

삼성전자 MX 미국 직영 매장 PMO 프로젝트

EY 컨설팅

목차

01 Executive Summary

02 프로젝트 배경 및 필요성

03 고객 요구사항 요약

04 리테일 시장 개요 및 트렌드

05 경쟁사 벤치마킹 및 차별화 전략

06 직영 매장 운영 솔루션 개요

07 솔루션 실행 계획

08 기대 효과 및 성과

09 투자 및 예산 추정

10 프로젝트 팀 소개

11 EY 컨설팅의 차별화 요소

12 제안 마무리



13 질의응답 (Q&A)

14 부록




제안 개요

삼성전자 직영 매장 성공을 위한 전략적 제안

필수 제안 요소

-  직영 매장 운영을 위한 필수 영역 제안
선진 사례 기반 핵심 운영 영역 정의
-  글로벌 표준 가이드라인 개발
확장 가능한 매장 운영 Framework 구축
-  프로젝트 관리 방안 및 실행 체계 확립
체계적 관리로 리스크 최소화 및 성공 보장

고객 가치 요소

-  최신 트렌드 반영 및 선진사 벤치마크
업계 최신 동향과 성공 사례 적용
-  글로벌 확장 가능성 제고
다양한 시장에 적용 가능한 표준화된 모델
-  효율적인 프로젝트 관리로 리스크 최소화
체계적 관리로 일정, 비용, 품질 보장

“ 삼성전자의 새로운 리테일 혁신을 위한 전략적 파트너 ”



계약 기간: 2025년 7월 ~ 2025년 10월 (4개월)

● 글로벌 표준 가이드라인 개발

프로젝트 배경 및 필요성

리테일 분야로의 성공적 확장





핵심 목표

-  **직영 매장 운영 모델 확보**
제조업에서 리테일로 사업 영역 확장을 위한 핵심 전략
-  **내부 역량 배양 및 성공 모델 발굴**
지속가능한 리테일 사업을 위한 자체 역량 구축

고객과의 직접 접점 강화

직영 매장은 고객 피드백을 직접 수집하고 즉각적인 대응이 가능한 채널로서 삼성전자의 고객 중심 전략을 실현하는 핵심 수단입니다.

배경 및 전략적 의미

-  **신규 사업 분야로의 도전**
제조 중심에서 고객 경험 중심으로 사업 모델 확장
-  **매장 운영 전 영역의 매뉴얼화 필요**
표준화된 운영 체계 확립을 통한 일관된 고객 경험 제공
-  **시장 점유율 확대**
직영 매장을 통한 브랜드 경험 강화로 시장 점유율 증대
-  **브랜드 충성도 강화**
차별화된 고객 경험으로 브랜드 애호도 및 충성도 제고






선진 기업들은 이미 리테일 매장을 통해 고객과의 접점을 강화하고 브랜드 가치를 높이고 있습니다. 삼성전자의 직영 매장 전략은 단순한 판매 공간이 아닌, 브랜드 경험의 중심지로 자리매김할 것입니다.

고객 요구사항 요약

직영 매장 성공을 위한 구체적 요구

핵심 요구사항

-  **선진사 및 트렌드 기반 필수 영역 제안**
성공적인 직영 매장 운영을 위한 핵심 영역 분석 및 제안
-  **글로벌 가이드라인 Framework 개발**
국가/지역별 확장 가능한 표준화된 운영 가이드라인 수립
-  **프로젝트 관리 방안 제시**
안정적인 실행과 성공적인 운영을 위한 체계적인 관리 방안

요구사항 매트릭스

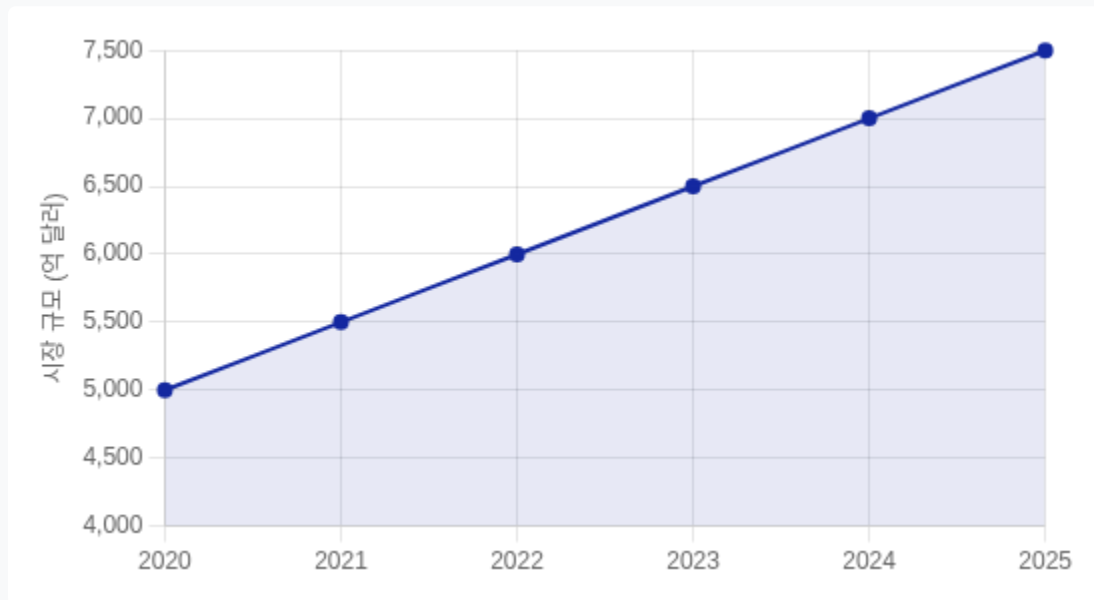
요구사항	비즈니스적 영향	구현 난이도
필수 영역 제안	운영 효율성 증대	● 중
글로벌 가이드라인	일관성 및 확장성 강화	● 상
프로젝트 관리 방안	리스크 최소화	● 중

* 각 요구사항은 삼성전자의 직영 매장 운영 성공을 위한 핵심 요소로 EY 컨설팅의 전략적 접근을 통해 효과적으로 구현될 수 있습니다.

리테일 시장 개요 및 트렌드

디지털 전환과 고객 경험 강화

리테일 시장 성장률 추이 (2020~2025)



출처: Statista, 2023

시장 세분화

세분화 기준	세그먼트
고객 유형	B2C, B2B
지역	북미, 유럽, 아시아
제품군	전자제품, 의류, 식품

시장 동향 및 트렌드

리테일 산업은 지속적인 성장세를 보이고 있으며, 특히 디지털 전환과 고객 경험 강화가 주요 트렌드로 부상하고 있습니다. 코로나19 이후 소비자 구매 패턴의 변화와 함께 리테일 기업들은 혁신적인 고객 경험 제공을 위해 노력하고 있습니다.

☐ 옴니채널 경험 중요성 증대

온라인과 오프라인 경험의 융합을 통한 고객 충성도 제고

📱 모바일 쇼핑 증가

스마트폰을 통한 구매 비중이 전체 온라인 거래의 60% 이상 차지

🔍 AI 및 데이터 분석 활용

개인화된 고객 경험 제공 및 운영 효율성 향상

주요 기업

아마존, 월마트, 베스트바이

혁신적인 직영 매장 운영 및 디지털 전환 선도



핵심 인사이트

디지털 전환과 고객 경험 강화가 리테일 시장의 핵심 트렌드로, 직영 매장은 브랜드 차별화와 고객 충성도 강화에 중요한 역할을 담당합니다.

경쟁사 벤치마킹 및 차별화 전략

경쟁사 대비 삼성전자의 차별화 포인트

핵심 비교 지표

항목	삼성전자	애플	마이크로소프트
미국 내 직영 매장 수	3	500	100
고객 만족도	85%	90%	88%
제품 다양성	매우 높음	중간	중간
온/오프라인 연계	개발 중	강함	중간

고객 경험 인지도 비교



삼성전자 차별화 요소


- ✓ 고객 맞춤형 서비스
개인화된 고객 경험 제공 및 맞춤 솔루션 제안
- ✓ 혁신적인 매장 경험
제품 체험 중심의 인터랙티브 매장 설계
- ✓ 멀티 디바이스 연동 경험
다양한 삼성 제품간 연결성 강조


💡 인사이트: 경쟁사들은 직영 매장을 통해 고객 경험을 극대화하고 있으며, 삼성전자는 이를 벤치마크하여 제품 다양성과 연결성을 활용한 차별화된 고객 경험을 제공할 것입니다.


직영 매장 운영 솔루션 개요

하이브리드 솔루션

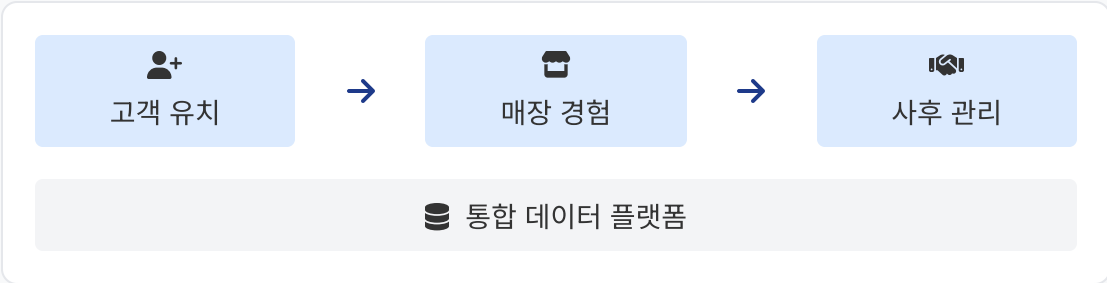
핵심 가치 제안

고객 경험 강화

운영 효율성 증대

글로벌 확장성

End-to-End 솔루션 흐름



솔루션 아키텍처


고객 인터페이스 레이어
모바일 앱, 웹사이트, 키오스크

비즈니스 로직 레이어
고객 관리, 재고 관리, 판매 분석


데이터 레이어
클라우드 기반 데이터베이스, 분석 엔진

통합 레이어
API, 연동 인터페이스, 보안 프레임워크


주요 모듈 및 기능

Customer Engagement

- ✓ 고객 맞춤형 서비스 제공
- ✓ 개인화된 제품 추천
- ✓ 멤버십 프로그램 관리

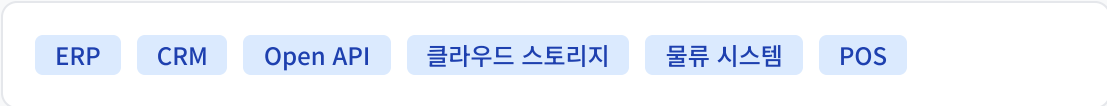
Operational Efficiency

- ✓ 매장 운영 최적화
- ✓ 재고 및 물류 관리
- ✓ 실시간 성과 대시보드




Global Scalability

- ✓ 글로벌 확장 지원
- ✓ 다국어/다통화 지원
- ✓ 지역별 규제 준수 관리

유연한 통합 인터페이스



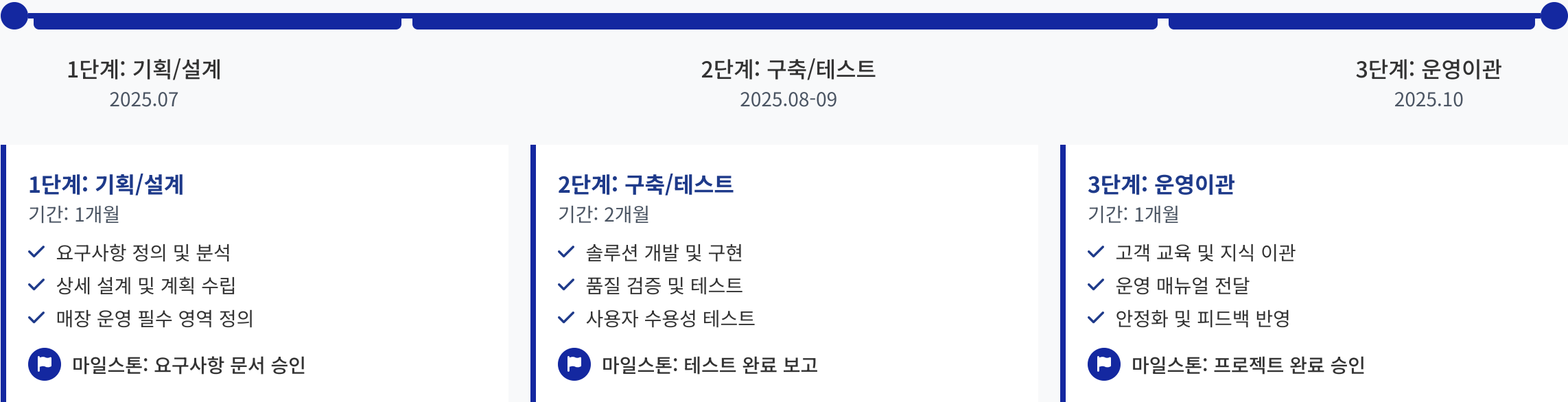
확장성 및 보안 체계

- 모듈 확장 가능 구조
- RBAC 기반 접근 통제
- 암호화 저장 및 데이터 보호

솔루션 실행 계획

실행 로드맵 핵심 요약

전체 일정: 4개월 (2025.07 ~ 2025.10)



구현 팀 구성

단계	역할	투입 인원
1단계	PM / 분석가	3명
2단계	개발자 / QA	5명
3단계	PM / 교육담당	2명




주요 리스크 및 대응 방안

일정 지연 리스크 대응: 주간 상세 모니터링 및 이슈 조기 식별
요구사항 변경 리스크 대응: 체계적 변경관리 및 영향도 분석
인력 리소스 리스크 대응: 백업 인력 사전 지정 및 지식 공유

기대 효과 및 성과

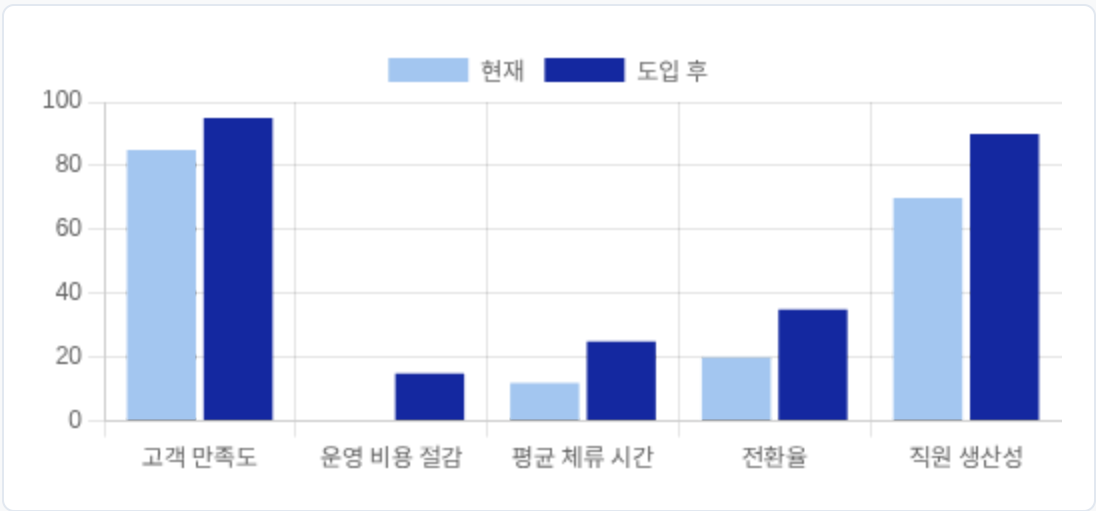
핵심 기대 효과 요약


정성적 효과


-  **고객 경험 혁신**
차별화된 매장 경험으로 고객 충성도 강화
-  **운영 효율성 극대화**
표준 프로세스를 통한 운영 최적화 실현
-  **브랜드 가치 증대**
직영 매장을 통한 프리미엄 이미지 구축


🎯 성공적인 직영 매장 운영을 통해 삼성전자는 제품 판매를 넘어 혁신적인 고객 경험을 제공하는 리테일 리더로 자리매김할 것입니다.

정량적 효과 (KPI 개선)



 **매출 증대**
15%

 **재방문율**
+25%

 **ROI (투자수익률)**

145%
투자 회수 기간: 18개월

투자 및 예산 추정

투자 요약

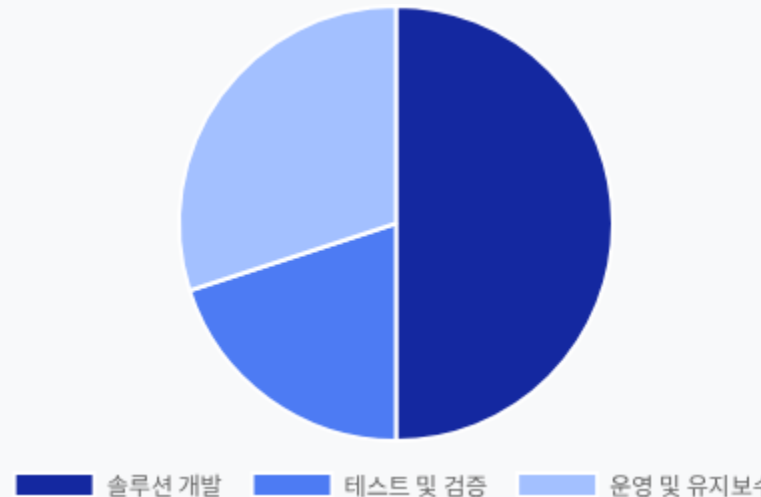
예산 항목 (단위: 천 달러)

항목	예산	비중 (%)
솔루션 개발	500	50%
테스트 및 검증	200	20%
운영 및 유지보수	300	30%
총 예산	1,000	100%

비용 상세 내역

- 솔루션 개발: 직영 매장 운영 시스템 구축, UI/UX 디자인, 데이터베이스 설계
- 테스트 및 검증: 품질 보증, 사용자 테스트, 성능 최적화
- 운영 및 유지보수: 직원 교육, 매뉴얼 제작, 기술 지원

예산 분포



투자 대비 효과 (ROI)

예상 ROI:	230%
투자 회수 기간:	1.8년
연간 비용 절감:	350천 달러

투자 효과

- ✓ 직영 매장 운영 효율성 20% 증대
- ✓ 고객 만족도 15% 향상으로 매출 증가
- ✓ 글로벌 확장 용이성으로 추가 개발 비용 40% 절감

프로젝트 팀 소개

팀 구성 및 핵심 인력 요약

핵심 인력 소개



김영수
프로젝트 매니저

 경력: 15년
 글로벌 리테일 프로젝트 10건 이상 수행



이민정
리테일 전문가

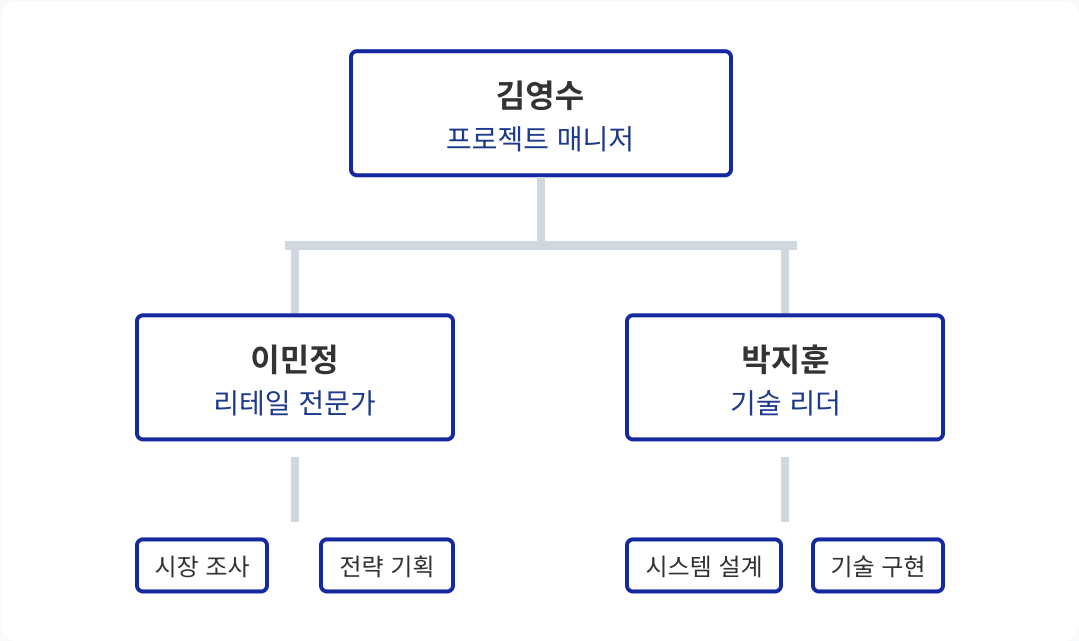
 경력: 10년
 미국 시장 리테일 전략 수립 전문



박지훈
기술 리더

 경력: 12년
 리테일 기술 솔루션 설계 전문가

팀 조직도







핵심 역량

- ✓ 글로벌 리테일 프로젝트 다수 경험
- ✓ 미국 시장 전문성 보유
- ✓ 삼성전자 협업 경험 다수 보유

EY 컨설팅의 차별화 요소

자사 강점 요약

차별화된 요소

-  업계 최고 수준의 기술 인력 및 구축 경험
검증된 전문가 집단이 프로젝트 성공을 보장합니다
-  다양한 리테일 프로젝트 수행 경험
글로벌 리테일 산업에 대한 깊은 이해와 통찰력
-  고객 맞춤형 솔루션 제공
삼성전자의 특성과 요구사항에 최적화된 맞춤형 접근
-  신속한 대응 및 커뮤니케이션
24시간 이내 피드백으로 원활한 프로젝트 진행

자사 vs 경쟁사 비교

항목	<div>선택</div> EY 컨설팅	경쟁사
리테일 전문 경험	20건 이상 유사 구축	5건 이하
글로벌 확장성	전 세계 네트워크 활용	제한적 네트워크
대응 속도	24시간 이내 피드백	48시간 이상
리스크 관리 역량	체계적 관리 시스템	기본 수준 관리
인력 구성	전담 전문가 팀	비전담 혼합 팀

EY 컨설팅과 함께하는 고객 가치

- ✓ 성공적인 직영 매장 운영
- ✓ 글로벌 확장성 강화
- ✓ 지속 가능한 리테일 모델 확보

제안 마무리

핵심 메시지 요약

- ✓ 삼성전자의 직영 매장 운영을 위한 최적의 파트너십 제안
EY 컨설팅의 전문성과 경험으로 성공적인 리테일 혁신 지원
- 💡 글로벌 표준화된 직영 매장 운영 모델 구축
확장 가능한 Framework로 일관된 고객 경험 제공
- 📅 철저한 프로젝트 관리로 리스크 최소화
4개월 내 성공적인 구축 및 운영 이관 보장

“ 삼성전자의 성공적인 리테일 혁신을 위한 여정을 함께 시작하겠습니다 ”



기술 검증(PoC) 제안



후속 미팅 일정 협의

❓ 질의응답 (Q&A)

본 제안에 대한 질문이나 추가 논의가 필요한 사항이 있으시면 말씀해 주세요.

※ 추가 참고 자료는 부록에서 확인하실 수 있습니다.

담당자 연락처

김영수 프로젝트 매니저 | 010-1234-5678 | youngsoo.kim@ey.com



★ EY 컨설팅: 최고의 리테일 전문성과 차별화된 솔루션으로 성공을 약속합니다