



OPT 기반 효소발효공법 적용

프리미엄 발효사료 [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 반추동물 조사료· 사료 시장 현황 분석

- 1-1 한국 한우·낙농 사육 현황과 사료 시장 규모
- 1-2 기존 조사료·배합사료 공급망의 구조적 문제
- 1-3 시장 공백과 기회

2장 Ariko OPT 발효사료의 제품 경쟁력 및 우수성

- 2-1 기존 수입 조사료·TMR 배합사료 대비 우위
- 2-2 한국 시장 검증 가능성 및 기술적 차별
- 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 타겟 고객 분류 및 접근 전략

- 5-1 타겟 A: 대형 한우 농장 (300두 이상)
- 5-2 타겟 B: 낙농목장 (젖소 전업 농가)
- 5-3 타겟 C: TMR 센터·조사료 전문 유통상
- 5-4 타겟 D: 축협·농협 사료 공급 채널

6장 유통 구조 및 운영 방법

7장 영업 실무 운영 방법

8장 리스크 관리 및 대응 방안

9장 성과 지표(KPI) 및 모니터링

제 1 장 한국 반추동물 조사료·사료 시장 현황 분석

1-1 한국 한우·낙농 사육 현황과 사료 시장 규모

한국 반추동물 축산업은 사료비 절감에 대한 극도로 강한 수요를 가진 시장이다. 한우 농가의 경우 전체 생산 원가에서 사료비가 차지하는 비중이 60~70%에 달하며, 낙농 농가도 사료비가 경영 수지의 핵심 변수다. 이 구조에서 사료 효율을 높이거나 단가를 낮출 수 있는 제품은 농가로부터 즉각적이고 강력한 관심을 받는다.

2025년 기준 전국 한우 사육두수는 약 322만 두, 낙농 젖소는 약 40만 두로 방대한 규모를 유지하고 있다. 특히 낙농 농가는 규모가 크고 사료 구매량이 막대하여, 한 농가만 계약해도 월 수십 톤의 안정 물량이 확보된다. 한우 역시 300두 이상 대형 농장은 연간 사료비가 5억원을 초과하므로 비용 절감 솔루션에 대한 구매 결정이 빠르다.

이처럼 사료 수요는 가축 사육이 존재하는 한 중단될 수 없는 필수 소모 수요이며, 가격 변동과 관계없이 구매가 불가피한 Non-Discretionary(비재량) 소비재다. Ariko OPT 발효사료가 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 기준)	완만한 감소세, 수요 견고
낙농 젖소 사육두수	약 40만 두 / 약 5,400 농가	농가당 평균 규모 대형
국내 배합사료 시장 규모	연간 약 8조원 이상 (반추동물 포함)	사료비 = 농가 최대 비용 항목
조사료 수입 의존도	국내 생산 조사료 자급률 약 80%, 수입 건초·TMR 원료 의존 심화	알팔파 등 수입 단가 급등
한우 300두 농장 사료비	연간 약 5억원 이상 (비용 1위)	절감 동기 매우 강력
국내 TMR 센터 수	전국 약 250개소 이상	도매 공급 핵심 채널
OPT 발효사료 국내 공급자	사실상 전무 (Ariko 선점 기회)	블루오션 시장

1-2 기존 조사료·배합사료 공급망의 구조적 문제

한국 반추동물 사료 시장은 현재 원가 급등, 품질 불안정, 공급망 취약이라는 삼중 구조 위기에 직면해 있다. 이는 단기적 현상이 아니라 구조적 문제이며, 이것이 Ariko OPT 발효사료의 시장 진입 당위성을 뒷받침한다.

① 수입 조사료(알팔파·티머시) 가격 급등

한국 한우·낙농 농가가 주로 사용하는 수입 건초(알팔파·티머시)는 미국·호주산 원료 가격과 해상 운임에 직결된다. 최근 국제 곡물가 상승과 중동 분쟁으로 인한 해상 운임 급등으로 알팔파 톤당 도착 단가가 2년 새 30~40% 이상 상승했다. 농가는 사료비 부담을 고스란히 떠안고 있다.

② 국내 조사료 자급 불안정

국내산 벼짚·청보리 등 조사료는 기상 이변과 병해(깨씨무늬병, 도열병 등) 발생 시 생산이 급감한다. 2025년 가을 장마로 벼짚 공급 대란이 벌어졌듯이, 국내 조사료 공급은 기후 취약성이 매우 높다.

③ TMR 배합사료 품질 편차

TMR(Total Mixed Ration) 센터에서 공급되는 사료는 원료 배합 비율과 발효 상태가 센터마다, 계절마다 편차가 크다. 특히 하절기 부패 문제와 영양 균형 불일치로 인한 가축 생산성 저하 민원이 빈번하다.

④ 반추위 발효 효율 저하

기존 조사료·배합사료는 반추위 내 미생물 발효 활성도를 최적화하지 못해 사료 전환율이 낮다. 농가는 더 많은 사료를 투입해도 기대한 증체량·산유량을 얻지 못하는 비효율 구조에 있다.



핵심 시사점 : 한국 반추동물 사료 시장은 수요는 견고하고 공급의 효율·안정성은 취약하다. ① 사료 전환율 향상, ② 안정적 공급, ③ 합리적 가격, ④ 반추위 건강 개선을 동시에 충족하는 제품이 시장에 등장하면 농가는 적극적으로 전환한다.

1-3 시장 공백과 기회

현재 한국 시장에서 OPT(Oil Palm Trunk) 원료에 효소발효공법을 적용한 반추동물 전용 프리미엄 발효 사료를 정기 공급하는 사업자는 Ariko Group이 사실상 유일하다. 말레이시아산 팜 줄기 부산물을 효소·미생물 발효 처리하여 소화율과 영양 가용성을 극대화한 이 제품은, 기존 수입 조사료를 대체하면서도 반추위 발효 효율을 높이는 이중 효과를 가진다.

특히 Ariko는 이미 EFB 깔짚 블록 영업을 통해 한국 한우 농가와 신뢰 기반을 구축 중이다. 동일 농가에 사료까지 공급하면 거래 관계는 기하급수적으로 견고해진다. 한국 조사료·배합사료 시장에서 점유율 3%만 확보해도 연 수백억원 규모의 안정 매출이 가능하다.

제 2 장 Ariko EFB 블록의 제품 경쟁력 및 우수성

2-1 기존 수입 톱밥 블록 대비 우위

Ariko OPT 발효사료는 단순한 '대체 조사료'가 아니라, 반추동물의 소화 생리를 근본적으로 최적화하는 차세대 발효 사료다. 아래 비교표는 현장 적용성과 기술적 차별화에 근거한 항목별 비교다.

평가 항목	Ariko OPT 발효사료	기존 수입 조사료·TMR
원료 안정성	★★★★★ 말레이시아 팜 줄기(OPT) 연간 수천만 톤, 단일 원료	★★★ 알팔파·티머시 수입 의존, 기상·운임 변동
반추위 발효 효율	★★★★★ 효소발효로 셀룰로오스 분해율 극대화, 반추위 활성화 향상	★★★ 미발효 원료, 반추위 부담 큼
소화율·사료전환율	★★★★★ 발효 전처리로 소화율 15~25% 향상	★★★ 원료 상태 그대로 급여, 전환율 낮음
단백질·에너지 밀도	★★★★★ 효소발효로 가용 영양소 밀도 증가	★★★ 배합 비율에 따라 편차
공급 가격 안정성	★★★★★ 장기 고정가 계약, 환율·운임 영향 최소화	★★★ 국제 곡물가·운임 연동으로 변동 심함
가축 건강·면역	★★★★★ 프로바이오틱 발효균으로 장내 환경 개선	★★★ 일반 영양 공급 수준
하절기부패위험리	★★★★★ 발효 완료 제품, 미생물 안정성 우수	★★★ TMR하절기부패민원빈번
품질 균일성	★★★★★ OPT 단일 원료·공정 표준화	★★★ 센터별·계절별 품질 편차
친환경·ESG 연계	★★★★★ 팜 부산물 순환 활용, 탄소 저감 인증 가능	★★★ 수입 의존, ESG 연계 제한적

2-2 한국 시장 검증 가능성 및 기술적 차별화

Ariko OPT 발효사료의 기술적 차별화 포인트는 다음과 같다.

- OPT(Oil Palm Trunk) 원료 특성 : 팜 줄기는 수분 함량이 높고 가용성 탄수화물이 풍부하여 효소발효 기질로 최적
- 효소발효 공법 : 셀룰라아제·헤미셀룰라아제 복합 효소로 세포벽 구조 분해 → 가용 영양소 방출량 극대화
- 반추위 특화 발효균 : 반추위 내 주요 셀룰로분해균(*Fibrobacter succinogenes* 등)과 협력하는 균주 선별 적용

- 14~20일 고온 발효 후 펠릿 또는 TMR 혼합 형태로 공급 가능 → 기존 TMR 센터 설비 활용 호환성 확보
- EFB 깔짚 블록 거래 농가와 동일 고객층 → 기존 물류 인프라(컨테이너·창고) 공동 활용으로 비용 절감
- 한국농촌진흥청 사료 품질 기준 충족을 위한 성분 분석·등록 절차 사전 준비 완료 계획



결론 : 이 제품은 농가 사료비 절감(비용 측면)과 가축 생산성 향상(수익 측면)을 동시에 달성하는 양면 가치를 제공한다. 단순 '저렴한 대체 사료'가 아닌 '사료 전환율을 높이는 고효율 프리미엄 사료'로 포지셔닝해야 한다.

2-3 농가가 원하는 구매 결정 요인 충족도

농가 구매 결정 요인	충족 여부	근거
사료전환율 향상	우수	효소발효 전처리로 소화율 15~25% 향상 실증 가능
증체량·산유량 개선	충족	반추위 발효 효율 향상 → 생산성 지표 개선
반추위 건강·면역	충족	프로바이오틱 발효균 포함, 장내 환경 개선
공급 안정성	최강	말레이시아 OPT 무한 공급 가능성, 단일 원료
가격 경쟁력	충족	말레이시아 저원가 생산 + 장기 고정가 계약
품질 균일성	충족	단일 원료·표준 발효 공정으로 배치 간 편차 없음
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 한우·낙농 농가에 '사료 비용과 가축 생산성 문제의 항구적 해결책'을 제공하고, 이를 통해 Ariko Group의 브랜드와 신뢰를 기반으로 한 장기 파트너십을 구축하는 것이다. 한국 축산 사료 시장은 농가가 한 번 신뢰한 사료 브랜드를 바꾸지 않는 매우 보수적인 특성이 있다. 사료 변경은 가축의 적응 기간(최소 2~4주)이 필요하고, 생산성 지표(증체량·산유량)에 직접 영향을 미치기 때문에 농가는 검증되지 않은 새 사료로의 전환을 극도로 꺼린다. 따라서 초기 진입의 어려움을 극복 하면, 이후에는 강력한 진입 장벽이 형성된다.

영업의 방향은 '빠른 대량 판매'보다 '생산성 데이터로 증명하는 신뢰 기반 구축'에 있다. 소수의 거점 농장에서 증체량·산유량·사료전환율 개선 데이터를 확보하고, 이를 무기로 시장을 확장해 나가는 방식이 한국 사료 시장에 가장 적합하다.

3-2 3대 영업 전략 원칙

원칙 1 : "데이터로 증명하라 — 생산성 수치가 최고의 영업 도구"

농가는 말이 아닌 숫자를 믿는다. 사료전환율(FCR) 개선 수치, 일당 증체량 변화(g/일), 산유량 변화(L/일), 사료비 절감액을 구체적 데이터로 제시해야 한다. '좋다'는 말 대신 '한우 300두 농장에서 연간 사료비 X천만원 절감, 일당 증체량 Y% 향상'이라는 구체적 수치가 계약을 만든다.

원칙 2 : "적응 기간을 두려움이 아닌 기회로 전환하라"

사료 전환 시 2~4주의 적응 기간은 농가가 가장 두려워하는 요소다. 이를 역발상으로 활용하여 적응 기간 동안 무료 공급 + 전문가 사료 컨설팅 서비스를 패키지로 제공한다. 적응 기간을 함께 성공적으로 관리해주는 공급자는 농가로부터 깊은 신뢰를 얻는다.

원칙 3 : "깔짚으로 들어간 농장의 문은 이미 열려 있다"

Ariko의 EFB 깔짚 블록 거래 농가는 이미 Ariko 제품의 품질과 공급 안정성을 신뢰하는 상태다. 이들은 신규 사료 영업에서 '콜드 콜' 없이 시작할 수 있는 가장 강력한 워밍업된 잠재 고객이다. 깔짚 거래 농가 전원을 사료 영업의 1순위 타겟으로 설정한다.

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. 특히 사료 시장은 생산성 데이터 축적이 핵심이므로, 1단계에서 충분한 데이터를 확보하지 않고 2단계로 진입하는 것을 엄격히 금한다.

4-1 1 단계 (0~6 개월) : 거점 농장 확보 및 생산성 실증

이 단계의 목표는 단 하나다. '신뢰할 수 있는 생산성 개선 데이터를 만드는 것.' 수익보다 데이터와 신뢰 확보에 집중한다.

항목	세부 내용	목표/기준
타겟 농장	EFB 깔짚 기존 거래 농가 + 한우 300두 이상 대형 농장 3~5개소	위밍업 고객 우선 공략
목표 물량	월 50~200톤 [소규모, 데이터 확보 최우선]	공급 완결성·데이터 구축
핵심 활동	농장주 방문 → 4주 무료 시험 급여 → 생산성 데이터 수집 → 정식 계약	재계약 3농가 이상
수집 데이터	일당 증체량, 산유량 변화, 사료전 환율(FCR), 반추위 상태, 사료비 절감액	비교 데이터 자료집 제작
적응 지원	사료 전환 4주간 수의사·사료 컨설턴트 방문 지원 패키지 제공	적응 기간 리스크 제거
가격 전략	기존 수입 조사료 도착가 대비 동등 또는 소폭 낮게 책정	빠른 시험 사용 유도
영업 도구	사료성분 분석서, 효소발효 공정 설명 자료, 말레이시아 생산 시설 영상	기술 신뢰도 구축
성공 기준	3개 이상 농장에서 생산성 개선 데이터 + 재구매 의사 확보	2단계 진입 조건

4-2 2 단계 (7~18 개월) : 핵심 채널 확장

1단계 성공 데이터를 무기로 채널을 넓힌다. TMR 센터 진입이 이 단계의 핵심이다. TMR 센터 하나를 계약하면 해당 센터가 공급하는 수십~수백 농가에 동시 공급 효과가 발생한다.

항목	세부 내용	목표/기준
채널 확장 방향	거점 농장 → TMR 센터 → 지역 축협 사료 부서 → 낙농목장	도매 채널 진입
목표 물량	월 300~1,000톤으로 단계적 증산	재주문율 90% 이상
핵심 활동	성공 농장의 생산성 데이터를 활용한 TMR 센터 제안 영업	TMR 원료 납품 계약
TMR 센터 전략	기존 TMR 원료 일부를 OPT 발효 사료로 대체 제안 [혼합 급여 가능]	TMR 혼합 원료 포지셔닝
브랜드 강화	국내 사료 품질 등록, 성공 사례 자료집, 축산 관련 전시회 참가	브랜드 공신력 확보
조사료 연계	EFB 깔짚 블록 + OPT 발효사료 패키지 공급 체계 완성	크로스셀링 매출 극대화
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 반추동물 프리미엄 발효사료 시장의 표준 공급자'로 브랜드를 포지셔닝한다. 국내 성공 사례를 레퍼런스로 중동·말레이시아 시장으로도 확장한다.

항목	세부 내용	목표/기준
채널	전국 TMR 센터 네트워크 + 축협 사료 공급 채널 + 대형 직영 농장 직거래	전국 유통망 완성
목표 물량	월 1,500~3,000톤, 연간 2만 톤 이상	연매출 100억원 이상
브랜드 전략	'OPT 효소발효 반추동물 프리미엄 사료' 고유 카테고리 형성	시장 표준 공급자 포지션
가격 전략	프리미엄 포지셔닝으로 단가 소폭 상향 [생산성 향상 가치 정당화]	프리미엄 브랜드 확립
해외 연계	한국 성공 사례를 기반으로 중동 (낙타·양) 및 말레이시아 시장 확장	글로벌 레퍼런스 구축
성공 기준	연간 매출 100억원 이상, 한국 조사료 시장 점유율 3% 이상	안정 성장 기반 완성

제 5 장 타깃 고객 분류 및 접근 전략

5-1 타깃 A : 대형 한우 농장 (300 두 이상)

가장 우선순위가 높은 타깃이다. 연간 사료비가 5억원을 초과하므로 사료전환율 개선에 대한 구매 동기가 압도적으로 강하다. 또한 EFB 깔짚 블록 기존 거래 농가가 이 타깃과 겹쳐, 신뢰를 이미 확보한 상태에서 시작할 수 있다.

- 접근 방법 : 직접 방문 + 4주 무료 시험 급여 + 생산성 비교 분석 자료 제시
- 설득 핵심 메시지 : "연간 5억원 이상 드는 사료비, OPT 발효 사료로 전환율을 높여 동일 생산성을 더 낮은 비용으로 달성하세요"
- 계약 조건 : 최소 6개월 공급 계약 + 월 최소 구매량 약정
- 우선 리스트 : EFB 깔짚 블록 기존 거래 농가 전원 → 전라도·충청도·경상도 한우 밀집 지역 대형 농장 DB

5-2 타깃 B : 낙농목장 (젖소 전업 농가)

젖소 농가는 사료비가 산유량에 직결되어 비용 대비 효과에 극도로 민감하다. 특히 반추위 건강과 산유량 관계를 잘 이해하는 낙농 전업 농가는 OPT 발효사료의 반추위 활성화 효과에 가장 빠르게 반응하는 타깃이다.

- 접근 방법 : 낙농 관련 수의사 네트워크 활용 소개 영업 + 목장 직접 방문
- 설득 핵심 메시지 : "반추위 발효 효율 향상으로 산유량 증가 + 사료비 절감을 동시에 달성하세요"
- 설득 보조 자료 : 반추위 pH·온도 모니터링 데이터, 산유량 비교 차트

5-3 타깃 C : TMR 센터·조사료 전문 유통상

전국 약 250개소의 TMR 센터는 수십~수백 농가에 동시 공급하는 전략적 도매 채널이다. TMR 센터에 OPT 발효 사료를 TMR 혼합 원료로 납품하면, 개별 농가 방문 없이 대량 공급이 가능하다. 이 채널은 2단계 핵심 목표다.

- 접근 방법 : 1단계 성공 농가 데이터를 기반으로 TMR센터장 방문 제안 영업
- 인센티브 : TMR 원료 원가 절감 + 사료 효율 향상 데이터 제공 + 독점 지역 공급권 부여
- 포지셔닝 : 'TMR 원료 대체재'가 아닌 'TMR 영양 밀도 향상 첨가 원료'로 제안

5-4 타깃 D : 축협·농협 사료 공급 채널

지방 단위 축협의 사료 공급 부서는 조합원 농가 수십~수백 곳에 동시 공급하는 도매 채널이다. 단, 보수적이고 입찰·선정 절차가 까다로우므로 1~2단계 성공 실적과 국내 사료 품질 등록이 반드시 선행되어야 한다.

- 준비 항목 : 국내 사료 공정 규격 등록, 사료 성분 분석서, 공급 실적 증빙
- 접근 방법 : 축협 사료 담당 부서 + 조합원 농가 추천서 + 성공 사례 자료집 제출

제 6 장 유통 구조 및 운영 방법

6-1 생산-유통-기술지원 역할 분리 원칙

본 사업의 운영 원칙은 생산·유통·기술지원의 명확한 역할 분리다. 특히 사료 사업에서는 기술 지원(사료 전환 컨설팅·생산성 모니터링)이 영업의 핵심 차별화 요소이므로, 이를 독립된 역할로 명확히 정의한다.

역할	주체	책임 영역	주요 업무
생산·품질·수출	Ariko 말레이시아 (생산)	OPT 원료 수급, 발효, 품질, 수출	원료 수급·발효 공정·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
기술 지원	Ariko 기술팀 + 위탁 수 의사	사료 전환 컨설팅, 생산성 모니터링	농장 방문 지원, 급여 프로그램 설계, 생산성 데이터 분석
공동 관리	브랜드·마케팅	제품 브랜딩, 홍보, 인증	제품 브랜딩·홍보 자료·전시회 참가·국내 사료 품질 등록

6-2 한국 유통 파트너 조건 및 계약 구조

- 한국 독점 판매권 부여 (계약기간 내)
- 공급 가격 공식 계약: 천재지변 제외 최소 3~5년 고정가 또는 상한선 변동 구조
- 최소 구매량 약정 (월 50톤 이상, 단계적 증가)
- 기술 지원 패키지: Ariko 기술팀의 농장 방문 지원 및 생산성 분석 서비스 공동 제공
- 향후 EFB 깔짚 블록·유기질비료 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 포트클랑 또는 탄중 펠레파스
- 입항지: 광양항 또는 부산항(EFB 깔짚 블록 동일 항로 활용 → 물류비 절감)
- EFB 깔짚 블록과 OPT 발효사료 공동 컨테이너 선적으로 운송비 분담
- 선적 주기: 초기 월 1회, 물량 증가시 격주 1회로 전환
- 거점 창고: 광양 또는 전주 인근 창고 확보, 농가 납기 2~3일 이내 보장
- 포장 규격: 점보백(500~600kg) 또는 20kg 소포장 병행 (TMR 센터·소규모 농가 대응)

6-4 가격 정책

단계	가격 전략	이유
1단계 (0~6개월)	수입 조사료 도착가 대비 5~10% 낮게	진입 장벽 최소화, 시험 급여 유도
2단계 (7~18개월)	기존 수입 조사료 동등 수준	공급 안정성·생산성 입증 후 가격 정상화
3단계 (19개월~)	'생산성 프리미엄' 5~10% 추가	브랜드 가치 + 생산성 향상 데이터 + 공급 안정성 프리미엄 반영

ARI

제 7 장 영업 실무 운영 방법

7-1 영업 사이클 및 프로세스

한국 사료 시장의 영업은 다음의 6단계 사이클로 운영한다. 특히 3단계(시험 급여)는 이 영업의 핵심 단계로, 어떠한 경우에도 건너뛰지 않는다.

단계	활동	내용		목표
1	리드 발굴	농가 DB 구축 [EFB 거래처 전원 + 한우 협회·축협 자료, 지역별 대규모 농장 조사]	상시	분기당 신규 타겟 10농가 이상
2	첫 접촉	전화·방문. 현재 사료비·생산성 현황 청취. 고민 공감대 형성	1~2주	사료비 절감 필요성 공감
3	시험 급여	4주 무료 시험 급여. 수의사·컨설턴트 동반 적응 지원. 데이터 수집	4주	생산성 개선 데이터 확보
4	결과 리뷰	시험 급여 후 농장주 방문. 증체량·산유량·사료전환율 데이터 함께 분석	1주	구매 결정 유도
5	계약 체결	최소 6개월 공급 계약. 월 물량·가격·납기·급여 프로그램 확정	1~2주	계약서 서명
6	관계 유지	월 1회 이상 방문. 분기별 생산성 리뷰. 불만 즉시 해결. 추천 농장 소개 요청	상시	재계약 및 추천 영업

7-2 고객 관리(CRM) 방법

- 농장 카드 작성 : 농장주 이름, 사육두수·품종, 현재 사료 구성·급여량, 계약 현황, 분기별 생산성 지표, 다음 방문일 기록
- 정기 방문 : 계약 농장은 월 1회 이상, 잠재 고객은 분기 1회
- 분기별 생산성 리뷰 : 증체량·산유량·사료전환율 데이터를 농장주와 함께 검토하는 분기 리뷰 미팅
- 불만 즉시 대응 : 사료 관련 이슈(기호성 저하, 소화 이상 등) 발생시 48시간 이내 수의사 동반 현장 방문
- 계절별 급여 프로그램 : 동절기(에너지 요구량 증가)·하절기(기호성 관리) 맞춤 급여 조정 서비스 제공
- 추천 인센티브 : 기존 농가 추천으로 신규 계약 성사시 해당 농가에 1개월치 보너스 물량 제공

7-3 크로스셀링 : EFB 깔짚 블록·유기질비료 연계 영업

사료 영업은 Ariko 전체 제품 라인의 관문이다. 사료 거래가 시작된 농가에 EFB 깔짚 블록과 유기질비료를 자연스럽게 연계한다.

- 패키지 제안 : OPT 발효 사료 + EFB 깔짚 블록 동시 구매시 운송비 할인 (공동 컨테이너 효율 활용)
- 3종 패키지 : 사료 + 깔짚 + 유기질 비료 동시 공급 농가에 '아리코파트너 농장' 인증 제공 및 우선 공급 보장
- 메시지 : "우리는 사료만 파는 회사가 아닙니다. 농장 전체의 생산성과 비용을 함께 관리하는 파트너입니다"

제 8 장 리스크 관리 및 대응 방안

사료 사업은 깔짚·비료 사업 대비 농가의 진입 저항이 더 높다. 가축 생산성에 직결되기 때문이다. 아래의 리스크와 대응책을 영업팀 전원이 숙지하고 선제적으로 관리한다.

리스크	발생 원인	대응 방안
사료 전환 거부감	새 사료에 대한 농가 보수성	4주 무료 시험 급여 + 수의사 동반 지원으로 심리적 장벽 제거
기호성 문제	새 원료·발효취에 대한 가축 거부	적응 4주 기간 급여량 단계적 증량 프로토콜 제공 (10%→30%→50%→100%)
생산성 기대 미달	농가 과도한 기대치 설정	계약 전 현실적 기대치 사전 합의, 6개월 단위 성과 평가 기준 명문화
국내 사료 규정 미충족	사료 공정 규격 등록 지연	국내 사료 공정 규격 등록 1단계 진입 전 완료 목표, 법무·규제 전문가 선임
대금 회수 위험	농가 외상·연체	초기 6개월 현금 결제 원칙, 이후 단기 신용 거래 단계적 허용
품질 컴플레인	운송·보관 중 발효 상태 변화	납품 후 7일 이내 품질 클레임 교환 정책, 냉장·밀봉 포장 옵션 제공
납기 차질	선적·통관 지연	2~3주분 재고를 거점 창고에 상시 확보, EFB 깔짚 동일 창고 활용
환율 변동	원/달러 환율 급변	공급 가격 환율 연동 공식 ($\pm 5\%$ 이내 고정, 초과 시 협의)
경쟁 제품 출현	유사 팜 발효사료 등장	선점 효과 + 장기 계약 락인 + 생산성 데이터 기반 브랜드 방어
유통 채널 이탈	유통 파트너 계약 위반	독점권·계약 조항 명문화, 위약금 조항 포함, 단계적 물량 인센티브

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. 사료 사업 특성상 '사료전환율(FCR) 개선 농가 비율'이 가장 중요한 제품 경쟁력 지표이므로, 이를 최우선 선행 지표로 매월 모니터링한다.

KPI 항목	1단계 목표 (6개월)	2단계 목표 (18개월)	3단계 목표 (36개월)
월 공급량	50~200톤	300~1,000톤	1,500~3,000톤
계약 농장 수	3~5개소	20~40개소	100개소 이상
재구매율	80% 이상	90% 이상	95% 이상
고객 순추천지수(NPS)	50 이상	65 이상	75 이상
월 매출	5,000만원 이상	3억원 이상	8억원 이상
납기 준수율	95% 이상	98% 이상	99% 이상
품질 클레임 비율	2% 이하	1% 이하	0.5% 이하
사료 전환율(FCR) 개선 농가 비율	70% 이상	80% 이상	90% 이상
TMR 센터 납품 비율	-	30% 이상	50% 이상
크로스셀링 고객 비율	-	20% 이상	40% 이상

KPI 검토는 월간(영업팀 내부)과 분기(경영진 보고)로 이원화하여 운영한다. 특히 재구매율, 납기 준수율, FCR 개선 농가 비율은 매주 단위로 모니터링한다.



최종 메시지 : AAriko OPT 발효사료는 한국 반추동물 축산 시장이 오랫동안 기다려 온 제품이다. 수입 조사료 가격 급등과 TMR 품질 불안 속에서 사료 전환율을 구조적으로 높일 수 있는 유일한 대안으로, 일단 농가에 생산성 데이터로 신뢰를 심으면 시장을 잠글 수 있다. 데이터로 증명하고, 기술로 지원하고, 공급으로 신뢰를 완성하라. 이것이 한국 사료 시장 정복의 핵심 열쇠다.