ARIKO GROUP

말레이시아産 EFB 블록 (편)

Korea Livestock Bedding Market-

Sales Strategy & Operations Roadmap

한국 시장 영업전략 로드맵

○작성 주체 : Ariko Group / Ariko Malaysia Sdn. Bhd.
○연구진 : 아리코사업연구소(박영환)

○사업 착수 시기 : 2026년 6월
○사업지역 : 대한민국 외 전세계

문서 등급 : 영업 대외비

Table of Content

목 차

1장 한국 축산(우사) 깔짚 시장 현황 분석
- 1-1 한국소사육현황
- 1-2 기존 깔짚(톱밥) 공급망의 구조적 문제
- 1-3 시장 공백과 기회

2장 Ariko EFB 블록의 제품 경쟁력 및 우수성
- 2-1 기존수입톱밥블록대비우위
- 2-2 한국 시장 검증 실적
- 2-3 농가가 원하는 구매 결정 요인 충족도

3장 영업 방향성 및 핵심 전략 원칙
- 3-1 영업의 목적과 방향
- 3-2 3대 영업 전략 원칙

4장 한국 시장 판매 전략 로드맵 (단계별)
- 4-1 1단계 (0~6개월) : 거점 농장 확보 및 실증
- 4-2 2단계 (7~18개월) : 핵심 채널 확장
- 4-3 3단계 (19~36개월) : 시장 지위 고착화

5장 타깃 고객 분류 및 접근 전략
- 5-1 타깃 A : 대형 직영 농장 (한우 300두+)
- 5-2 타깃 B : 낙농목장·계열농장
- 5-3 타깃 C : 축협·조사료 유통상
- 5-4 타깃 D : 서울우유 협동조합 등 입찰형 기관

6장 유통 구조 및 운영 방법
- 6-1 생산-유통 역할 분리 원칙
- 6-2 한국 유통 파트너 조건 및 계약 구조
- 6-3 물류 운영 방법
- 6-4 가격 정책

7장 영업 실무 운영 방법
- 7-1 영업 사이클 및 프로세스
- 7-2 고객 관리(CRM) 방법
- 7-3 크로스셀링 : 사료 연계 영업

8장 리스크 관리 및 대응 방안

9장 성과 지표(KPI) 및 모니터링

제 1 장 한국 축산(우사) 깔짚 시장 현황 분석

1-1 한국 소 사육 현황

한국의 소 축산업은 방대하고 안정적인 구조적 수요를 창출하고 있다. 2025년 9월 기준 전국 한우 사육두수는 약 322만 두로, 최근 수년간 345~355만 두 수준에서 완만한 감소세를 보이고 있다. 이와 함께 전국 약 72,000여 곳의 한우 농가, 낙농 젖소 약 40만 두(약 5,400 농가)가 가동 중이다. 특히 한우 농가 대부분(전체의 80% 이상)이 "개방형 톱밥 우사" 방식을 채택하고 있어, 우사 바닥에 한우 기준 5cm, 젖소 기준 10cm 이상 두께의 깔짚을 지속적으로 사용한다.

이처럼 깔짚 수요는 가축 사육이 존재하는 한 중단될 수 없는 필수 소모 수요이며, 가격 변동과 관계 없이 구매가 불가피한 Non-Discretionary(비재량) 소비재다. 따라서 Ariko EFB 블록이 한 번 거래처로 편입되면 해당 농가가 폐업하지 않는 이상 공급 관계가 지속된다는 점에서, 시장의 근본 수요는 매우 탄탄하다.

지표	내용	비고
한우 사육두수	약 322만 두 (2025년 9월)	5년 추세: 350→322만 두 완만 감소
한우 농가 수	약 72,766호	친환경 서비스 수입에 대한 100% 소득세 면제
낙농(젖소)	약 40만두 / 약 5,400농가	농가당 평균 규모
톱밥 우사 비중	80% 이상	나머지 : 슬러리, 고무매트 등
한우 300두 농장 깔짚비	연간 약 3,000만원 이상	교체 주기·물류비 포함
깔짚 두께(기준)	한우 5cm, 젖소 10cm	정기 교체 필수

1-2 기존 깔짚(톱밥) 공급망의 구조적 문제

한국 우사 깔짚 시장은 현재 구조적으로 공급 불안과 비용 급등이라는 이중 압박에 직면해 있다. 이 문제는 단기적 현상이 아니라 복합적 구조 요인으로 인한 만성적 위기이며, 이것이 곧 Ariko EFB 블록의 시장 진입 당위성을 뒷받침하는 핵심 근거다.

① 국내 톱밥 공급 부족

국내 목재 가공량 감소와 함께 화력발전소의 우드펠릿(바이오매스 연료) 수요 확대로 인해 톱밥 원료 가용량이 절대적으로 부족해졌다. 발전용 수요와 축산용 수요가 같은 원료를 놓고 경쟁하는 구조이므로 에너지 정책이 강화될수록 농가에 돌아가는 물량은 더욱 줄어든다.

② 수입 톱밥(베트남·인도네시아) 공급망 불안

현재 한국 시장에서 유통되는 톱밥 블록의 대부분은 베트남과 인도네시아에서 수입되며, 광양항 도착 기준 톤당 USD 150~160 수준이다. 그러나 이 단가는 최종 농가 도착 원가가 아니다. 하역비, 창 고 보관비, 내륙 운송비, 영업비, 환차손, 외상 회수 리스크가 모두 가산되면 실제 유통 비용은 훨씬 크다. 더욱이 최근 중동 분쟁과 국제 유가 상승으로 해상 운임이 급등하면서 이 구조는 더욱 불안정 해졌다.

③ 품질 문제

수입 톱밥 블록은 여러 수종의 목재 부산물이 혼합되는 경우가 많아 품질 편차가 크다. 먼지 발생, 곰팡이, 수분 불균형, MDF 대팻밥 등 저급 재료 혼입 문제가 지속적으로 제기되어 왔다. 이로 인해 농가는 불만이 있어도 대안이 없어 구매를 계속하는 "불만족 의존 구조"가 형성되어 있다.

④ 대체재(왕겨·피트모스)도 공급 한계

톱밥 가격 상승에 따라 왕겨, 피트모스로 눈을 돌린 농가들이 늘었지만, 왕겨는 벼 재배 면적 감소와 기후 영향으로 생산이 불안정하고, 피트모스는 수입 의존으로 최근 공급 부족 현상까지 발생하고 있다. 2025년에는 볏짚마저 가을 장마와 병해(깨씨무늬병)로 공급 대란이 벌어지며, 한국 축산농가의 깔짚 조달 불안이 전방위적으로 심화되었다.

☞

핵심 시사점 : 한국 축산 깔짚 시장은 수요는 견고하고 공급은 불안하다. 기존 공급원들이 구조적으로 제공하지 못하는 ① 안정적 공급, ② 일정한 품질, ③ 합리적 가격, 이 세 가지를 동시에 충족하는 제품이 시장에 등장하면 농가는 적극적으로 전환한다.

1-3 시장 공백과 기회

현재 한국 시장에서 EFB(빈과실묶음) 기반 팜 섬유 블록을 공급하는 사업자는 Ariko Group이 사실상 유일하다. 말레이시아산 팜 부산물을 가공한 깔개 제품은 국내에서 인지도가 낮지만, 이미 실제 사용 농가로부터 "베트남 톱밥보다 낫다"는 검증된 반응을 확보한 상태이다. 이는 시장에 강력한 수요가 잠재해 있음을 의미한다. 특히 한국 축산 시장의 톱밥 블록 연간 수입 규모가 수백억 원대에 달하는 점을 고려하면, 점유율 10%만 확보해도 연 수십억 원 규모의 안정 매출이 가능하다.

제 2 장 Ariko EFB 블록의 제품 경쟁력 및 우수성

2-1 기존 수입 톱밥 블록 대비 우위

Ariko EFB 블록은 단순히 톱밥의 "대안"이 아니라, 구조적으로 더 우수한 제품이다. 아래 비교표는 현장 테스트와 사용 경험에 근거한 항목별 비교다.

평가 항목	Ariko EFB 블록	수입 톱밥 블록
원료 안정성	★★★★★ 말레이시아 팜 부산물 연간 수천만 톤, 단일 원료	★★☆ 원자재 부족, 가격 급등, 수급 불안정
품질 균일성	★★★★★ EFB 단일 원료, 공정 표준화	★★☆ 혼합 수종, 품질 편차 큼
수분 흡수력	★★★★★ 섬유질 구조로 우수한 흡수	★★★ 보통 수준
먼지 발생	★★★★★ 매우 낮음	★★☆ 높음 (미세 목분 발생)
냄새 흡수	★★★★★ 뛰어남	★★★ 보통
곰팡이 위험	★★★★★ 고온 멸균 처리	★★☆ 보관 조건따라 위험
사용 후 처리	★★★★★ 퇴비화 용이, 유기질 우수	★★★ 일반 퇴비화
중금속 안전성	★★★★★ 검사 완료, 가축 섭취 시에도 안전	★★★ 미완료 또는 일부만
공급 가격 안정성	★★★★★ 장기 고정가 계약 가능	★★☆ 환율·운임 따라 변동
친환경 인증 가능성	★★★★★ ESG, 탄소 저감 연계	★★☆ 제한적

2-2 한국 시장 검증 실적

Ariko Group의 EFB 블록은 이미 한국 시장에서 실제 제품 테스트와 공급 경험을 보유하고 있다. 이는 신규 경쟁 제품이 갖추기 어려운 가장 강력한 차별화 포인트다.

- 한국 현장 테스트 완료 : 실제 우사에서 수분 흡수력, 냄새 감소, 사용 기간, 먹어도 안전한지(중금속 검사 완료) 등 핵심 항목 실증
- 바이어 재구매 대기 수요 존재 : 과거 사용 농가들이 현재도 재공급을 기다리는 상태. 이들은 Ariko 제품의 우수성을 직접 경험한 증인
- 실제 방문 사례 : 전라도에서 한우 1,500 마리를 사육하는 대형 농장주가 말레이시아 현지를 직접 방문하여 장기 공급 협의를 진행한 바 있음. 해당 농장주의 평가는 "가격 변동 없으면 장기 구매 가능, 변질이 없고 원자재가 단일이라 거부할 소비자가 없다"
- 서울우유 협동조합 입찰 가능성 : 입찰 참여 조건 충족시 대량 정기 공급 경로 확보 가능

☞

결론 : 이 제품은 "개발 중인 제품"이 아니라 "시장이 이미 검증한 제품"이다. 판매 재개 시 초기부터 수요가 확보된 상태에서 출발한다는 점이 결정적 강점이다.

2-3 농가가 원하는 구매 결정 요인 충족도

한국 축산농가가 깔짚 제품을 선택할 때 고려하는 7대 핵심 요인과, Ariko EFB 블록의 충족 수준을 정리하면 다음과 같다.

농가 구매 결정 요인	충족 여부	근거
가격 경쟁력	충족	말레이시아 저원가 생산, 장기 고정가 계약으로 경쟁력 확보
수분 흡수 능력	우수	현장 테스트에서 기존 톱밥 대비 흡수력 우수 확인
냄새 감소 효과	우수	팜섬유 특유의 냄새 흡착 구조
먼지 발생 여부	낮음	기존 목분 계열 대비 먼지 발생 현저히 낮음
사용 기간	양호	수분 증발 구조로 교체 주기 연장 가능
가축 건강 영향험	안전	중금속 검사 완료, 소가 먹어도 안전
공급 안정성	최강	말레이시아 팜 부산물의 무한 공급 가능성
장기 거래 가능성	보장	3~5년 이상 장기 공급 계약 구조 제공

제 3 장 영업 방향성 및 핵심 전략 원칙

3-1 영업의 목적과 방향

본 영업 활동의 목적은 단순 제품 판매가 아니다. 한국 축산농가에 "깔짚 공급 문제의 항구적 해결책"을 제공하고, 이를 통해 Ariko Group의 브랜드와 신뢰를 기반으로 한 장기 파트너십을 구축하는 것이다. 한국 축산 시장은 한 번 신뢰를 얻은 공급자는 교체하지 않는 보수적 특성이 있다. 따라서 초기 진입의 어려움을 극복하면, 이후에는 강력한 진입 장벽이 형성된다.

영업의 방향은 "빠른 대량 판매"보다 "느리지만 확실한 신뢰 기반 구축"에 있다. 무리한 확장보다 공급 안정성을 먼저 증명하고, 소수의 확실한 핵심 거래처에서 시작해 성공 사례를 만들어 나가는 방식이 한국 시장에 가장 적합하다.

3-2 3 대 영업 전략 원칙

원칙 1 : "공급 안정성 먼저, 물량 확장은 나중에"

한국 농가가 가장 두려워하는 것은 "쓰다가 갑자기 공급이 끊기는 것"이다. 초기에 소수 농장에 집중 하여 단 한 번의 공급 차질도 없는 철벽 같은 공급 이력을 쌓는다. 이것이 입소문의 원천이 된다. 공급이 불안정하면 아무리 좋은 제품도 농가는 외면한다.

원칙 2 : "데이터로 설득하라 — 현장 검증이 최고의 영업 도구"

농가는 말이 아닌 숫자와 현장 결과를 믿는다. 수분 흡수량(톱밥 대비 몇 %?), 교체 주기(며칠 늘었나?), 냄새 감소 수치, 톤당 비용 절감액을 구체적 데이터로 제시해야 한다. "좋다"는 말 대신 "한우 300두 농장에서 연간 깔짚 교체비 X만원 절감"이라는 구체적 수치가 계약을 만든다.

원칙 3 : "깔짚으로 들어가고, 사료로 잠근다"

초기 접점은 깔짚이지만, 궁극적 목표는 조사료·발효사료까지 연계하는 복합 공급자로 자리매김하는 것이다. 동일 고객에게 두 가지 이상의 제품을 공급하면 거래 관계는 기하급수적으로 견고해진다. 깔짚 공급을 통해 형성된 신뢰와 농장 네트워크는 향후 사료 영업의 가장 강력한 기반이 된다.

제 4 장 한국 시장 판매 전략 로드맵 (단계별)

아래 로드맵은 "무리하지 않으면서 확실하게 시장을 확보하는" 3단계 전략이다. 각 단계는 이전 단계의 성과가 검증된 이후에 진입하는 것을 원칙으로 한다.

4-1 1 단계 (0~6 개월) : 거점 농장 확보 및 실증

이 단계의 목표는 단 하나다. "성공 사례를 만드는 것." 수익보다 데이터와 신뢰 확보에 집중한다.

항목	세부 내용
목표 물량	월 500~1,000톤 (소규모, 공급 완결성 최우선)
타깃 농장	한우 300두 이상 대형 농장 3~5개소 (이미 관심 표명한 농장 우선)
핵심 활동	농장주 방문 → 무료 샘플(1개월치) 제공 → 사용 후 데이터 수집 → 정식 계약
수집 데이터	수분 흡수량, 교체 주기 변화, 냄새 감소 체감, 가축 건강 변화, 농가 비용 변화
성공 기준	3개 이상 농장에서 "재주문 의사" 및 긍정 사용 후기 확보
영업 도구	현장 비교 시연 키트, 기존 사용 농가 추천서, 중금속 검사 결과서
가격 전략	초기 6개월 : 베트남 톱밥 도착가 대비 동등하거나 소폭 낮게 책정

4-2 2 단계 (7~18 개월) : 핵심 채널 확장

1단계 성공 사례를 무기로 채널을 넓힌다. 단, "무조건 많이"가 아니라 "감당 가능한 수준으로 확실하게"가 원칙이다.

항목	세부 내용
목표 물량	월 1,500~3,000톤으로 단계적 증산
채널 확장 방향	핵심 농장 → 지역 농협·축협 → 조사료 유통상 → 낙농목장
핵심 활동	성공 농장의 추천을 활용한 인근 농장 소개 영업 (입소문 마케팅)
기관 영업	지방 축협 조사료 담당 부서, 음식물 처리 협회 등 단체 구매 채널 접촉
브랜드 강화	친환경 인증 취득, 성공 사례 자료집 제작, 축산 관련 전시회 참가
조사료 연계	깔짚 거래처 대상 발효 조사료 시범 공급 시작
성공 기준	월 2,000톤 이상 안정 공급, 재주문율 90% 이상, 분기 손익분기 달성

4-3 3 단계 (19~36 개월) : 시장 지위 고착화

3단계부터는 "한국 우사 깔개 시장의 표준 공급자"로 브랜드를 포지셔닝한다. 제품을 넘어 Ariko라 는 브랜드 자체가 신뢰의 상징이 되는 단계다.

항목	세부 내용
목표 물량	월 3,000~5,000톤, 연간 5만 톤 이상
채널	서울우유 협동조합 등 입찰형 기관 진입, 전국 직거래 농장 네트워크 완성
브랜드 전략	"친환경 말레이시아 팜 섬유 블록" 고유 카테고리 형성, ESG 공급망 인증
사료 연계	조사료(OPT 발효사료) 본격 영업 병행, 깔짚+사료 패키지 공급 체계
가격 전략	프리미엄 포지셔닝으로 단가 소폭 상향 (안정 공급 프리미엄 정당화)
성공 기준	연간 매출 50억 원 이상, 한국 깔짚 시장 점유율 10% 이상

제 5 장 타깃 고객 분류 및 접근 전략

5-1 타깃 A : 대형 직영 농장 (한우 300 두 이상)

가장 우선순위가 높은 타깃이다. 이들은 연간 깔짚 비용이 3,000만원 이상으로 가장 강한 비용 절감 동기가 있으며, 한 농장만 계약해도 월 수십 톤의 안정 물량이 확보된다. 또한 대형 농장주의 평판은 주변 농가에 빠르게 전파된다.

- 접근 방법 : 직접 방문 + 무료 샘플 + 비용 절감 분석 자료 제시
- 설득 핵심 메시지 : "현재 연간 3,000 만원 드는 깔짚 비용, Ariko 블록으로 안정적 공급과 비용 예측 가능성을 동시에 확보하세요"
- 계약 조건 : 월 최소 구매량 약정 + 6개월 이상 공급 계약
- 우선 리스트 : 전라도, 충청도, 경상도 등 한우 밀집 지역 대형 농장 DB 구축

5-2 타깃 B : 낙농목장·계열농장

젖소 농가는 깔짚 두께 기준(10cm)이 높아 소비량이 한우 대비 2배다. 낙농 전업 농가는 규모가 크고 구매 의사 결정이 빠르며, 계열화 농장은 한 곳 계약으로 복수 농장에 동시 공급 가능하다.

- 접근 방법 : 낙농 관련 협동조합(서울우유등) 거래 담당부서 접촉 + 낙농 목장 직접 방문
- 설득 핵심메시지 : "젖소 유방염의 주요 원인은 깔짚 오염. Ariko 블록의 낮은 먼지와 뛰어난 수분 흡수로 유방 건강 보호 + 비용 절감"

5-3 타깃 C : 축협·조사료 유통상

지방 단위 축협과 조사료 전문 유통상은 수십~수백 농가에 동시 공급하는 도매 채널이다. 이 채널을 확보하면 개별 농가 방문 없이 대량 공급이 가능하다. 다만 이 채널은 보수적이고 진입 장벽이 높으므로 1단계 성공 사례가 반드시 필요하다.

- 접근 방법 : 지방 축협 조합원 대상 제품 설명회 + 농가 추천서 제출
- 인센티브 : 축협 유통 마진 보장, 재고 리스크 분담 구조 제안

5-4 타깃 D : 서울우유 협동조합 등 입찰형 기관

서울우유 협동조합과 같이 공개 입찰 방식으로 깔짚을 구매하는 기관은 단번에 대량 공급 계약이 가능한 고가치 타깃이다. 단, 입찰 자격 요건(품질 인증, 공급 실적, 가격)을 갖추는 데 일정 시간이 필요하다. 2단계 이후 본격 진입을 목표로 미리 관계를 구축하고 자격 요건을 준비한다.

- 준비 항목 : 품질 인증 서류 (중금속 검사, 위생 인증), 공급 실적 증빙, 규격 맞춤 포장

제 6 장 유통 구조 및 운영 방법

6-1 생산-유통 역할 분리 원칙

본 사업의 가장 중요한 운영 원칙은 생산과 유통의 명확한 역할 분리다. Ariko Group 말레이시아 법인은 생산·품질·수출에 집중하고, 한국 유통 파트너(법인 또는 개인사업자)는 판매·물류·거래처 관리에 집중한다. 각자의 전문 영역에서 최고의 성과를 내는 구조가 장기적으로 가장 효율적이다.

역할 주체	책임 영역	주요 업무
Ariko 말레이시아 (생산)	생산·품질·수출	원료 수급, 생산 관리, 품질 검사, 수출 서류, FOB/CFR 가격 결정
한국 유통 파트너	판매·영업·물류	고객 개발, 계약 체결, 내륙 운송, 거래처 관리, 대금 회수, A/S 대응
공동 관리	브랜드·마케팅	제품 브랜딩, 홍보 자료, 전시회 참가, 인증 취득

6-2 한국 유통 파트너 조건 및 계약 구조

한국 유통 파트너는 단순 판매대리점이 아니라 초기 투자와 시장 개척 리스크를 함께 감당하는 진정한 사업 파트너다. 따라서 다음의 조건과 권리를 계약으로 명문화해야 한다.

- 한국 독점 판매권 부여 (계약 기간 내)
- 공급 가격 공식 계약 : 천재지변 제외 최소 3~5년 고정가 또는 상한선 변동 구조
- 최소 구매량 약정 (월500톤 이상, 단계적 증가)
- 투자금 회수 구조 : 톤당 일정 금액 적립방식 또는 3년 후 분할 상환 방식
- 향후 발효사료·조사료 사업 우선 협력권 제공
- 재고 리스크 분담 : 통관 이전 품질 문제는 생산자 책임, 통관 이후는 유통 책임

6-3 물류 운영 방법

물류는 비용과 신뢰의 핵심이다. 초기에는 안정성을 최우선으로, 물량이 늘면 효율을 추구하는 방식 으로 접근한다.

- 수출 항구 : 말레이시아 포트 클랑 또는 탄중 펠레파스
- 입항지 : 광양항 또는 부산항 (광양항 : 내륙 운송비 절감, 전라도·경남 농장 접근 유리)
- 선적 주기 : 초기 월 1회, 물량 증가시 격주 1회로 전환
- 거점 창고 운영 : 광양 또는 전주 인근 창고 확보로 농가 납기 2~3일 이내 보장
- 내륙 운송 : 5톤·11톤 화물차 활용, 지역별 운송 계약 체결
- 포장 규격 : 점보백(600kg) 또는 20kg 소포장 병행 (소규모 농장 대응)

6-4 가격 정책

가격은 경쟁력과 수익성을 동시에 고려하여 결정해야 한다. 핵심 원칙은 "한국 농가 도착 기준으로 기존 베트남 톱밥과 동등하거나 소폭 낮게, 그러나 안정성 프리미엄을 인정받는" 구조다.

단계	가격 전략	이유
1단계 (0~6개월)	기존 베트남 톱밥 도착가 -5~10% 수준	초기 진입 장벽 낮추기, 빠른 시험 사용 유도
2단계 (7~18개월)	기존 베트남 톱밥 동등 수준	공급 안정성 입증 후 가격 정상화
3단계 (19개월~)	"안정 공급 프리미엄" 5~10% 추가	브랜드 가치 + ESG 인증 + 품질 우위 반영

제 7 장 영업 실무 운영 방법

7-1 영업 사이클 및 프로세스

한국 축산 시장의 영업은 다음의 6단계 사이클로 운영한다. 각 단계를 건너뛰지 않고 순서대로 진행 하는 것이 핵심이다.

단계	활동 내용	기간	목표
1. 리드 발굴	농가 DB 구축 (한우협회·축협 자료, 지역별 대규모 농장 조사)	상시	분기당 신규 타깃 10농가 이상
2. 첫 접촉	전화·방문으로 관심 확인. 현재 깔짚 현황·불만 청취	1~2주	농가 문제의식 공감대 형성
3. 샘플 제공	1~2개월치 무료 샘플 공급. 사용 방법·데이터 수집 요청	1개월	실사용 데이터 확보
4. 결과 리뷰	사용 후 농장주 방문. 데이터 함께 분석. 비용 절감액 계산	1주	구매 결정 유도
5. 계약 체결	최소 6개월 공급 계약. 월 물량·가격·납기 확정	1~2주	계약서 서명
6. 관계 유지	월 1회 이상 방문/연락. 불만 즉시 해결.추천 농장 소개 요청	상시	재계약 및 추천 영업 연결

7-2 고객 관리(CRM) 방법

한국 축산 시장에서 영업의 핵심은 "관계"다. 제품만큼 신뢰가 중요하다. 다음의 CRM 원칙을 영업팀 전원이 공유하고 실행한다.

- 농장 카드 작성 : 농장주 이름, 사육 두수, 현재 깔짚 사용량, 계약 현황, 주요 민원, 다음 방문일을 기록한 농장별 카드 유지
- 정기 방문 : 계약 농장은 월 1회 이상 방문, 잠재 고객은 분기 1회
- 불만 즉시 대응 : 납품 후 품질 이슈가 발생하면 48시간 이내 현장 방문 및 해결 원칙
- 계절별 선제적 소통 : 봄(깔짚 교체 시즌), 가을(수분 관리), 겨울(동절기 보온) 등 시즌별 맞춤 커뮤니케이션
- 추천 인센티브 : 기존 농가의 추천으로 신규 계약 성사 시 해당 농가에 소량 보너스 물량 제공

7-3 크로스셀링 : 사료 연계 영업

깔짚 영업은 사료 영업의 진입로다. 두 사업의 고객이 동일하다는 것이 Ariko Group이 가진 독보적 경쟁력이다. 깔짚 거래가 시작된 후 6~9개월 내에 조사료(OPT 발효사료) 연계 영업을 시작한다.

- 영업시 퀀스 : "깔짚 납품 → 품질 신뢰 형성 → 사료도 같은 회사 제품으로" 자연스러운 흐름
- 패키지 제안 : 깔짚+조사료 동시 구매시 운송비 할인 (공동 컨테이너 효율 활용)
- 메시지 : "우리는 깔짚만 파는 회사가 아닙니다. 농장 운영비 전반을 줄여드리는 파트너입니다"

제 8 장 리스크 관리 및 대응 방안

한국 시장 영업에서 예상되는 주요 리스크와 대응책을 사전에 정리하여 영업팀 전원이 숙지한다.

리스크	발생 원인	대응 방안
보수적 구매 태도	새 제품에 대한 농가 불신	무료 샘플 + 현장 데이터 + 기사용 농가 추천서로 진입 장벽 제거
가격 경쟁	기존 톱밥 가격 일시 하락	단순 가격 경쟁 회피 → "안정 공급·품질 일관성" 가치로 방어
납기 차질	선적 지연, 통관 지연	2~3주 분 재고를 거점 창고에 상시 확보하여 납기 보장
품질 컴플레인	습기·보관 문제로 품질 저하	납품 후 7일 이내 품질 클레임 교환 정책 운영
대금 회수 위험	농가의 외상·연체	초기 6개월 : 현금 결제 원칙, 이후 단기 신용 거래 단계적 허용
유통 채널 이탈	유통 파트너의 계약 위반	독점권·계약 조항 명문화, 위약금 조항 포함
환율 변동	원/달러 환율 급변	공급 가격 환율 연동 공식 (±5% 이내 고정, 이상 시 협의)
경쟁 제품 출현	유사 팜 섬유 제품 등장	선점 효과 + 장기 계약으로 락인, 특허·상표 등록 추진

제 9 장 성과 지표(KPI) 및 모니터링

영업의 방향이 올바른지 확인하기 위해 정기적으로 측정해야 하는 핵심 성과 지표(KPI)를 정의한다. 분기별로 아래 지표를 검토하고, 목표 미달 시 원인 분석 및 전략을 수정한다.

KPI 항목	1단계 목표 (6개 월)	2단계 목표 (18개월)	3단계 목표 (36개월)
월 공급량	500~1,000톤	1,500~3,000톤	3,000~5,000톤
계약 농장 수	3~5개소	20~30개소	100개소 이상
재주문율	80% 이상	90% 이상	95% 이상
고객 순추천지수(NPS)	50 이상	65 이상	75 이상
월 매출	1~2억원	5~8억원	15억원 이상
납기 준수율	95% 이상	98% 이상	99% 이상
품질 클레임 비율	2% 이하	1% 이하	0.5% 이하
사료 연계 고객 비율	-	20% 이상	40% 이상

KPI 검토는 월간(영업팀 내부)과 분기(경영진 보고)로 이원화하여 운영한다. 특히 재주문율과 납기 준수율은 영업 성과의 가장 핵심적인 선행 지표이므로 매주 단위로 모니터링한다.

☞

최종 메시지 : Ariko EFB 블록은 한국 축산 시장이 오랫동안 기다려 온 제품이다. 공급이 불안하고 품질이 들쭉날쭉한 기존 톱밥 시장의 구조적 문제를 해결할 수 있는 유일한 대안 으로, 일단 농가에 신뢰를 심으면 시장을 잠글 수 있다. 속도보다 신뢰, 물량보다 안정성. 이 것이 한국 시장 정복의 핵심 열쇠다.