

『턴어라운드(Turnaround) 전략포럼』

기업을 경영하다 보면 언젠가 반드시 **불황**과 마주하게 됩니다. 언제까지 **경제**를 타하며 **불평**할 수 없습니다.
호황이든 불황이든 모든 문제의 원인은 내부에 있습니다.

마이너스 성장을 기록하던 기업들은 어떻게 다시 성장하는 기업으로 변모했을까요?

전 세계 **경제 불황**이 예상되는 가운데, *턴어라운드에 **성공한 기업**의 전략을 통해 **현재의 위기**를 극복해 보고자 합니다.

1	모더레이터 이승윤 교수	2	브랜드 턴어라운드 화려한 휠라의 귀환	3	제품혁신 턴어라운드 국민소시지 천하장사의 재도약	4	장수기업의 턴어라운드 53세 빙그레의 일탈	5	컨텐츠 턴어라운드 모나미의 스마트한 변신
---	-----------------	---	-------------------------	---	-------------------------------	---	----------------------------	---	---------------------------

☑ 일 정 : 4월 29일(수) 13:30-17:30

☑ 장 소 : 여의도 전경련회관(서울시 영등포구 여의대로 24) 컨퍼런스센터 3층 다이아몬드

전경련회관 주차 무료

☑ 대 상 : 새로운 변화와 혁신에 도전하는 기업의 CEO 및 임원/ 전략 담당자/ 핵심 인재

☑ 비 용 : 25만원

☑ 문 의 : 전경련 IMI 전략포럼 사무국(010-6428-5676/ cby@imi.or.kr)

☑ 연사 및 커리큘럼



시간	현장 전문가	핵심 전략 에센스
13:30 - 14:20 [50']	 <p>모더레이터 건국대 이승윤 교수</p>	<p>건국대학교 경영대학 교수</p> <p>* 전략</p> <p>『턴어라운드 승부수 전략은 위기의 한국기업을 구할 수 있을까?』 생각하고 말하고 움직이지 않는 브랜드는 외면당하기 십상인 요즘! 젊은 네이티브와 소통에 성공한 휠라, 진주햄, 빙그레, 모나미는 어떻게 기존 이미지로부터 턴어라운드에 성공해 *새로운 시대에 적응할 수 있었는지 알아본다.</p>
14:30 - 15:10 [40']	 <p>FILA 휠라코리아 박재성 부장</p>	<p>휠라코리아 마케팅본부 리테일커뮤니케이션팀 팀장</p> <p>* 브랜드</p> <p>『요즘 장사가 되는 곳은 휠라 밖에 없습니다.』 1990년대, 젊은 이미지의 프리미엄 브랜드 휠라! 소비 침체와 트렌드 변화 등 부진의 늪에 빠져 쇠락의 길을 걷는 것처럼 보였던 휠라가 과거의 영광을 뛰어넘어 *제2의 전성기를 맞게 된 턴어라운드 전략에 대해 알아본다.</p>
15:15 - 15:55 [40']	 <p>Jinju 진주햄 진주햄 박경진 부사장</p>	<p>진주햄 대표이사 부사장</p> <p>* 제품혁신</p> <p>『세상에 없던 소시지, 그리고 왕의 귀환으로 돌아온 천하장사,』 노란소시지에 빨간 줄, 1985년생 국민간식 천하장사의 화려한 데뷔! 15년간 세상에 없던 제품의 독주는 대기업의 진출로 업계 5등까지 추락하지만 혁신을 통해 업계 *1위를 재탈환할 수 있었던 턴어라운드 전략에 대해 알아본다.</p>
16:00 - 16:40 [40']	 <p>빙그레 빙그레 이수진 팀장</p>	<p>빙그레 바나나맛우유 마케팅팀 팀장</p> <p>* 마케팅</p> <p>『1974년 생 바나나맛우유가 밀레니얼 시대를 살아가는 방법』 창립 53주년 전 국민의 사랑을 받고 있는 빙그레의 임원진 평균나이 65세! '목욕탕과 야구'가 떠오르는 장수기업이 옐로우카페, 코스메틱, 카메라필터 앱을 통해 *밀레니얼을 사로잡을 수 있었던 턴어라운드 전략에 대해 알아본다.</p>
16:45 - 17:30 [45']	 <p>monami 모나미 신동호 팀장</p>	<p>모나미 마케팅 팀장</p> <p>* 콘텐츠</p> <p>『올해 60세! 모나미의 변신은 무죄입니다.』 단군 이래 이 땅에 존재했던 문방사우 중 가장 널리 보급된 모나미 153! 사무자동화의 등장과 저출산으로 신학기 특수판매까지 축소되면서 위기를 겪지만, 고급화전략과 콜라보로 *스마트한 변신에 성공한 턴어라운드 전략에 대해 알아본다.</p>