



말레이시아産 팜 부산물 기반
고품질 유기질비료 [편]

Korea Organic Fertilizer 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 유기질비료 시장 현황 분석

1-1 국내 농업·환경 구조 변화와 유기질비료 수요

1-2 기존 유기질비료 공급망의 구조적 문제

1-3 시장 공백과 기회

2장 Ariko 팜 부산물 유기질비료의 제품 경쟁력 및 우수성

2-1 기존 계분·우분 단일 비료 대비 우위

2-2 한국 시장 적합성 검증 요소

2-3 농가·유통상이 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 농가·지자체 확보 및 실증

4-2 2단계 (7~18개월) : 핵심 채널 확장

4-3 3단계 (19~36개월) : 시장 지위 고착화

5장 타겟 고객 분류 및 접근 전략

6장 유통 구조 및 운영 방법

7장 영업 실무 운영 방법

8장 리스크 관리 및 대응 방안

9장 성과 지표(KPI) 및 모니터링

제1장 한국 유기질비료 시장 현황 분석

1-1 국내 농업·환경 구조 변화와 유기질비료 수요

한국 농업은 두 가지 거대한 구조 변화 압력에 동시에 직면해 있다. 첫째는 정부의 화학비료 감축·친환경 농업 전환 정책이고, 둘째는 축산 분뇨 처리 규제 강화다. 이 두 흐름이 맞물리면서 유기질비료 수요는 장기적·구조적으로 확대되는 국면에 진입했다.

2025년 기준 국내 친환경 농가는 8만 곳을 넘어섰으며, 정부의 '2030 화학비료 30% 감축' 국정 과제에 따라 유기질비료 보조금 정책도 지속 강화되고 있다. 특히 논·밭 작물뿐 아니라 시설 원예·과수 농가까지 유기질비료 수요층이 확장되고 있어, 시장의 저변은 매우 넓다.

이처럼 유기질비료 수요는 정책과 시장이 동시에 밀어올리는 이중 동력 구조이며, 일단 공급 관계가 형성되면 지속적·반복적 구매가 이루어지는 Non-Discretionary(비재량) 소비재다. Ariko의 팜 부산물 기반 유기질비료가 한 번 거래처로 편입되면 해당 농가가 전업하지 않는 이상 공급 관계가 지속된다는 점에서 시장의 근본 수요는 매우 탄탄하다.

지표	내용	비고
국내 유기질비료 시장 규모	연간 약 4,000억원 이상 (2024년 기준)	친환경 농업 확대로 성장세
국내 유기질비료 수요량	연간 약 100만 톤 이상	논·밭·시설 원예 포함
친환경 인증 농가 수	약 80,000 농가 이상 (지속 증가)	유기농·무농약 인증 포함
정부 화학비료 감축 목표	2030년까지 화학비료 30% 감축 국정 과제	유기질비료 대체 정책 강화
축산 분뇨 발생량	연간 약 5,000만 톤 (우분·계분 포함)	원료 잠재 가용량 풍부
팜 부산물(EFB·POME) 유기질비료	국내 공급 사실상 전무	Ariko 독보적 선점 기회

1-2 기존 유기질비료 공급망의 구조적 문제

한국 유기질비료 시장은 현재 수급 불안, 품질 편차, 가격 불안정이라는 삼중 구조 문제에 직면해 있다. 이는 단기적 현상이 아니라 원료 구조 자체의 한계에서 비롯된 만성적 위기이며, Ariko 팜 부산물 유기질비료의 시장 진입 당위성을 뒷받침하는 핵심 근거다.

① 국내 원료 수급 불안정

국내 유기질비료의 주원료인 계분·우분은 계절성 생산과 가축 질병(조류인플루엔자·구제역 등) 발생 시 공급이 급감한다. 2024~2025년 시 사태로 계분 수급이 대규모로 차질을 빚은 사례가 반복되고 있어, 원료 의존 구조 자체가 공급 리스크를 내재하고 있다.

② 품질 균일성 부재

계분·우분 기반 유기질비료는 원료 농가마다 사료 구성, 사육 밀도, 발효 방식이 달라 유기물 함량과 pH 편차가 크다. 이로 인해 동일 제품명이라도 실제 효과가 배치마다 다르다는 농가 불만이 만연하다.

③ 중금속·항생제 잔류 위험

축산 분뇨 기반 비료에는 사료 첨가물과 동물용 항생제, 중금속(구리·아연 등)이 잔류할 수 있어 친환경 인증 농가에서 기피하는 경향이 있다. 수입 원료 기반 비료도 검사 체계가 미비하여 신뢰도가 낮다.

④ 발효·부숙 불완전 제품 유통

시장에 유통되는 일부 유기질비료는 발효가 충분히 완료되지 않아 악취·병원균 잔류 문제가 발생한다. 농가는 불만이 있어도 대안이 없어 구매를 계속하는 '불만족 의존 구조'가 형성되어 있다.



핵심 시사점 : 한국 유기질비료 시장은 수요는 견고하고 공급의 질은 불안하다. ① 안정적 공급, ② 균일한 품질(유기물 65% 이상), ③ 중금속·항생제 안전성, ④ 합리적 가격을 동시에 충족하는 제품이 등장하면 농가와 유통상은 적극적으로 전환한다.

1-3 시장 공백과 기회

현재 한국 시장에서 말레이시아산 팜 부산물 (EFB·POME 슬러지) 기반 고온 미생물 발효 유기질비료를 정기 공급하는 사업자는 Ariko Group이 사실상 유일하다. 14~20일의 고속 발효 공정으로 유기물 함량 65% 이상을 보장하는 이 제품은, 국내 기존 제품 대비 품질 일관성에서 압도적 우위를 가진다.

특히 한국 정부가 '유기질비료 보조금 지원 제도'를 통해 농가 구매 단가의 최대 50~70%를 지원하고 있어, 초기 진입 단가 경쟁 부담이 상당히 낮아진다. 시장 점유율 10%만 확보해도 연 수십억 원 규모의 안정 매출이 가능하다.

제 2 장 Ariko 팜 부산물 유기질비료의 제품 경쟁력 및 우수성

2-1 기존 계분·우분 단일 비료 대비 우위

Ariko 팜 부산물 유기질비료는 단순한 '대안'이 아니라 구조적으로 더 우수한 제품이다. 아래 비교표는 현장 적용 성과 공급 안정성에 근거한 항목별 비교다.

평가 항목	Ariko 팜 부산물 유기질비료	국내 계분·우분 기반 비료
원료 안정성	★★★★★ 말레이시아 팜 부산물 연간 수천만 톤, 단일 원료	★★☆ 원료 농가 의존, 질병 발생 시 급감
유기물 함량	★★★★★ 65% 이상 보장 (공정 표준화)	★★☆ 35~55% 편차 큼
중금속· 항생제 안전성	★★★★★ 검사 완료, 친환경 인증 농가 적합	★★☆ 축산 항생제·구리·아연 잔류 위험
발효 완성도	★★★★★ 14~20일 고온 미생물 발효, 부숙 완전	★★☆ 배치별 부숙 편차 존재
악취 수준	★★★★★ 완전 발효로 악취 최소화	★★☆ 미부숙 제품 악취 민원 빈번
품질 균일성	★★★★★ 단일 원료·공정 표준화로 배치 간 편차 없음	★★☆ 원료 농가별 품질 편차
공급 가격 안정성	★★★★★ 장기 고정가 계약 가능	★★☆ 원료 수급에 따라 변동
친환경 인증 적합성	★★★★★ 유기농 인증 농가 사용 가능, ESG 연계	★★☆ 항생제 잔류로 일부 인증 불가
사용후처리· 토양개선	★★★★★ 팜 섬유 유기물로 토양 물리성 개선	★★☆ 일반 유기물 개선 효과

2-2 한국 시장 적합성 검증 요소

Ariko의 팜 부산물 유기질비료는 한국 시장 진입에 있어 다음의 핵심 검증 요소를 이미 보유하고 있다.

- 14~20일 고속 발효 공정 : 완전 부숙 보장, 악취 최소화, 병원균 사멸
- 유기물 함량 65%이상 보장 : 농촌진흥청 고시 품질 기준 상회
- 중금속 안전성 검사 완료 : 납·카드뮴·수은 등 6개 항목 기준치 이하
- EFB·POME슬러지 복합 원료 : 팜 섬유의 토양 물리성 개선 효과 + 팜액의 칼륨·인산 공급
- 국내 친환경 인증 농가 사용 가능 : 유기농·무농약 인증 기준 충족
- 기존 수입 톱밥 블록 고객(우사) 크로스셀링 기반 : EFB 블록 거래 농가 대상 자연스러운 비료 연계 영업 가능



결론 : 이 제품은 '개발 중인 제품'이 아니라 '시장이 기다리던 제품'이다. 국내 유기질비료 공급망의 구조적 약점(품질 불균일·원료 불안정·안전성 의심)을 정면 돌파하는 차별화된 솔루션으로, 친환경 농업 전환 트렌드와 정부 보조금 정책이 동시에 뒷받침한다.

2-3 농가·유통상이 원하는 구매 결정 요인 충족도

구매 결정 요인	충족 여부	근거
유기물 함량 보장	충족	공정 표준화로 65% 이상 일관 보장
중금속·항생제 안전성	충족	검사 완료, 친환경 인증 농가 적합
공급 안정성	최강	말레이시아 팜 부산물 무한 공급 가능성
가격 경쟁력	충족	말레이시아 저원가 생산 + 장기 고정가 계약
보조금 적합성	충족	농촌진흥청 유기질비료 보조금 지원 기준 충족
친환경 인증 연계	충족	유기농·무농약 인증 농가 사용 가능
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 농가와 유통상에 '유기질비료 조달 문제의 항구적 해결책'을 제공하고, 이를 통해 Ariko Group의 브랜드와 신뢰를 기반으로 한 장기 파트너십을 구축하는 것이다.

한국 농업 시장은 한 번 신뢰를 얻은 공급자는 교체하지 않는 보수적 특성이 있다. 특히 유기질비료는 작물 생육 결과로 품질이 검증되는 제품이므로, 초기 성공 사례 하나가 수십 농가로 확산되는 파급 효과를 가진다. 따라서 초기 진입의 어려움을 극복하면, 이후에는 강력한 진입 장벽이 형성된다.

영업의 방향은 '빠른 대량 판매'보다 '느리지만 확실한 신뢰 기반 구축'에 있다. 소수의 확실한 핵심 거래처에서 시작해 작물 성과 데이터와 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 '비료를 쓰다가 갑자기 공급이 끊기는 것'이다. 작물 생육 주기에 맞춰 안정적으로 공급되지 않으면 농가 피해가 직결된다. 초기에 소수 농가에 집중하여 단 한 번의 공급 차질도 없는 철벽 같은 공급 이력을 쌓는 것이 입소문의 원천이다.

원칙 2 : "작물 성과 데이터로 설득하라 — 현장 검증이 최고의 영업 도구"

농가는 말이 아닌 숫자와 현장 결과를 믿는다. 유기물 함량(기존 대비 몇 %?), 수확량 변화(kg/10a), 토양 pH 개선 수치, 농가 비용 절감액을 구체적 데이터로 제시해야 한다. '좋다'는 말 대신 '쌀 수확량 10% 향상, 비료비 연간 X만원 절감'이라는 구체적 수치가 계약을 만든다.

원칙 3 : "비료로 들어가고, 깔짚으로 잠근다 (+ 역방향도 동일)"

Ariko Group의 독보적 강점은 유기질비료와 EFB 깔짚 블록이라는 두 제품의 고객이 상당 부분 겹친다는 점이다. 축산농가에는 깔짚으로 진입 후 비료를 연계하고, 작물 농가에는 비료로 진입 후 네트워크를 확장한다. 동일 고객에게 두 가지 이상의 제품을 공급하면 거래 관계는 기하급수적으로 견고해진다.

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 농가·지자체 확보 및 실증

이 단계의 목표는 단 하나다. '성공 사례를 만드는 것.' 수익보다 작물 성과 데이터와 신뢰 확보에 집중한다.

항목	세부 내용	목표/기준
목표 대상	시설 원예·과수 농가 3~5개소, 유기농 인증 추진 농가 우선	성공 사례 데이터 확보
목표 물량	월 100~300톤 (소규모, 공급 완결성 최우선)	안정 공급 이력 구축
핵심 활동	농가 직접 방문 → 무료 샘플(1시즌) 제공 → 수확 데이터 수집 → 정식 계약	재주문 3농가 이상 확보
수집 데이터	유기물 함량, 수확량 변화, 토양 pH, 농가 비용 절감액	비교 데이터 자료집 제작
가격 전략	기존 동급 유기질비료 시장가 대비 동등 또는 소폭 낮게	진입 장벽 최소화
영업 도구	현장 비교 시연 키트, 중금속 검사 결과서, 성분 분석서	신뢰 기반 구축
성공 기준	3개 이상 농가에서 재구매 의사 + 긍정 사용 후기 확보	2단계 진입 조건

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/기준
채널 확장 방향	거점 농가 → 지역 농협·원예조합 → 비료 유통상 → 지자체 단체 구매	단계적 확산
목표 물량	월 500~1,500톤으로 단계적 증산	재주문율 90% 이상
핵심 활동	성공 농장 추천 활용한 인근 농가 소개 영업 (입소문 마케팅)	월 2,000만원 이상 매출
기관 영업	지방 농업기술센터, 친환경 농업 지원 담당 부서 접촉	지자체 단체 구매 발굴
브랜드 강화	친환경 인증 취득, 성공 사례 자료집 제작, 농업 전시회 참가	브랜드 신뢰도 구축
조사업 연계	EFB 깔짚 거래처 축산농가 대상 유기질비료 시범 공급	크로스셀링 개시
성공 기준	월 500톤 이상 안정 공급, 분기 손익분기 달성	3단계 진입 조건

4-3 3 단계 (19~36 개월) : 시장 지위 고착화

3단계부터는 '한국 친환경 비료 시장의 표준 공급자'로 브랜드를 포지셔닝한다. 제품을 넘어 Ariko라는 브랜드 자체가 신뢰의 상징이 되는 단계다.

항목	세부 내용	목표/기준
채널	정부 보조금 연계 지자체 단체 구매 입찰, 전국 직거래 농가 네트워크 완성	입찰 진입
목표 물량	월 2,000~4,000톤, 연간 3만 톤 이상	연매출 50억원 이상
브랜드 전략	'친환경 말레이시아 팜 유기질비료' 고유 카테고리 형성, ESG 공급망 인증	시장 표준 공급자
가격 전략	프리미엄 포지셔닝으로 단가 소폭 상향 (품질·안정 공급 프리미엄)	브랜드 가치 반영
해외 연계	깔짚+유기질비료 패키지 공급 체계 완성, 복합 공급자 입지 확립	록인 효과 극대화
성공 기준	연간 매출 50억원 이상, 한국 유기질비료 시장 점유율 5% 이상	안정 성장 기반

제 5 장 타깃 고객 분류 및 접근 전략

5-1 타깃 A : 시설 원예·과수 농가 (유기농·무농약 인증 농가 우선)

가장 우선순위가 높은 타깃이다. 이들은 연간 비료 비용이 크고, 품질 인증 요건상 중금속·항생제 안전성이 입증된 비료가 필수다. 또한 수확량·품질 데이터에 민감하여 성과 검증 후 빠르게 재구매로 이어진다.

- 접근 방법 : 직접 방문 + 무료 샘플 (1시즌) + 작물 성과 비교 분석 자료 제시
- 설득 핵심 메시지 : "유기농 인증에 적합한 중금속 안전 비료, 유기물 65% 이상 보장으로 수확량과 토양 건강을 동시에 잡으세요"
- 계약 조건 : 시즌 단위 또는 연간 공급 계약 + 최소 구매량 약정
- 우선 리스트 : 전남·경북 과수 밀집 지역, 충남·경기 시설 원예 단지내 친환경 인증 농가 DB구축

5-2 타깃 B : 친환경 쌀·발작물 농가·영농조합법인

정부 보조금 지원 대상인 논·밭 유기질비료 수요층이다. 영농조합법인 단위로 계약하면 1개 법인으로 수십~수백 농가에 동시 공급이 가능하다. 보조금 적용 기준 충족이 핵심 진입 조건이다.

- 접근 방법 : 지역 농업 기술 센터 친환경 담당자 접촉 → 법인 대표 방문 → 보조금 연계 구매 제안
- 설득 핵심 메시지 : "정부 보조금 적용 가능한 고품질 유기질비료로 생산비를 줄이고 쌀 품질을 높이세요"

5-3 타깃 C : 비료 전문 유통상·농협 조합

지방 단위 농협과 비료 전문 유통상은 수십~수백 농가에 동시 공급하는 도매 채널이다. 이 채널을 확보 하면 개별 농가 방문 없이 대량 공급이 가능하다. 단, 보수적이고 진입 장벽이 높으므로 1단계 성공 사례가 반드시 필요하다.

- 접근 방법 : 지역 농협 비료 담당 부서 접촉 + 농가 추천서 + 성분 분석 자료 제출
- 인센티브 : 유통 마진 보장, 재고 리스크 분담 구조 제안, 배타적 지역 공급권 부여

5-4 타깃 D : 지자체·공공기관 단체 구매 (입찰형)

지방자치단체의 친환경 농업 지원 사업, 농업기술센터의 비료 단체 구매는 한 번의 입찰로 대량 정기 공급 계약이 가능한 고가치 타깃이다. 입찰 자격 (품질 인증, 공급 실적, 가격)을 갖추는 데 일정 시간이 필요하므로 2단계 이후 본격 진입을 목표로 미리 관계를 구축한다.

- 준비 항목 : 품질 인증서류 (중금속 검사, 유기물 함량 분석), 공급 실적 증빙, 국내 비료 공정규격 등록

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 파트너는 판매·물류·거래처 관리에 집중한다.

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

- 한국 독점 판매권 부여 (계약 기간내)
- 공급 가격 공식 계약: 천재지변 제외 최소 3~5년 고정가 또는 상한선 변동 구조
- 최소 구매량 약정 (월 100톤 이상, 단계적 증가)
- 투자금 회수 구조: 톤당 일정 금액 적립 방식 또는 3년 후 분할 상환 방식
- 향후 EFB 깔짚 블록 사업 우선 협력권 제공
- 재고 리스크 분담: 통관 이전 품질 문제는 생산자 책임, 통관 이후는 유통 책임

6-3 물류 운영 방법

- 수출 항구: 말레이시아 포트 클랑 또는 탄중 펠레파스
- 입항지: 광양항 또는 부산항 (광양항: 내륙 운송비 절감, 전라도·경남 농가 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
- 포장 규격: 점보백(500~600kg) 또는 20kg 소포장 병행 (소규모 농가·보조금 납품 대응)
- 국내 비료 공정 규격 등록 완료후 보조금 지원 사업 연계 납품 가능 구조 구축

6-4 가격 정책

단계	가격 전략	이유
1단계 (0~6개월)	시장가 대비 5~10% 낮게	초기 진입 장벽 최소화, 빠른 시험 사용 유도
2단계 (7~18개월)	기존 동급 유기질비료 동등 수준	공급 안정성 입증 후 가격 정상화
3단계 (19개월~)	'안정 공급 프리미엄' 5~10% 추가	브랜드 가치 + ESG 인증 + 품질 우위 반영

ARI

제 7 장 영업 실무 운영 방법

7-1 영업 사이클 및 프로세스

한국 농업 시장의 영업은 다음의 6단계 사이클로 운영한다. 각 단계를 건너뛰지 않고 순서대로 진행하는 것이 핵심이다.

단계	활동	내용		목표
1	리드 발굴	농가 DB 구축 (농업기술센터·농협 자료, 지역별 친환경 인증 농가 조사)	상시	분기당 신규 타겟 10농가 이상
2	첫 접촉	전화·방문으로 관심 확인. 현재 비료 현황·불만 청취	1~2주	농가 문제의식 공감대 형성
3	샘플 제공	1시즌 무료 샘플 공급. 사용 방법·작물 성과 데이터 수집 요청	1시즌	실 사용 성과 데이터 확보
4	결과 리뷰	수확 후 농가 방문. 수확량·품질 데이터 함께 분석. 비용 절감액 계산	1주	구매 결정 유도
5	계약 체결	최소 1년 공급 계약. 연간 물량·가격·납기 확정	1~2주	계약서 서명
6	관계 유지	시즌별 1회 이상 방문/연락. 불만 즉시 해결. 추천 농가 소개 요청	상시	재계약 및 추천 영업 연결

7-2 고객 관리(CRM) 방법

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

- 농가 카드 작성 : 농가주 이름, 재배 작물·면적, 현재 비료 사용량, 계약 현황, 주요 민원, 다음 방문일 기록
- 정기 방문 : 계약 농가는 시즌별 1회 이상 방문, 잠재 고객은 분기 1회
- 불만 즉시 대응 : 납품 후 품질 이슈 발생시 48시간 이내 현장 방문 및 해결 원칙
- 계절별 선제적 소통 : 봄(밀거름 시즌), 여름(추비 시즌), 가을(수확 후 토양 관리) 맞춤 커뮤니케이션
- 추천 인센티브 : 기존 농가 추천으로 신규 계약 성사시 해당 농가에 소량 보너스 물량 제공

7-3 크로스셀링: EFB 깔짚 블록 연계 영업

유기질비료 영업은 EFB 깔짚 블록 영업의 진입로이자 출구다. 두 사업의 고객(축산 농가)이 상당 부분 겹친다는 것이 Ariko Group이 가진 독보적 경쟁력이다. 비료 거래가 시작된 후 6~9개월 내에 EFB 깔짚 블록 연계营업을 시작한다.

- 영업 시퀀스 : "비료 납품 → 품질 신뢰 형성 → 깔짚도 같은회사 제품으로" 자연스러운 흐름
- 패키지 제안 : 유기질 비료 + EFB 깔짚 동시 구매시 운송비 할인(공동 컨테이너 효율 활용)
- 메시지 : "우리는 비료만 파는 회사가 아닙니다. 농장·목장 운영비 전반을 줄어드리는 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 제품·수입산 불신	무료 샘플 + 작물 성과 데이터 + 기사용 농가 추천서로 진입 장벽 제거
대금 회수 위험	농가의 외상·연체	초기 6개월 : 현금 결제 원칙, 이후 단기 신용 거래 단계적 허용
품질 컴플레인	운송·보관 중 품질 저하	납품 후 7일 이내 품질 클레임 교환 정책 운영
납기 차질	선적·통관 지연	2~3주분 재고를 거점 창고에 상시 확보하여 농가 납기 보장
가격 경쟁	기존 비료 가격 일시 하락	단순 가격 경쟁 회피 → '안정 공급·품질 일관성·중금속 안전성' 가치로 방어
보조금 정책 변동	정부 지원 기준 변경	국내 비료 공정규격 등록 유지, 다양한 인증 취득으로 적응력 확보
환율 변동	원/달러 환율 급변	공급 가격 환율 연동 공식 ($\pm 5\%$ 이내 고정, 이상 시 협의)
유통 채널 이탈	유통 파트너 계약 위반	독점권·계약 조항 명문화, 위약금 조항 포함
경쟁 제품 출현	유사 팜 비료 등장	선점 효과 + 장기 계약으로 락인, 특허·상표 등록 추진생산성 데이터 기반 브랜드 방어

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 (6개월)	2단계 목표 (18개월)	3단계 목표 (36개월)
월 공급량	100~300톤	500~1,500톤	2,000~4,000톤
계약 농장 수	3~5개소	20~40개소	100개소 이상
재주문율	80% 이상	90% 이상	95% 이상
고객 순추천지수(NPS)	50 이상	65 이상	75 이상
월 매출	3,000만원 이상	2억원 이상	5억원 이상
납기 준수율	95% 이상	98% 이상	99% 이상
품질 클레임 비율	2% 이하	1% 이하	0.5% 이하
깎짚 크로스셀 비율	-	20% 이상	40% 이상
보조금 연계 납품 비율	-	30% 이상	50% 이상

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



최종 메시지 : Ariko 팜 부산물 유기질비료는 한국 친환경 농업 시장이 오랫동안 기다려 온 제품이다. 공급이 불안 하고 품질이 들쭉날쭉한 기존 유기질비료 시장의 구조적 문제를 해결할 수 있는 유일한 대안으로, 일단 농가에 신뢰를 심으면 시장을 잠글 수 있다. 속도보다 신뢰, 물량보다 안정성. 이것이 한국 시장 정복의 핵심 열쇠다.