



KFC to najpopularniejsza, międzynarodowa sieć restauracji szybkiej obsługi, serwująca dania z kurczaka. Liczy blisko 16 000 restauracji w ponad 109 krajach. W Polsce marka KFC należy do holdingu AmRest, który zarządza obecnie siecią ponad 150 restauracji. Dania w KFC przygotowywane są w tradycyjny sposób – ze świeżego mięsa kurczaka, panierowanego ręcznie przez kucharzy tuż przed podaniem.



Oferta i wartości

Każda z restauracji KFC to miejsce dla tych, którzy cenią sobie wysoką jakość produktu i serwisu w dobrej cenie. W restauracjach sieci na całym świecie serwowane jest aż 400 różnych potraw. Różnią się one smakiem, ale łączy je jedno – świeże składniki, z których są tworzone i troska o najwyższą jakość serwowanych produktów. Dania w KFC przygotowywane są ze świeżego mięsa kurczaka, dostarczanego do restauracji kilka razy w tygodniu. Jednak niepowtarzalny smak kurczaka w KFC jest przede wszystkim zasługą sekretnej



receptury panierki Colonela Sandersa, założyciela marki. Od ponad 70 lat smak ten pozostaje niepowtarzalnym wyróżnikiem marki KFC.

Innowacje i promocje

W 2011 roku dotychczasowe hasło marki KFC „Life tastes great” zostało zastąpione nowym: „So Good”. Tym samym restauracje KFC rozpoczęły kampanię wizerunkową „Poznaj nas bliżej!”, której założeniem jest przybliżenie wielbicielom smaku kurczaków KFC kulisów przygotowywania potraw oraz pokazanie restauracji „od kuchni” – tak, by w wiarygodny



sposób podkreślić świeżość i najwyższą jakość produktów oferowanych w KFC.

W 2011 roku do menu restauracji został wprowadzony Brazer – kanapki, tortille i salatkę na bazie soczystych piersi kurczaka w nowej, grillowanej odsłonie. Brazer to kolejny wariant doskonale znanego gościom KFC kurczaka – świeżego, przygotowywanego ręcznie przez kucharzy, tuż przed podaniem. Nowa oferta bazuje na delikatnej, grillowanej pierś kurczaka, marynowanej wcześniej w specjalnej mieszance ziół i przypraw.

Kampanii wizerunkowej marki towarzyszą zmiany w wyglądzie restauracji KFC. Na szczególną uwagę zasługuje powstanie pierwszej w Polsce restauracji KFC w nowym formacie przy Trakcie Brzeskim w Warszawie. Koncept wyróżnia otwarta, przeszklona kuchnia, która daje wyjątkową możliwość obserwowania całego procesu przygotowywania zamówionych potraw ze świeżych składników. Ponadto w minionym roku w Galerii Krakowskiej otwarta została pierwsza restauracja KFC funkcjonująca w postaci restauracji-kiosku, która stanowi odpowiedź na potrzeby klientów, ceniących szybką realizację zamówienia oraz sprawny system wydawania dań na wynos.

Kontekst rynkowy

Wielkość polskiego rynku gastronomicznego sukcesywnie rośnie. W 2011 roku jego wartość wyniosła 21 mld zł, co oznacza wzrost o 200 mln zł w porównaniu

do roku 2010. Największy gracz na rynku restauracji szybkiej obsługi w Polsce to: KFC, McDonald's, Burger King, Subway. Spowolnienie gospodarcze odbiło się na kondycji całego rynku, jednak Polacy nie przestają jeść poza domem i coraz częściej zamiast drogiej lokali wybierają restauracje KFC, które oferują doskonałej jakości posiłki w przystępnych cenach.

Osiągnięcia i perspektywy

Miniony rok był dla KFC szczególnie udany – nie tylko z uwagi na wprowadzenie do oferty wielu nowych produktów czy kampanie umacniające wizerunek marki, ale również pod względem wyników finansowych i realizacji planów inwestycyjnych. Od stycznia do grudnia w Polsce otwartych zostało 28 nowych restauracji.

Rok 2012 stanowi bardzo ważny okres w realizacji długofalowej strategii marki KFC. W planach jest przede wszystkim utrzymanie dynamicznego tempa otwarcia nowych restauracji, a także, w myśl koncepcji „So Good”, nieustanna troska o świeżość oraz najwyższą jakość produktów serwowanych w restauracjach KFC.

To, czego nie wiedziałeś
KFC jest najszybciej rozwijającą się siecią restauracji szybkiej obsługi na świecie (rocznie otwieranych jest 1000 restauracji KFC; dane z 2011 r.).
Dania w KFC przygotowywane są na bazie świeżego kurczaka, panierowanego przez kucharzy tuż przed podaniem.

Powody do dumy

KFC to marka, która stwarza szansę rozwoju młodym – uczy i daje doświadczenie. Tworzy nowe miejsca pracy i daje możliwość podjęcia pierwszej pracy prawie 4000 osobom rocznie. Jest cenionym pracodawcą, który traktuje poważnie swoich pracowników. Umowy o pracę otrzymują oni już po pierwszym miesiącu szkolenia. Dzięki elastycznemu grafikowi, mogą jednocześnie pracować i uczyć się.

W miarę rozwoju, KFC daje im szansę na nabranie doświadczenia w międzynarodowym środowisku i na awans na kierownicze stanowiska.

Marka ma także program zatrudniania osób niepełnosprawnych. KFC wspiera ich aktywizację zawodową i mocno wierzy, że otwarte i różnorodne środowisko pracy, jakie ma do zaoferowania, jest do tego odpowiednie.

► www.kfc.pl

Historia marki

► **1930:** Harland Sanders otworzył swoją pierwszą restaurację - w małym pomieszczeniu na stacji benzynowej w Corbin, w stanie Kentucky. Początkowo pracował równocześnie jako szef kuchni i kasjer, obsługując przy tym także stację

► **1936:** gubernator Kentucky Ruby Laffoon ogłosił Harlanda Sandersa honorowym Colonelem Kentucky, doceniając jego wkład w rozwój kuchni regionalnej

► **1940:** Colonel stworzył Original Recipe – wyjątkową panierkę, składającą się z mieszanki jedenastu ziół i przypraw. Do dziś jest ona największym, chronionym patentami, sekretem handlowym KFC

► **1952:** zaczęło się budowanie sieci restauracji opartych na zasadach franszazy

► **1993:** marka KFC dotarła do Polski. Pierwsza restauracja należąca do tej najpopularniejszej sieci serwującej dania z kurczaka została otwarta w Warszawie. Dziś w całej Polsce funkcjonuje już 150 restauracji KFC

