bring Atomy to more people."

"액츠 활동에 감사드려요. 특히, 임페리얼마스터의 강연은 내가 애터미 사업을 지속할 수 있는 또 하나의 강력한 동기입니다." 애터미의 액츠 프로그램에 참여한 앨리나 페트리아누 포르투갈 회원의 말이다. 아직 법인이 설립되지 않았지만, 독일 법인을 통해 가입한 EU회원이다. 아무런 준비 없이, '할 수 있다'는 생각 하나만으로 무언가를 시작한다는 것은 강한 확신과 열정, 그리고 엄청난 용기가 필요하다. 앨리나 회원은 그 용기를 액츠 프로젝트를 통해 얻었다. "자본도 기술도 없는 상태에서 비즈니스를 시작한다는 것이 얼마나 힘든 일인지 잘 알고 있다"며 "성공자들이 그들의 노하우와 성공여정, 비즈니스 경험을 아무런 조건 없이 베푸는 것이야말로 나의 자본이 되고 기술이 되는 것"이라고 말했다.

주로 줌 미팅을 통해 비즈니스를 펼치고 있는 앨리나 회원은 액츠 프로젝트에 힘입어 줌 미팅 횟수를 더 늘려갈 생각이다. 애터미를 더 많은 사람들에게 알리는 것이 급선무라고 깨달았기 때문이다. 그녀는 애터미가 모든 이의 일상이 된다면 이 세상은 좀 더 좋은 세상이 될 것이라 믿게 됐다. "애터미는 제가 성공을 확신할 수 있도록 지원하고 있어요. 올바른 회사와 올바른 사람들과 함께라면 올바르게 성장할 거예요. 더 많은 사람들에게 애터미를 전달할 수 있도록 더욱 노력할 거예요."

ACTS, Atomy's Academia to Pass On Its Vision and Know-How

액츠, 비전과 노하우 전수하는 애터미의 아카데미아



Claudionir de Souza
Sales Master
끌라우디오니르 데 수자
세일즈마스터

"The vision and know-how of the Atomy business was brought to life, and it really helped the members. Thank you so much," said Sales Master Claudionir from Atomy Brazil who has been in the business for just over a year. "I was just getting to know the products and the company, and then ACTS came along, and I couldn't have asked for anything better than to have top leaders from Korea come to Brazil and teach us their business know-how and what Atomy is all about." He especially remembers Imperial Master Doug Woo Lee's candid and eventful MLM story. "I realized why Atomy is different and what makes it different."

Sales Master Claudionir's favorite is "three generations of inheritance. "If I work hard, my children's children can live a balanced life. Doesn't it make you smile just thinking about it?" Another thing he cannot leave out is social contribution. Where Atomy differs from other companies is the meaning of success. At Atomy, it's not just about making a good living for yourself, but about being a successful "leader" who makes a positive impact on your partners and neighbors. "If there is a leader in Brazil, he or she will help Atomy members in other countries through the ACTS Project. ACTS is a 'one for all, all for one' project, which is the essence of Atomy's culture."

"애터미 사업의 비전과 노하우가 생생하게 전해졌어요. 정말 회원들께 많은 도움이 되었어요. 진심으로 감사드려요." 브라질 법인의 끌라우디오니르 세일즈마스터의 말이다. 사업을 시작한지 이제 1년이 조금 넘었다. "이제 점점 제품에 대해서나 회사에 대해서 제대로 알아가고 있는 중이죠. 그런데 액츠가 시작됐어요. 한국에서 최고 리더가 브라질까지 와서 직접 그들의 비즈니스 노하우와 애터미의 진면목을 가르쳐준다니 이보다 더 좋을 수가 없죠." 특히, 기억나는 것은 이덕우 임페리얼마스터의 솔직하고 파란만장한 MLM 스토리였다. "애터미가 왜 다른지, 무엇이 다른지를 알게 됐죠."

끌라우디오니르 세일즈마스터의 최애는 '삼대 상속'이다. "내가 열심히 하면 자식의 자식까지 균형 잡힌 삶을 살 수 있는 거잖아요. 생각만 해도 흐뭇해지지 않아요?" 또 하나 빼놓을 수 없는 것은 '사회공헌'이다. 애터미가 다른 회사와 다른 점, 바로 성공의 의미다. 애터미에서는 '나만 잘살면 돼'가 아니라 나와 파트너는 물론 주변의 이웃들에게까지 좋은 영향력을 끼칠 수 있어야 성공한 '리더'다. "브라질에서도 리더가 생기면 그 리더도 액츠 프로젝트를 통해 다른 나라의 애터미 회원들에게 도움을 주게 될 거예요. 액츠는 애터미의 문화가 그대로 묻어난, '하나를 위한 모두, 모두를 위한 하나'의 프로젝트라고 생각됩니다."

Everything We Do Is For the Success of Our Members

우리가 하는 모든 것은 회원의 성공을 위한 것



Tae-won Kim
Atomy Chief Broadcasting Officer (CBO)
김태원
애터미 영상팀 상무

"Atomy's pride in broadcasting and video needs to be instilled in our new employees, and the best way to do that is to have them experience it firsthand with those who've been through every kind of battle," says Tae-won Kim, chief officer of Atomy's broadcasting team. It is no exaggeration to say that Atomy has been one of the best in the industry when it comes to broadcasting and video since its inception. We have overcome the lack of equipment and know-how with sheer determination and an attitude of "we can do it."

"There are places where the pandemic has dulled Atomy's colors, and now our employees in Korea are going to go out and teach others how to video the seminars and do the broadcasts in order to standardize the system." When it comes to broadcasting and video, there's a lot to be learned from hands-on experience. It's hard to learn how to deal with various unexpected situations and how to operate the system efficiently at any given moment in any given situation. This is what Tae-won Kim hopes to work on. He wants the colors of Atomy's broadcasting team to be applied to all video teams abroad, not for the sake of uniformity, but because Atomy is a company with a Chutzpah mindset. It's all about the state of mind you have when you are broadcasting and making videos. "We cannot lose sight of the question of how to make our members happy. Everything we do, every video we create, every broadcast we do, has to contribute to their success."

"방송과 영상에 대한 애터미의 자부심이 신입 직원들에게 그대로 이입되어야 해요. 그러기 위해선 산전수전은 물론 공중전까지 겪어낸 우리와 직접 현장을 겪어내는 것이 가장 빠르고 효과적이지 않겠어요?" 김태원 애터미 영상팀 상무의 말이다. 창업 당시부터, 부족한 기자재와 노하우를 '하면 된다'는 뚝심 하나로 돌파하면서, 방송과 영상에 관한 한 업계 최고라 해도 과언이 아니다.

"팬데믹으로 애터미만의 색깔이 옅어진 곳이 있어요. 이제 한국에 있는 직원들이 가서 세미나는 이렇게 해야 되고, 또 송출은 이런 식으로 하고 시스템을 표준화를 시키는 거죠."

방송과 영상은 현장에서 체험을 통해 배우는 것이 많다. 다양한 돌발 상황에 대처할 수 있는 요령이나 그때그때 주변 상황에 맞춰 어떻게 시스템을 운영해야 효율적인지를 파악하는 것 등은 책상머리에서 배우기는 힘들다. 김태원 상무가 원하는 것은 바로 그 부분이다. 애터미 영상팀의 색을 모든 해외법인 영상팀에게 입히는 것이다. 획일적인 것이 아니다. 애터미는 후츠파 정신의 기업이니까. 방송을 하고 영상을 만들 때 임하는 마음 상태를 말하는 것이다. "'어떻게 하면 회원들이 좋아할까?' 이 부분을 놓치지 말아야 해요. 우리가 만드는 영상, 우리가 하는 방송은 모두 회원들의 성공에 보탬이 되어야 하거든요."

Atomy Releases Audit Report 13 Years of Consecutive Growth

Standing out as a company that benefits society with its stable and profitable management

애터미, 감사보고서 발표 연결 기준 13년 연속 성장

안정적이며 수익성 높은 경영으로 사회에 도움 주는 기업으로 우뚝 서



In April, Atomy's audit report and consolidated financial statements were released. According to the report, Atomy's sales were 1.44 trillion KRW in 2022 with an operating profit of 135.3 billion KRW and sponsorship payments of 362.9 billion KRW under the sales allowance account. In addition, consolidated sales, which include sales from all global branches, reached 1.99 trillion KRW with an operating profit of 142.1 billion KRW. With this, Atomy boasts its 13th consecutive year of growth since its founding.

지난 4월, 애터미의 감사보고서와 연결 감사보고서가 공개됐다. 이에 따르면 애터미의 2022년 매출액은 1조 4,384억 원이며 영업이익은 1,353억 원, 매출에누리라는 계정으로 표시된 후원수당 지급액은 3,629억 원인 것으로 나타났다. 또 해외법인 매출액까지 합산한 연결 기준 매출액은 1조 9,914억 원이며 영업이익은 1,421억 원이었다. 이로써 애터미는 창립 이래 13년간 연속으로 성장하며 저력을 뽐냈다.

Excellent Stability

In general, a variety of indicators are used to examine a company's management conditions. Every year, the Bank of Korea releases the "Corporate Management Analysis Report" which analyzes the management of a company in terms of growth, profitability, and stability. Growth is measured by sales growth and total asset growth, profitability is measured by operating profit margin and pre-tax net profit margin, and stability is measured by debt ratio and total borrowings. Looking at Bank of Korea's 2021 Corporate Management Analysis results, Atomy's stability is reported to be "very good." In fact, according to the 2022 audit report released in April, the debt ratio, an indicator of stability, was only 26.9%, more than four times lower than the average for all Korean companies. Also, Atomy's total borrowings was zero, demonstrating Chairman Han-Gill Park's commitment to no-debt management.

Meanwhile, other stability indicators such as current ratio, quick ratio, and non-current assets also show Atomy's high level of stability. The current ratio is defined as assets available for cash within one year divided by liabilities payable within one year, and is an indicator of a company's resistance to short-term external shocks. Atomy's current ratio on a consolidated basis is 332.6, more than 26% higher than the domestic industry average of 262.8. It is also more than double the average current ratio of 143.04 for all domestic industries in 2021 (Statis-

뛰어난 안정성

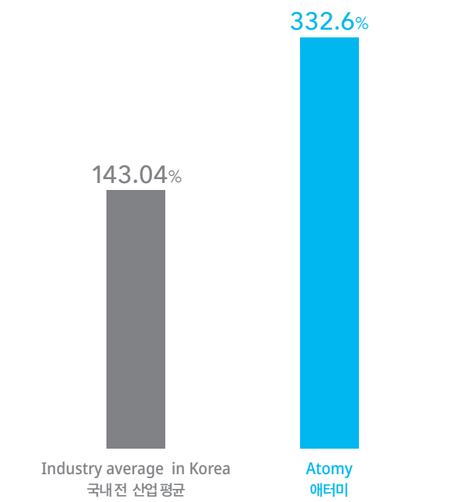
일반적으로 기업의 경영 상태를 살펴보는 데에는 다양한 지표들이 사용된다. 한국은행은 매년 기업들의 경영 상황을 성장성과 수익성, 안정성 측면을 분석한 보고서 '기업경영분석 결과'를 공개한다. 이에 따르면 한국은행은 성장성, 수익성, 안정성 등 세 가지 부문을 주로 살펴 보고 있는데, 성장성은 매출액 증가율과 총자산증가율을, 수익성은 매출액영업이익률과 매출액 세전 순익률을, 그리고 안정성은 부채비율과 차입금의존도가 주요 지표다.

한국은행의 '2021년 기업경영분석 결과'에 따르면 애터미의 안정성은 '매우 양호'한 것으로 보고 되었다. 실제로 지난 4월에 공개된 2022년 감사보고서에 따르면 안정성 지표인 부채비율은 26.9%에 불과해 대한민국 기업 전체 평균에 비해 4배 이상 낮았다. 또 차입금의존도는 '0'%를 기록, 박한길 회장의 무차입 경영에 대한 의지를 가감 없이 보여주었다.

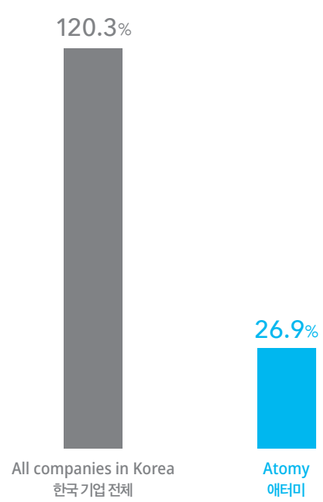
한편, 다른 안정성지표인 유동비율과 당좌비율, 비유동비율도 애터미는 최고 수준의 안정성을 보여주고 있다. 유동비율은 1년 이내 현금화 가능한 자산을 1년 이내 갚아야 하는 부채로 나눈 값으로 단기적인 외부 충격에 얼마나 강한지를 보여주는 지표다. 애터미의 연결 기준 유동비율은 332.6으로 국내 업계 평균인 262.8보다 26% 이상 높다.

또 2021년도 국내 전 산업의 평균 유동비율 143.04(통계청 기업경영지표)의 두 배를 훌쩍 넘는

Current ratio Korea industry average vs. Atomy
국내 전 산업 평균 대비 애터미 유동비율



Debt ratio Korea industry average vs. Atomy
한국 기업 평균 대비 애터미 부채비율



tics Korea Corporate Management Index). Non-current assets, which indicates how much equity is invested in assets that are not easily converted into cash, such as real estate, machinery, and equipment, was 41.4, one-third of the 2021 Statistics Korea index of 126.8. High non-current assets indicates that a company has a lot of equity tied up, which means it is more likely to be susceptible to debt. Taken together, these indicators place Atomy in the highest tier of all Korean companies, including large conglomerates, in terms of stability.

Great Profitability

Profitability is also strong. According to the Bank of Korea, the operating profit margin for all Korean companies was 5.6%, and the net profit margin before taxes was 6.5%. For wholesale and retail businesses like Atomy, the figures were 2.7% and 3.3%, respectively. In contrast, Atomy's operating profit margin and pre-tax profit margin were 7.1% and 9.1%, which are 26.8% and 40.0% higher than all other companies, including large enterprises. Compared to the wholesale and retail industry as a whole, Atomy's operating profit margin was 2.6 times higher and the pre-tax profit margin was 2.8 times higher, both margins more than double the industry average of 3.0%. On the growth front, sales growth was up 3.15% on a consolidated basis compared to 2021, marking the fifth consecutive year of growth since 2017, and assets were up 2.8% year-over-year.

Activity also appears to be good. Total asset turnover ratio, which indicates how efficiently a company is utilizing its assets, was 2.25, and total capital turnover ratio was 2.89. For comparison, the average total asset turnover and total capital turnover for all industries in Korea are 0.9 and 2.4, respectively. Inventory turnover ratio, which indicates how well a company is utilizing its inventory, is 23.89, indicating that inventory turns into sales about twice a month on average. The accounts receivable turnover ratio is 36.04 and the accounts payable turnover ratio is 98.95. The accounts receivable turnover ratio is a measure of how quickly accounts receivable are being turned into cash, with a higher ratio indicating that accounts receivable are being collected quickly, while the accounts payable turnover ratio is a good indicator of how quickly accounts payable are being paid. Atomy analyzes that it takes an average of 10 days for sales to turn into cash, and accounts payable is paid every 3.6 days. This is due to Atomy's payment system, which promises cash payments within one week of delivery.

Impressive Social Contribution

Atomy's social contribution program is one of the most impressive among domestic distributors. According to the consolidated audit report, Atomy's donations in 2022 exceeded 24.9 billion KRW. This amounts to 2.01% of net sales and 16.64% of operating profit. Compared to the three-year average of only 0.08% of sales for 41 retailers among the top 500 companies in Korea, Atomy's amount of donations is staggering. In addition, the cumulative amount of consolidated donations from its establishment to 2022 has reached 84.7 billion KRW, proving that Atomy is not a profit-seeking company, but rather a "sharing-oriented" company, as Chairman Han-Gill Park said.

다. 부동산이나 기계설비 등 현금화가 쉽지 않은 자산에 자기자본이 얼마나 투입되어 있는지를 나타내는 비유동비율은 41.4로 2021년도 통계청 기업경영지표 상의 126.8의 1/3 수준이다. 비유동비율이 높으면 자기자본이 많이 묶여 있다는 의미로 부채에 휘둘릴 가능성이 높음을 의미한다. 이러한 지표들을 종합했을 때, 안정성 부문에서 애터미는 동종 업계를 넘어 대기업을 포함한 대한민국 전체 기업 가운데에서도 최상위급인 것으로 분석된다.

양호한 수익성

수익성 역시 뛰어난 것으로 나타났다. 한국은행에 따르면 국내 기업 전체의 매출액영업이익률은 5.6%이며, 매출액 세전 순익률은 6.5%인 것으로 집계됐다. 또 애터미와 같은 도소매업은 각각 2.7%, 3.3%였다. 반면, 애터미의 매출액 영업이익률과 매출액 세전 순익률은 각각 7.1%, 9.1%로 대기업을 포함한 전체 기업 대비 26.8%, 40.0% 높았다. 또 도소매업 전체와 비교하면 매출액영업이익률은 2.6배, 매출액 세전 순익률은 2.8배로 나타났으며 동종 업계의 평균 매출액영업이익률 3.0%에 대비해서도 두 배 이상 높았다. 성장성 부문에서 매출액 증가율은 연결 기준 2021년 대비 3.15% 증가하며 2017년 이후 5년 연속 증가를 이어갔다. 또 자산 부분에서도 전년 대비 2.8% 늘어난 것으로 집계됐다.

활동성 또한 양호한 것으로 나타났다. 기업이 자산을 얼마나 효율적으로 활용하고 있는지를 나타내는 총자산 회전률은 2.25이며 총자본 회전률은 2.89인 것으로 나타났다. 참고로 국내 모든 산업의 평균 총자산 회전률과 총자본 회전률은 각각 0.9, 2.4로 집계 됐다.

또 기업이 재고를 얼마나 잘 운용하고 있는지를 나타내는 재고자산 회전률은 23.89로 평균 한 달에 2회 정도 재고가 매출로 이어지는 것으로 나타났다. 매출 채권 회전률은 36.04이며 매입채권 회전률은 98.95에 달하는 것으로 나타났다. 매출 채권 회전률은 매출 채권의 현금화 속도를 측정하는 지표로 높을수록 매출 채권이 순조롭게 회수되고 있음을 나타내며, 매입채무 회전률은 매입채무가 얼마나 단시간에 지불되고 있는지를 잘 나타낸다. 애터미는 매출이 현금으로 바뀌는데 평균 열흘이 걸리고, 외상매입금은 3.6일에 한 번씩 결제하는 것으로 분석된다. 이는 납품 일주일 이내 현금 결제하는 애터미의 결제 시스템 때문이다.

압도적 사회공헌도

애터미의 사회공헌도는 국내 유통사를 통틀어서 가히 압도적이라고 할 수 있다. 연결 감사보고서상 애터미의 2022년도 기부금은 249억 원을 상회하고 있다. 순매출액 대비 2.01%이며 영업이익 대비로는 16.64%에 달한다. 국내 매출 상위 500대 기업 중 유통업 41개 사의 매출액 대비 기부금은 3년 평균 0.08%에 불과한 것에 비하면 애터미의 기부금은 압도적이라 할 수 있다. 또 설립 후 2022년까지 연결 기부금 누적액은 847억 원에 달하는 등 박한길 회장의 말대로 애터미는 이익지향의 기업이 아니라 명실공히 '나눔 지향'의 기업이라는 사실을 증명하고 있다.

GO 100
백만갑



In the early days of Atomy, there was something I couldn't fully accomplish. I had to take on the responsibilities of both a CEO and a Leader. My responsibility as a leader was to educate and train partner contractors, but due to my dual role as a CEO, I could provide education but was unable to complete the full training. Therefore, I am now determined to take the lead and fully carry out on-site training called the "GO 100, Go and Meet a 100" campaign. Network marketing is fundamentally marketing through networks of people. The start of network marketing involves compiling a list of 250 acquaintances and consistently and repeatedly delivering information to them. Meeting people you are acquainted with is referred to as Warm Contact in network marketing. Warm Contact forms the foundation of network marketing, but there are occasions when these individuals may not respond promptly. In such scenarios, we resort to utilizing the partner's list to expand the business. However, when even using the partner's list becomes challenging, we have no choice but to approach unfamiliar individuals. This practice is known as Cold Contact, and the “Go 100” campaign focuses on training for Cold Contact. While this training may be challenging at first, once you become skilled at it, you will become a Master of Sales. The term "Master" refers to someone who possesses comprehensive

애터미 초창기, 제가 미처 못한 것이 있습니다. 저는 창업 당시 경영자와 리더 사업자 역할을 병행해야 했습니다. 리더 사업자의 역할은 파트너 사업자를 교육하고 훈련시키는 것입니다. 그런데 경영하면서 리더 사업자 역할까지 하다 보니 교육까지는 했는데 훈련은 못 시켰습니다. 훈련시킬 시간까지는 없었던 것입니다. 그래서 이제라도 제가 앞장서서 현장 훈련을 전사적으로 시행하려 합니다. 바로 ‘백만갑, 매일 백 명을 만나러 갑니다’입니다. 네트워크마케팅은 말 그대로 ‘사람과 사람 사이의 네트워크를 활용한 마케팅’입니다. 네트워크마케팅을 시작하는 방법은 내가 아는 250명의 명단을 작성하고 반복적이고 지속적으로 정보를 전달해나가는 것입니다. 아는 사람을 만나는 것을 웜 컨택(Warm Contact)이라고 합니다. 네트워크마케팅의 기본은 웜 컨택부터 시작하는 것입니다. 그러나 내가 아는 사람이 빨리 움직여주지 않을 경우가 있습니다. 그때는 파트너의 명단을 활용해서 사업을 전개합니다. 그러나 파트너의 명단마저도 활용하기 어려울 경우에는 모르는 사람을 만나는 수밖에 없습니다. 이를 콜드 컨택(Cold Contact)이라고 합

and authoritative knowledge in a specific field. A household that enjoys wealth and prosperity for generations. When relying solely on Warm Contact, you may feel despair if you encounter slow responses from your acquaintances. However, as you become proficient in Cold Contact, success can be achieved with a 100% probability. For those experiencing stagnant or slow organizational growth, I recommend initiating Cold Contact, which is essentially what the 'Go 100' campaign is all about. To achieve rapid success, it's essential to engage with three customer categories simultaneously: Warm Contact, Partner List Utilization, and Cold Contact. Those encountered through Cold Contact with significant potential are included in the prospective customer list and consistently encouraged to use the products and explore business opportunities. When considering the importance of creating consumers versus creating contractors, creating contractors takes precedence. People who can't immediately start a business become consumers initially, but it's important not to limit consumers to their consumer role. Through collaborative efforts to compile a list of prospective customers, you can nurture them into part-time contractors, eventually transitioning them into full-time contractors. Part-time contractors include anyone who provides you with a list. In other words, every consumer has the potential to become a part-time contractor.

Engaging with three customer categories simultaneously can become quite demanding, but it's only when it gets busy that you can truly say you're on the path to success. There is a distinction between amateurs and professional athletes. Amateurs may quit when faced with adversity, but professionals, who rely on their work for a living, persist even when confronted with challenges. Winners are those who endure greater hardships. Perseverance and consistency are essential for success. The key to creating contractors is to “talk about big income.” Continuously mention that your goal is a monthly income of $100,000. Go around saying, “Atomy already has successful individuals who have reached this milestone, and it's spreading like wildfire.” Words hold incredible power. Furthermore, our products, known for their Absolute Quality and Absolute Prices, serve as tools to instill trust in customers and provide confidence in business success.

On September 4th, through the first "Go 100" campaign activity, we observed a 50% increase in member registrations compared to our usual numbers. This momentum, combined with our 2 billion dollars growth over the past decade, will drive us toward the 10 billion dollars milestone. When we attain annual sales of 10 billion dollars and secure our position as the global leader in the direct selling industry, the 100 billion dollars milestone will be within sight. Leaders earning an annual income of over 1 million dollars will increase by 100 to 1,000 times. We are living in an era of rapid change. Self-employed individuals are facing challenges, and empty storefronts are becoming more common in cities. People aspire to break free from their current jobs, which seem to offer no prospects. Their hesitation is solely due to the lack of a viable alternative. Their hesitation is solely due to not having a proper understanding of Atomy.

et's rescue those who are contemplating their options in this difficult era. Atomy represents the Ark of Hope. In an age without solutions, Atomy not only provides retirement plans but also offers substantial income for three generations, turning business into travel and travel into business! "Go 100" is the key that leads to the Atomy Ark. In an era where the wealth gap is widening, and the middle class is disappearing, Atomy, which has been advocating for mass capitalism, stands as the most practical future alternative. I take the lead, and our employees stand alongside me. Go and meet 100 people every day! Go 100! Go 100! Go 100!"

니다. 백만갑은 콜드 컨택을 훈련하는 것입니다. 이 훈련이 처음에는 힘들지만 숙달되면 세일즈의 대가(大家)로 이끌어줍니다. 사전에 나온 대가의 뜻은 전문 분야에서 뛰어나 권위를 인정받는 사람, 대대로 부귀를 누리며 번창하는 집안입니다. 웜 컨택만 할 경우는 아는 사람이 빨리 움직여주지 않으면 절망을 느낍니다. 그러나 콜드 컨택이 숙달되면 성공 가능성은 100%가 됩니다. 조직성장이 멈추었거나 느린 분들은 콜드 컨택, 즉 백만갑을 바로 시작하십시오. 빠른 성공을 위해서 세 부류 고객을 동시에 만나는 것입니다. 웜 컨택, 파트너의 명단 활용, 콜드 컨택입니다. 콜드 컨택을 통해서 만난 분 중에서 가능성이 높은 분들은 가망고객 명단에 추가하고 반복해서 제품 사용과 사업 권유를 반복해 나갑니다. 소비자를 만드는 것과 사업자를 만드는 것 어느 것이 더 중요할까요? 당연히 사업자입니다. 사업을 당장 시작할 수 없는 사람들이 소비자를 하는 것입니다. 그런데 소비자를 단순한 소비자 역할만 하게 하지 마십시오. 가망고객 명단을 같이 작성하여 부업가로 육성하다 보면 전업가로 나설 수 있습니다. 부업가는 나에게 명단을 주는 모든 사람입니다. 그러니까 모든 소비자는 부업가가 될 수 있습니다.

세 부류 고객을 동시에 만나러 다니다 보면 매우 바빠집니다. 바빠지면 비로소 내가 성공자의 길로 접어들었다는 뜻입니다. 아마추어와 프로 선수의 차이가 있습니다. 아마추어는 힘들면 멈춥니다. 그러나 생계를 위해 뛰는 프로는 힘이 들어도 결코 멈추지 않습니다. 승리자는 고통을 더 많이 견딘 사람입니다. 인고와 꾸준함은 성공의 필수입니다. 사업자를 만드는 핵심은 “큰돈을 말하라” 입니다. 월 1억 원 수당이 나의 목표라고 계속해서 말하십시오. “애터미에는 이미 그런 성공자가 나왔고 팝콘 터지듯이 터지고 있다”고 말하십시오. 사람의 말에는 놀라운 힘이 있습니다. 더불어 우리의 절대품질 절대가격의 제품은 고객이 우리를 신뢰하게 하는 도구이며 사업 성공을 확신하게 하는 수단입니다.

9월 4일, 첫 백만갑 활동을 통해 회원 등록이 평소보다 50% 늘어나는 것을 체험했습니다. 10여 년 만에 2조 원의 성장 신화를 달성한 우리는 백만갑의 동력을 더해 이제 10조 원 고지를 향합니다. 연 매출 10조 원, 직접판매산업 전 세계 1위를 달성하는 순간, 100조 고지가 눈앞에 보일 것입니다. 10억 원 이상의 연봉을 받는 리더들이 100배, 1000배로 늘어날 것입니다. 현대는 급격한 변화의 시대입니다. 수많은 자영업자들이 힘들어하고 있습니다. 시내에는 빈 점포가 늘어나고 있습니다. 사람들은 미래가 암담한 현재 직업에서 벗어나고 싶어합니다. 마땅한 대안이 없어서 머뭇거리고 있을 뿐입니다. 애터미를 제대로 알지 못하기 때문에 주저할 뿐입니다.

격동의 시대에 고민하는 분들을 구출합시다. 애터미는 희망의 방주입니다. 대책이 없는 시대에 노후대책뿐만 아니라 자녀, 손자 3대까지 하늘을 훨훨 날며 비즈니스가 여행이고, 여행이 비즈니스가 되는 애터미! 애터미 호에 오르게 하는 트랩이 백만갑입니다. ‘빈익빈 부익부’가 심화되어 중산층이 사라져가는 암담한 시대에 매스탈리즘을 부르짖어온 애터미는 가장 현실적인 미래 대안입니다. 제가 앞장섭니다. 임직원들이 동행합니다. 매일 백 명 만나러 갑니다! 백만갑! 백만갑! 백만갑!

GO AND MEET
A 100 EVERYDAY

GO 100



Chairman Han-Gill Park participating in Go 100 with members at Iksan Center
익산센터 회원들과 함께 백만갑 프로젝트에 동참한 박한길 회장

Going to Meet People, Atomy's "Go 100" Underway

Meeting 320,000 people worldwide in a single day

지금 만나러 갑니다 애터미, 백만갑 프로젝트 진행

하루만에 전국에서 32만 명 만나

"Hello, I'm here to tell you about Atomy." This is what an Atomy employee, not a member, said as he entered a store in a busy commercial area. Unfazed by the owner's puzzled looks, he handed out pamphlets and product samples, saying, "We have a variety of products of Absolute Quality and Absolute Price, so try them and order if you need anything." On September 4, Atomy employees and members alike went out to promote Atomy at over 100 centers across Korea. This was the "Go 100" initiative. On this day, they made contact with over 320,000 potential members nationwide.

"안녕하세요? 애터미 홍보 나왔습니다" 회원이 아니라 애터미 임직원이 상가 밀집 지역의 한 가게에 들어가면서 하는 말이다. 가게 주인의 의아한 눈초리에도 굴하지 않고 리플렛과 제품 샘플을 전달하면서 "절대품질 절대가격의 다양한 상품이 있으니 드셔보시고 필요한 것이 있으면 주문해 주시라"고 말한다. 지난 9월 4일, 전국 100여 개의 센터에서 회원과 함께 애터미 임직원들이 애터미를 홍보하고 나섰다. 바로 '백·만·갑' 프로젝트다. 이날 일일간 전국에서 컨택한 잠재 회원은 총 32만여 명으로 집계됐다.

Going to Meet 100 People

The "Go 100" campaign stands for "Go and Meet 100 People." It is an initiative where Atomy members as well as employees go out together to meet 100 ordinary people to promote Atomy products and the business. In fact, on September 4, everyone from new employees to Chairman Han-Gill Park himself were assigned to work at different Atomy training centers where they were greeted enthusiastically by members. Just the fact that employees from Atomy headquarters would be willing to participate in the cold contact business together was a motivating force. But why do we have to go meet 100 people? What are we going to do after meeting them? The Atomy business is like pearl hunting. If you want to find a pearl, you have to open shells, and when you open the shells, you will find pearls of various colors, sizes, and shapes. Among

지금 100명을 만나러 갑니다

'백·만·갑' 프로젝트, '백명을 만나러 갑니다'라는 의미다. 애터미 회원과 임직원이 함께 일반 시민 100명을 만나 애터미 제품과 비즈니스를 홍보하는 프로젝트다. 실제로 지난 9월 4일에는 박한길 회장부터 신입직원까지 전국의 애터미 교육센터 가운데 '배정'받은 곳으로 출근했다. 회원들은 격할 정도로 반갑게 임직원들을 맞이했다. '본사' 직원이 함께 콜드컨택 비즈니스에 나서준다는 것만으로 이미 의욕만장(意欲萬仗)이었다. 그런데 왜 하필 100명을 만나러 갈까? 만나서 뭘 하려는 걸까. 애터미 비즈니스는 진주조개잡이다. 진주를 캐려면 조개를 열어야 한다. 조개를 열면 다양한 색과 크기, 모양을 가진 진주가 나온다. 그중에서 드물게 보석으로 인정받을 수 있는 진주가 나온다. 더 많은 조개를 열수록 보석으로 인정받을 수 있는 진주를 많이 캘 수 있다. 애터미 사업도 마찬가지다. 수많은 소비자들 가운데 몇 명의 회원이 나

those, you will rarely find a pearl that is worthy of being a gem. The more shells you open, the more high-quality pearls you can find. Similarly, in the Atomy business, among the many consumers, there will be a few who become members, and among the many members, a few will do the business. Those business owners will become my partners in a three-legged race toward success. That is why we go out to meet 100 people, 100 consumers. Since the pandemic, a good portion of Atomy's business has adapted to being online and digitalized, but the essence of network marketing is still face-to-face marketing. The "Go 100" campaign is for those who hardly had any real cold contacts after the pandemic or those who haven't even thought of cold contacting because they've been focused on selling to acquaintances. At the same time, it also serves as a way for employees to experience the real pain and hard work of members firsthand.

There is only one goal. It is for members who desperately want to succeed and for employees who desperately want to support these members to open their hearts to each other. As part of the employee group, Chairman Han-Gill Park, who is synonymous with leading by example, headed to Atomy's first center in Iksan. Before he arrived, the members who gathered at the Iksan Center were filled with anticipation. One member predicted, "The chairman will be able to recruit about 10 people today," while another member said, "When I see the chairman today, I will have energy to go toward success." As members waited around in small groups, Chairman Park arrived at the center and greeted everyone warmly. After taking a moment to catch his breath, he made kits together with the members to use for "Go 100."

Super Synergy of United Heart Project by Atomy members and employees

Although it was September, the midday sun at the shopping mall in Jungang-dong, Iksan still had remnants of the summer's heat wave. Chairman Han-Gill Park and Imperial Master Jung-Soo Park split up into two teams and started to work the shopping mall where there was no shade to rest. They were motivated, but the first store was closed. Chairman Park undauntedly went to open the door to the next store, but even this one was locked. In the next block, he pushed open the door to a store, regardless of the empty stores in the previous block. "Hello, you've heard of Atomy, haven't you?" Despite the store owner's cold face and saying that he would order something when needed, Chairman Park confidently went on to explain Atomy for about 10 minutes.

In another area, a veteran Atomy employee opened a store door, and for the first time ever, attempted a cold contact. Starting with, "Hello, I'm here to promote Atomy. Let me leave some samples for you to try. Please call if you need anything," the employee sounded even more natural than an experienced member. Imperial Master Jung-Soo Park was there and repeatedly praised him saying that he chose the wrong job. "Go 100" is a project of Super-Synergy of United Heart between Atomy members and employees. Each individual Atomian strives for the collective success of all Atomians, and all Atomians strive to help each individual succeed. This is what Super-Synergy of United Heart is all about. Until now, members and employees have become united through events such as One Day Seminar and Success Academy. Now, we are going one step further and becoming one in the field. Employees gain an understanding of the hardships and pain of the members before and above anyone else, and members gain trust and happily accept the efforts and dedication of Atomy employees—this is how Atomy members and employees become one as a superorganism. This is the "Go 100" campaign.

오고, 수많은 회원 가운데에서 몇 명의 사업자가 나온다. 그 사업자가 바로 나와 함께 성공을 향해 뛰어갈 2인3각의 파트너가 되는 것이다. 그래서 100명을, 소비자 100명을 만나러 간 것이다. 팬데믹 이후, 애터미 사업의 적잖은 부분이 디지털 및 온라인화에 적응해 왔지만, 네트워크마케팅의 진수는 여전히 면대면의 마케팅이다. 백만갑 프로젝트, 이것은 혹시라도 팬데믹 이후 오프라인 콜드컨택이 뜸했거나, 지인 영업에 매달려 콜드컨택을 생각하지 못하는 애터미인들을 위한 프로젝트다. 동시에 회원의 아픔과 노고를 모르는 임직원들이 현장경험을 통해 절절하게 느낄 수 있도록 하기 위한 프로젝트다.

목표는 하나다. 간절한 마음으로 성공하고자 하는 회원과 간절한 마음으로 그 회원들을 지원하고자 하는 임직원들이 서로를 향해 마음을 여는 것이다. 애터미 임직원에는 박한길 회장도 들어간다. 솔선수범의 대명사 박 회장은 애터미 1호 센터 - 익산센터로 향했다. 박 회장이 도착하기 전, 익산센터에 모인 회원들은 기대에 부풀어 있었다. 한 회원은 “회장님이 오늘 10명 정도는 리크루팅 하실 수 있을 것”이라고 예상했고, 또 다른 회원은 “오늘 회장님을 보면 성공을 향해 가는 에너지가 생길 것”이라고 말했다. 회원들이 삼삼오오 모여 기다리고 있는 가운데 익산센터에 도착한 박 회장은 반갑게 인사를 하며 잠시 숨 고르기 시간을 가진 후 회원들과 함께 ‘백만갑’에 쓸 키트를 만들었다.

애터미 회원과 임직원의 제심합력 프로젝트

익산시 중앙동 상가, 9월이지만 한낮의 햇볕은 지난 여름, 폭염의 잔재를 그대로 두르고 있었다. 마땅히 쉴 그늘조차 없는 상가를 박한길 회장과 박정수 임페리얼마스터는 두 팀으로 나눠 돌기 시작했다. 의욕을 앞세웠지만, 첫 가게는 문을 닫았다. 박 회장은 굴하지 않고 다음 가게의 문을 열었지만 이마저도 잠겨있었다. 다음 블록, 박 회장은 전 블록의 빈 상가에 개의치 않고 가게의 문을 밀었다.

“안녕하세요.. 애터미 아시죠?” 가게 주인의 뜨악한 얼굴에도, 필요할 때 주문하겠다는 말에도 박한길 회장은 자신있게 10여 분간 애터미에 대해 설명했다.

또 다른 라인에서는 베테랑 애터미 직원이 생전 처음으로 가게 문을 열고 들어가 콜드컨택을 시도했다. “안녕하세요.. 애터미 홍보 나왔습니다” 그리곤 “여기 샘플을 드릴테니 사용해 보시고 필요하면 전화주세요” 경험이 다분한 회원보다 더 자연스럽게 콜드컨택을 하기 시작했다. 함께 간 박정수 임페리얼마스터는 직업을 잘못 선택했다면서 연신 칭찬이다. 백만갑 프로젝트는 애터미 회원과 임직원의 제심합력 프로젝트다. 개개인의 애터미인들은 모든 애터미인들의 공동 성공을 위해 노력하고, 모든 애터미인들은 개개인의 성공을 도와주기 위해 노력한다. 이것이 바로 제심합력이다. 그동안 회원과 임직원은 원데이세미나, 석세스아카데미 등의 행사를 통해 하나가 되었다. 이제는 한발 더 나아가, 비즈니스 현장에서 하나가 되는 것이다. 회원들의 힘듦을 누구보다도 먼저, 회원 자신보다도 더 아프게 느끼는 임직원, 임직원들의 노력과 헌신을 신뢰하며 기쁘게 받아들이는 회원 - 애터미의 회원과 임직원이 초유기체가 되어 하나 되는 것, 바로 ‘백·만·갑’ 프로젝트다.


Chairman Park cold contacting
콜드컨택 중인 박한길 회장


Packaging HemoHIM samples at Iksan Center
헤모힘 샘플을 포장 중인 익산센터

Do Not Try to Achieve Quick Results, You Must Visit Repeatedly

성과 빨리 얻으려 하지 말고 반복적으로 찾아가야

ABC Global Center
ABC글로벌센터



Product Marketing Team Jong Hun Park (left), Imperial Master Seung Taek Lim (center), Diamond Master Min Joo Kim (right)
상품마케팅팀 박종헌(좌) 임승택 임페리얼마스터(중) 김민주 다이아몬드마스터(우)

A three-year employee of Atomy Sell Lab's product marketing team boldly teamed up with Imperial Master Seung Taek Lim and Diamond Master Min Joo Kim. He wanted to experience the hardships of members working in the field firsthand. After putting together kits at the center, he went out and enthusiastically walked into stores, saying, "Do you know about Atomy? Try some HemoHIM. It's good for the immune system." After watching him visit 7-8 stores in a row, Min-Joo Kim offered some advice: "If you look at their facial expressions and notice that they seem interested in the product, don't just ignore it, but move on to the next comment right away!"

Imperial Master Seung Taek Lim said he would "put aside his rank today" and strengthened his determination. He was even more active because he knew that the mood of partners changes depending on the attitude of the leader. He explained, "I went around a lot with the chairman in the early days to promote Atomy. The most effective way is for the leader to show by example." After nearly three hours, the promotional kits had almost run out. As Imperial Master Lim sat on a bench to catch a breath, he said, "Don't try to achieve fast results. Even if they don't seem interested, if you keep visiting them, you'll run into some people who say 'Let's check it out,' and among them, you will find a partner."

"That's the draw of cold contacting. You never know when or where you'll hit it big. Some say they've gotten people to sign up at a tollgate or just before getting into a taxi," laughed Diamond Master Min Joo Kim. At about 5:00, the teams reunited at the center. Although they were sad that the day was over, they applauded each other's courage and were proud of themselves as individuals and as "us." Imperial Master Lim stated, "Atomy business owners were sincerely ready to go back to in-person after the pandemic, and now the Go 100 campaign has begun. Let 'us' all work together to make Go 100 a reality starting from our center!"

입사 3년이 채 안 된 상품마케팅팀 셀랩 직원, 과감하게 임승택 임페리얼마스터와 김민주 다이아몬드마스터와 조를 이뤘다. 현장에서 뛰는 회원들의 고충을 직접 체험하고 싶다는 것이 그 이유다. 센터에서 열심히 키트를 접더니, 나가자마자 힘차게 가게 문을 열고 들어선다. “애터미 아세요?”, “면역에 도움이 되는 헤모힘 드셔보세요” 7-8곳 정도 점포를 연달아 방문하던 그를 지켜보던 김민주 다이아몬드마스터는 이렇게 조언한다. “눈으로 표정을 살펴서 제품에 관심 있어 보이면, 그냥 넘어가지 말고 바로 다음 멘트를 하세요!”

임승택 임페리얼마스터는 “오늘 계급장 떼고 할 생각”이라며 각오를 다졌다. 리더의 태도에 파트너들의 분위기가 달라진다는 것을 알기에 오히려 더 적극적이다. “초창기에 회장님이랑 홍보하러 많이 돌아다녔죠. 리더가 보여주는 게 제일 효과적이에요.” 3시간 정도 지나자 들고 나온 홍보 키트가 거의 소진됐다. 벤치에 앉아 잠시 숨을 고르던 중 임승택 임페리얼마스터가 말했다. “성과를 빨리 얻으려고 하지 마세요. 관심 없어 보여도 반복적으로 찾아가다 보면 ‘한 번 들어나 보자’는 사람이 생기고 그런 가운데 파트너가 나타나게 돼요.”

김민주 다이아몬드마스터는 “콜드컨택의 매력이 그거에요. 언제 어디서 터질지 모르거든요. 어떤 분들은 톨게이트 직원이나 택시 타기 직전 승객도 가입시켜봤다고 하더라구요. 그 짧은 시간에”라며 웃었다. 5시쯤, 흩어졌던 조들이 센터로 모여들었다. 못내 아쉬웠지만 서로의 용기에 박수를 치며 스스로를, 그리고 ‘우리’를 대견스러워했다. 임승택 임페리얼마스터는 “엔데믹 이후 사업자들이 본격적으로 오프라인을 뛰자는 분위기였는데 백만갑 프로젝트가 시작됐다”며 “우리 센터부터 앞장서서 백만갑이 본격화될 수 있도록 ‘우리’ 모두 힘을 합쳐 해봅시다!”라고 말했다.

More Energized Working With Headquarter Employees

본사 직원과 함께하니 힘이 더 나네요

Ansan Chungchoon Center
안산청춘센터



Sales Master Woong-Sup Kim (left) and CBO Tae-won Kim (right) talking about cold contact strategies
콜드컨택 전략에 대해 이야기를 나누는 김웅섭 세일즈마스터(좌), 김태원 CBO(우)

As soon as CBO Tae-won Kim arrived at the center, he was interested in the TV and other video equipment just like an employee in charge of broadcasting would. However, he is not in charge of broadcasting today, but taking on the role of a member and meeting numerous consumers to promote Atomy. His partner for the day is 30-year-old Sales Master Woong-Sup Kim who started the Atomy business just last November. It felt a little awkward at first, but as soon as they found out they were both at the recent Success Academy in Malaysia, they instantly became close like uncle and nephew. "Hello! My name is Woong-Sup Kim, and I run a global Atomy business in Ansan. Please let me know if you need any Atomy products!" Sales Master Woong-Sup was going from store to store, opening doors and delivering the pre-made promotional kits to consumers. On the other hand, CBO Tae-won Kim stood around uncomfortably. In his mid 50s, it was something he had never done before. Trying to talk to a random stranger about Atomy just made him freeze up. "Before I showed up, I thought it would be something I just had to do like collect seashells, but it is so different in person," Tae-won Kim laughed bashfully. After returning to the center a long time later, CBO Tae-won Kim said, "I was surprised that I was not as bold as I thought," adding, "I didn't expect that it would take me one whole hour before I could speak up." Sales Master Woong-Sup Kim shared, "I had never done this for such a long time by myself, but with Go 100 being a nationwide project and employees from headquarters showing up in person, it was so energizing." He also said, "I usually focus on my warm contacts and then do some cold contacts if I have extra time, but now I realize that I should also work hard on cold contacting as well."

김태원 CBO, 애터미의 방송을 책임지는 직원답게 센터에 도착하자마자 TV 등 영상 장치에 관심을 보였다. 하지만 오늘은 방송 책임자가 아니라 회원으로서 수많은 소비자들을 만나 애터미를 홍보해야 하는 입장이다. 함께 소비자를 만나러 갈 파트너는 작년 11월부터 애터미 사업을 시작한 만 30살의 청년 김웅섭 세일즈마스터다. 초면의 어색함도 잠시, 지난 말레이시아 석세스아카데미 때에 같은 장소에 있었다는 사실을 알고는 삼촌과 조카 사이 마냥 가까워졌다. “안녕하세요! 안산에서 애터미 글로벌 사업하고 있는 청년 김웅섭입니다. 애터미 제품 필요한 거 있으면 알려주세요!” 밖으로 나가 김웅섭 세일즈마스터는 이 가게 저 가게 연신 문을 열고 다니며 미리 준비한 홍보 키트를 소비자에게 전달하고 있었다. 반면, 김태원 CBO는 뻘쭘하게 서 있었다. 50 중반을 살아오는 동안 한 번도 해보지 않은 일이다. 막상 생면부지의 사람을 잡고 애터미를 홍보하자니 손도 발도 입도 쉽게 떨어지지 않는다. “오기 전에는 조개 줍듯이 해야지 했는데 역시 실제 해보는 건 다르네요.” 김태원 CBO가 멋쩍게 웃었다. 한참 후 센터에 돌아온 후 김태원 CBO는 “생각보다 적극적으로 하지 못해서 스스로 놀랐다”며 “입을 떼기까지 1시간이나 걸릴 것이라곤 생각하지 못했다”고 말했다. 김웅섭 세일즈마스터는 “혼자 할 때는 이렇게 오래 해본 적이 없는데 전국적으로 하는 백만갑 프로젝트이고 본사 임원분까지 오시니 더 힘이 났어요”라며 “보통 웜컨택을 하고 남는 시간에 콜드컨택을 했는데 콜드컨택도 열심히 해야겠다고 생각했습니다”라고 말했다.

Surprised by My Passive Partner Working Actively in the Field

소극적이던 파트너가 적극적으로 현장 개척하는 모습에 놀라

Osong Narsha Center
오송나르샤센터



Star Master Jeong-Sook Park (left), Quality Assurance Team Seung-Yeop Yang (right)
박정숙 스타마스터(좌), 품질보증팀 양승엽(우)

It is no exaggeration to say that Atomy's Quality Assurance Team and members would have no reason to cross paths, but the team was also participating in Go 100. While heading to the center, one team member kept thinking, "How much help am I going to be by showing up?" Upon arrival at the center, he was given a big warm welcome. On one hand, he was surprised, but on the other hand, he felt a burden of responsibility. The Osong Narsha center is a place where business owners who do Atomy part-time meet together. Neither the head of the center nor any of its members had any experience with cold contacting. When they heard that an employee from headquarters was coming, they were full of anticipation as if they had been given a thousand troops. Seeing this, the Quality Team member made up his mind, thinking, "Today, I want to become like a member who desperately wants success." The center put together promotional kits with a HemoHIM sample on the left and some Probiotics and Vitamins on the right so that people could try out a variety of health foods. Before taking off to do cold contacts, they practiced under the direction of the center leader. Everyone got pumped up like a bunch of tourists on their way to enjoy a festival. The employee from the Quality Assurance Team paired up with Star Master Jeong-Sook Park and started visiting clothing stores, fruit markets, and snack bars in Jochiwon Market near the center.

Center leader Jeong-Sook Park said, "Go 100 instills a sense of confidence in members who have been passive about cold contacts." The Osong Narsha Center experienced the positive effects of the Go 100 campaign and has even planned to carry it out twice a week. The Quality team member said, "When I walked into a hair salon, I was surprised at how all the customers took it so favorably. I thought it was probably because other members had visited before, laying the groundwork." He added, "I think the members are the ones who really work hard for the company."

품질보증팀, 회원과의 접점은 없다고 해도 과언이 아니다. 그들도 백만갑 프로젝트에 동참했다. 센터로 향하는 중, "내가 가는 것이 회원분에게 얼마나 큰 도움이 될까?"하고 되뇌기도 했다. 그렇게 센터에 도착한 품질보증팀 직원은 격렬한 환영 인사에 한편으론 놀라고 한편으론 어깨가 더 무거워졌다. 오송나르샤 센터는 애터미를 부업으로 하고 있는 사업자들이 모인 센터로, 센터원 모두 콜드컨택을 해본 경험이 없다. 그들은 본사에서 직원이 온다고 하니 천군만마라도 얻은 듯 기대 만발이었다. 그 모습에 품질보증팀 직원은 "오늘 나는 간절하게 성공을 원하는 회원이다"라고 마음을 다잡았다. 부업가 위주의 센터답게(?) 홍보 키트 좌측에는 헤모힘, 우측에는 유산균과 비타민을 넣어 다양한 건기식을 체험해 볼 수 있도록 포장했다. 이어 콜드컨택을 나가기 전, 센터장의 시범 아래 모두가 예행연습을 했다. 마치 축제를 즐기러 가는 관광객처럼 센터원 모두가 열정적이었다. 센터 인근의 조치원 시장에서 품질보증팀 직원과 박정숙 스타마스터가 팀을 이루어 옷가게, 과일가게, 분식집 등을 돌았다. "백만갑 프로젝트가 콜드컨택에 소극적이던 회원들에게 할 수 있다는 자신감을 심어 주는 것 같아요" 센터장인 박정숙 스타마스터의 말이다. 백만갑 프로젝트의 효과를 체감한 오송나르샤 센터에서는 주 2회 백만갑 캠페인을 진행할 계획을 세우기도 했다. 품질보증팀 직원은 "미용실에 들어갔는데 손님들이 모두 호의적이라 놀랐다. 아마 회원분들이 이미 몇 차례 방문하시어 밭을 잘 다져주신 덕분일 것"이라며 "회원들이야말로 회사를 위해 진정으로 노력하는 분들이 아닐까 싶다"고 말했다.

As a Foreigner, Sticking Close to My Center Family to Get Recharged

외국인이기에 센터 가족끼리 더욱 똘똘 뭉쳐 에너지 충전

Shingil Vision Center
신길비전센터



Overseas Department Jeong Gwan Lee (left), Star Master Zheng Lian Hua (right) cold contacting
콜드컨택 중인 해외사업부 이정관(좌), 정리안화 스타마스터(우)

"Will I be able to find a pearl today? I'm not sure, but I will take courage and try my best." Assigned to the Shingil Vision Center, an employee of Atomy's Global Business Department hastened his steps when he heard that there are many Chinese nationals there. The Shingil Vision Center is a global center focused on Chinese nationals and is made up of about 70% foreigners. When an global business department employee who is fluent in Chinese appeared, all the members of the center responded, "It's so amazing, and we feel closer because we understand the language." During some flexible time at the center, Crown Master Jeong Im Shin gave a lecture, saying, "Our job is to turn No's into Yes's. If we tap on person by person without fear of rejection, the door to success will surely open." The members, who gained strength from this short, powerful message, hurriedly gathered the pamphlets and HemoHIM kits and started out wearing sashes that had "Atomy" written in large letters. The global business department employee was paired up with Star Master Zheng Lian Hua, and they went to a shopping district behind Yeongdeungpo Station where a lot of Chinese people live. They started by saying, "We are here from Atomy! We want you to try some good products." If the store owners looked Chinese, they followed up with "你是中国人吗? (Are you Chinese?)" When they heard Chinese, the store owners brightened up and listened more intently about the products and one even ordered four sets of HemoHIM on the spot. They even met others who said, "Actually, we already cook boneless grilled mackerel using Atomy's mackerel." The employee noted, "In a way, working with foreigners living in Korea is something that the global business department can be involved with. I would like to visit more centers that are run by foreigners." Star Master Zheng Lian Hua said, "While doing business in another language, I often feel a barrier psychologically. That is why I meet together with my center family to recharge my energy before going out. Super-Synergy of United Heart, that's what Atomy is all about."

"오늘 진주조개를 찾을 수 있을까요? 잘 모르겠지만 찾는다는 마음으로 용기를 내서 해보겠습니다" 신길비전센터 배정된 해외사업부 직원은 중국 국적 사업자가 많다는 소식에 발걸음을 재촉했다. 신길비전센터는 중국 국적 위주의 외국인이 70% 정도인 글로벌 센터이다. 중국어를 능숙하게 하는 해외사업부 직원이 등장하자 센터원들 모두 "신기하고 언어가 통하니 더 친밀감이 든다"는 반응이었다. 센터별 재량활동 시간에는 신정임 크라운마스터의 강의가 진행됐다. "우리의 업은 No를 Yes로 만드는 일이에요. 거절을 두려워하지 않고 한 명 한 명 두드리다 보면 반드시 성공의 문이 열릴겁니다" 짧고 강력한 메시지를 통해 힘을 얻은 회원들이 '애터미'가 크게 쓰인 어깨띠, 리플렛, 헤모힘 키트를 나눠 갖고 일사분란하게 이동했다. 해외사업부 직원과 팀을 이룬 정리안화(Zheng Lian Hua) 스타마스터는 중국인들이 많이 살고 있는 영등포역 뒤편의 상가로 갔다. "애터미에서 왔습니다! 좋은 제품 써보시라고 방문했습니다" 말을 걸다가 중국인인 것 같으면 바로 "你是中国人吗?(중국인이세요?)"라고 되물었다. 중국어가 들리니 상인들이 화색을 하며 제품에 대해 더 집중해서 듣고 바로 헤모힘 4세트를 주문하기도 했다. 많은 상인들을 만나다 보니 "안 그래도 저희집 '무뼈 고등어구이'는 애터미 고등어 사다 만들어요"라고 말하는 상인을 만나기도 했다. "한국에 거주하는 외국인과 협력하는 것도 어찌 보면 해외사업부가 할 수 있는 일인 것 같아요. 앞으로 외국인이 운영하는 센터를 더 방문해보고 싶습니다" 해외사업부 직원의 말이다. 정리안화 스타마스터는 "어눌한 말로 사업을 하다 보니 심리적 벽을 느낄 때도 많아요. 그렇기에 나가기 전 센터 가족들과 더욱 똘똘 뭉쳐 에너지를 충전하고 나가요. 제심합력, 그게 바로 애터미죠"라고 말했다.

HemoHIM and Absolute, Bestsellers in Their Categories

Fair Trade Commission Releases Key Data on Multi-Level Marketing Companies

헤모힘·앱솔루트, 각 분야 최고 베스트셀러

공정위 발표 다단계판매업자 주요 정보 공개



HemoHIM has recorded its highest sales to date and has maintained its position as the industry's bestseller for 9 consecutive years. Absolute CellActive Skincare has also been listed as the industry's best-selling cosmetics 4 years in a row since 2019. The Korea Fair Trade Commission has recently released this information in the "2022 Multi-Level Marketing Key Data." According to this, Atomy recorded sales of 1.043 trillion KRW (~802 billion USD) in 2022, growing by 1.46% from the previous year.

헤모힘이 역대 최고 매출액을 기록하며 9년 연속으로 업계 최고 베스트셀러 자리를 지켰다. 또 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어는 2019년부터 4년 연속 화장품 부문 업계 최고 베스트셀러에 이름을 올렸다. 최근 공정거래위원회는 이와 같은 사실이 담긴 '2022년도 다단계판매업자 주요 정보'를 공개했다. 이에 따르면 애터미는 2022년 1조 431억 원의 매출을 기록, 2021년 대비 1.46% 성장했다.

HemoHIM Sales Maintains Top Spot, Absolute Achieves Top Cosmetics for 4th Consecutive Year

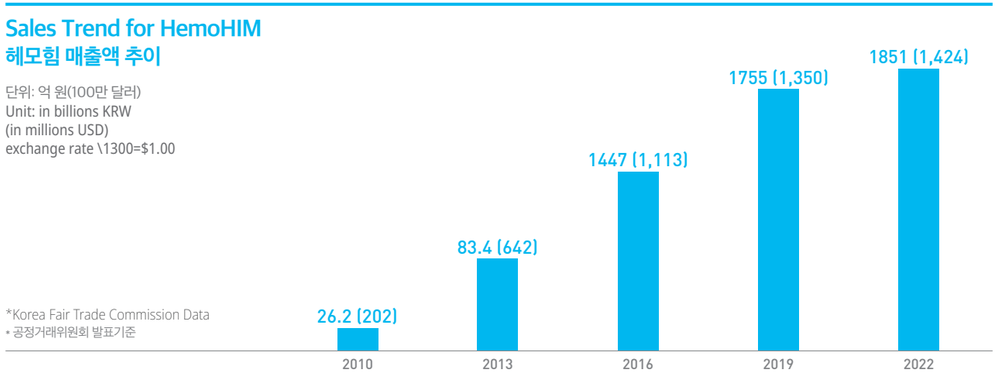
HemoHIM sales reached a record high of 185.1 billion KRW (~142 million USD) last year. After becoming the industry's bestseller in 2014 when domestic sales surpassed 100 billion KRW, HemoHIM has maintained the top position since then for the past 9 years. Cumulative sales in Korea has hit 1.67 trillion KRW (~1.28 billion USD), and globally, it has already exceeded 2 trillion KRW (~1.5 billion USD) in 2022. At the same time, Absolute CellActive Skincare has continued to be the number one bestseller in the industry's cosmetics category for 4 consecutive years since its launch in 2019 with sales of 70.4 billion KRW (~54 million USD). In addition, Atomy's Probiotics (38.9 billion KRW), Toilet Paper (34.6 billion KRW), and The Fame (31.2 billion KRW) have also made it to the top 5 best-selling products in 2022. According to the Korea Fair Trade Commission, Atomy paid 362.8 billion KRW (~279 million USD) in general commissions to its members last year. This made up 34.79% of the sales volume which was a 1% increase from 359.2 billion KRW in 2021. Atomy's return rate, which is based on the number of products returned compared to products sold, was 0.22% with an average amount of just 20,000 KRW (~$15) per unit. This was the lowest rate among 34 companies (with sales above 20 billion KRW) whose return rate averaged out to 1.68% with an average amount of 827,077 KRW (~$636) per unit. Atomy's low return rate means that many consumers are satisfied with the quality of products while the low average return amount can be interpreted to mean that many purchases are made for

헤모힘 매출 원탑 지켜, 앱솔루트는 4년 연속 최고 화장품 기록

지난해 헤모힘의 매출액은 1,851억여 원으로 사상 최대를 기록했다. 헤모힘은 지난 2014년, 국내 매출액 1,000억 원을 넘기며 업계 최고 베스트셀러 자리에 오른 이후 지난해까지 9년 동안 1,000억 원 이상의 매출을 유지하며 베스트셀러 원탑의 자리를 공고히 했다. 국내 누적 매출액은 1조 6,673억 원, 글로벌 전체는 이미 2022년에 2조 원을 넘겼다. 이와 함께 애터미 앱솔루트 셀랙티브 스킨케어는 704억 원의 매출액으로 2019년 출시 이후 업계 화장품 부문 베스트셀러 1위를 4년 연속 이어갔다. 이 밖에 애터미 친생유산균(389억 원), 애터미 화장지(346억 원), 더페임(312억 원) 등 다섯 가지 제품이 2022년 애터미의 베스트셀러 TOP 5 제품으로 올라섰다.

공정위 정보 공개에 따르면 애터미는 지난해 회원들에게 후원수당으로 3,628억 원을 지급했다. 매출액의 34.79%로 2021년의 3,592억 원에 비해 1% 늘어났다. 매출액 대비 반품액으로 본 반품률은 0.22%이며 건당 평균 반품액은 2만 원으로 매출 200억 원 이상 기업 34개사 가운데 가장 적었다. 참고로 34개 기업의 평균 반품률은 1.68%로 나타났으며 건당 평균 반품액은 82만 7,077원이었다. 낮은 반품률은 품질에 만족하는 소비자가 많다는 의미로, 또 평균 반품액이 적다는 것은 직접 소비하기 위한 구매가 많다는 의미로 해석할

Sales Trend for HemoHIM
헤모힘 매출액 추이



direct consumption. The number of members decreased slightly to 3,069,531 from the previous year, and the proportion of members who received commissions increased from 11.98% to 12.51%.

Meanwhile, Atomy's global sales in 2022 amounted to 2.175 trillion KRW (~1.67 billion USD), and cumulative global sales surpassed the 10 trillion mark reaching 10.964 trillion KRW (~8.43 billion USD, based on internal data). Moreover, cumulative domestic sales was 7.846 trillion KRW (~6.04 billion USD), of which 2.716 trillion KRW (~2.09 billion USD), or 34.62%, was paid out in commissions.

Multi-Level Marketing Total Sales Increased 4.5% Year-on-Year

The Fair Trade Commission reported that total sales in multi-level marketing last year was 5.417 trillion KRW (~4.167 billion USD), an increase of 4.51% compared to 5.183 trillion in 2021. There were two companies that exceeded 1 trillion KRW (~769 million USD) in sales: Atomy and Amway Korea. Five other companies had sales over 100 billion KRW (~77 million USD) including PM Korea. The total number of members added up to 7,056,961, and of those, 1,370,432 members received commissions, which makes up about 19.42% of the total. An amount of 1.853 trillion KRW (~1.43 billion USD), or 34.22% of sales, was paid out in commissions.

The combined net profit of the top 34 companies with sales of more than 20 billion KRW totaled 365.5 billion KRW (~281.2 million USD), and 20.6% of these, or 7 companies, recorded a deficit. The average debt-to-equity ratio of these companies was 282%, and over 29% (10 companies) had more debt than capital.

수 있다. 회원 수는 306만 9,531명으로 전년 대비 소폭 감소했으며 후원수당을 수령한 회원의 비중은 11.98%에서 12.51%로 늘어났다.

한편 애터미의 2022년 글로벌 매출액은 2조 1,746억 원이며, 글로벌 누적 매출액은 10조 9,638억 원(자체 기준)으로 10조 원을 넘겼다. 또 국내 누적 매출액은 7조 8,458억 원이며, 이 가운데 34.62%에 해당하는 2조 7,161억 원을 후원수당으로 지급했다.

다단계판매 총매출액 전년 대비 4.5% 늘어

공정위의 정보 공개에 따르면 지난해 다단계판매 총매출액은 5조 4,166억 원으로 2021년의 5조 1,831억 원에 비해 4.51% 증가했다. 매출액 1조 원을 넘긴 기업은 애터미와 한국암웨이 등 두 곳이었으며 1,000억 원 이상의 매출액을 기록한 곳은 피엠코리아 등 5곳이었다. 회원 수는 705만 6,961명으로 이 가운데 후원수당을 수령한 회원은 전체의 19.42%인 137만 432명이었다. 후원수당으로는 매출액의 34.216%인 총 1조 8,533억 원이 지급됐다.

매출액 200억 원 이상 기업 34곳의 당기순이익은 모두 합해 3,655억 원이었으며, 이 가운데 적자를 기록한 곳은 전체의 20.6%인 7곳이었다. 이들 기업의 평균 부채비율은 282%였으며 부채가 자본보다 많은 곳은 전체의 29.4%인 10곳이었다.

Greater Focus on Health Foods

It is evident that the leading products of the multi-level marketing industry are gradually moving more toward health foods. Based on an analysis of a total of 170 products (top 5 selling products from each of 34 MLM companies), the health food category had the highest share with 106 products (62.36%). It had the highest market share (75.34%) with sales of 1.487 trillion KRW (~1.14 billion USD). After hitting a low in 2018 at 50.45%, the share of sales in the health food sector has been expanding every year to 61.41% in 2019, 70.28% in 2020, and 74.73% in 2021. By contrast, the cosmetics sector has been gradually declining after recording a 24.04% sales share in 2017 and staying steady at 13.55% last year. Household goods also decreased to 8.65% last year after marking a share of 19.93% in 2018. Share of telecommunication products had exceeded 10% in 2016 but is now being pushed out by the top product categories as it went down to 3.04% in 2021 and 2.46% last year.

건강식품 집중 심화

다단계판매 업계의 주력 상품이 점차 건강식품으로 집중되고 있는 것으로 드러났다. 매출액 200억 원 이상 다단계판매 기업 34곳의 매출 상위 제품 5개씩 총 170개 제품을 분석한 결과, 건강식품군이 106개 품목(품목 점유율 62.36%)에 1조 4,874억 원(매출 점유율 75.34%)의 매출액으로 가장 점유율이 높았다. 건강식품군의 매출액 비중은 2018년 50.45%로 바닥을 찍은 후 2019년 61.41%, 2020년 70.28%, 2021년 74.73% 등 매년 점유율을 확대해 왔다. 반면 화장품은 2017년 매출 점유율 24.04%를 기록한 이후 점차 하락하며 지난해에는 13.55%에 머물렀다. 생활용품 역시 2018년 매출 점유율 19.93%를 마크한 이후 지난해에는 8.65%로 축소되었다. 통신상품의 매출 점유율은 2016년 10%를 넘겼으나 2021년 3.04%, 지난해에는 2.46%에 그치며 주력 상품군에서 밀려나고 있는 것으로 드러났다.

2023 Top 10 Multi-Level Marketing Companies
2023 다단계판매 상위 10개사

Company name 회사명	Sales (KRW) 매출액(KRW)	Sales(USD) 매출액(USD)	Commissions 후원수당	Commissions (\1300=$1.00)	Payment rate 지급률	Members 회원수	Return rate 반품률
1 **Amway Korea** 한국암웨이	1,337,171,668,398	1,028,593,591	466,644,544,703	358,957,342	34.898%	945,447	1.561%
2 **Atomy** 애터미	**1,043,109,912,719**	**802,392,240**	**362,864,614,470**	**279,126,626**	**34.787%**	**3,069,531**	**0.218%**
3 **PM Korea** 피엠코리아	557,721,788,163	429,016,760	178,184,137,518	137,064,721	31.949%	615,468	1.499%
4 **NU Skin** 뉴스킨	391,411,874,659	301,086,057	136,580,635,564	105,062,027	34.894%	204,577	3.460%
5 **Unicity** 유니시티	300,109,367,307	230,853,359	108,659,193,222	83,583,994	36.207%	129,237	1.356%
6 **Herbalife Korea** 한국허벌라이프	207,439,047,035	159,568,497	72,322,491,687	55,632,685	34.864%	64,750	0.398%
7 **Usana** 유사나	151,954,691,206	116,888,224	52,322,930,797	40,248,408	34.433%	196,197	0.924%
8 **Charis** 카리스	82,737,520,100	63,644,246	27,924,934,638	21,480,718	33.751%	28,332	2.148%
9 **Mannatech** 매나테크	81,445,214,928	62,650,165	27,980,534,852	21,523,488	34.355%	49,203	0.985%
10 **Synergy** 시너지	78,554,295,082	60,426,380	26,369,600,514	20,284,308	33.569%	43,424	0.506%
MLM total 다단계판매 전체	5,416,624,193,653	4,166,633,995	1,853,337,636,694	1,425,644,335	34.216%	7,056,961	*1.676%

*Average return rate of 34 companies with sales exceeding 20 billion KRW (~15 million USD) / Source: Korea Fair Trade Commission
• 매출 200억 원 이상 기업 34개 사 평균 반품률 / 자료 출처 : 공정거래위원회

Young-Min Lee, editor









백만갑
GO 100



GO 100 campaign spreading globally
세계로 퍼지는 백만갑 프로젝트

GO 100, Starting the Atomy Business Again From Zero

Overcome the Awkwardness to Create a 100-Year-Old Business

백만갑, 제로에서 다시 시작하는 애터미 비즈니스

첫 만남의 어색함 넘어야 비즈니스의 백년지대계 만들어 갈 수 있어

At an Atomy center in Gyeonggi-do, members are bustling about in the morning because a consumer met recently during GO 100 reached out saying they would visit with an acquaintance. I guess they felt a bit awkward coming alone. The center manager said, "I remember them as someone who had heard about Atomy. When I said they could make money, they wanted to hear more details. These are the type of people who need to be told directly how they can earn an income."

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

Return to the Basics

What impact did the GO 100 campaign have on Atomy members? As a reporter, I visited one Atomy center on November 6 and found 20 members or so already busy moving about at 9:00 a.m. When they saw me, they greeted me warmly and asked me to wait a moment. While enjoying a cup of Atomy Cafe Arabica, I looked around and noticed that even though the space was not big, I could really feel the ambiance of the center. Soon after, I sat down with a new member who had joined Atomy through GO 100 last September along with another member who they just signed up.

"What did you think when you first met the members involved in GO 100?"

"I thought they were random people handing out flyers on the street, but they were talking about how they could teach me how to make money through Atomy. It was tempting."

"So you must have signed up right away."

"I thought it over for about 10 days, and then I met them again. That's when I told them I'd come visit the center."

Cold contacting is about introducing Atomy to complete strangers. It is similar to when a novice insurance agent sells insurance to everyone he knows first, and then he has no choice but to take to the streets and sell insurance to whomever he runs into. Atomy is already a company with sales over 2 trillion KRW and has given rise to the success of numerous people, so why do this now? The answer is simple—to return to the basics. Direct selling is distribution. It is a personal business in which sellers expand their base by meeting consumers directly to introduce their products and business. Thus, one of the very basics of direct selling is meeting people, not online, but in person.

During the past several years of the pandemic, direct selling had to put a hold on in-person meetings and expanded online meetings instead. However, online has its shortcomings because the virtual world cannot fully capture the real world. It is still just a virtual space that supplements real space. This also applies to direct selling. With the pandemic, online activities emerged at the forefront of direct selling, but now with the

Return To Basics

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

"처음 백만갑 활동하는 회원을 만났을 때의 느낌은 어땠는지요?"

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

"그럼 바로 회원가입을 하셨겠네요?"

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

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

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

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

"end"emic, the mainstream is going back to offline activities. It is time for the return of in-person, a "Return to the Basics."

Key Points Are Potential Income and Consistent Interest

Cold contact is a form of face-to-face promotion aimed at an indefinite number of people. It is about reaching out to consumers who do not know about Atomy or have heard of it but do not use the products and informing them face-to face about what kind of products are available. When you first do cold contacting, you may feel hesitant and at a loss for words, but this is the case only at the beginning. If you get past the first part while thinking of your loved ones, it becomes relatively easy after that.

What's important is not to do it just once, but to continue meeting people several times until you reach the point where you greet each other naturally as if you have known each other. To this end, you should try cold contacting periodically in such places as grocery stores and shopping malls. After a few visits, you will become used to it, and opportunities to talk about the products and income will arise. Star Master Mi-Young Ha explains, "Even if you have no connections, you can gain many consumers and even business partners through cold contacts. It may take some time to build trust by visiting multiple times, but once you create customers, they will remain gold consumers." But cold contacts should not

주고 있다. 오프라인의 귀환이자 'Return to Basics'인 셈이다.

소득이 된다는 것, 그리고 꾸준한 관심이 키포인트

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

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

그러나, 콜드컨택은 콜드컨택으로 끝나서는 안된다. 웜컨택으로 이어져야만 의미가 있다. 콜드컨택



Leader in Korea
국내 리더 회원



Atomy marketing staff
애터미 마케팅 직원

end with cold contacts. It is only meaningful if it leads to warm contacts. The reason cold contacting is important is not simply to increase consumers. The core of the Atomy business lies in consumers using Atomy products and loving them so that they willingly introduce Atomy and its products to people around them. That process is replicated to business members and then again to their partners, which is how the Atomy business is created. Star Master Ji-Soo Kim says, "In order to create a business that lasts 100 years, you must overcome the awkwardness of the first meeting," adding, "Cold contact is the determining factor in sales."

There is one thing that cold contact masters consistently say. It is that the most effective way to lead consumers who show interest in Atomy to become members is to talk about "income," and the most needed action is "consistent interest." Star Master Eun-Kyoung Choi says, "Most consumers lack an understanding of passive income," adding, "As you build rapport and trust over time, you must deliver information about the vision, identifying needs, product information, saving up for retirement, income, etc. in an impactful way.

Increase in Number of New Members

The effects of the GO 100 campaign are diverse. A growth in business stemming from GO 100 will likely take at least three to four months, but there are also many immediate tangible effects. Among them is the development of courage in members to go out into the field and work hard. Star Master Ji-Soo Kim explains, "As experienced members take the lead and shout GO 100 every day while partner members follow suit, new-

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

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

신규 가입 회원 늘어

백만갑 프로젝트의 효과는 다양하다. 백만갑을 통한 비즈니스의 성장은 3~4개월 이상의 시간이 걸릴 것으로 보이지만, 당장 눈에 보이는 효과도 많다. 그 가운데 가장 먼저 꼽을 수 있는 것은 회원들이 현장에서 뛸 수 있는 용기를 길러주는 것이다. 김지수 스타마스터는 "리더 회원이 앞장서서 매일매일 백만갑을 외치고 파트너 회원이 따라 하니 초보 회원들도 덩달아 콜드컨택에 익숙해지고 있다"며 "백만갑



Employees in Korea, GO 100 November
국내 임직원 11월 백만갑



Member explaining the business, GO 100 December
국내 임직원 12월 백만갑_사업설명 중인 회원

er members are also following along and getting used to cold contacts. Through GO 100, the newer members are gaining the strength to engage in business out in the field with no fear." Star Master Eun-Kyoung Choi also added, "As the number of new members increases, partners are realizing that they just need to get moving, and they are making plans for promotion and becoming more actively involved in the business."

Another effect is that it becomes a starting point for building the business systematically. Just because you meet cold contacts through GO 100 does not necessary mean that it will lead to any results. How is it going to be useful if you don't remember whether or not you visited a certain store or if the owner had a good response or not? If you keep doing GO 100, you will come up with some strategies. One of them is to write down where you went today, what their reaction was, and what they were interested in. This will also lead to taking a look back on existing customers. Star Master Ji-Soo Kim noted, "After starting GO 100, I started to manage previous consumers more effectively." Star Master Mi-Young Ha also stated, "I have been able to reflect back on customers who have drifted away from Atomy due to my poor management."

Of course, the greatest outcome of GO 100 is an increase in the number of new members. In fact, looking at the month of September when the GO 100 campaign began, new membership went up by 3.5% compared to the previous month and rose 7.0% compared to the same month the previous year. Centers are now participating in GO 100 on a weekly basis, and some have even created GO 100 songs and are showcasing success stories.

을 통해 초보 회원이 현장에서 두려움 없이 비즈니스에 임할 수 있는 힘이 길러지고 있다"고 말했다. 또 최은경 스타마스터는 "신규 회원들이 늘면서 파트너들이 '움직이면 된다'는 생각을 갖게 되는 것 같다"며 "스스로 직급 계획도 세우는 등 적극적으로 비즈니스를 하게 됐다"고 말했다.

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

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

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



Atomy employees also participating in campaign by forming TFT
애터미 임직원들도 TFT를 구성하여 프로젝트에 참여하고 있다

Dedicated TFT and All-Around Support

The GO 100 campaign has been effective not just for members. Atomy executives and employees have been able to gain insight into the business by expanding contact with members and experiencing their passion and efforts firsthand through GO 100. In particular, one employee from a department that has little direct contact with members said, "I had only understood the Atomy business superficially, so it was very helpful to actually experience it personally." Another employee stated, "I realized how inexperienced I was at marketing in the field and learned just how much the distributors are going through."

As a result, Atomy plans to support the GO 100 campaign continuously and comprehensively. To this end, a task force team (TFT) is being formed and specific support measures are being discussed. The role of the TFT is to solve problems through sales consulting, seeking out insight on GO 100, and gathering feedback from the field. The task force team will be organized to provide consulting to centers to activate more cold contacts as well as help create and distribute business tools. Starting in 2024, TFT will be divided into 7 teams with plans to visit each center 3 times a month to support GO 100 activities

전담 TFT 구성, 전방위적 지원할 것

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

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



Cambodia employee GO 100
캄보디아 임직원 백만갑



Atomy Taiwan employee
대만 임직원 백만갑



Malaysia GO 100 Day 1
말레이시아 백만갑 1일차



Malaysia GO 100 Day 2, members consulting at makeshift office
말레이시아 백만갑 2일차_ 간이사무실에서 상담하는 회원들

through service and sales training. Marketing team manager Young-Jun Kim stated, “We are preparing various supports, including a plan for Atomy employees to form groups of 3 to 4 people and travel to centers across the country to provide direct marketing consulting.” He said, “As Atomy puts the success of our members first, we will develop and implement more practical and effective support measures.”

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

Global Branches Also Say, "We Like GO 100!"

The GO 100 craze is heating up overseas as well. Each branch has a different method, but they all share the same desire to achieve success together by delivering Atomy to more consumers. In fact, since the first GO 100 event on September 4, more than a few global branches have started the GO 100 campaign. As a side note, GO 100 is called 백만갑 (baek-man-gap) in Korean and 去见百人 (qù jiànbǎi rén) in Chinese, both meaning "go meet 100 people." However, there have been cases where the GO 100 campaign could not be carried out in certain countries due to local security issues or cultural differences. Byeong-Gyu Lee, manager from Global Business Department, stated, "GO 100 is being localized depending on the security issues, culture, and atmosphere of each country. Global GO 100 will soon join Atomy's success system."

In fact, Atomy Malaysia has changed the one-day GO 100 activity to a two-day event. People they have met on the first day are invited to the center on the second day for an introduction of the company and to try out some products. In some areas, soliciting in shops and on the streets is not permitted, so employees and members of some branches have attended government-sponsored events to promote Atomy. The Cambodia branch even designated a "GO 100 Week" and went out to the streets every day for one week to inform people about Atomy.

Members of global branches also had a great response to GO 100 like in Korea. People have found the hope and courage to do business again more systematically through GO 100 with such comments as, "I lost my way during the pandemic but found it again with GO 100," "I've been kind of doing the business, but have now learned exactly what to do and how to do it," "I've gained confidence in myself," "I have realized just how valuable my sponsors and partners by my side are." Global Business Department manager Byeong-Gyu Lee said, "Although the environment and culture may differ, all of the branches that participated in the global GO 100 initiative have the intention to continue in the future. Atomy also plans to develop GO 100 to suit local areas and proceed regularly."

해외법인도 ‘백만갑 좋아요!!!’

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

실제로 말레이시아 법인은 하루만 진행하던 백만갑 활동을 이틀 진행하는 것으로 바꿨다. 첫날 만난 사람들을 둘째 날에 센터에 초대해서 회사소개, 제품소개 및 체험을 이어가는 방식이다. 어떤 법인에서는 로드샵과 길거리 홍보가 불가해 국가가 진행하는 행사에 애터미 이름으로 참석, 회원들과 직원들이 애터미를 알리는 방식으로 진행하기도 했다. 캄보디아 법인은 하루가 아닌 일주일 내내 백만갑 활동을 하는 ‘백만갑 주’를 정해서 일주일 동안 매일 거리로 나가 사람들에게 애터미를 알리기도 했다.

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

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



Malaysia center leader
말레이시아 센터장

In Malaysia,
GO 100 lasts for two days.
1st day we do cold contact.
And 2nd day we invite people
to the center to follow up.

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

The Key to Cold Contact Is Consistency

The majority is not aware that Atomy can generate income

콜드컨택의 생명은 꾸준함

애터미가 수입을 창출할 수 있다는 것을 모르는 고객이 대다수

Mi-Young Ha
Star Master
하미영
스타마스터





"Even with no connections you can still lead others to become distributors through cold contacts."
"인맥이 없어도 콜드컨택으로 사업자까지 이끌어낼 수 있어요."

Star Master Mi-Young Ha, follow-up meeting
하미영 스타마스터 후속미팅

Star Master Mi-Young Ha has said, "It requires a lot of time and effort to visit consistently and build trust in order to gain customers through cold contacting, but once you create customers, they will remain gold consumers." Cold contact is easier said than done, but it requires a lot of courage only at the start. When you first attempt cold contacting, you open the door with trembling hands while trying to calm your pounding heart as if you are in intensive training. If the store owner greets you with a "welcome," you just want to turn around and walk out. But you have to do this continuously, not just once or twice. Star Master Ha explains the benefits of cold contacting, "Even partners with no personal connections can create many consumers through cold contacts, which also leads to attaining distributors. Moreover, meeting so many people and building experience trains you to talk with your acquaintances without any hesitation."

Star Master Ha actually met her business partner through a cold contact. She had walked into a restaurant during a busy time and left a leaflet on the counter. The next day, the owner called and asked to sign up because they wanted to order some products. For the next three months, she had the restaurant owner change all products to Atomy, invited them to the Success Academy, and even helped them earn a commission. "After you meet a customer, you must visit them at least four times. Even if they don't welcome you, you just have to greet them with a smile and convey information before leaving. You can be satisfied just by letting them know about Atomy."

The shyness at the beginning turned to confidence as she continued cold contacting. The positive responses from customers who had tried Atomy products even just once was enough to make her smile confidently no matter whom she met or where she went. "Don't you think that boldness and confidence is what made consumers want to buy the products?" Star Master Mi-Young Ha explained Atomy to anyone she met in a store or on the street and encouraged them to become a member. She is able to meet anyone with the intention of informing people in detail about the Atomy products she is so sure about. As that experience built up, the number of consumers increased, and those results also made her confidence go up. Star Master Ha explains, "The majority of customers does not know that Atomy can generate additional income," adding, "Whether in the past or present, there are many people who will use the products and also many who will do the business. I am certain that those who diligently promote Atomy and find many pearls, will succeed."

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

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

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

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

GO 100, the Key Is to Inform People That Consumption Becomes Income

New members increased by 109 in second half of the year within 15 days compared to first half

백만갑, 소비가 소득이 되는 변화를 알려 주는 것이 핵심

상반기 대비 하반기 15일 동안 신규 회원이 109명 늘어

Eun-Kyoung Choi
Star Master
최은경
스타마스터





"After building strong relationships and trust over time, you must convey Atomy in an impactful way."
"시간을 두고 친분과 신뢰를 두텁게 쌓은 후 애터미에 대해 임팩트있게 전달해야죠."

Star Master Eun-Kyoung Choi, follow-up meeting
최은경 스타마스터 후속미팅

"The most difficult part is changing people's negative perception of multi-level marketing and getting them to understand how passive income works." Star Master Eun-Kyoung Choi says this with a bright expression on her face because she discovered what the problem was and even found the solution through GO 100. It was a problem she would not have known about if it weren't for making cold contacts. "If you know the problem, you will find a solution. The real problem is not knowing what the problem is." Star Master Choi's solution was clear. "It's hard to get someone you meet through cold contacts to participate in the system in a short period of time. You must build friendships and deepen trust over time." Choi emphasizes that in order to achieve this, members have to recognize that they are part of a team that does business the right way while enjoying it. After that, you need to present Atomy's vision, figure out what new members need, and strongly communicate product descriptions and income system accordingly. Of course, it is also essential to encourage participation in various programs such as skin care and product days so that they become more used to coming to the center.

So how much do GO 100 activities actually help the business? Star Master Eun-Kyoung Choi says plainly that it is very helpful. "After starting GO 100, the number of new members increased by 109 in the second half of the year within 15 days compared to the first half. As the number of new members goes up, partners are more certain that they just need to take action and are creating business plans and becoming more actively involved. Even members who are afraid of cold contacting feel encouraged and recharged by their partners' words, "I'll help you through this, don't worry." Distributors who used to do cold contacts on their own even before GO 100 have particularly gained more business know-how through these activities. Star Master Choi's GO 100 know-how is revealed as she prepares for follow-up meetings. Not only does she give feedback to her partners on how to act and what to say when meeting consumers, but she also provides objective data on the products, explanation of the compensation plan, plans on how to revisit consumers, and GO 100 success examples. "Many members end up visiting the same place, and each of those members becomes like an advertisement which significantly increases awareness of Atomy. Now, if we let consumers know that consumption can become income, it will raise awareness of the business too," explains Star Master Eun-Kyoung Choi.

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

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

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

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

Heading Global, "Atomy HemoHIM G" is born

Overseas Routes to UK and EU Wide Open

글로벌 애터미향 '헤모힘G' 탄생

영국과 EU 등 해외 수출길 활짝



A global version of HemoHIM called "HemoHIM G" has been developed. Atomy has standardized its product to enable export to various countries. During the development process, the company was able to lightly adjust the bitterness to suit foreigners' taste, but the original efficacy and effectiveness remains the same. Licenses have been registered in the UK, Germany, Türkiye, and other parts of Europe. Hyun-Gyu Kim, head of the Global Products Branding Department said, "HemoHIM G is a strategic product targeting the global market," adding, "We hope more people can enjoy a healthy life through HemoHIM G."

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

Angelica sinensis and Ligusticum chuanxiong Registerable As Food in EU

HemoHIM G is registered as a food in many countries abroad, and Angelica sinensis, Ligusticum chuanxiong, and Paeonia lactiflora have been developed for the purposes of traditional Chinese medicine. The manufacturing process is the same as that of the existing HemoHIM except that it uses a slightly different kind of Angelica sinensis and Ligusticum chuanxiong, which can be used as food ingredients in Europe. It has been confirmed through immune efficacy evaluation experiments that the immune enhancement and activity levels were no different from existing HemoHIM, and efforts were also made to develop the formulation so that it would be permitted overseas. The results of these experiments will be submitted in a SCI-level scientific journal.

HemoHIM G is produced in a facility equipped with the same GMP management system as the original HemoHIM. Prior to receiving raw materials, a quality inspection is conducted at least three times, and the product is manufactured safely under a strict quality and hygiene management system. HemoHIM G's quality control system is thoroughly maintained at each stage from purchasing, to manufacturing, storage, and delivery. At the raw material purchase stage, preliminary quality tests are conducted to confirm the safety of the medicinal ingredients obtained from the production site, and sensory tests such as aroma are conducted on the raw materials. Raw materials that have passed the sensory inspection are thoroughly tested for heavy metals and residual pes-

당당귀 & 당천궁, EU에서 식품으로 등록 가능

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

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

제조 단계에서는 위생적인 GMP 시설에서 표준 제조 공정을 기반으로 한 최고 품질의 전통 약재를 제조하게 된다. GMP란 'Good Manufacturing Practice'의 약자로 원료의 구입부터 제조, 출하 등



ticides according to process criteria to confirm the safety of the raw materials before entering the manufacturing process.

In the manufacturing stage, the highest quality traditional medicine is manufactured based on standard manufacturing processes in a hygienic GMP facility. GMP stands for "Good Manufacturing Practice" and refers to the management standards required for all processes from purchasing raw materials to manufacturing and shipping. HemoHIM G is manufactured in a pharmaceutical-grade GMP facility. The final step is inspection of the finished product before shipment, where packaging and printing conditions are also carefully inspected.

To Be Released Starting in Europe

HemoHIM G is scheduled to officially launch in the UK and Europe branch within a few months, and Atomy Taiwan is also preparing to release it in the first half of 2024. A sensory survey was also conducted for global members with questions related to its sweetness, bitterness, sourness, flavor, balance, and overall satisfaction as well as intent to purchase. The results showed an overall satisfaction of 3.8 points (out of 5) for balance in taste. What is encouraging is that European members from countries like the UK and Germany had a higher satisfaction level than Korean members. Members in Korea rated the taste at a 3.4 while the UK was at 3.7 and Germany was over 4 points at 4.3.

In addition, the overall satisfaction rating for taste was 3.9 in the UK and 4.3 in Germany, both higher than Korea's rating of 3.6. This can be interpreted to mean that the taste of herbal medicine is at least accessible to Europeans. Even the response to how it feels going down the throat was higher for members in Europe than in Korea. Members in the UK responded with a 4.1 rating while members in Germany gave it a 4.4 on this front.

When asked whether people were willing to purchase HemoHIM, 87.1% responded that they would. By country, 85.3% of respondents in the UK and 89.3% in Germany said yes. Additionally, when asked if they would recommend it to family or people around them, 86.9% of participants said that they would recommend it.



에 이르는 모든 과정에 필요한 관리 기준을 말한다. 헤모힘G는 의약품 수준의 GMP 시설에서 제조되고 있다. 마지막 단계는 출하 전 완제품 검사 단계로 포장과 인쇄 상태 등을 정밀하게 검사한다.

유럽지역부터 출시 예정

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

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

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

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



Young-Min Lee editore

WFDSA Direct Selling World Congress in October, Successfully Bringing World Congress to Korea in 2026
지난 10월 WFDSA 직접판매세계대회에 참석해 2026년 세계대회 한국유치에 성공했다

Chairman Han-Gill Park, Emphasis on Principles to CEOs of Global Direct Selling Companies

Korea to host 2026 Direct Selling World Congress–Opportunity to expand domestic and international base

박한길 회장, 세계적인 직판 기업 CEO들에게 원리원칙 강조

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

Chairman Han-Gill Park emphasized in a discussion with CEOs of global direct selling companies that sustainability can only be guaranteed by staying true to the principles. Chairman Park stated, "The direct selling industry does not have a good reputation because it did not stick to the basic principles of distribution, and sustainability is low because of this poor reputation. He stressed that to get out of this situation, direct selling must do these 5 things: ① sell good products at low prices, ② cause no harm, ③ contribute to the economy, ④ take part in sharing, and ⑤ be eco-friendly.

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

Efforts to Host World Congress Comes to Fruition

At the WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations) World Congress held in Dubai, United Arab Emirates last October, the Korea Direct Selling Industry Association (KDSA) chaired by Han-Gill Park announced that the World Congress will be hosted in Korea in 2026. Held every three years, the WFDSA World Congress is an event that brings together direct selling associations from 61 countries around the world to share and discuss important issues in the industry along with direct selling companies, government agencies, consumer organizations, and academia. KDSA Vice Chairman Won-Kyung Eo said, "Hosting the World Congress in Korea will serve as an opportunity to enhance the status of the direct selling industry domestically and expand its base," adding, "We will work actively to use this as a chance to realize new innovations through the creative ideas of participants." When Chairman Han-Gill Park was appointed president of KDSA in 2019, he mentioned the idea of hosting the WFDSA World Congress in Korea as a major business plan. Since then, he was the first representative of a Korean direct selling company to become a member of the WFDSA CEO Council and devoted himself to host-

세계 대회 유치를 위한 노력, 결실을 맺다

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

Young-Min Lee, editor

ing the World Congress. In addition, at the ASEAN Direct Selling Associations leaders meeting held at Atomy Park last year, Chairman Park appealed to association officials from Malaysia, Singapore, the Philippines, Thailand, India, and Vietnam for support in hosting the 2026 World Congress.

Direct selling in Korea began as a door-to-door sales method in the 1960s and has grown steadily to this day. According to WFDSA data, the size of the Korean direct selling market in 2022 reached $18.48 billion (~24 trillion KRW, based on the 2022 average exchange rate), the second largest in the world after the United States, which was at $40.52 billion. Divided into door-to-door sales, sponsored door-to-door sales, and multi-level sales, direct selling has continued to grow in Korea despite being subject to strict regulations. In particular, it has actively embraced IT technology and opened a new market by converging online and offline. In addition, industry leaders such as Atomy and Amway Korea are pioneering the field of "consumer-centered direct selling" by obtaining "Consumer Centered Management (CCM)" certification from the Korea Fair Trade Commission. KDSA Chairman Han-Gill Park said, “Thanks to the efforts of our member companies that Korea’s direct selling market has risen to second place in the world. Hosting the 2026 World Congress will serve as an opportunity for direct selling in Korea and around the world to mature and expand its scope.”

Direct Selling, Stay True to the Principles

The 2023 WFDSA World Congress took place for five days from October 15 to 19 with the theme of "Reimagine, Reinvent, and Redefine." Chairman of WFDSA Roger Barnett stated, "Direct selling not only encourages and supports good health and a balanced life for people but also forms a positive community. This World Congress has great significance as it is being held in the Middle East for the first time in history." He also expressed, "The world needs hope, innovation, community, and fair distribution of value, and our industry can provide all of this."

“For sustainability of the direct selling industry, it is important to adapt to changes, but it is even more important to stay true to the principles,” emphasized Chairman Han-Gill Park in a panel discussion while attending the WFDSA World Congress as chairman of the KDSA. He made it clear that selling good products at low prices is the basis of distribution. If direct selling becomes a model for selling good products at low prices, the direct selling industry will become a valuable industry for consumers, and thus the perception of direct selling will improve. Chairman Park said, “Atomy aims to sell products of the same quality at a lower price than discount stores.”

In a panel discussion called "AI, what should we know and how to navigate," members discussed how artificial intelligence is being used to assist business operators in their activities, manage consumers, and provide large-scale personalized services. Robert Cavitt, a direct sales training expert, emphasized that companies should become familiar with artificial intelligence across the board, but not force it where it is not necessary. He added, “Too many companies are trying to fit AI into everything,” saying, "We need to focus on where we can increase productivity and communicate continuously through dialogue and questions.”

필리핀, 태국, 인도, 베트남 등지의 협회 관계자들에게 2026년 세계 대회 유치에 대한 지지를 호소하기도 했다.

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

직접판매, 원리원칙에 충실해야

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

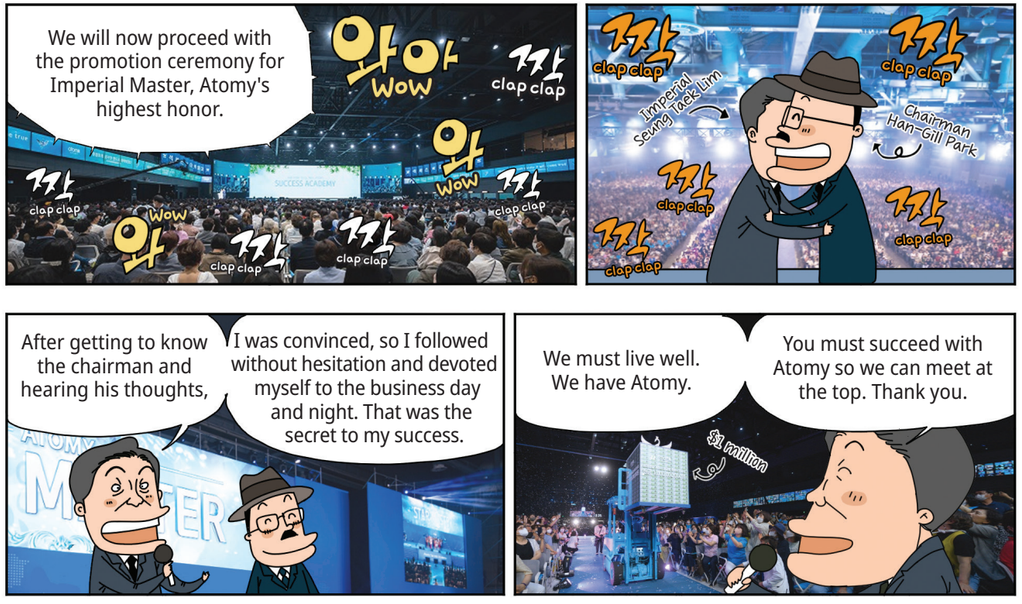
직판협회 회장 자격으로 WFDSA 세계 대회에 참석한 박한길 회장은 패널 토론을 통해 “직접판매 산업의 지속가능성을 위해서는 변화에 적응하는 것도 중요하지만 원리원칙에 충실히 지키는 것이 더 중요하다”고 강조했다. 박회장은 좋은 상품 싸게 파는 것이 유통의 기본이라는 점을 확실히 했다. 직접판매가 좋은 상품을 싸게 파는 모델이 된다면 직판산업이 소비자에게 가치 있는 산업이 되고 따라서 직판업계에 대한 인식도 좋아지기 때문이다. 박회장은 “애터미는 같은 품질이면 할인매장 보다 싸게 팔겠다는 목표를 가지고 있다”라고 말했다.

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

Chairman Han-Gill Park giving a panel talk as the president of KDSA
한국 직접판매협회장 자격으로 패널 토크 중인 박한길 회장



Imperial Master Seung Taek Lim

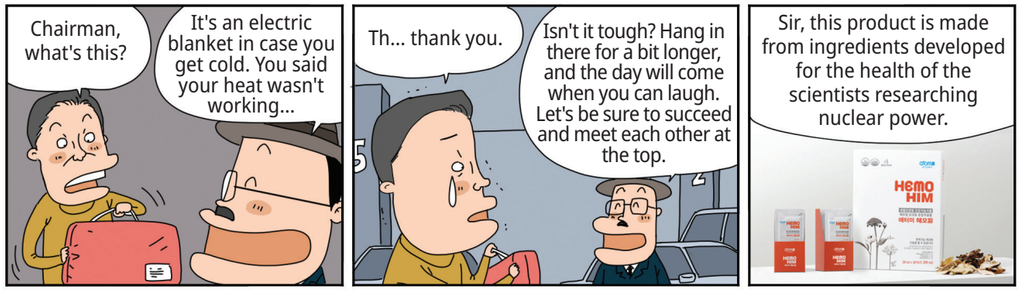


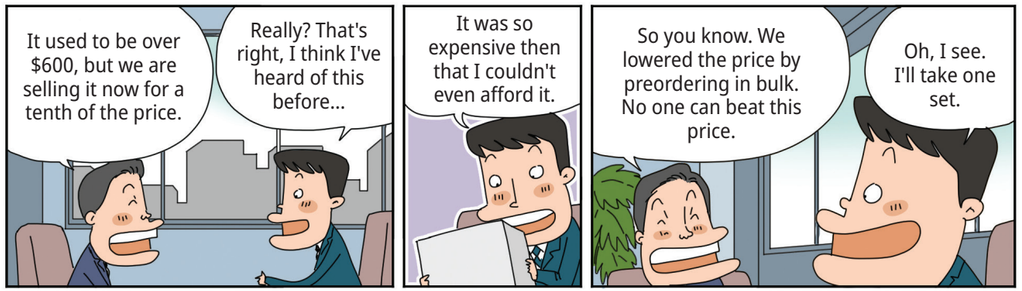
임승택 임페리얼마스터

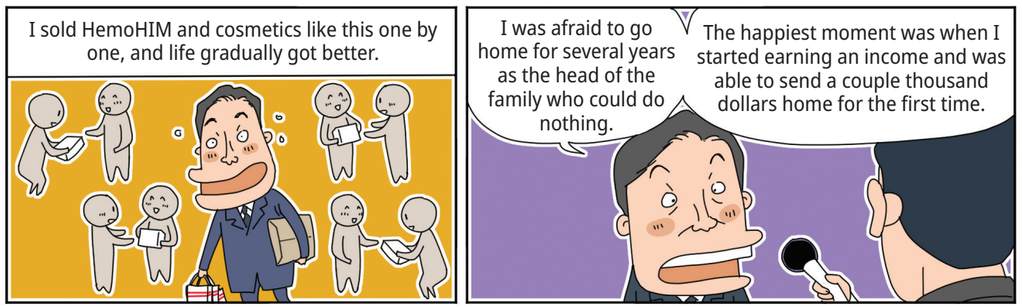


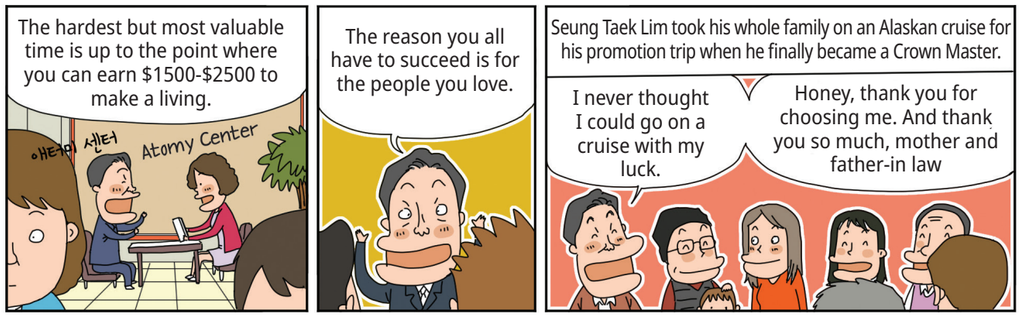

Then he heard the news of Atomy's founding and joined as member #3 among the 17 early members.
I was just drawn by Chairman Park's good management strategy.
Principled multi-level marketing is a business that can grow honestly with the amount of effort you put into it. Atomy is an MLM company driven by principles.
He was trustworthy and treated his partners well... I was convinced that I just had to follow him.
pumped
We are going to start selling HemoHIM for $60. Selling in bulk definitely lowers the price.
Chairman, isn't that too cheap? You could easily sell it for $160.
If HemoHIM sells well, others will try to copy the product and sell it.
It has to be so cheap from the start that it would feel impossible even if they tried.
we have to make it feel like it's impossible to compete from the start.
copy
HemoHIM
There's no way.
휙이이잉 whoosh
studio
Brrr... it's freezing. Why is the weather so cold these days?
ring
Hello?
덜덜덜덜 brrr
Mr. Lim, where are you? Did you have dinner?
Hi Chairman. Yes, I'm at my studio.
Did you pay your bills? Is the heater working?
Not yet...
I knew it. I brought you something. Come to the parking lot right now.
B-2
B-1
탁 clomp
탁 clomp
탁 clomp


그러다 애터미의 창립 소식을 듣고 합류, 회원번호 3번, 애터미 초창기 멤버 17인 중 한 명이 되었다.
그냥 박한길 회장님의 선한 경영전략에 마음이 끌렸어요.
원칙적인 다단계판매는 정직하게, 노력하는 만큼 성장할 수 있는 사업입니다. 애터미는 원칙중심으로 운영하는 다단계판매 회사 입니다.
믿을 수 있고, 파트너들을 대하는 자세나 이런 것에서도... 여튼 이분만 따라가면 된다는 확신이 들었어요.
빌끈
이제 헤모힘을 우리가 판매할 거예요. 가격은 76500원. 대량으로 판매하면 제품가는 낮아질 수 밖에 없습니다.
회장님, 너무 싸게 파는 것 아닌가요? 20만원대로도 충분히 판매할 수 있는데...
헤모힘이 잘 팔리면 여기저기서 헤모힘을 카피해서 팔려고 들거예요.
카피하더라도 오리지널 보다 싸게 팔 수 없을 만큼, 아예 처음부터 대적불가라는 생각이 들게 해야 합니다.
카피제품
헤모힘
도저히 따라 갈 수 없어.
휙이이잉
오피스텔
으~~~ 추워. 뭔 놈의 날씨가 주구장창 춥기만 한지...
떠리리
여보세요.
덜덜덜덜
임사장. 어디야? 저녁은 먹었어?
아 회장님. 네 지금 오피스텔입니다.
관리비는 냈어? 난방은 돼?
아직....
내 그럴 줄 알고 좋은 것 가져 왔으니까 주차장으로 바로 내려와 봐요,
B-2
B-1
탁
탁
탁


Chairman, what's this?
It's an electric blanket in case you get cold. You said your heat wasn't working...
Th... thank you.
Isn't it tough? Hang in there for a bit longer, and the day will come when you can law. Let's be sure to succeed and meet each other at the top.
Sir, this product is made from ingredients developed for the health of the scientists researching nuclear power.
HEMO HIM

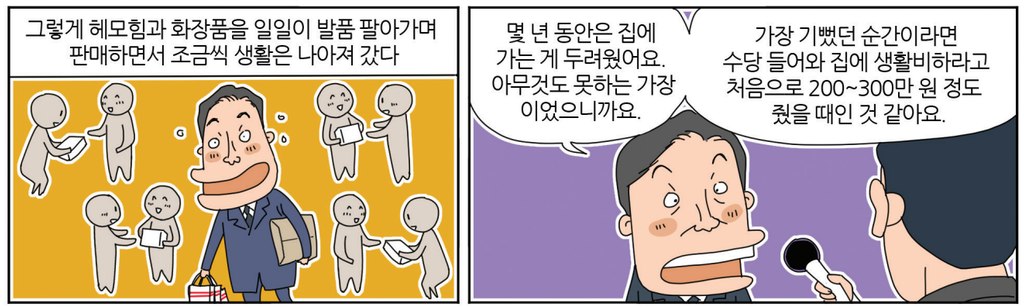

It used to be over $600, but we are selling it now for a tenth of the price.
Really? That's right, I think I've heard of this before...
It was so expensive then that I couldn't even afford it.
So you know. We lowered the price by preordering in bulk. No one can beat this price.
Oh, I see. I'll take one set.

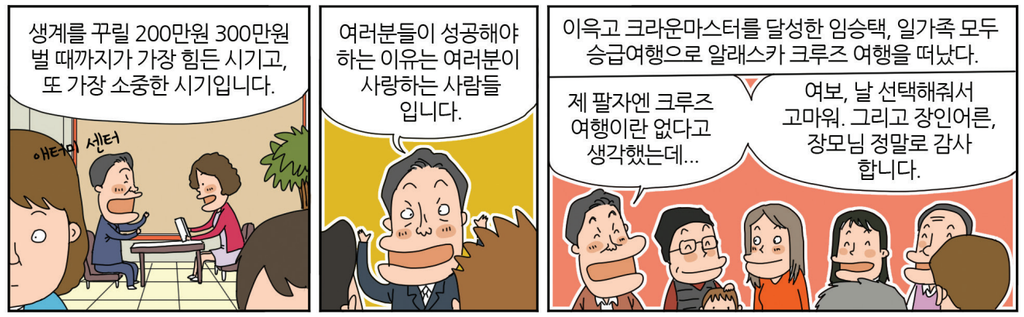

I sold HemoHIM and cosmetics like this one by one, and life gradually got better.
I was afraid to go home for several years as the head of the family who could do nothing.
The happiest moment was when I started earning an income and was able to send a couple thousand dollars home for the first time.

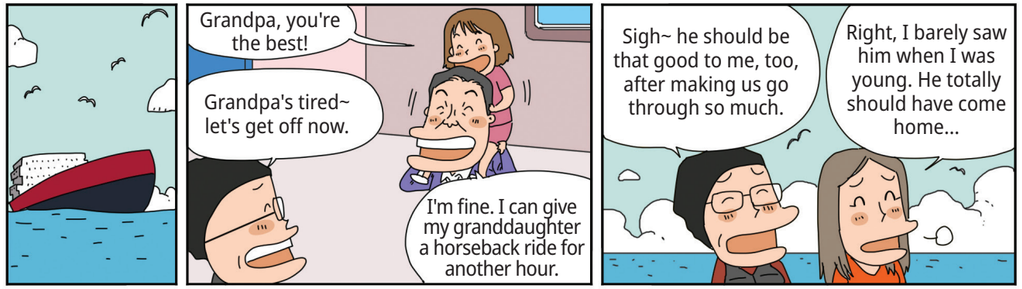

The hardest but most valuable time is up to the point where you can earn $1500-$2500 to make a living.
애터미 센터
Atomy Center
The reason you all have to succeed is for the people you love.
Seung Taek Lim took his whole family on an Alaskan cruise for his promotion trip when he finally became a Crown Master.
I never thought I could go on a cruise with my luck.
Honey, thank you for choosing me. And thank you so much, mother and father-in law

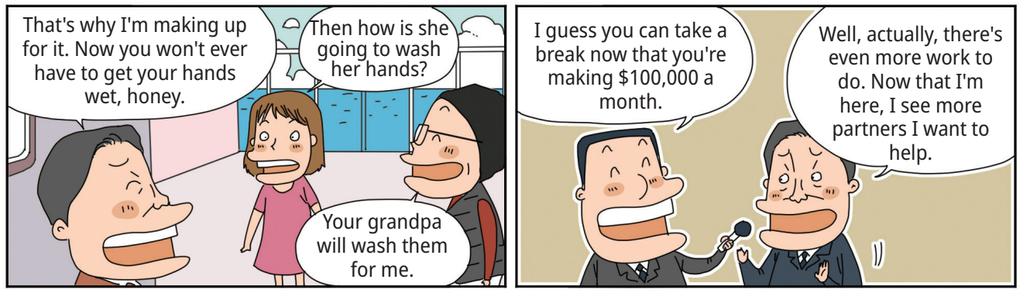

회장님, 이게 뭐지요?
전기장판인데, 추울까봐. 난방도 제대로 안된다며...
가..감사합니다.
많이 힘들죠? 조금만 참으면 웃을 날이 올 거예요. 반드시 성공해서 정상에서 만납시다.
사장님, 이게 원자력 연구하는 박사님들의 건강을 위해 개발한 성분으로 만든 제품이예요.
HEMO HIM

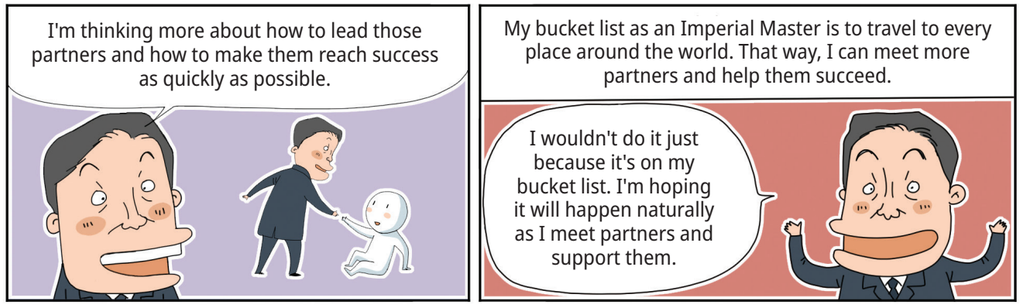

77만원 씩 팔던걸 이번에 저희가 그 1/10도 안 되는 가격에 파는 겁니다.
그래요? 아 맞아. 저번에 어디선가 봤는데...
그땐 진짜 비싸서 살 엄두를 못 냈었는데...
아 아시네. 저희가 대량 선주문해서 가격을 다운시켰거든요. 아무도 이 가격엔 팔 수 없을 겁니다.
아하... 그렇구나. 한 세트 주세요.

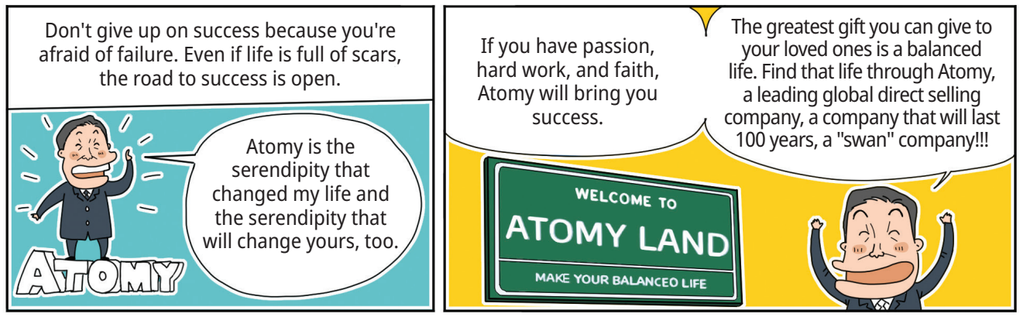

그렇게 헤모힘과 화장품을 일일이 발품 팔아가며 판매하면서 조금씩 생활은 나아져 갔다
몇 년 동안은 집에 가는 게 두려웠어요. 아무것도 못하는 가장이었으니까요.
가장 기뻤던 순간이라면 수당 들어와 집에 생활비하라고 처음으로 200~300만 원 정도 줬을 때인 것 같아요.

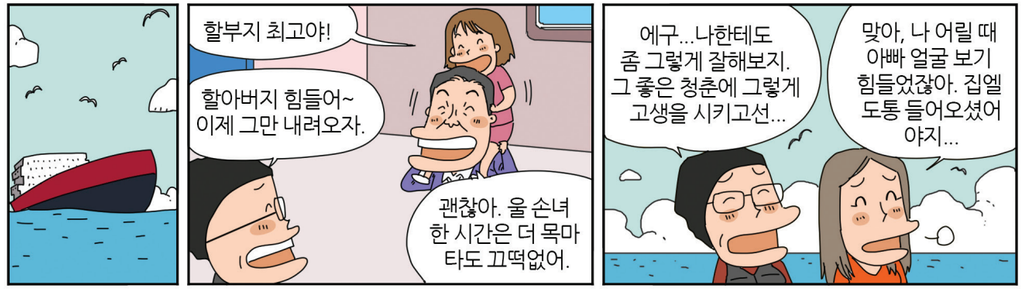

생계를 꾸릴 200만원 300만원 벌 때까지가 가장 힘든 시기고, 또 가장 소중한 시기입니다.
애터미 센터
여러분들이 성공해야 하는 이유는 여러분이 사랑하는 사람들 입니다.
이윽고 크라운마스터를 달성한 임승택, 일가족 모두 승급여행으로 알래스카 크루즈 여행을 떠났다.
제 팔자엔 크루즈 여행이란 없다고 생각했는데...
여보, 날 선택해줘서 고마워. 그리고 장인어른, 장모님 정말로 감사 합니다.


Grandpa, you're the best!
Grandpa's tired~ let's get off now.
I'm fine. I can give my granddaughter a horseback ride for another hour.
Sigh~ he should be that good to me, too, after making us go through so much.
Right, I barely saw him when I was young. He totally should have come home...

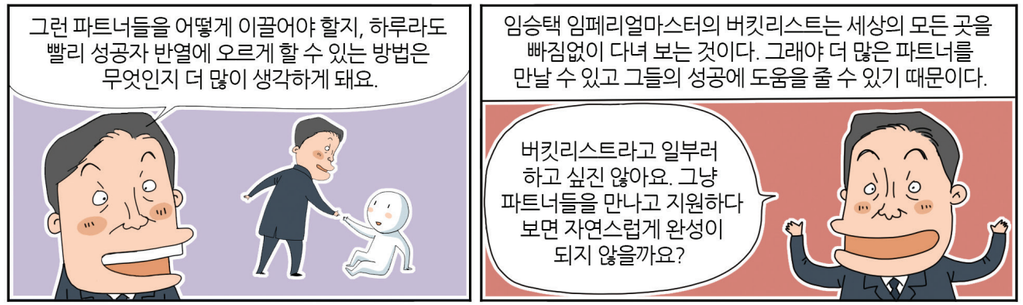

That's why I'm making up for it. Now you won't ever have to get your hands wet, honey.
Then how is she going to wash her hands?
Your grandpa will wash them for me.
I guess you can take a break now that you're making $100,000 a month.
Well, actually, there's even more work to do. Now that I'm here, I see more partners I want to help.

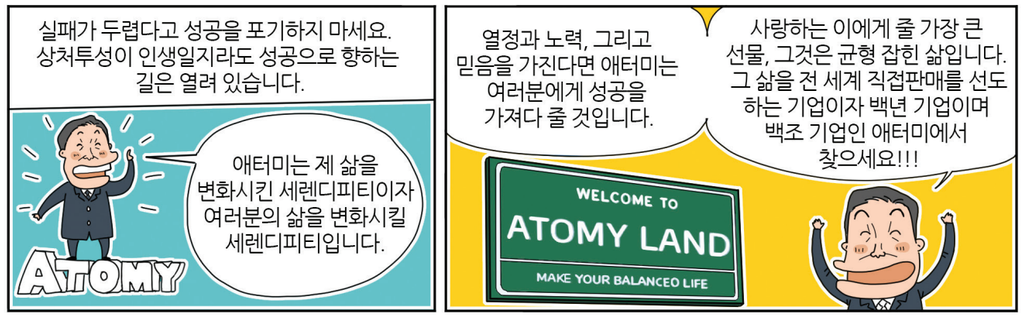

I'm thinking more about how to lead those partners and how to make them reach success as quickly as possible.
My bucket list as an Imperial Master is to travel to every place around the world. That way, I can meet more partners and help them succeed.
I wouldn't do it just because it's on my bucket list. I'm hoping it will happen naturally as I meet partners and support them.


Don't give up on success because you're afraid of failure. Even if life is full of scars, the road to success is open.
Atomy is the serendipity that changed my life and the serendipity that will change yours, too.
ATOMY
If you have passion, hard work, and faith, Atomy will bring you success.
The greatest gift you can give to your loved ones is a balanced life. Find that life through Atomy, a leading global direct selling company, a company that will last 100 years, a "swan" company!!!
WELCOME TO
ATOMY LAND
MAKE YOUR BALANCEO LIFE


할부지 최고야!
할아버지 힘들어~ 이제 그만 내려오자.
괜찮아. 울 손녀 한 시간은 더 목마 타도 끄떡없어.
에구...나한테도 좀 그렇게 잘해보지. 그 좋은 청춘에 그렇게 고생을 시키고선...
맞아, 나 어릴 때 아빠 얼굴 보기 힘들었잖아. 집엘 도통 들어오셨어야지...


그래서 이렇게 열심히 갚고 있잖아. 이제 당신 손에 물 묻힐 일 없을 거야.
그럼 손은 어떻게 씻어?
네 할아버지가 씻겨 주겠지 뭐.
이제 월 소득이 1억 원을 넘으실 테니 좀 쉬시겠네요?
웬걸요. 할 일이 더 많아진걸요. 여기 오니 도움을 주고 싶은 파트너들이 더 많이 보이네요.


그런 파트너들을 어떻게 이끌어야 할지, 하루라도 빨리 성공자 반열에 오르게 할 수 있는 방법은 무엇인지 더 많이 생각하게 돼요.
임승택 임페리얼마스터의 버킷리스트는 세상의 모든 곳을 빠짐없이 다녀 보는 것이다. 그래야 더 많은 파트너를 만날 수 있고 그들의 성공에 도움을 줄 수 있기 때문이다.
버킷리스트라고 일부러 하고 싶진 않아요. 그냥 파트너들을 만나고 지원하다 보면 자연스럽게 완성이 되지 않을까요?


실패가 두렵다고 성공을 포기하지 마세요. 상처투성이 인생일지라도 성공으로 향하는 길은 열려 있습니다.
ATOMY
애터미는 제 삶을 변화시킨 세렌디피티이자 여러분의 삶을 변화시킬 세렌디피티입니다.
열정과 노력, 그리고 믿음을 가진다면 애터미는 여러분에게 성공을 가져다 줄 것입니다.
사랑하는 이에게 줄 가장 큰 선물, 그것은 균형 잡힌 삶입니다. 그 삶을 전 세계 직접판매를 선도하는 기업이자 백년 기업이며 백조 기업인 애터미에서 찾으세요!!!
WELCOME TO
ATOMY LAND
MAKE YOUR BALANCEO LIFE

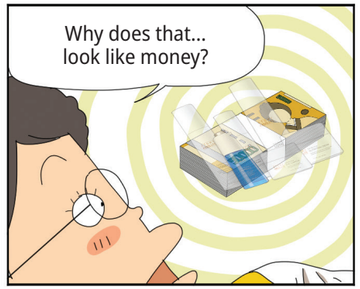
Imperial Master Hye Jeong Lee

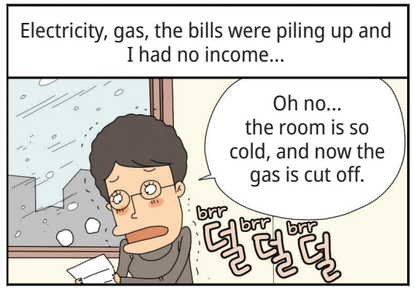


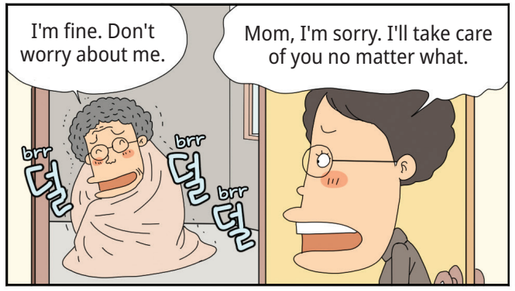
이혜정 임페리얼마스터



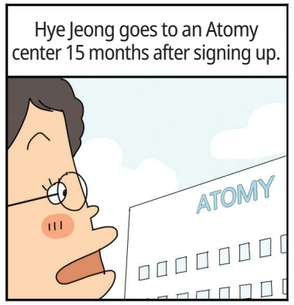

The cosmetics keep catching my eye.


Why does that... look like money?

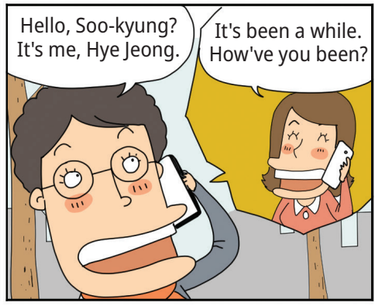

Electricity, gas, the bills were piling up and I had no income...
Oh no... the room is so cold, and now the gas is cut off.
brr
덜 덜 덜


I'm fine. Don't worry about me.
Mom, I'm sorry. I'll take care of you no matter what.
brr
덜 덜 brr 덜

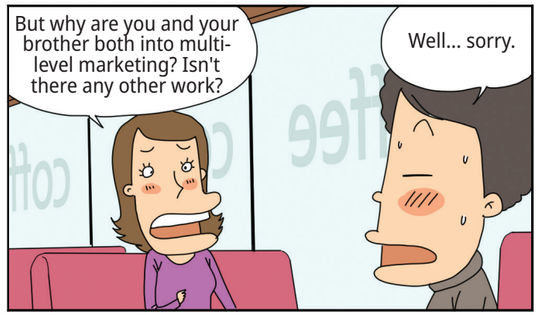

Hye Jeong Lee went out, but couldn't find any work.
My mom and I only have each other. If she collapses, I will too.


Hye Jeong goes to an Atomy center 15 months after signing up.
ATOMY


Right, Atomy products are good. If I only work hard...


Hello, Soo-kyung? It's me, Hye Jeong.
It's been a while. How've you been?


These are cosmetics. It's really affordable. Why don't you... try it?
Umm.... okay. How much? I'll take a box.


But why are you and your brother both into multi-level marketing? Isn't there any other work?
Well... sorry.


화장품이 자꾸 눈에 아른거리네.


저저...왜 저게 자꾸 돈으로 보이지?


이렇다할 수입도 없어, 전기세 가스비 등 고지서는 쌓이고...
이를 어째... 방이 냉골인데 가스 끊어졌다는 최고장이...
덜 덜 덜

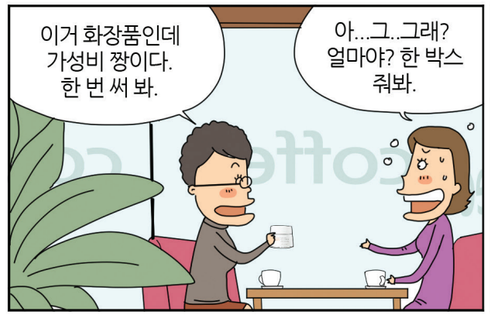

난 견딜만 해. 걱정 말렴.
엄마, 미안해. 내가 뭔 수를 써서라도 엄마 잘 모실게.
덜
덜 덜

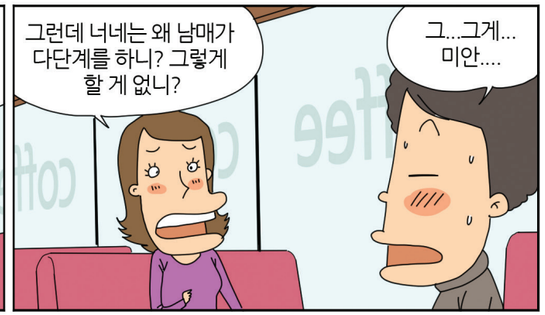

거리에 나온 이혜정, 그러나 할 만한 일은 보이지 않고...
세상에는 나와 엄마뿐이야. 엄마가 쓰러지면 나도 쓰러지는 거야.

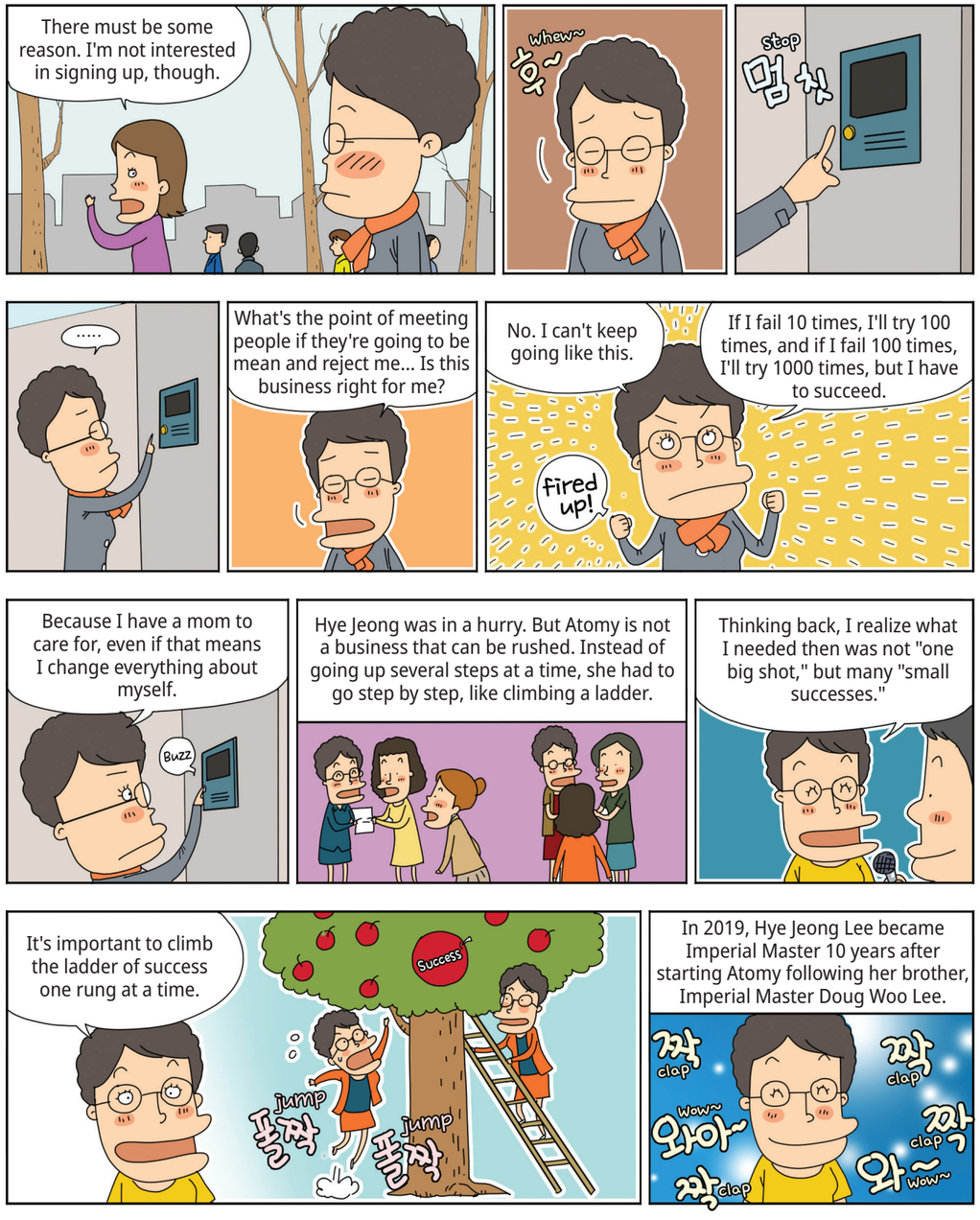

가입한지 1년 3개월 만에 애터미 센터에 간 이혜정.
ATOMY


그래. 애터미 제품은 좋잖아. 열심히만 한다면....


여보세요? 수경아 나 혜정이야.
오랜만이다 얘. 잘 지냈어?


이거 화장품인데 가성비 짱이다. 한 번 써 봐.
아...그..그래? 얼마야? 한 박스 줘봐.


그런데 너네는 왜 남매가 다단계를 하니? 그렇게 할 게 없니?
그...그게... 미안....


There must be some reason. I'm not interested in signing up, though.
Whew~
휴~
Stop
멈 칫
.....
What's the point of meeting people if they're going to be mean and reject me... Is this business right for me?
No. I can't keep going like this.
If I fail 10 times, I'll try 100 times, and if I fail 100 times, I'll try 1000 times, but I have to succeed.
fired up!
Because I have a mom to care for, even if that means I change everything about myself.
Buzz
Hye Jeong was in a hurry. But Atomy is not a business that can be rushed. Instead of going up several steps at a time, she had to go step by step, like climbing a ladder.
Thinking back, I realize what I needed then was not "one big shot," but many "small successes."
It's important to climb the ladder of success one rung at a time.
Success
jump
폴짝
jump
폴짝
In 2019, Hye Jeong Lee became Imperial Master 10 years after starting Atomy following her brother, Imperial Master Doug Woo Lee.
짝 clap
짝 clap
Wow~
와아~
짝 clap
짝 clap
와~ Wow~


뭐 그럴 사정이 있겠지. 난 가입은 못해주겠다.
휴~
멈 칫
.....
만나면 뭐해, 비아냥 대면서 거절이나 할텐데...내가 이 사업을 하는 게 맞을라나?
아냐. 이러고 있을 수만은 없어.
열 번 실패하면 백번 도전하고 백번 실패하면 천번 도전해서라도 난 성공해야 돼.
불끈!
내겐 엄마가, 내 모든 것을 다 바꿔서라도 모셔야 할 엄마가 있으니까.
띵똥
이혜정은 급했다. 그러나 애터미는 서두른다고 서둘러지는 사업이 아니다.한 번에 몇 계단 올라가는 것이 아니라 사다리를 오르듯 한 칸 한 칸 올라야 했다.
뒤늦게 깨달았어요. 그 당시에 내게 필요한 것은 '큰 한방'이 아니라 수많은 '작은 성공' 이었다는 것을요
성공의 사닥다리를 한 칸 한 칸 오르는 게 중요하다는 걸요.
성공
폴짝
폴짝
2019년, 애터미 시작한 지 10년, 오빠 이덕우 임페리얼마스터에 이어 임페리얼마스터가 된 이혜정,
짝
짝
와아~
짝
짝
와~

The two became the first Imperial Master siblings of Atomy.

I will donate the entire $1 million along with the extra $100,000 from the Chairman to the Community Chest of Korea organization.

I will give children in need a ladder of education to help them escape poverty.

Now that I've made it up here, I've realized something.

Having a good business does not make me happy, and neither does becoming an Imperial Master.

The point is, for me to be happy, I want my partners and everyone here to become Imperial Masters.

How many toothbrushes have been rejected so far? How many products have been sent overseas?

And how much sweat and pain of rejection have my partners felt?

Do you think I am happy standing up here? If I want to become happy, all of you have to become Imperials.

I will never forget the sweat and tears you shed for me to become an Imperial.

I want you all to join me at the top. I will do everything in my power to pull you up here.

Atomy is a company that can take you and me to the top. Have faith and go for it.

clap

둘은 애터미 최초의 남매 임페리얼이 됐다

오늘 받은 이 10억에 회장님이 보탠 1억을 합해 사랑의 열매에 전액 기부하겠습니다.

어려운 아이들에게 가난을 벗어날 수 있도록 교육의 사닥다리를 선물할 겁니다.

제가 이 자리에 올라 보니 깨달은 게 있습니다.

사업이 잘 된다고 행복한 것이 아닙니다. 제가 임페리얼이 되었다고 행복한 게 아닙니다.

요점은 제가 행복하기 위해서는 파트너들이, 여기 계신 모든 분들이 임페리얼이 되어야 한다는 것입니다.

여기까지 거절당한 칫솔이 몇 개나 될까요? 해외엔 얼마나 많은 제품들을 보냈을까요?

그리고 제 파트너들은 얼마나 많은땀과 거절의 아픔을 겪었을까요?

제가 지금 이 자리에 있다고 행복할까요? 제가 행복해지려면 여러분 모두가 임페리얼에 올라야 합니다.

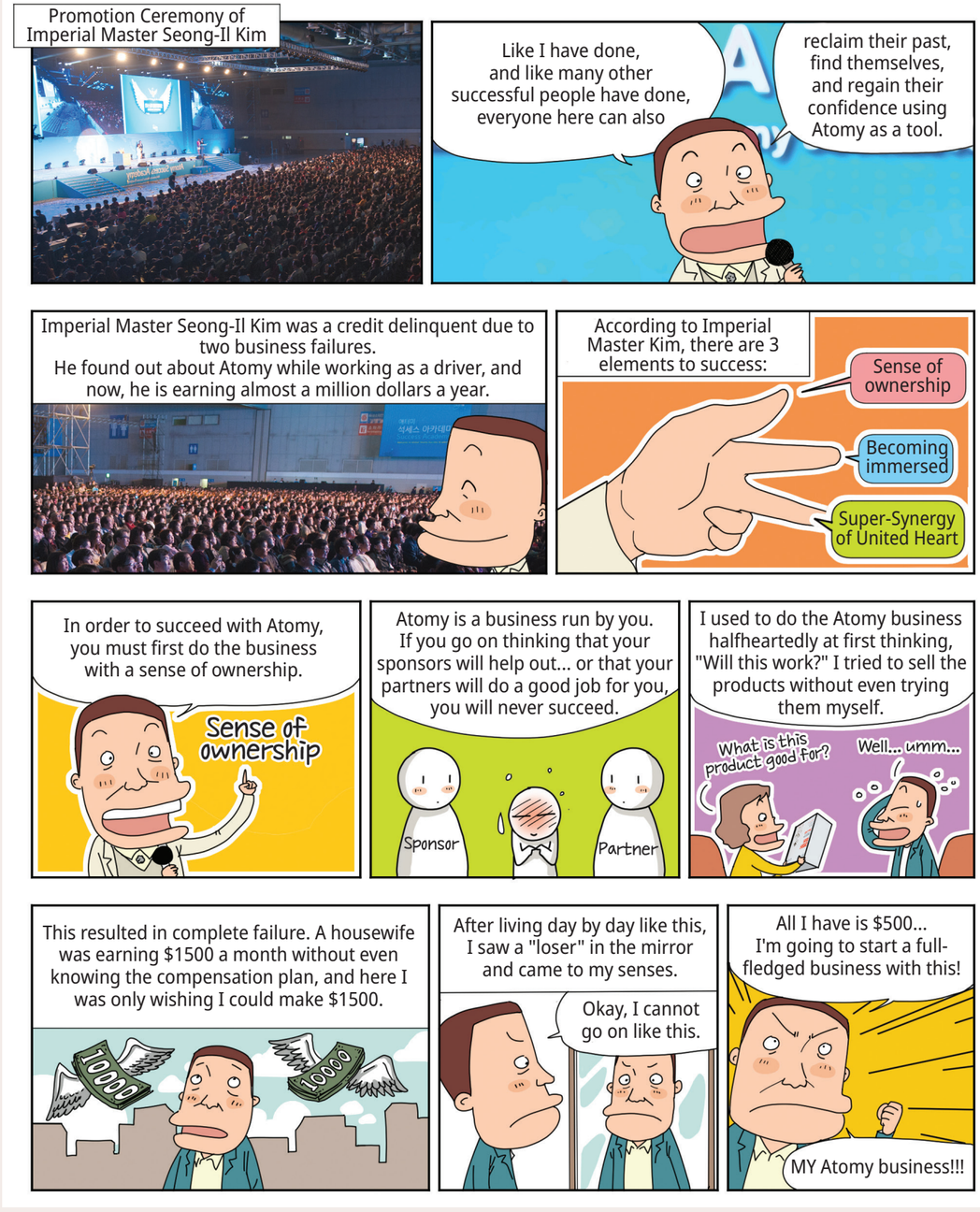
제가 임페리얼이 되기 위해 어러분들이 흘린 그 땀과 눈물을 저는 잊을 수 없습니다.

여러분, 저와 같이 정상에서 만납시다. 제 힘이 닿는 한 여러분들이 정상에 오를 수 있도록 끌어드리겠습니다.

애터미는 저와 여러분 모두가 정상에 오를 수 있는 회사입니다. 믿고 도전하십시오.

짝 clap

Imperial Master Seong Il Kim



김성일 임페리얼마스터



Frustrated with his sluggish business, Seong-Il Kim called his sponsor to ask for help.

Hi Seong-Il, How's it going? Is your business doing okay?

Umm... I guess. How are you? Let's meet up soon.

With this call, Seong-Il Kim made up his mind.

This is work I have to do myself, so why am I depending on others... I will never think such shameful thoughts again.

Seong-Il Kim gained a sense of ownership with this realization that Atomy is "my" business that I have to do "myself".

You know the saying: "Heaven helps those who help themselves."

When I really really started working hard wholeheartedly, people would notice and start helping out automatically.

For anyone who starts the Atomy business, the one thing you should engrave in your heads and hearts and never forget is a "sense of ownership."

Sense of ownership

Just remember that when you do your own business yourself, the road to success will open up in the end.

The second is becoming immersed. If you've made up your mind to do the Atomy business, then do not sway to the left or right.

Becoming immersed

You can succeed in the Atomy business without capital, skills, or connections, but you have to pour your all into it.

Let's say you started your own business. What are you going to do?

Good location
Sales
Economic conditions
Raw material cost
Interior
Personnel expenses
Part-time workers
Rent

지지부진하던 사업에 답답한 김성일, 스폰서에게 도와달라고 할 요량으로 전화한다.

성일씨 왠일이야? 사업 잘 하고 있어?

아...네.. 잘 지내시죠? 조만간 한 번 뵙겠습니다.

이 전화를 끝으로 김성일 임페리얼은 결심했다.

내가 해야 하는 일인데 남에게 의지하려고만 하다니... 내 다시는 이 부고럽고 창피한 생각을 절대 하지 말아야지.

그렇게 김성일은 애터미 사업이 '**내**' 것이고 '**내**'가 해야 하는 것이라는 주인의식을 가졌다.

왜 하늘은 스스로 돕는 사람을 돕는다는 속담도 있잖아요.

내가 진짜, 진짜 간절하게 열심히 일하니까, 그 모습을 지켜보고 있으신 분들이 저절로 도와주게 되더라고요.

애터미 사업을 시작 하신 분들이 절대 잊지 말고 가슴에, 머리에 각인시켜놓아야 할 것 바로 '주인의식'입니다.

주인의식

명심하십시오. 여러분의 사업은 여러분이 스스로 할 때, 비로소 성공으로 향한 길이 열리게 된다는 것을.

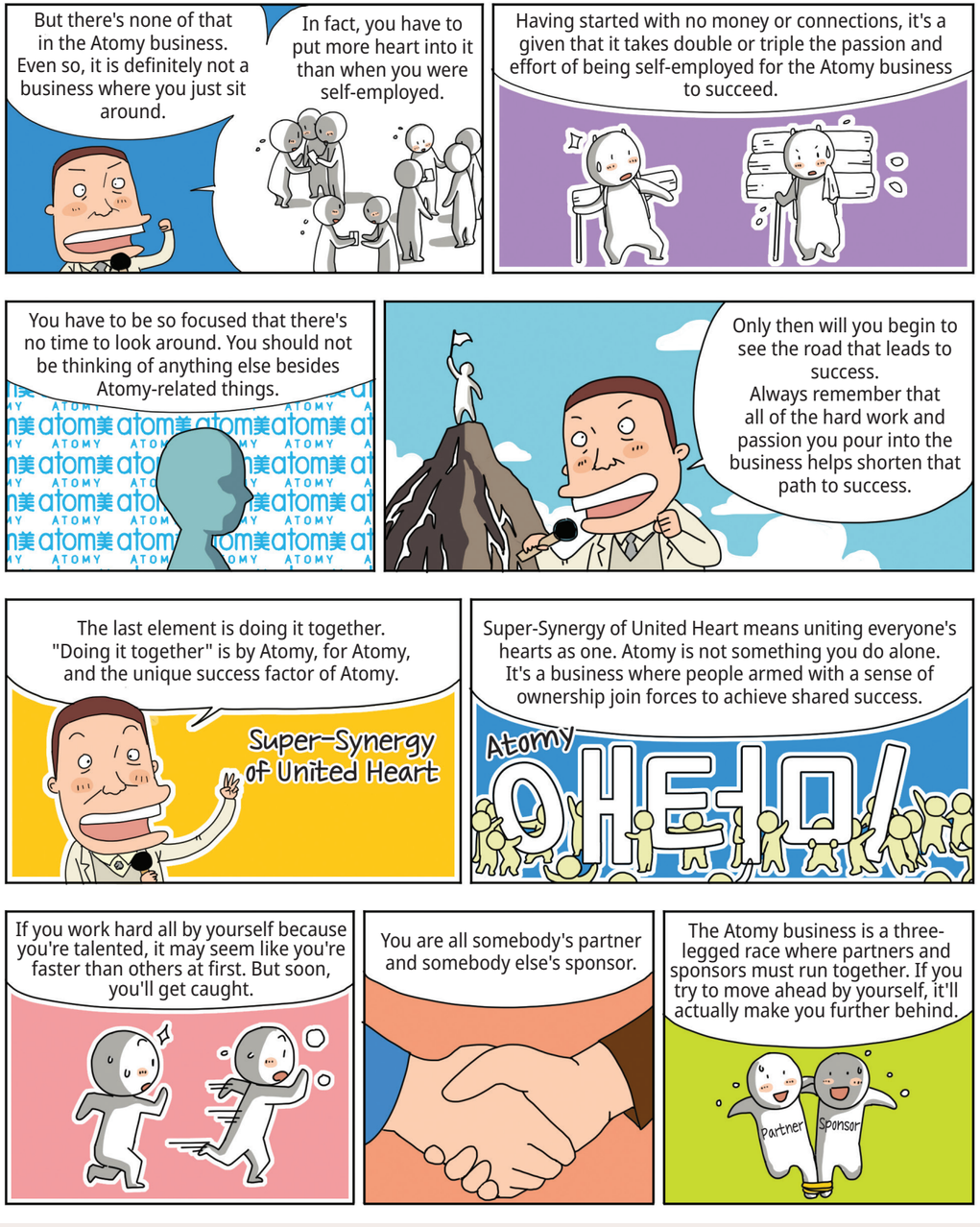
두 번째는 몰입입니다. 일단, 애터미 사업을 하기로 결심하셨으면 좌고우면하지 마십시오.

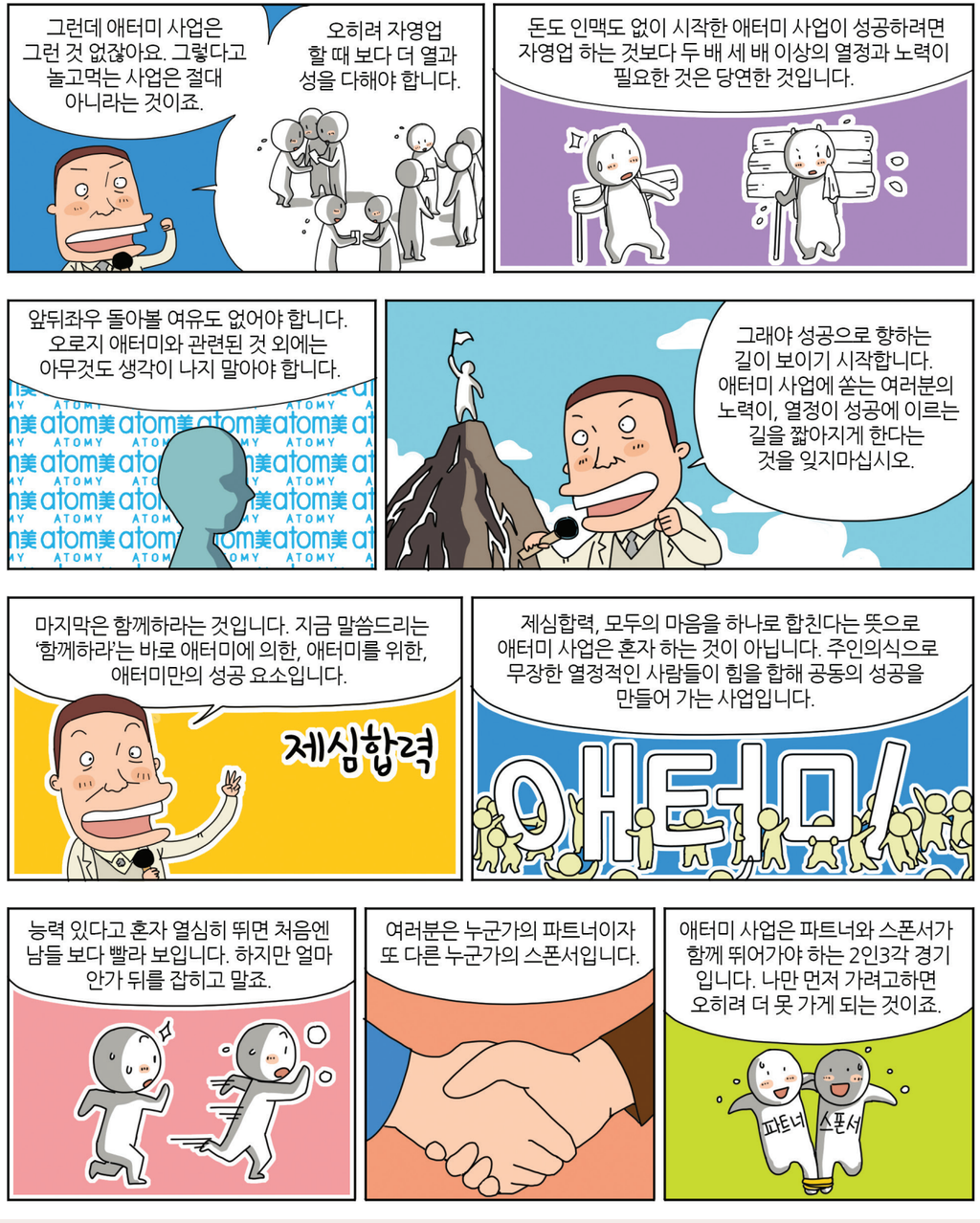
몰입

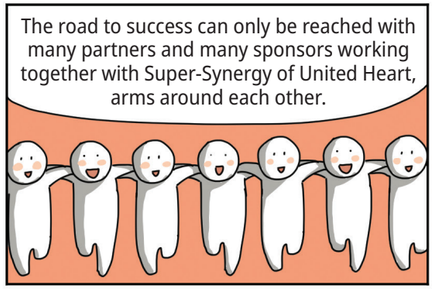
애터미 사업은 자본과 기술, 인맥이 없어도 성공할 수 있지만, 자신의 모든 것을 쏟아 부어야 합니다.

여러분이 만약 자영업을시작했다손 칩시다. 그러면 어떻게 할까요?

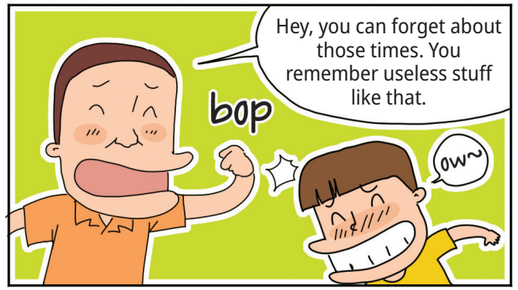
목 좋은 장소
매출
경기
원재료 값
인테리어
인건비
알바생
임대료

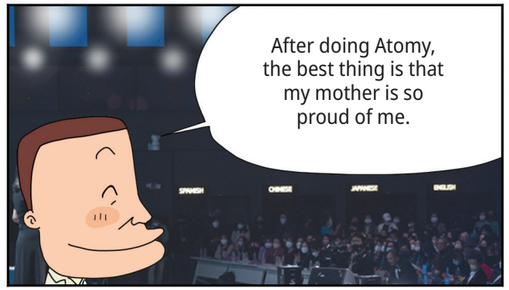

But there's none of that in the Atomy business. Even so, it is definitely not a business where you just sit around.
In fact, you have to put more heart into it than when you were self-employed.
Having started with no money or connections, it's a given that it takes double or triple the passion and effort of being self-employed for the Atomy business to succeed.
You have to be so focused that there's no time to look around. You should not be thinking of anything else besides Atomy-related things.
Only then will you begin to see the road that leads to success. Always remember that all of the hard work and passion you pour into the business helps shorten that path to success.
The last element is doing it together. "Doing it together" is by Atomy, for Atomy, and the unique success factor of Atomy.
Super-Synergy of United Heart
Super-Synergy of United Heart means uniting everyone's hearts as one. Atomy is not something you do alone. It's a business where people armed with a sense of ownership join forces to achieve shared success.
Atomy
애터미
If you work hard all by yourself because you're talented, it may seem like you're faster than others at first. But soon, you'll get caught.
You are all somebody's partner and somebody else's sponsor.
The Atomy business is a three-legged race where partners and sponsors must run together. If you try to move ahead by yourself, it'll actually make you further behind.
Partner
Sponsor


그런데 애터미 사업은 그런 것 없잖아요. 그렇다고 놀고먹는 사업은 절대 아니라는 것이죠.
오히려 자영업 할 때 보다 더 열과 성을 다해야 합니다.
돈도 인맥도 없이 시작한 애터미 사업이 성공하려면 자영업 하는 것보다 두 배 세 배 이상의 열정과 노력이 필요한 것은 당연한 것입니다.
앞뒤좌우 돌아볼 여유도 없어야 합니다. 오로지 애터미와 관련된 것 외에는 아무것도 생각이 나지 말아야 합니다.
그래야 성공으로 향하는 길이 보이기 시작합니다. 애터미 사업에 쏟는 여러분의 노력이, 열정이 성공에 이르는 길을 짧아지게 한다는 것을 잊지마십시오.
마지막은 함께하라는 것입니다. 지금 말씀드리는 '함께하라'는 바로 애터미에 의한, 애터미를 위한, 애터미만의 성공 요소입니다.
제심합력
제심합력, 모두의 마음을 하나로 합친다는 뜻으로 애터미 사업은 혼자 하는 것이 아닙니다. 주인의식으로 무장한 열정적인 사람들이 힘을 합해 공동의 성공을 만들어 가는 사업입니다.
애터미
능력 있다고 혼자 열심히 뛰면 처음엔 남들 보다 빨라 보입니다. 하지만 얼마 안가 뒤를 잡히고 말죠.
여러분은 누군가의 파트너이자 또 다른 누군가의 스폰서입니다.
애터미 사업은 파트너와 스폰서가 함께 뛰어가야 하는 2인3각 경기입니다. 나만 먼저 가려고하면 오히려 더 못 가게 되는 것이죠.
파트너
스폰서

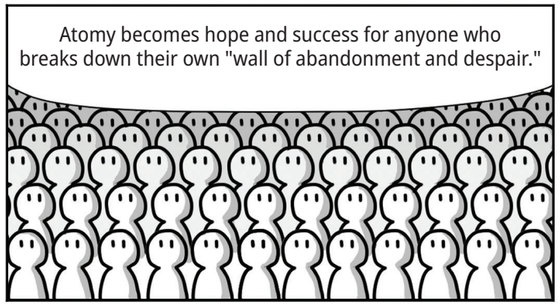

The road to success can only be reached with many partners and many sponsors working together with Super-Synergy of United Heart, arms around each other.

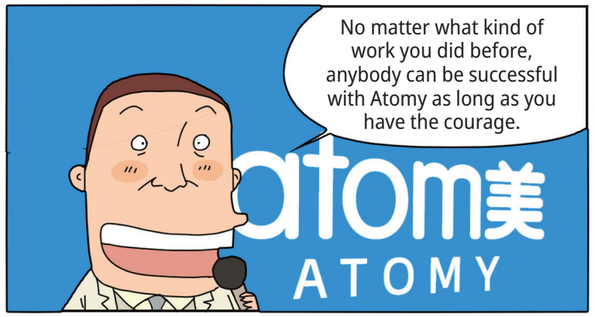

Dad, this place is really nice. Let's come again next year.
younger son
Really? If you like it that much, we can definitely come again.
Before, we couldn't even afford to buy a backpack...
older son

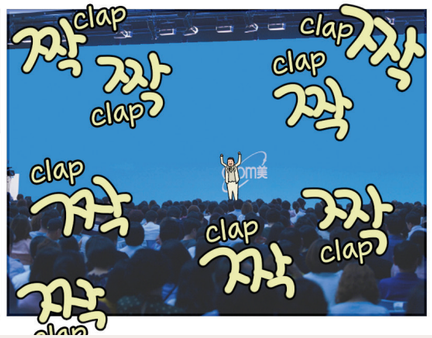

Hey, you can forget about those times. You remember useless stuff like that.
bop
ow~


After doing Atomy, the best thing is that my mother is so proud of me.


I couldn't keep my father's will, and I always let him down, but now my mother goes around the neighborhood bragging about me.
My son...
My son...


Atomy becomes hope and success for anyone who breaks down their own "wall of abandonment and despair."

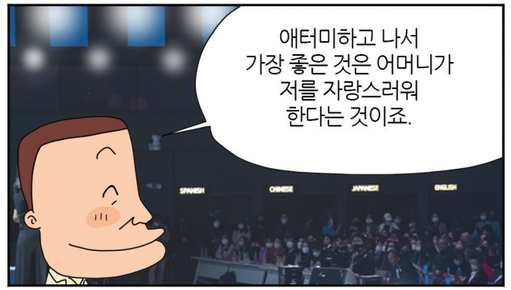

No matter what kind of work you did before, anybody can be successful with Atomy as long as you have the courage.
atom美
ATOMY


clap
clap
clap
clap
clap
clap
clap

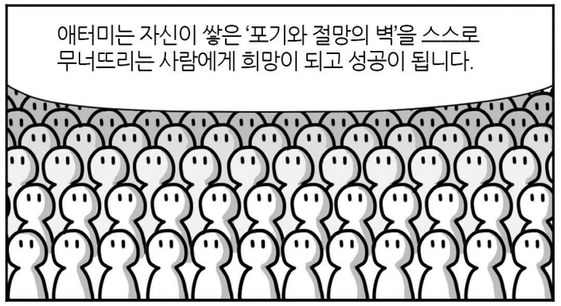

성공으로 향하는 길은 수많은 파트너와 수많은 스폰서가 서로 어깨동무하며 제심합력해야 비로소 갈 수 있는 길입니다.

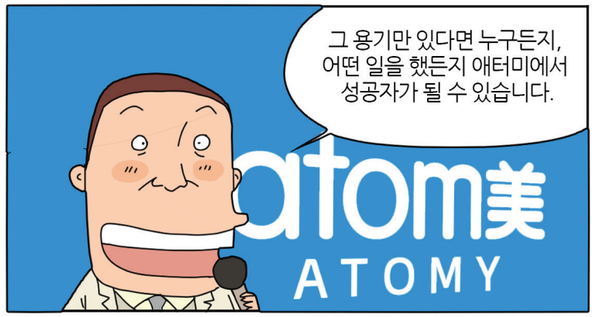

아빠, 여기 정말 좋다. 내년에 또 오자
작은아들
그래? 울 아들이 좋다면 얼마든지 와야지.
옛날엔 돈이 없어 책가방 하나도 못샀는데...
큰아들


임마, 그런 것은 잊어도 되는 거야. 쓸데없는 걸 다 기억하고 있어
끙
하~


애터미하고 나서 가장 좋은 것은 어머니가 저를 자랑스러워 한다는 것이죠.

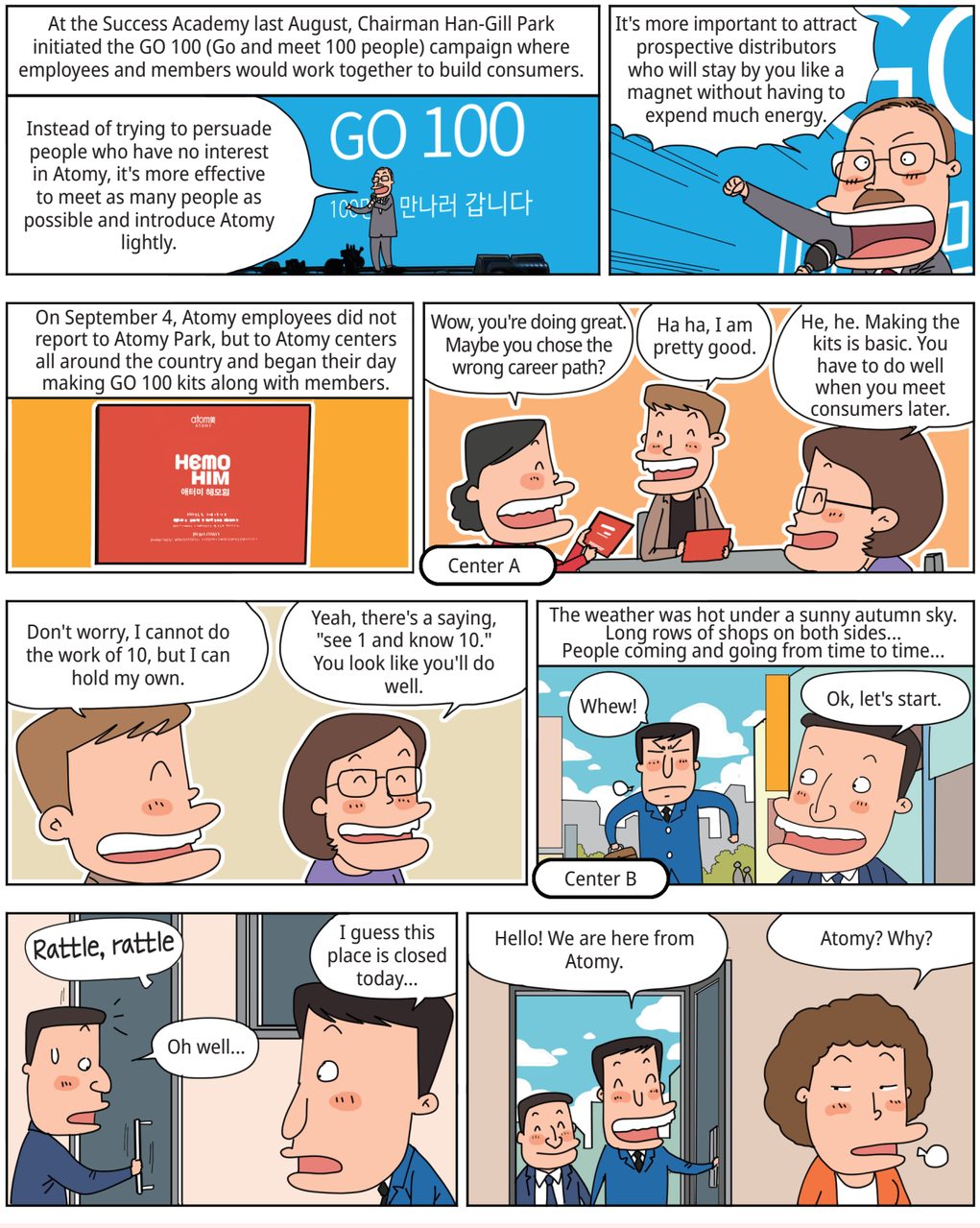

아버지 유언을 못 지키고 맨날 속만 썩여 드렸는데 이제 어머니가 동네사람들 에게 저를 자랑하고 다니시니까요.
우리 아들이...
우리 아들이...


애터미는 자신이 쌓은 '포기와 절망의 벽'을 스스로 무너뜨리는 사람에게 희망이 되고 성공이 됩니다.


그 용기만 있다면 누구든지, 어떤 일을 했든지 애터미에서 성공자가 될 수 있습니다.
atom美
ATOMY


짝
짝
짝
짝
짝
짝

GO 100


At the Success Academy last August, Chairman Han-Gill Park initiated the GO 100 (Go and meet 100 people) campaign where employees and members would work together to build consumers.
Instead of trying to persuade people who have no interest in Atomy, it's more effective to meet as many people as possible and introduce Atomy lightly.
GO 100
100명 만나러 갑니다
It's more important to attract prospective distributors who will stay by you like a magnet without having to expend much energy.
On September 4, Atomy employees did not report to Atomy Park, but to Atomy centers all around the country and began their day making GO 100 kits along with members.
HEMO HIM
애터미 헤모힘
Wow, you're doing great. Maybe you chose the wrong career path?
Ha ha, I am pretty good.
He, he. Making the kits is basic. You have to do well when you meet consumers later.
Center A
Don't worry, I cannot do the work of 10, but I can hold my own.
Yeah, there's a saying, "see 1 and know 10." You look like you'll do well.
The weather was hot under a sunny autumn sky. Long rows of shops on both sides... People coming and going from time to time...
Whew!
Ok, let's start.
Center B
Rattle, rattle
Oh well...
I guess this place is closed today...
Hello! We are here from Atomy.
Atomy? Why?

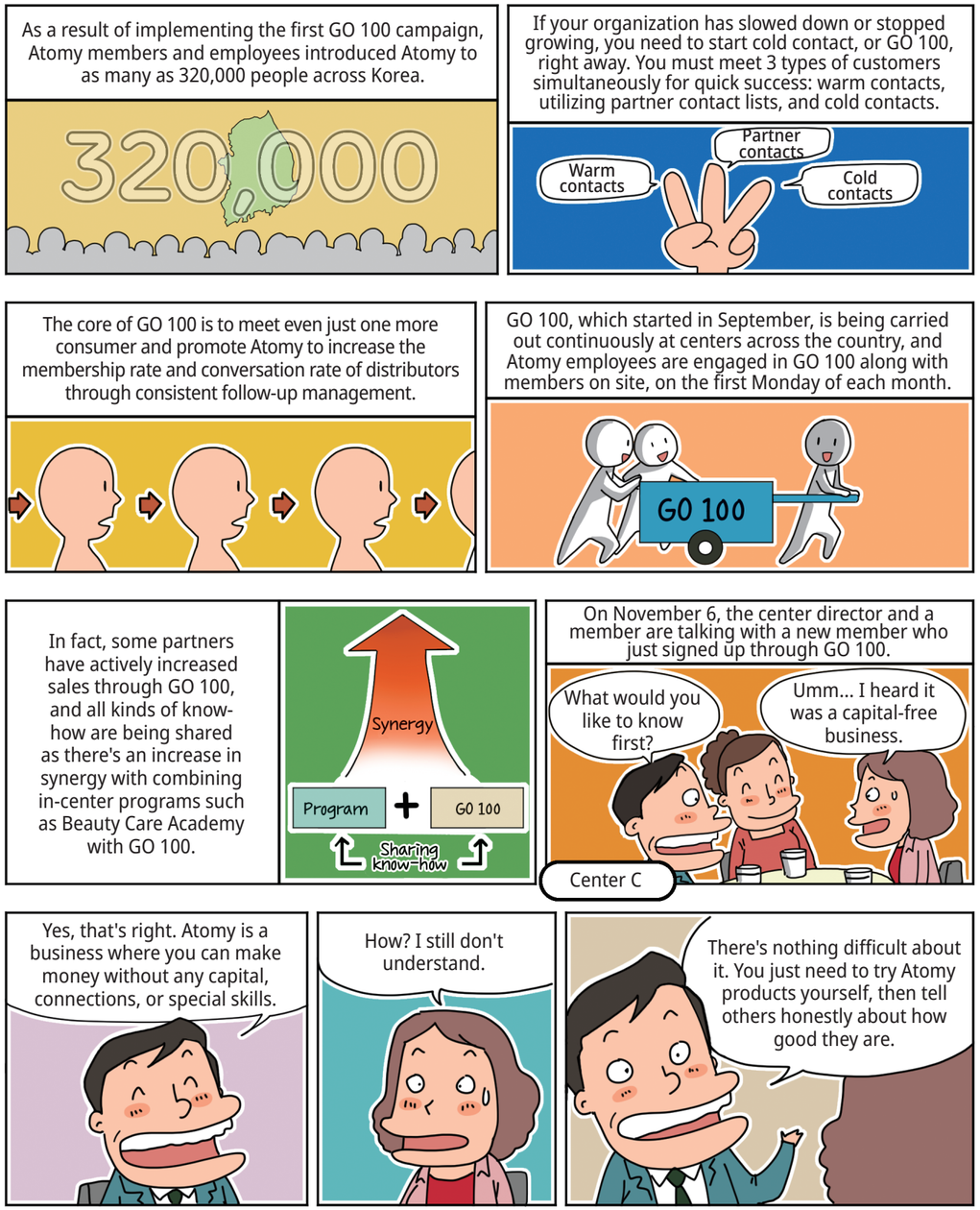
백만갑

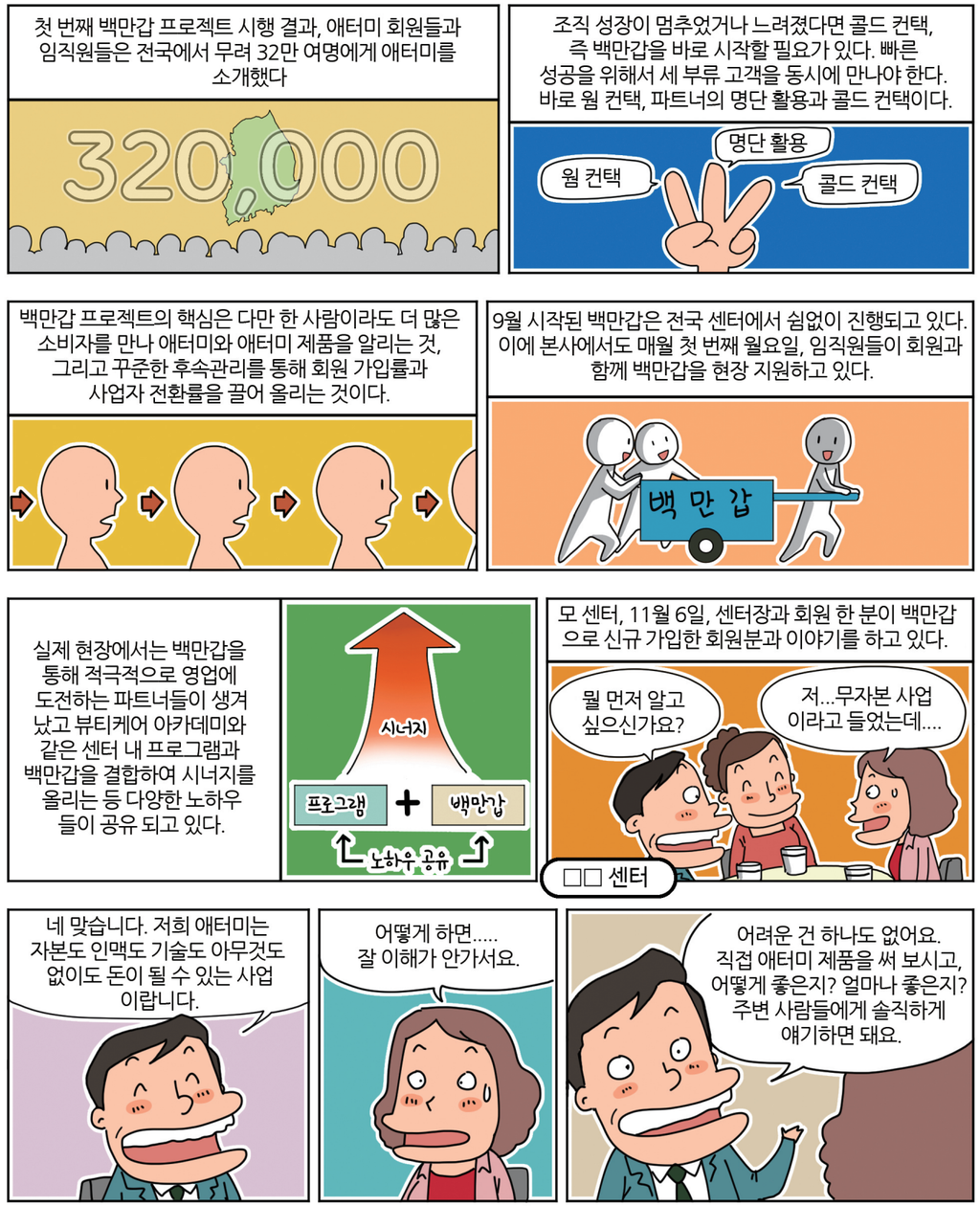

지난 8월 석세스아카데미, 박한길 회장은 임직원과 회원들이 합력하여 소비자를 구축하는 '백.만.갑(백명을 만나러 갑니다) 프로젝트'를 진행한다고 발표했다.
애터미에 관심없는 사람을 설득하기보다 최대한 많은 사람들을 만나 애터미를 가볍게 소개하는 것이 더 효과가 커요.
백.만.갑
100명 만나러 갑니다
큰 에너지를 들이지 않아도 자석처럼 따라 붙는 예비 사업자를 발굴하는 것이 더 중요합니다.
9월 4일, 애터미 임직원은 애터미파크가 아닌 전국의 애터미 센터로 출근, 회원들과 함께 백만갑 키트를 만들며 하루 일과를 시작했다.
HEMO HIM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

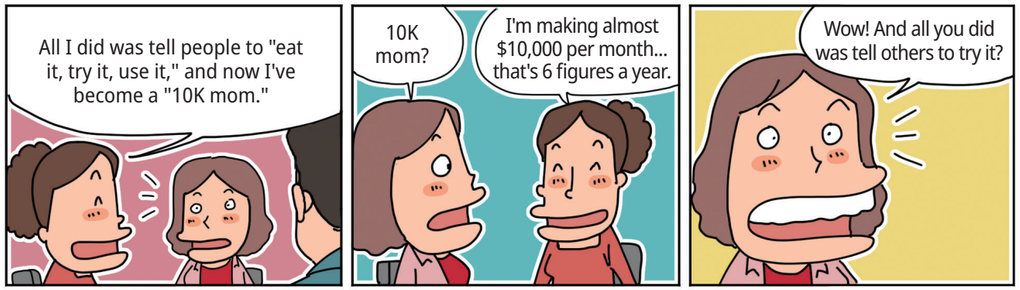
Jae-Ho Heo, cartoonist

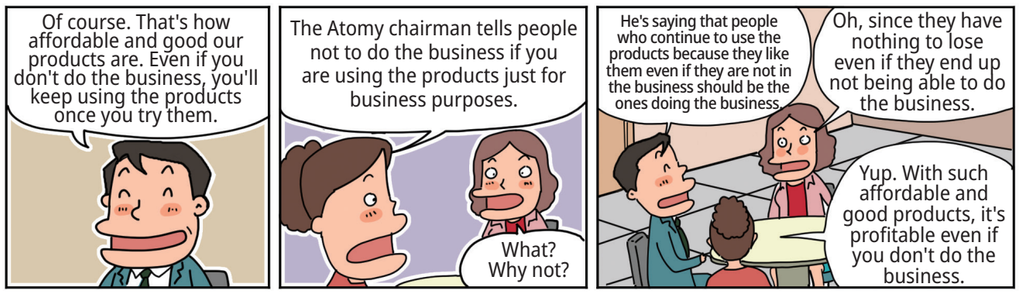


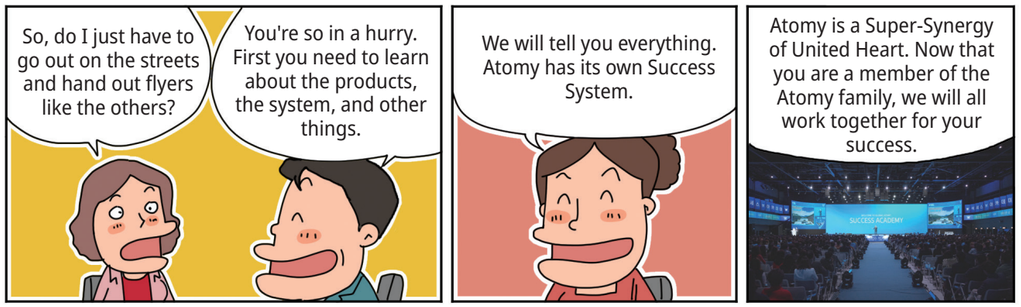


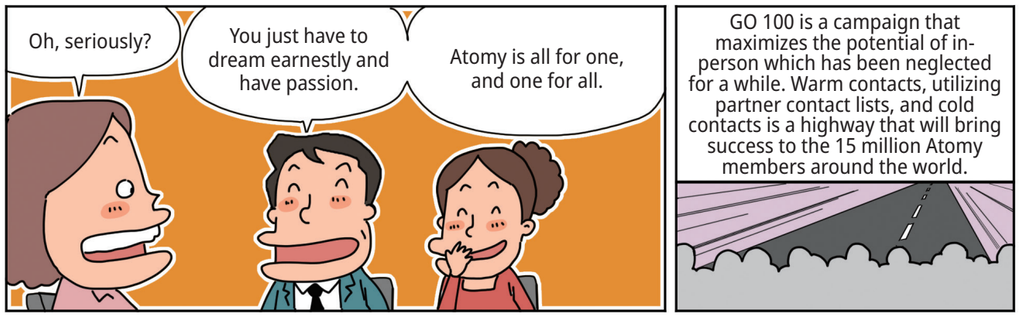

As a result of implementing the first GO 100 campaign, Atomy members and employees introduced Atomy to as many as 320,000 people across Korea.
320,000
If your organization has slowed down or stopped growing, you need to start cold contact, or GO 100, right away. You must meet 3 types of customers simultaneously for quick success: warm contacts, utilizing partner contact lists, and cold contacts.
Warm contacts
Partner contacts
Cold contacts
The core of GO 100 is to meet even just one more consumer and promote Atomy to increase the membership rate and conversation rate of distributors through consistent follow-up management.
GO 100, which started in September, is being carried out continuously at centers across the country, and Atomy employees are engaged in GO 100 along with members on site, on the first Monday of each month.
GO 100
In fact, some partners have actively increased sales through GO 100, and all kinds of know-how are being shared as there's an increase in synergy with combining in-center programs such as Beauty Care Academy with GO 100.
Synergy
Program
+
GO 100
Sharing know-how
On November 6, the center director and a member are talking with a new member who just signed up through GO 100.
What would you like to know first?
Umm... I heard it was a capital-free business.
Center C
Yes, that's right. Atomy is a business where you can make money without any capital, connections, or special skills.
How? I still don't understand.
There's nothing difficult about it. You just need to try Atomy products yourself, then tell others honestly about how good they are.


첫 번째 백만갑 프로젝트 시행 결과, 애터미 회원들과 임직원들은 전국에서 무려 32만 여명에게 애터미를 소개했다
320,000
조직 성장이 멈추었거나 느려졌다면 콜드 컨택, 즉 백만갑을 바로 시작할 필요가 있다. 빠른 성공을 위해서 세 부류 고객을 동시에 만나야 한다. 바로 웜 컨택, 파트너의 명단 활용과 콜드 컨택이다.
웜 컨택
명단 활용
콜드 컨택
백만갑 프로젝트의 핵심은 다만 한 사람이라도 더 많은 소비자를 만나 애터미와 애터미 제품을 알리는 것, 그리고 꾸준한 후속관리를 통해 회원 가입률과 사업자 전환률을 끌어 올리는 것이다.
9월 시작된 백만갑은 전국 센터에서 쉼없이 진행되고 있다. 이에 본사에서도 매월 첫 번째 월요일, 임직원들이 회원과 함께 백만갑을 현장 지원하고 있다.
백 만 갑
실제 현장에서는 백만갑을 통해 적극적으로 영업에 도전하는 파트너들이 생겨났고 뷰티케어 아카데미와 같은 센터 내 프로그램과 백만갑을 결합하여 시너지를 올리는 등 다양한 노하우들이 공유 되고 있다.
시너지
프로그램
+
백만갑
노하우 공유
모 센터, 11월 6일, 센터장과 회원 한 분이 백만갑으로 신규 가입한 회원분과 이야기를 하고 있다.
뭘 먼저 알고 싶으신가요?
저...무자본 사업이라고 들었는데....
□□ 센터
네 맞습니다. 저희 애터미는 자본도 인맥도 기술도 아무것도 없이도 돈이 될 수 있는 사업이랍니다.
어떻게 하면..... 잘 이해가 안가서요.
어려운 건 하나도 없어요. 직접 애터미 제품을 써 보시고, 어떻게 좋은지? 얼마나 좋은지? 주변 사람들에게 솔직하게 얘기하면 돼요.



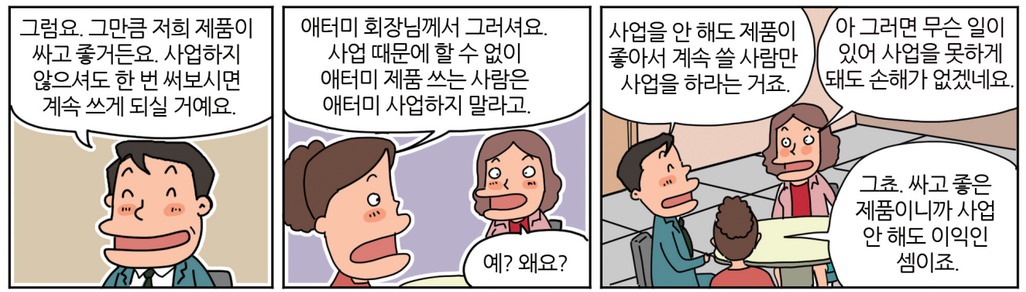


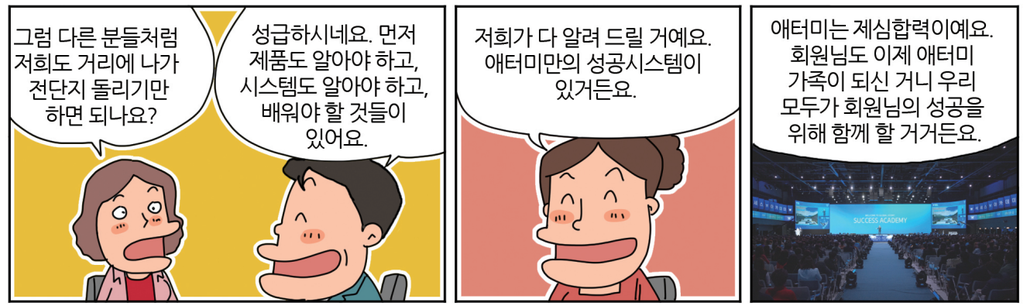




Jae-Ho Heo, cartoonist





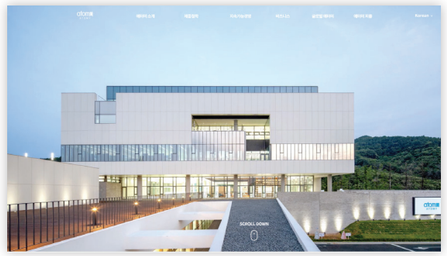




ONLINE & OFFLINE TOOLS

atomy.com

Atomy's Official website



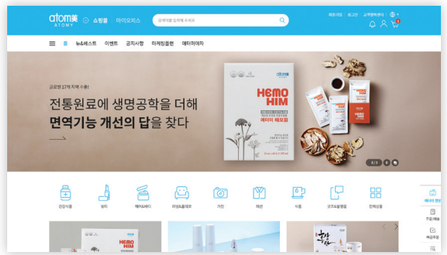
ch.atomy.com

Channel Atomy with content including videos, product information, and news reports



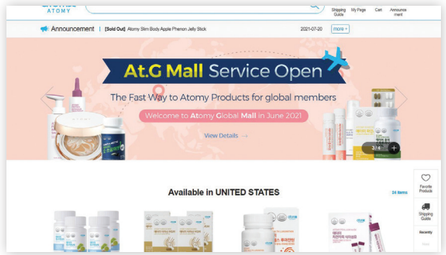
shop.atomy.com

Atomy Korea's Shopping Mall website



global.atomy.kr

Atomy Global Mall(At.G Mall) website
Meet Absolute Atomy products from all over the world.



Atomy Ticket

Global seminar schedules and notification services

for iOS

for Android

Social Media

Atomy Korea channels.
Find links to regional office's social media pages at atomy.com under Atomy HUB.

YouTube

Facebook

Instagram

Publications

Company profile, magazines, catalogs



THE ATOMY DNA

This book contains Atomy's management philosophy, vision, and a decade of footsteps and achievements. It is available.



GLOBAL ATOMY

REGIONAL OFFICES

www.atomy.com

KOREA shop.atomy.com
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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

EU shop.atomy.com/eu
TEL +49-6196-9233-046
E-MAIL atomy_eu@atomypark.com











ATOMY, YOU CAN TRUST AND USE, IS YOUR SHOPPING CURATOR

Having rooted on Absolute Quality Absolute Price policy, Atomy takes a step forward to become a "Shopping Curator: Atomy You Can Trust and Use" that must gain trust from consumers. Masstige products are selected by Atomy's curation service that analyzes consumers' needs and finds the best offer.

믿고 쓰는 애터미, 소비 큐레이터로 거듭나다

애터미는 절대품질 절대가격에서 진일보하여 소비자의 절대신뢰를 필요로 하는 '소비 큐레이터 - 믿고 쓰는 애터미'로 거듭나고 있습니다.
소비 생활의 큐레이터로서 소비자의 니즈를 분석하고, 최적의 제품을 제안하는 큐레이션 서비스를 통해 소비자들은 미처 알지 못했던 매스티지 (Masstige) 제품들을 애터미를 통해 만나고 구매할 수 있게 될 것입니다.

Atomy, You Can Trust and Use is our product philosophy about making consumers' life more fulfilling and meaningful.
믿고 쓰는 애터미, 소비자의 삶을 풍요롭고 가치있게 만드는 또 하나의 제품 철학입니다.

ATOMY POWER VITA-ENERGY

Filling up 19 kinds of Vita-Energy with one drink a day

ATOMY POWER VITA-ENERGY



Health Functional Food
300g [(8.5g+1.5g) x 30 packets]

2024 Atomy Global Magazine
2148-21, Baekjemunhwa-ro, Gongju-si, Chungcheongnam-do, Republic of Korea
Tel +82-1544-8580 | Fax : +82-2-888-4802
Published by Atomy Co., Ltd. | Published in February 2024

2024 애터미 글로벌 매거진
충청남도 공주시 백제문화로 2148-21(웅진동)
Tel 1544-8580 | Fax : 02-888-4802
발행처 애터미(주) | 발행일 2024년 02월