세일즈의 새로운 패러다임을 시작합니다

THE Seller's

THE 셀러스

THE 셀러스 새로운 영업 지원 플랫폼

대부분의 기업들은 영업 관리, 세일즈 자동화란 이름으로 소프트웨어를 사용하고 있습니다. 100년 이상의 역사를 가지고 수 십 만 명의 직원을 둔 B2B의 대표 기업부터, 10명 미만의 영업직원을 둔 회사에 이르기까지 회사의 규모에 따라, 업(業)의 성격에 따라 차이는 있겠지만 나름의 관리 툴을 사용하고 있습니다. 하지만, 공통적으로 대부분의 B2B 기업들에게 효과적인 영업 관리는 아직도 요원(遙遠)한 과제입니다.

직원은 직원대로 불만이고, 리더는 리더대로 답답해 하고, 조직 전체가 효용성에 대한 부정적 의식에 지배되고 있습니다. 영업 직원은 시스템을 활용하기 보단 회사와 조직에서 요구하는 기본적인 데이터와 정보를 마지못해 입력하고 회사의 경영층은 그것으로 예측하고, 판단하고, 관리합니다. 불필요한 데이터 입력에 모두가 허덕이고. 이렇게 쌓인 데이터와 정보는 시간이 지날수록 '쓰레기'가 되고, 그런 정보와 데이터를 중심으로 관리되는 영업은 'GIGO의 악순환'을 반복합니다. 어처구니 없는 일이지만, 현실입니다.

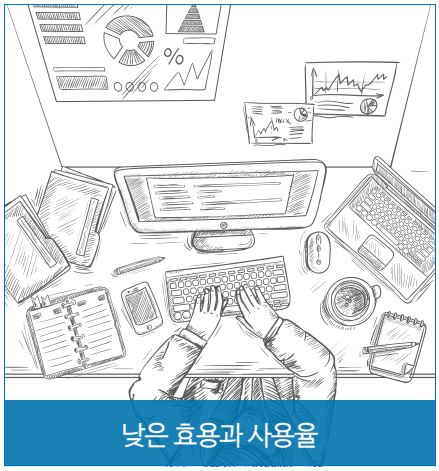
왜 그럴까요? 기존의 세일즈 관련 툴의 출발점에 원초적 문제가 있습니다. '영업 실적을 어떻게 관리 할 것인가?' '어떻게 쉽게 결과를 예측할 수 있을까?' '어떻게 쉽게 상황을 들여다보고 미래의 문제를 알 수 있을까?' 당연히 필요한 기능과 정보는 리더들에게 적시에 제공되어야 합니다. 그러나, 시스템 본연의 기능이 활용되기 보다는 관리와 통제의 수단으로 사용되는 것이 현실입니다. 영업 직원은 데이터 입력을 끝 없이 요구 받으면서 시스템을 귀찮게 생각하고, 영업을 지원하기 위해 만들어진 시스템을 관리와 감시의 도구로 생각하게 됩니다. 이런 시스템은 제대로 운영될 수 없습니다. 시스템의 출발점이자 핵심인 영업 직원들이 시스템을 불필요하게 생각하고 귀찮게 생각한다면 정보를 제때에 입력할 리 없고, 정보의 질은 떨어지며, 데이터의 정합성은 보장되지 않습니다. 시간이 흐르면 이런 영업 시스템은 영업직원이 활용하는 시스템이 아닌 경영층과 관리자만의 관리 도구로 변질되어, 모두에게 고통을 주게 됩니다. 효율성을 개선하고, 생산성을 높이며, 성과를 극대화시키는 도구가 되어야 할 시스템은 비효율의 근원이 됩니다. 이것이 엄연한 현실입니다.

셀러들이 자발적으로 쓰는 시스템, 셀러에게 도움이 되는 시스템이 되어야 합니다. 셀러들에게 불필요한 업무를 요구하는 시스템이 되어선 안됩니다. 좋은 시스템을 만들어도 셀러들이 제대로 입력하지 않는다고 합니다. 당연합니다. 셀러들이 필요한 정보를 입력하지 않는다면 어떤 시스템도 의미가 없습니다. 셀러로서의 기본적인 책무와 관련된 정보 입력은 그 필요성을 교육하고 끊임없이 코칭 하여야 합니다. 사용하는 시스템이 셀러에게 도움이 된다는 확신을 심어주면 셀러는 자발적으로 필요한 데이터와 정보를 입력하고 궁극적으로 시스템의 주인이 됩니다. 시스템을 결과 추출의 관점에서 시작하는 것이 아니라 셀러를 중심으로 설계하고, 영업 활동 프로세스를 지원하면 가능합니다. 영업 직원들이 원하는 정보를 언제든지 볼 수 있고, 활용할 수 있으며, 불필요하거나 중복된 일을 없애는 길이란 것을. 영업직원 스스로 느끼게 한다면 영업직원은 시스템의 주인이 되어 주도적으로 활용하게 됩니다. 저희는 이런 플랫폼을 구현하고자 합니다.

15년 이상 영업의 모든 부문을 직접 운영하면서, 시스템과 영업직원 사이의 불신과 냉소주의를 경험했고 보아 왔습니다. 그래서 원인을 알고 해결 방안을 알고 있습니다. 우리는 그 해결의 플랫폼을 1년여에 걸쳐 개발하였습니다. 이 플랫폼을 기반으로 회사의 상황에 맞게 함께 보완하고 정착시킬 수 있습니다.

영업관리시스템의 과제

GIGO 악순환



낮은 효용과 사용율

B2B 비즈니스에 대한 오해

세일즈의 새로운 패러다임을 시작합니다.
차별화된 영업 지원 플랫폼

THE 셀러스

셀러중심

셀러의 셀러에 의한 셀러를 위한 솔루션

영업혁신

패러다임, 프로세스 혁신의 길라잡이

영업효율

불요불급한 분석, 예측 지양

실전기반

실전 경험을 토대로 개발한 실전형 플랫폼

결과지향

실행에 FOCUS, 결과를 만들도록 지원

THE 세일러스

고객 관리

영업의 시작은 고객이고 그 끝도 고객입니다.

이것은 누구나 알고 있는 지극히 평범한 진실 입니다. 그렇다면 B2B 비즈니스를 하는 기업들은 고객을 누구라고 생각합니까? 어떠한 고객 정보를 가지고 있으며, 어떻게 관리 하고 있습니까? B2B 비즈니스의 고객이 기업이라고 생각하는 과거의 패러다임으로 많은 기업들이 고객과 관련된 소중한 정보를 흘리고, 놓치고, 썩히고 있습니다.

의사결정과 관련한 고객은 다양해 지고, 그 변화도 예측하기 어려울 정도 입니다.

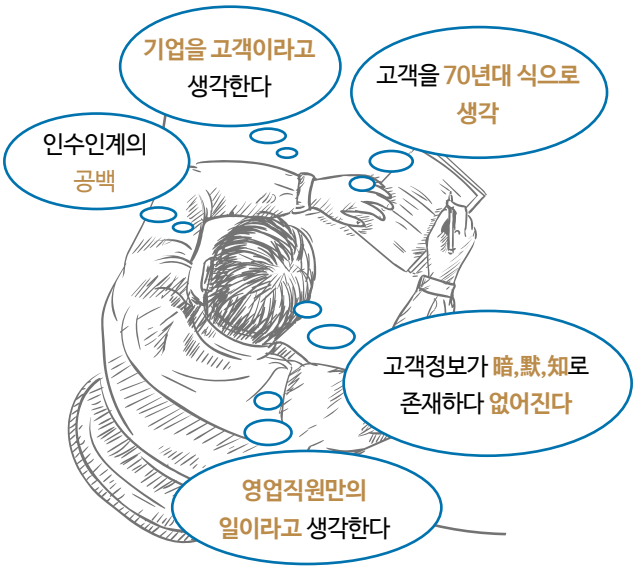
과거에는 영업의 의사결정자와 관련된 고객은 소수였습니다 변화는 예측이 가능했으며, 변화도 많지 않았습니다. 영업 직원의 이동도 지금처럼 빈번하지 않았고, 고객의 정보는 선배 또는 전임자로 부터 자연스럽게 전수 되었었습니다.

영업 직원의 수는 늘지 않고 고객의 수는 늘어나면서 고객정보를 제대로 관리 하는 것은 매우 힘든 일이 되었습니다. 고객의 변화와 관계없이 영업하는 회사의 고객관리 시스템은 여전히 “고객의 회사 ” 를 고객으로 여기며 관리하고 있습니다.

THE 세일러스 는,

고객과 관련된 정보 및 영업활동, 고객의 인식, 의견, 입장을 회사 단위로 부터 개별 고객 개인으로까지 낮추었습니다.

고객정보의 입력, 공유 그리고 축적된 정보가 바로 통찰력의 제고로 연결되도록 구현하였습니다.

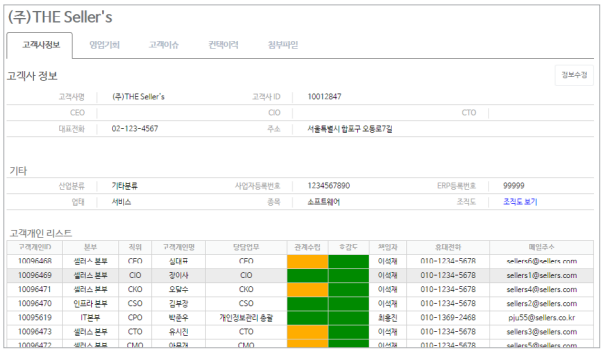


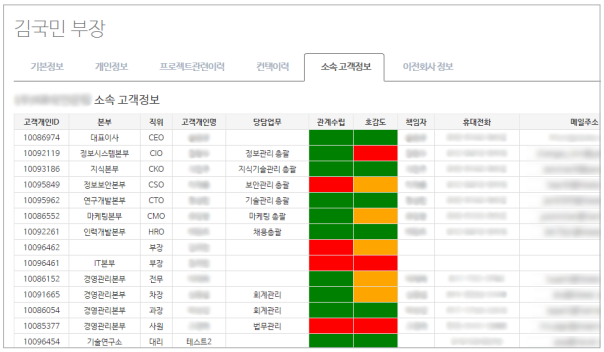
THE 셀러스

- 고객, 새로운 패러다임 주도
- 모든 직원의 주체의식 유도
- New Buyer의 Coverage 확대
- Progress Monitoring, Alert
- 셀러가 쓰고 싶은 시스템

제공 기능 / 프로그램 Tree >>

지원 화면 예시 >>





THE 셀러스

영업 활동

영업 관리의 목적은 영업 성과의 향상입니다.

영업관리 시스템은 데이터를 뽑기 위해 존재하는 것이 아니라, 실행력을 높이기 위해 존재하는 것입니다. 냉정하게 우리가 사용하고 있는 영업관리시스템은 어떠합니까? 사용 주체인 영업직원들은 데이터 입력만 요구한다고 생각하고, 시스템으로부터 도움을 받는 것이 아니라, 업무생산성을 떨어뜨리는 주적(主敵)으로 생각하고 있습니다. 직원은 마지못해 데이터를 입력하고, 시스템은 잘못된 데이터로 가득 차며, 그로부터 생성된 보고서는 기업의 의사결정자에게 엉뚱한 정보를 제공합니다. 이것은 또 다른 악순환의 시발점이 되어 영업 직원은 다시 데이터를 수정/확대 입력해야 하고 데이터는 오류의 연속입니다.

영업 지원 시스템이 되어야 합니다.

셀러들이 시스템을 사용하면서 도움을 받으며 활용하고 싶도록 설계되어야 합니다. 팩트를 반영하고, 문제를 정확하게 파악하고, 실행계획이 명확하게 정리되어 별도의 시스템이나 프로세스가 필요 없도록 해야 합니다.

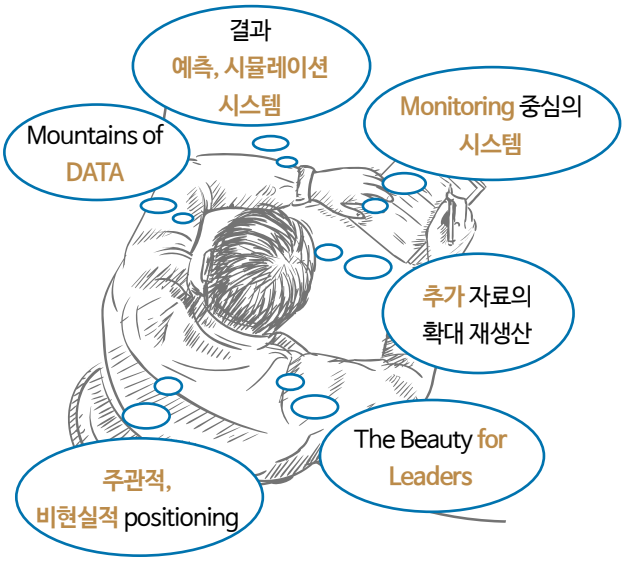
Single Source, Single Template가 되어야합니다.

셀러의 코칭, 상사에 대한 보고, 임원의 회의 자료 등 모두 Single Source, Single Template에 의해 지원되어야 합니다. 영업의 코칭과 실적 예측은 과학 또는 수학이 아닙니다. 분석과 예측 자동화라는 환상에 빠지지 말고 실행에 집중하는 것이 영업관리 시스템의 핵심입니다.

THE 셀러스는,

영업기회 초기에 코칭을 통하여 문제와 그 원인을 파악하고,
필요한 실행 계획을 수립하는 프로세스를 정립하였습니다.

영업기회의 코칭, 관리 보고가 하나의 프로세스로
설계되었으며, 잠재 영업 기회 관리도 포함하였습니다.



THE 셀러스

- 결과 개선에 집중
- 셀러의 Work Tool, 코칭 Tool 지향
- Single Source, Single Template
- Focus on Qualitative Pipeline
- Bottom-up 예측 시스템

제공 기능 / 프로그램 Tree >>

영업 기회
- 대시보드
- 영업 기회 등록
- 영업 기회 조회
- 영업 기회 수정

권한 승인 프로세스

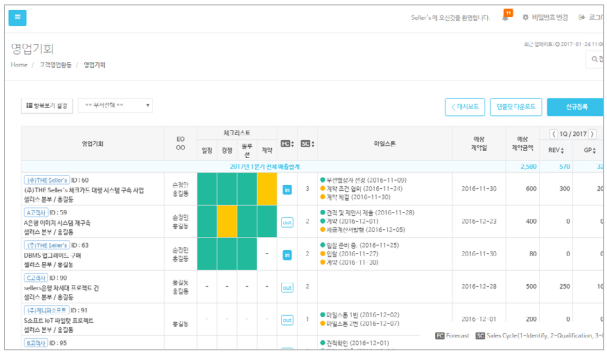
고객 정보 DB
세일즈프로세스, 매출 계획 정보, 이슈 정보, 윈 플랜 정보

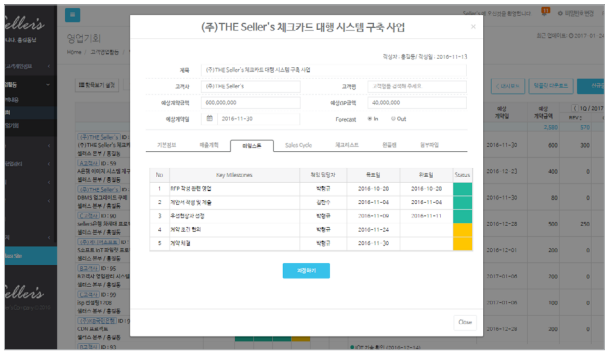
잠재 영업 기회
- 대시보드
- 잠재 기회 등록
- 잠재 기회 조회
- 잠재 기회 수정

권한 승인 프로세스

고객 정보 DB
기본정보, 영업 기회 전환, 이슈 정보

지원 화면 예시 >>





THE 세일러스

고객 만족 관리

고객은 언제나 표현합니다.

고객은 우리의 문제가 무엇인지, 어떤 변화를 원하는지, 자신의 입장을, 말로, 표정으로, 제스처로, 반드시 표현합니다. 하지만, 그런 고객의 진실한 표현이 놓쳐지고 제대로 대응되거나, 조직에 보고되지 않고 유기됩니다. 이것이 반복되면, 고객은 침묵하고 포기합니다.

많은 임직원들이 고객과 소통하지만, 공유 되지 않고 있습니다.

영업 직원 이외에도 다양한 형태로 고객의 소리를 듣고 있습니다. 그 과정에서 고객은 불평, 불만, 이의제기, 충고 등 아프지만 살이 되는 이야기를 하고있습니다. 하지만 10%도 제대로 공유되지 않고 있습니다. 기업들은 고객 만족을 강조하고, 고객 만족도 제고를 위한 다양한 활동을 합니다. 하지만, 고객 만족은 이벤트에 의해 이루어지지 않습니다. 고객만족은 서베이를 통해 수치화하는 것이 아닙니다. 행사와 식사를 하고 덕담을 주고 받는 다고 하여 고객 만족이 이루어지는 것이 아닙니다.

고객의 표현에는 고객 만족도 조사를 통해 볼 수 없는 진실이 있습니다.

기업의 모든 직급의 임원, 직원들이 고객의 표현을 놓쳐선 안됩니다. 고객의 불만과 이슈, 충고는 관련 조직이 모두 인지하여야 합니다. 그로부터 원인을 분석하여 제거하고 조치된 것이 고객에게 공유되어야 합니다. 이러한 프로세스가 정립되고, 실행되며, 점검되어야 진정한 고객 만족이 이루어 집니다.

THE 세일러스 는,

고객의 불만, 불평, 이슈제기, 충고를 놓치지 않고 담아내는 프로세스를 제공합니다.

등록된 이슈(문제), 이슈의 해결 과정, 결과가 트래킹 되고, 이를 고객에게 제대로 피드백 되도록 구성하였습니다.

THE 셀러스

- All in One 불평, 불만, Issue, Survey Data
- 관리 시스템에 연동 Track & Monitoring
- 기업, 개별 고객의 관점의 균형
- Focus on Resolution
- 차별화된 문화의 정착 Tool

제공 기능 / 프로그램 Tree >>

고객 이슈 관리
- 대시보드
- 고객 이슈 조회
- 고객 이슈 등록
- 고객 이슈 수정

권한 승인 프로세스

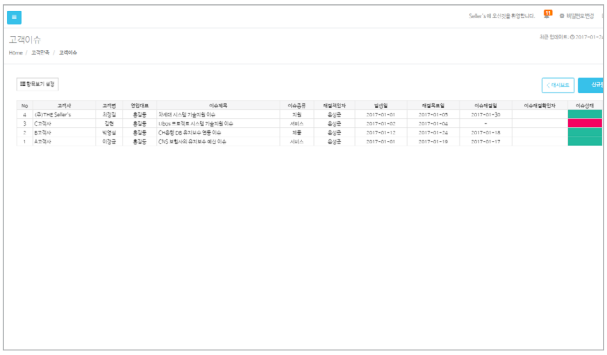
고객 정보 DB
이슈 처리 프로세스,
이슈 처리 경과

고객 만족 관리
- 대시보드
- 고객 만족 조회
- 고객 만족 등록
- 고객 만족 수정

권한 승인 프로세스

고객 정보 DB
만족도 조사 및 이슈,
고객별조사결과 및 이슈

지원 화면 예시 >>



THE 세일러스

파트너 협업 관리

영업은 혼자 할 수 없습니다.

기업에 따라 복잡도와 유형의 차이는 있지만 Value Chain 상의 공급사 및 협력사와의 협업, 시장 확대를 위한 에코시스템(eco-System)의 구축은 필수적입니다. 대부분의 기업이 전략수립 기능을 가지고 있지만, 이 영역에서의 전략과 실행은 간과되거나 지엽적인 접근에 머무르고 있는 것이 현실입니다

많은 회사들이 시장접근경로를 모르고 있습니다.

다른 곳으로 새로운 도로가 만들어져 곧 사람과 물품의 이동 중심축이 새로운 도로로 옮겨지는데 옛 길에서 음식점을 운영하는 어리석은 사람이 있겠습니까? 하지만, 새로운 길이 어디에 생기는 지, 어떤 길로 다녀야 빠른 지도 모르는 채 영업을 하는 것을 당연하게 생각하는 영업이 존재합니다. 경쟁자의 Route 전략도 모르고, 또 알려고 하지 않습니다. 제한된 소수의 담당자에게 맡기고 기존 협력사의 관리에 머물면서, 그것이 전부인 것으로 착각하고 있습니다.

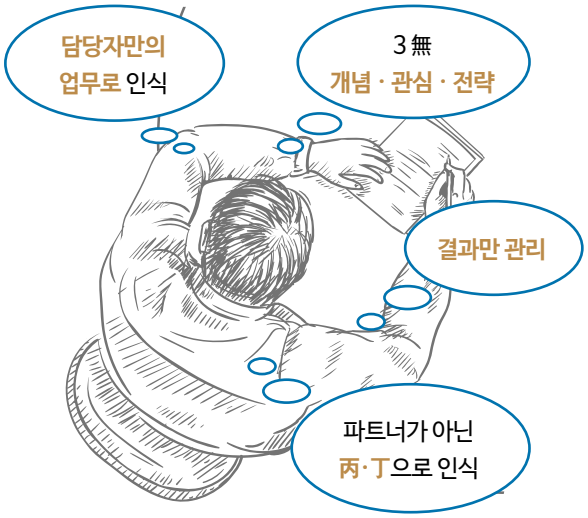
함께의 중요성이 조직에 인지되고, 실행되어야 합니다.

파트너 협업의 시작은 시장 기회와 우리의 역량의 분석에서 시작됩니다. 그에 따라 협업의 방향이 설정되고, 협력 관계를 수립하며, 실행하여야 합니다. 이 영역은 파트너 관리 직원만의 일이 아니라, 제품 및 고객 담당 영업팀 모두의 일이 되어야 합니다. 그리고, 이 프로세스는 주기적으로 반복되고, 실행 과정과 결과는 공유될 수 있어야 합니다.

THE 세일러스 는,

파트너의 역량 분석, Recruitment, 기준 및 절차,
실행 평가의 프로세스를 적용하였습니다.

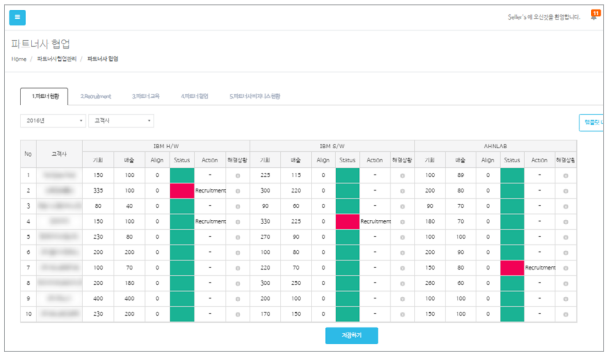
파트너 인력의 Skill Level을 관리하고, 교육 및 협업을 지원합니다. 각 사의 시장접근 경로(Route To Market)설계는 별도의 컨설팅을 통하여 시스템에 반영합니다.

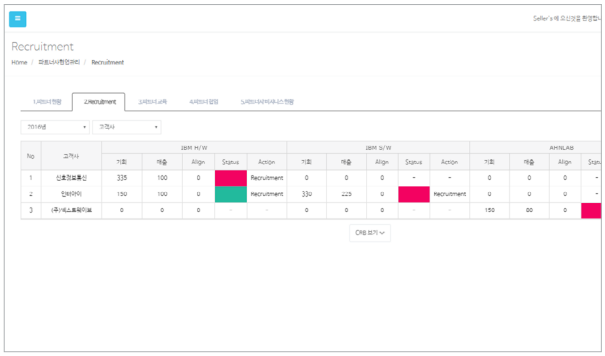


- Life Cycle Approach
  Capacity Assessment ~ Fulfillment
- Partner 직원 Skill DB 지원
- 협업 기능 제공
- 패러다임의 변화
- Go to Market Model 설계 지원

제공 기능 / 프로그램 Tree >>

지원 화면 예시 >>





THE 셀러스

성과 관리

결과 데이터가 아닌 성과를 내도록 구현되어야 합니다.

영업조직에서 성과는 매우 중요합니다, 그리고 무엇보다 공정하게 관리 되어야 합니다. 성과와 관련된 기본적이며 핵심적인 데이터와 지표는 이미 구축하여 사용하고 있는 기간 시스템에서 충분히 제공됩니다. 그것을 바탕으로 리더는 과정 및 결과의 질 등 정성적인 면을 평가에 반영하면 되는 것 입니다.그러므로 성과관리 시스템은 결과 데이터를 얻기 위한 것이 아니라 셀러와 조직이 더 나은 성과를 내도록 구현되어야 합니다. 성과를 내도록 실행 과정을 바꾸도록 하는 것이 중요합니다. 보기 좋고 다양한 형태로 제공되는 리포트 자체에 함몰되어 본원적인 문제를 풀지 못하는 것이 엄연한 현실입니다.

보이는 리포트보다 영업 엔진을 제대로 돌게 하는 것이 중요합니다.

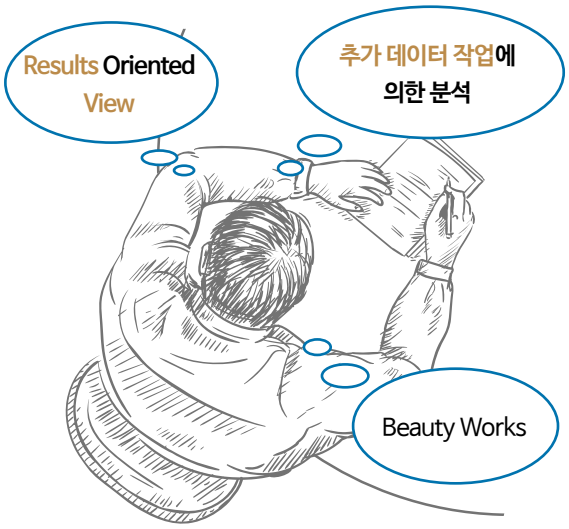
회사 차원 에서는 목표 달성률, 실적 예측, Pipeline 분석, Yield 분석, Roadmap등 수 많은 리포트를 생산해 내고 그것을 기반으로 영업조직을 독려하고 있습니다. 그러나 영업 일선에서는 리더의 성향 및 조직의 특성에 따라서 실행을 위한 별도의 템플릿이 사용되고 있습니다.

관리에 중심을 둔 시스템이 실행을 위한 또 다른 시스템을 만들고, 그에 따라 데이터와 정보는 이원화되어 정확도는 떨어집니다. 그로 인해 영업직원은 엉뚱한 것에 시간을 빼앗기고, 생산성은 떨어지고, 결과적으로 회사의 성과는 개선되지 않는 악순환이 반복되는 것입니다.

THE 셀러스 는,

셀러의 영업 활동, 코칭을 기반으로 한 시스템으로
모든 리포트와 성과 데이터는 이것과 연계됩니다.

영업직원 및 조직의 Workload 정보를 Real-Time으로
제공함으로써, 회사의 불필요한 손실을 막도록 합니다.



THE 셀러스

- 실시간 정보 제공Calendar(캘린더)와 연동
- 업무부하 분석 개선영역도출, Tracking(트래킹)
- 원인 규명 및 조치 지원
  Issue - Root Causes - Action Plan

제공 기능 / 프로그램 Tree >>

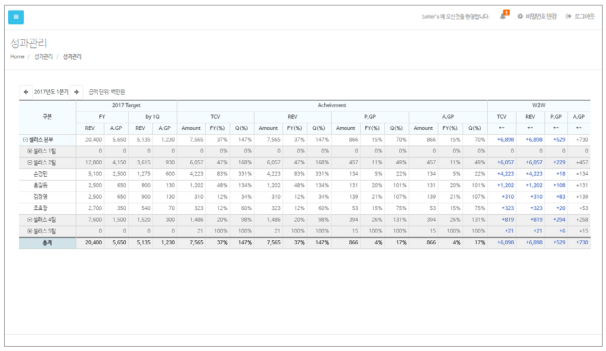
성과 관리
- 전체 성과 대시보드
- 영업팀별 생산성 대시보드
- 사업부별 생산성 대시보드
- 개인별 성과 대시보드

권한 승인 프로세스
- ERP성과 연계
  개인별 Target, 영업 조직별 Target, Revenue, GP
- 셀러스 영업 계획
  기본정보, 매출 계획, 매출 결과

생산성 관리
- 회사 전체 생산성 대시보드
- 사업부별 생산성 대시보드
- 전체 성과 대시보드

권한 승인 프로세스
- 일정 관리 DB
  구분 코드별 일정계획
- 휴일 정보 DB
  고정 공휴일 정보, 변동 공휴일 정보

지원 화면 예시 >>



THE 셀러스

사업 전략

전략은 계획되고 수정되지만, 실행은 점검되지 않고 있습니다.

셀러와 영업의 리더는 업무가 시작되면 단 1초도 스스로 통제할 수 있는 시간이 없습니다. 고객과 만나며 시장의 변화를 항상 접하면서도 목표달성이라는 압박 속에서 내일을 주도적으로 준비하지 못합니다. 이것이 반복되면 셀러는 단기적인 실적만 쫓는 존재가 됩니다. 영업 리더의 머리 한 편엔 항상 중장기 전략이라는 숙제가 자리하지만 일상에서는 당장의 실적에 매몰되어 리더로서의 균형을 잃게 됩니다.

모든 기업은 전략을 수립하고 또 주기적으로 그 전략을 수정하지만 그 전략이 실행되는 것은 극히 일부입니다. 더 심각한 것은 계획이 실행되었는지 왜 안되고 있는 지를 제대로 점검하지 않는 경우가 더 많다는 것입니다. 결과적으로 사업의 전략은 페이퍼워크(Paperwork)으로 인식되고 무의미하게 준비됩니다.

미래를 고민하고, 계획하고, 실행할 수 있는 프로세스가 필요합니다.

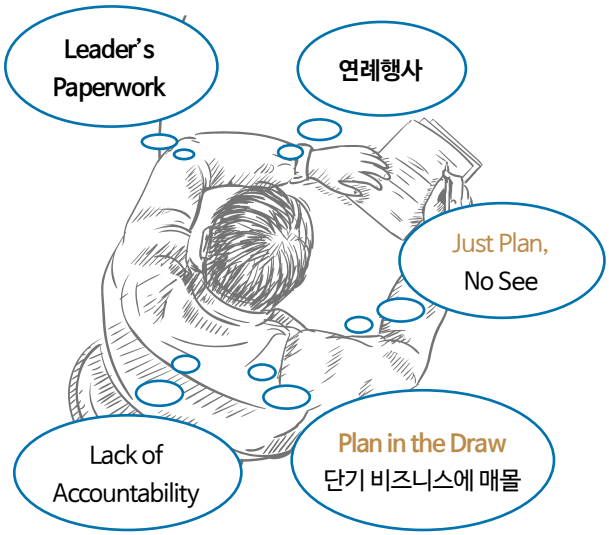
사업을 책임지는 리더는 전략의 계획 • 실행 • 점검의 주체로서의 역할을 잊고 단기 실적 중심으로 생각하고 조직을 운영하게 됩니다. 미래의 전략과 실행의 주체는 모두 잊고 잊혀지고 최고경영자, 전략임원, 전략담당 직원만이 고민합니다. 미래는 곧 현재가 됩니다. 현재가 된 미래를 아무도 실질적으로 준비하지 않은 조직의 앞 날은 어떻게 되겠습니까?

영업의 현장에 있는 사람들보다 시장, 고객의 니즈를 제대로 이해하는 사람은 없습니다.그들이 미래 비즈니스 주체가 되도록 바꾸어야 합니다. 주어진 목표를 달성하면서,미래의 먹거리를 같이 고민하는 셀러, 영업의 리더를 키워야 합니다. 영업의 리더는 의무적으로 중장기 전략, 미래 먹거리에 대한 고민을 하도록 패러다임을 바꾸어야 합니다. 그리고 그런 계획이 주기적으로 점검하고 실행되도록 해야 하며 그것을 지원하는 프로세스가 필요합니다.

THE 셀러스는,

사업부의 리더들이 주체적으로 전략을 수립하고 그 실행을 주기적으로 점검, 관리할 수 있도록 프로세스를 제공합니다.

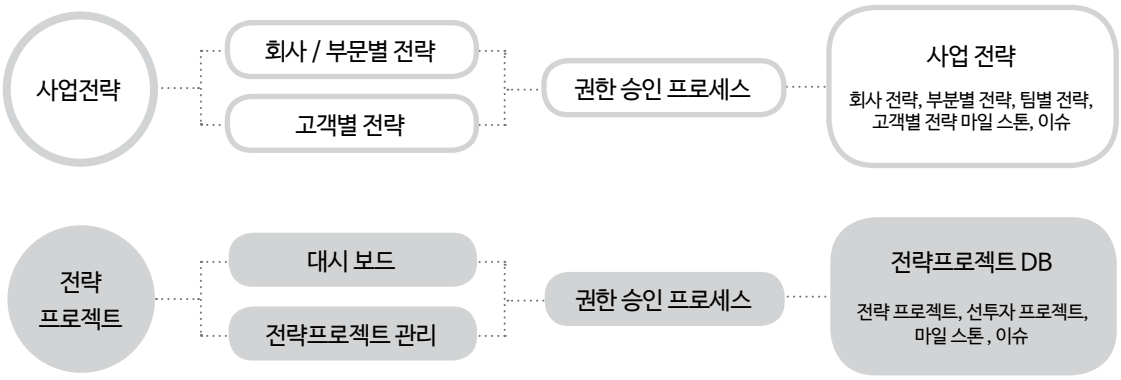
사업전략, 고객전략, 전략 프로젝트 등 직급에 따른 Initiative가 정의되었으며, 고객의 상황에 맞는 Template을 지원합니다.



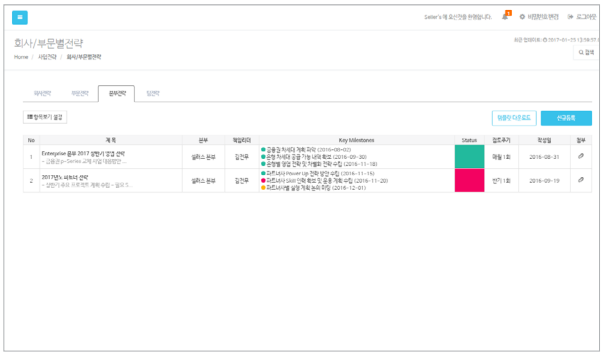
THE 셀러스

- Plan - Do - See : Milestone Review
- 관련자 정보공유, Monitoring
- 실행력 개선
- 책임 소재의 명확화
- 장단기 비즈니스의 균형 실현

제공 기능 / 프로그램 Tree >>



지원 화면 예시 >>



THE 셀러스

일정관리

셀러는 항상 시간에 쫓기고 있습니다.

고객과의 약속, 갑작스런 고객 방문 약속, 긴급 회의 및 보고, 식사 약속 등 주말까지 개인의 시간을 사용하고 있지만 시간은 항상 부족합니다. 하지만 지나고 보면 어디에 시간을 썼고 왜 시간에 쫓기고 있는 지가 명확하지 않습니다. '내부회의가 많아서' '보고할 일이 많아서' '고객과의 미팅' 등 이유를 설명하지만 정확하지 않습니다.

영업과 관련된 활동을 관리하고 있지 않습니다.

누구나 일정관리를 위해 캘린더 시스템을 사용하고 있습니다. 하지만 업무와 관련된 일정을 정확하게 입력하고 관리하는 영업 직원은 의외로 많지 않습니다. 개인의 약속, 이벤트, 기념일, 기억 하여야 할 일들은 빠짐없이 입력하고 관리하지만, 영업에 관련된 제반 활동은 정확하게 입력되거나 관리되지 않습니다. 영업 직원 은 자신의 영업 활동 및 제반 활동을 모두 입력하고 돌아보고 관리하여야 합니다. 이를 통해, 효과적인 일정관리가 가능해지고, 효율적인 시간 활용을 위한 분석과 개선이 가능해집니다.

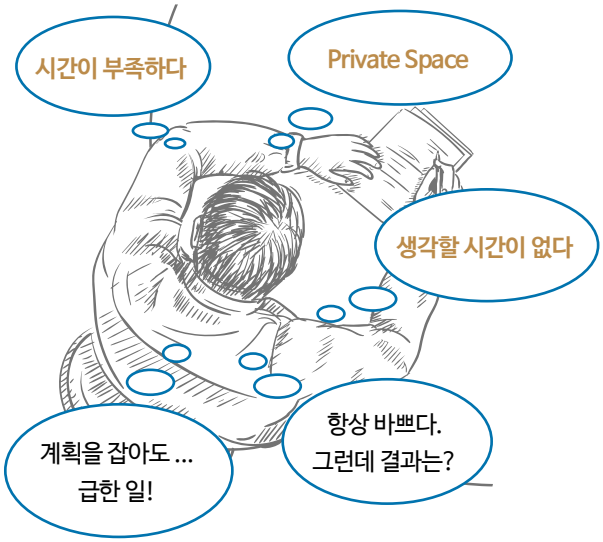
캘린더는 업무 혁신의 첫걸음 입니다.

캘린더 시스템은 단순히 보조적인 기능을 부여하는 시스템이 아닌 업무 혁신의 시발점입니다. Workload 개선 • 생산성 향상 • 고객 접점 시간의 개선 • 시간엄수(Punctuality) • Work & Life Balance 의 시작은 제대로 된 캘린더 시스템의 활용에 의해서 가능해집니다. 다양한 캘린더 시스템이 있지만 이것이 저희가 셀러스 만의 캘린더 시스템을 개발한 이유입니다.

THE 셀러스 는,

영업 직원이 스스로 효율적인 시간 활용을 위한 개선 영역을 찾아내어 개선하도록 설계하였습니다.

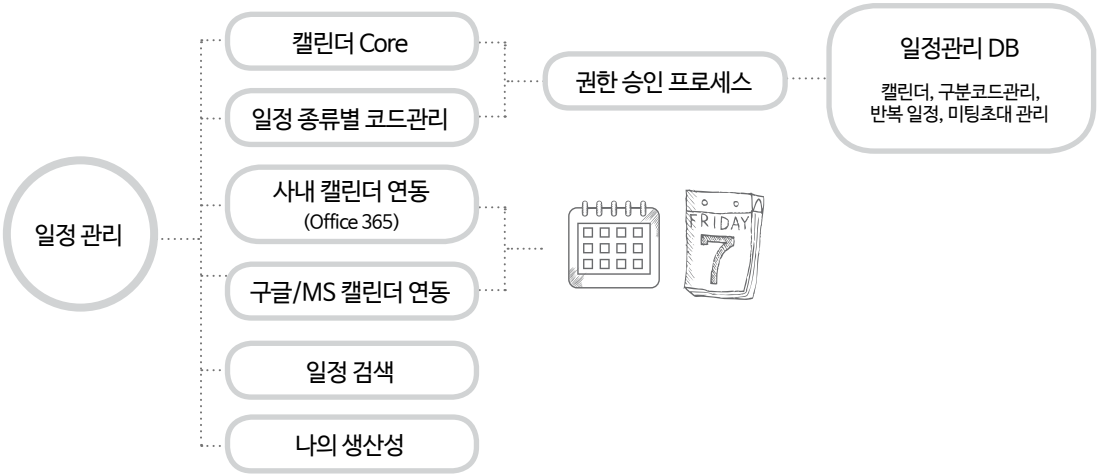
개인, 팀, 본부, 회사 단위의 생산성을 Real-Time으로 분석할 수 있는 기능을 구현하였습니다.



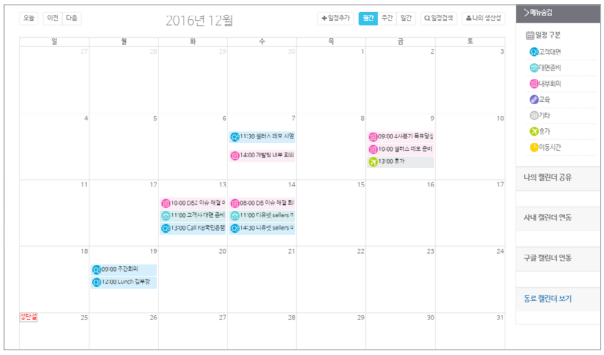
THE 셀러스

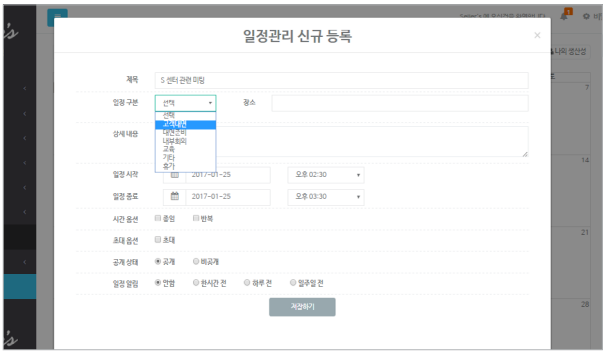
- 업무혁신 시발점 고객접점시간, Punctuality
- 실시간 생산성 분석
- Plan-Do-See의 DNA화
- Work & Life Balance

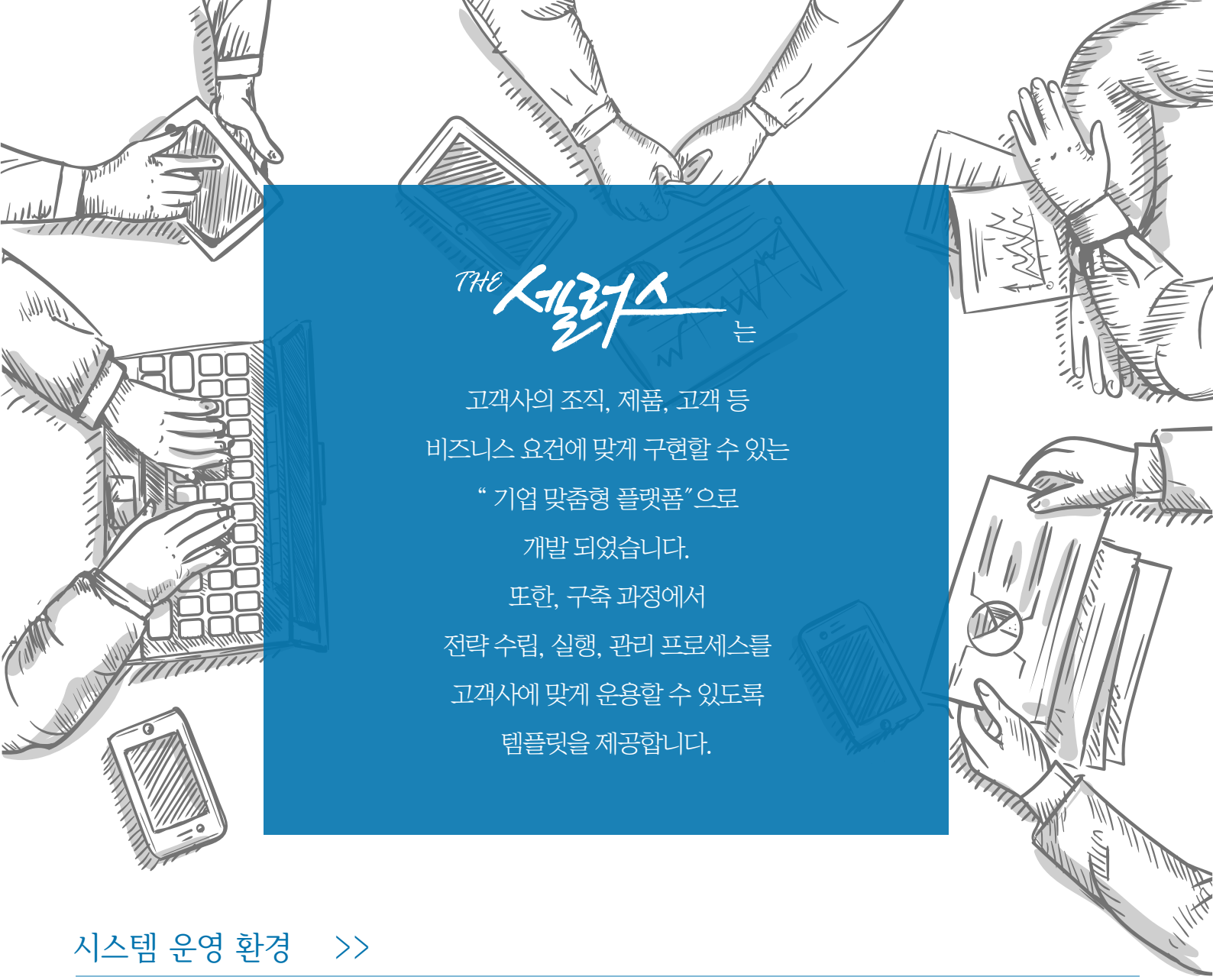
제공 기능 / 프로그램 Tree >>



지원 화면 예시 >>



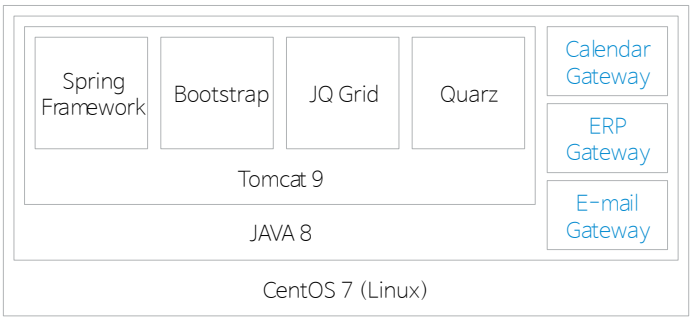




THE 세일러스 는

고객사의 조직, 제품, 고객 등
비즈니스 요건에 맞게 구현할 수 있는
" 기업 맞춤형 플랫폼" 으로
개발 되었습니다.
또한, 구축 과정에서
전략 수립, 실행, 관리 프로세스를
고객사에 맞게 운용할 수 있도록
템플릿을 제공합니다.

시스템 운영 환경 >>



구분	웹서버	어플리케이션 서버	개발환경		데이터 베이스	운영체제
소프트웨어	Apache	Tomcat	JDK	Spring	MySQL	CentOS
버전	2.X	7.0	1.7	3.2.2	5.7	7.X

* 고객사별 버전 차이 발생할 수 있음 .

DUNET (주)디유넷

회사명 : ㈜디유넷 대표이사 : 김승환, 김평국
사업자등록번호 : 110-81-47558
서울특별시 서대문구 충정로 동아일보사 8층
Tel. 02)6380-7200 Fax. 02)364-7711

KSI 한국영업혁신그룹 Korea Sales Innovation Group

회사명 : ㈜KSIG 대표이사 : 이장석
사업자등록번호 : 387-86-00328
서울특별시 서대문구 충정로 동아일보사 9층
Tel. 02)393-7011
e-mail : admin@ksigroup.co.kr

uniPoint

회사명 : ㈜유니포인트 대표이사 : 권은영
사업자등록번호 : 116-81-62839
서울특별시 동작구 남부순환로 2049
네오티스 빌딩 2층
Tel. 02)6676-5500 Fax. 02)6676-5599