

1. 글로벌 영업

직무내용

글로벌본부는 1)주력시장 확대, 2)성장시장 육성 및 신시장 개척 3) 법인사업관리로 크게 나눌 수 있습니다.

주력시장 확대 : 중동/중양아/CIS국가로 구분되는 주력시장은 수입상과 중장기 파트너십을 구축하여 상호 Win-Win 전략을 구사합니다. 핵심시장 뿐 아니라 잠재시장에서의 광고, 판촉 투자를 강화하고 유통 커버리지를 확대하는 등 마케팅 4P 전략의 주도적 실행으로 해당 권역에서의 Leading Position 강화를 목적으로 합니다.

성장시장 육성 및 신시장개척 : 성장시장 육성사업의 주요 목표는 권역별 핵심시장(대만/일본/몽골 등)에 대한 직접 유통 커버리지 확대와 신규시장(유럽/아프리카/중남미)개척 및 거점 확보입니다. 또한, 해외 담배 제조.유통업체와의 전략적 제휴를 통해 KT&G의 시장 확대를 목적으로 합니다.

법인사업관리 : 미국,러시아,터키,인니등에 법인을 설립하여 영업/마케팅을 하고 있으며, 현지 제조공장을 운영해 직접 생산/판매하는 등 현지 직접 사업을 활발히 진행하고 있습니다.

하루일과

글로벌본부의 하루 일과는 「협의를 - 실적 모니터링 - 브레인 스토밍」으로 요약됩니다. 우선, 수입상과의 커뮤니케이션을 통해 수출 물량/유통국가.지역 확대, 브랜드포트폴리오 강화 및 광고.판촉 진행 현황을 점검.협의를 하고, 필요시 해당 국가의 소비자/소매인/유통업체 인터뷰를 실시하여 국가별 수입상 활동 실적을 철저히 모니터링합니다. 지리적 특성상 국내와 달리 쉽게 현장을 확인할 수 없는 해외시장 관리의 한계를 극복하기 위해서는 현지 수입상과 원활한 커뮤니케이션이 무엇보다 중요하다고 할 수 있습니다. 이러한 對 수입상 협의를 마쳤다면, 수집된 1,2차 자료를 분석하여 내부 브레인 스토밍을 거쳐서 국가별/시장별 최적 운영방향을 수시로 업데이트 하여 추후 수입상 협의안건을 설정하는 것으로 마무리됩니다.

필요역량

글로벌본부에서 중요한 역량은 세 가지를 꼽을 수 있습니다.

첫째, 꾸준한 자기계발을 통해 더 나은 내일을 꿈꾸는 끊임없이 배우고자 하는 자세입니다.

이를 위해 글로벌본부에서는 개인별 단기 및 중장기 역량강화에 따라 다양한 교육 프로그램을 운영하여 자기주도적 학습을 지원합니다.

둘째, 강한 책임감과 지치지 않는 도전·실행정신입니다.

글로벌본부는 「Global Vision 2025」의 “Global Top 4” 실현을 위해 구성원 모두 주인정신을 갖고 매일의 업무(마케팅/브랜드/시장조사/회계 등)에 충실하고 있습니다.

셋째, 비즈니스 회화 및 협상이 가능한 수준의 외국어 실력과 글로벌 매너입니다.

대외 커뮤니케이션이 업무의 중요한 부분을 차지하는 만큼 그에 부합하는 외국어 구사능력과 KT&G인의 품격에 맞는 글로벌 비즈니스 매너는 필수 요건이 됩니다.

2. 인사

직무내용

인사관리는 경영성과의 극대화 및 직원들의 능력 개발과 역량발휘를 위하여 채용/CDP/직무관리/평가/보상 등 인적자원의 효율적 운영체계를 기획하고 관리하는 업무를 수행합니다. 더불어 기업이념을 달성하기 위해 인재상 및 행동규범을 정의하고 구성원들을 그에 맞추어 가도록 지원하고 있습니다.

하루일과

인사관리 직무는 특성상 매일 매일 정해진 일과가 별도로 존재하지는 않습니다.

인사관리 담당자들은 채용/CDP/평가/보상 등 본인이 수행하는 세부 직무별로 추진하는 업무의 현안사항 및 스케줄에 따라 일과를 진행합니다.

그러나, 가장 기본이 되는 일과는 본인의 업무에 있어서의 고민과 더 나은 방향을 탐색하는 것이라 할 수 있습니다. 일례로 채용담당자는 어떠한 선발과정을 운영하여야 우수인재를 확보할 수 있을지, 지원자 중에서 과연 누가 더 우리 회사에 적합한 인재인지, 선발된 인재가 어떻게 하면 입사 초기에 회사에 잘 적응해 나갈 것인지 등의 다양한 물음에 대한 고민을 하고 해결방안을 마련하기 위하여 매일 매일 계획한 일련의 업무를 수행하게 됩니다.

필요역량

인사관리 직무를 수행하는데 있어서는 아래와 같은 역량이 요구됩니다.

첫째, 제도개선 및 인력육성/운영

둘째, 기초재무회계 및 통계의 기본적인 이해와 분석/활용

셋째, 인사노무관련 법률 및 전문지식 활용

넷째, 회사 사업전반에 대한 이해 및 부서간 업무조정

다섯째, Communication 역량 (문서작성능력, 발표 능력 등)

3. SCM

직무내용

SCM(Supply Chain Management)은 Business 목표를 달성하기 위하여 제품개발, 구매, 생산, 물류, 영업, 마케팅, 고객까지 제품, 정보, 서비스의 흐름을 하나의 연결된 사슬로 가정하여 정보의 공유를 통한 전체 비즈니스 프로세스를 통합적으로 운영하고, Supply Chain상의 비효율을 찾아 개선하여 재고를 최적화합니다. 또한 리드타임(LT)을 줄이며, 전체 Supply Chain의 비용을 최소화 하여 최고 품질의 제품을 고객에게 적기에 제공할 수 있도록 SCM 전략을 수행하는데 노력을 경주하고 있습니다.

하루일과

하루의 일과는 브랜드 운영 전략 및 수요예측에 따른 재료품 수급 및 제품생산, 재고운영, 운송계획을 점검합니다. 이와 관련하여 제조공장별 생산계획에 따른 재료품 적기공급, 완제품 재고 등 수급사항 전반에 대한 모니터링을 진행하며 공급업체 피드백 및 계획조정 등의 조치를 취하게 됩니다. 또한 생산된 제품이 적기에 고객에게 공급되도록 제조공장-수급기지-지점간 운송계획을 수립, 진행하는 Control Tower 역할을 합니다.

필요역량

SCM 직무를 수행하는 데에는 다음과 같은 역량이 필요합니다.

첫째, SCM은 Supply Chain 전체를 담당하므로 구매/생산/물류/영업/마케팅 등에 대한 General한 경험과 지식이 요구됩니다.

둘째, 각 사업부문의 부분 최적화 보다는 전체 최적화 관점에서의 이슈를 도출하고 데이터를 기반으로 각각의 사업부서와의 커뮤니케이션을 통해 의사결정을 이끌어 내는 Skill이 필요합니다.

셋째, SCM Solution에 기반한 시스템 운영 및 Data Handling 능력이 있어야 하고, 업무상 다양한 네트워크를 통한 정보수집이 필요합니다.

넷째, 문제 발생 시 회피하지 않고 끈질기게 해결하고자 하는 책임감과 적극성이 중요합니다.

4. 글로벌 디자인

직무내용

브랜드의 아이덴티티와 이미지 구축을 위해 디자인 전략을 수립/개발하고, 브랜드의 비주얼 시스템을 체계화하는 업무를 수행합니다.

- 글로벌 디자인 트렌드 변화 및 디자인 산업 동향 분석
- 국내/해외 디자인 에이전시 발굴 및 관리
- 비주얼 아이덴티티 기획 및 비주얼 시스템 구축
- 디자인 개발과 인쇄 감리
- 디자인 제작/생산 단계의 품질 유지 및 관리
- 수출 국가별 원고 작업 및 히스토리 DB 관리
- 선행 디자인/기술 연구 및 개발

하루일과

디자이너는 신규브랜드, 브랜드확장, 브랜드리뉴얼, SV개발, 수출 국가별 원고 작업 등 다양한 성격의 프로젝트를 진행합니다. 자료리서치를 기반으로 브랜드매니저와의 협의를 통해 아이디어를 도출하고 디자인의 방향성과 목표를 설정합니다. 디자인을 개발하고 검토하는 단계를 거쳐 시제품 제작에 이르기까지 전체 디자인 프로세스를 조율하고 관리하며, 프로젝트의 원활한 진행을 위해 인쇄, 생산 등의 유관부서와 상시로 커뮤니케이션을 하며 업무를 수행합니다.

필요역량

디자인 직무를 수행하는데 있어서는 아래와 같은 역량이 요구됩니다.

첫째, Great Design, Great Business.

글로벌 트렌드와 시장 변화에 민감해야 하고, 빠른 변화에 신속히 대응할 수 있는 논리적 직관력이 필요합니다.

둘째, Creative Thinking, Creative Power.

분석과 기획을 아우르는 ‘크리에이티브 마인드’를 지녀야 합니다. 즉, 다양한 자료와 트렌드 정보를 분석하고 활용하여 새로운 아이디어를 발굴하고 실험하는 자세가 필요합니다. 뿐만 아니라 크리에이티브 영역에 대한 기본지식과 시각적 성과를 창출할 수 있는 전문적인 역량이 뒷받침 되어야 합니다.

셋째, Open-Communication, Open-Mind

다양한 구성원과 원활히 소통하고 협업하기 위한 커뮤니케이션 역량이 필요합니다.