

중국으로 진출한 肯德基

1. KFC 소개
2. KFC 기업 전략
3. KFC SWOT 분석
4. KFC 와 맥도날드 비교
5. 중국에서 성공하기 위해서...

현재 2012년 9월 25일 기준으로 4000개의 매장 설립



# KFC 기업전략

1. 입지선점
2. 메뉴의 현지화
3. 중국인들의 정서에  
맞춘 광고
4. 중국인의 발음에 맞  
춘 브랜드명
5. 엄격한 가맹점 개점

맥도날드의 麦当劳의 경우에는 완전한 음역 임에 반해, KFC는 肯德基(kendeji)사회환원을 기본으로 생각하는 회사라는 의미와 닭의 鸡(ji)를 떠오르게 하는 음으로 이름을 사용하고 있다.



**¥12** 熏鸡法风烧饼  
+ 经典咖啡

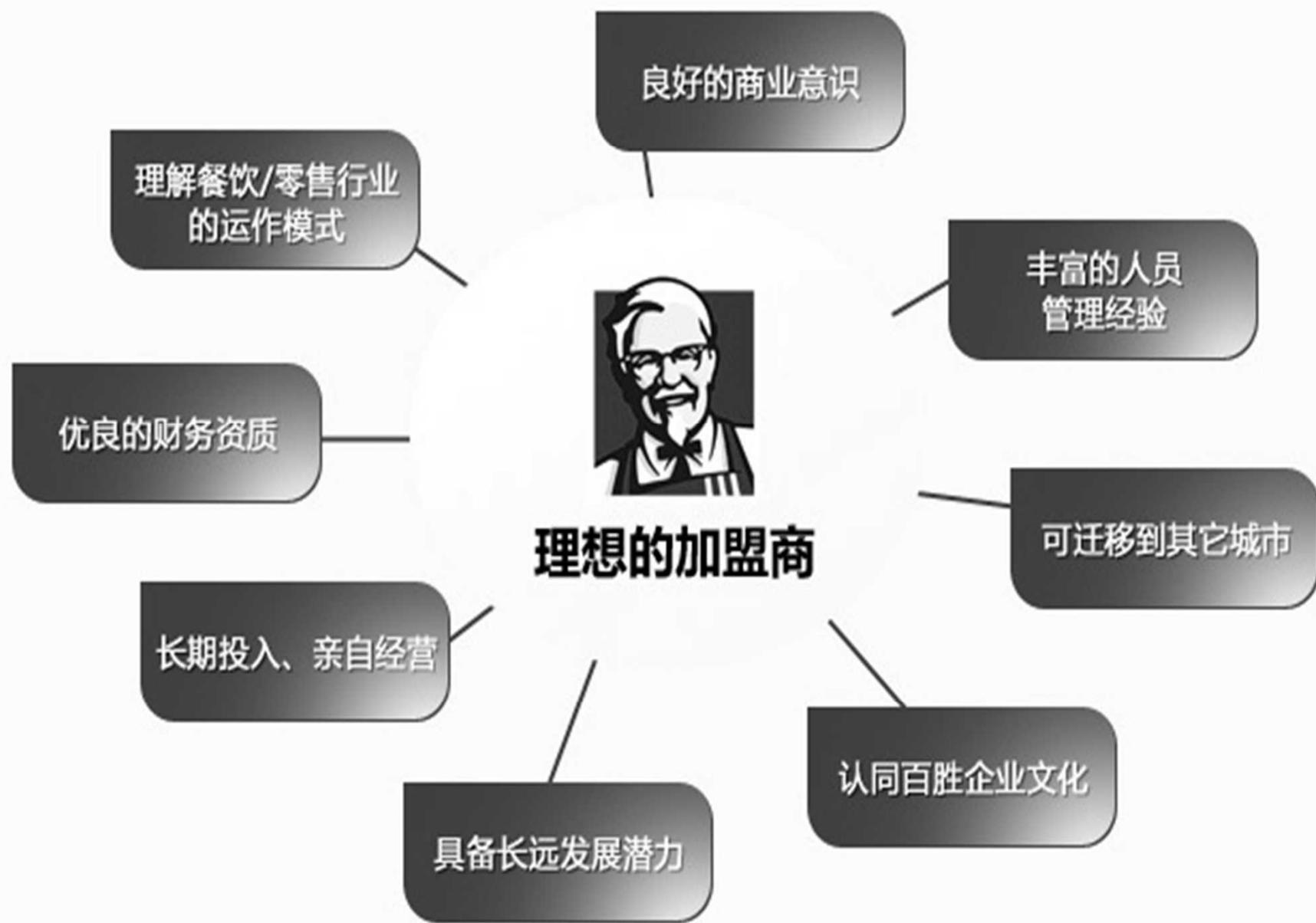
**¥12** 培根蛋法风烧饼  
+ 醇豆浆(热)

**¥26.00**  
意式肉酱肉丸饭  
+ 玉米沙拉 / 香甜粟米棒 + 芙蓉鲜蔬汤 / 百事可乐(中)

黄金咖喱猪扒饭  
+ 玉米沙拉 / 香甜粟米棒 + 芙蓉鲜蔬汤 / 百事可乐(中)

**ROUND 1**  
DIR 20"  
2008.12.16

# 理想的加盟商



# KFC SWO

- 상품의 다양성과 안정성
- 현지화 된 신상품
- 중국 진출 전 확실한 사전 조사

- 기름에 튀긴 음식
- 국내식품 위생상태의 악화
- 큰 직원들의 변화폭

- 중국 경제와 함께 발전

- 국내의 저명한 패스트푸드 회사로 급속도의 성장을 이루어냄

1. 1987년 최초 설립
2. 현재 4000여개의 매장 보유
3. 메뉴들의 현지화
4. 첫 파견직원이 현지인
5. 홈페이지의 상세함

1. 1990년 최초 설립
2. 현재 1300여개의 매장 보유
3. 특유의 고유 메뉴 유지
4. 첫 파견직원은 본사 직원
5. 홈페이지의 간결함

# 중국에서 성공을 하기 위해서는?

1. 들어가기 전 중국 현지에서의 자사 브랜드의 가치 파악
2. 사전 리서치의 직접 조사
3. 상점 위치의 유동 인구 조사
4. 확실한 현지화 전략

어색

무서워

어서  
오세요~

