

# เคเอฟซี เปิด Brand Center อย่างเป็นทางการ ยกเครื่องทั้งองค์กร เน้นพัฒนาคน



เคเอฟซี เปิด Brand Center อย่างเป็นทางการ ยกเครื่องทั้งองค์กร เน้นพัฒนาคน พร้อมขับเคลื่อนธุรกิจด้วยดิจิทัล และนวัตกรรมด้านบริการ เสริมความแกร่งของแบรนด์เพื่อการเติบโตกว่า 1,000 สาขาภายในปี 2020

เคเอฟซี ประเทศไทย ปรับโครงสร้างองค์กรครั้งใหญ่ เปิดตัวอย่างเป็นทางการ Brand Center ศูนย์กลางการบริหาร แแบรนด์และแฟรนไชส์ของแบรนด์เคเอฟซีแห่งแรกของโลก ทำหน้าที่วางกลยุทธ์แบรนด์ การตลาด สนับสนุนและควบคุมมาตรฐานแฟรนไชส์ และสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ พร้อมปรับวัฒนธรรมและขนาดองค์กร ให้มีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เน้นทำงานแบบไฮบริด รวมถึงผู้เชี่ยวชาญจากสายงานต่างๆ ร่วมพัฒนาแบรนด์และระบบแฟรนไชส์ให้แข็งแกร่ง เดินหน้าสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยเป้ากว่า 1,000 สาขา ภายในปี 2020

นางแวคเนี่ย อัสโลรัตน์กุล ผู้จัดการทั่วไป เคเอฟซี (ประเทศไทย) บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า สืบเนื่องจากนโยบายธุรกิจในการเป็นฟรานไชส์ 100% ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญครั้งใหญ่ของเคเอฟซีประเทศไทย เราปรับบทบาทสู่การเป็นผู้บริหารแบรนด์เต็มตัว มีหน้าที่วางแผนกลยุทธ์ การบริหารแบรนด์และการตลาด สนับสนุนและควบคุมมาตรฐานการบริหารร้านเคเอฟซีของพันธมิตรแฟรนไชส์ ตลอดจนสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านสินค้าและบริการ โดยจะมุ่งเน้น 3 ภารกิจหลัก คือ 1.สร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง โดดเด่นและเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ผ่านการสื่อสารการตลาด ดิจิทัลและเดลิเวอรี่ โดยแบรนด์ของเราถือเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูงสุด ผู้บริโภครักแบรนด์ของเรา แบรนด์เคเอฟซีมีโพสิชันนิ่งที่ชัดเจนและโดดเด่นเหนือคู่แข่ง เราเลือกที่จะถ่ายทอดตัวตนของแบรนด์ให้โดดเด่น ชัดเจน ผ่านรูปแบบและวิธีการนำเสนอใหม่ๆ ที่สนุก ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเผยผ่านแคมเปญโฆษณาตัวใหม่ในเดือนมีนาคมนี้เป็นต้นไป

“2. มุ่งเน้น Digital & Delivery ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาแบรนด์ของเราในก้าวต่อไป ผู้บริโภคมักมองหาผลิตภัณฑ์และบริการที่สะดวกรวดเร็วและตรงกับความต้องการตรงต่อไลฟ์สไตล์ ดิจิทัลมีบทบาทสำคัญและเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของทุกคนในปัจจุบัน เคเอฟซีมุ่งมั่นที่จะใช้เทคโนโลยีด้านดิจิทัลเพื่อทำให้ประสบการณ์ของลูกค้าต่อแบรนด์ดียิ่งขึ้นทั้งออฟไลน์และออนไลน์ในทุกช่องทาง (OMNI channel) นอกจากนี้ยังได้ปรับปรุงระบบเดลิเวอรี่ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถอิมมอร์รอยได้เร็วที่สุด โดยมีการจัดโซนนิ่งพื้นที่การให้บริการชัดเจนมากขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้สื่อต่างๆ ให้เกิดประสิทธิผลมากขึ้น 3. มุ่งเน้นการสนับสนุนแฟรนไชส์ในการบริหารร้านเคเอฟซี

ฟซี ด้วยการวางนโยบายและไคต์ไลน์มาตรฐานแบรนด์และการบริหารงานในร้านฯ อย่างชัดเจน มีการตรวจสอบ วัตถุประสงค์ที่มีประสิทธิภาพ และมีการทำงานปรึกษาหารือร่วมกันอย่างใกล้ชิด เคเอฟซีมีมาตรฐานแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ระดับโลก เราส่งต่อองค์ความรู้และการอบรมให้พันธมิตรแฟรนไชส์ของเราได้เข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ได้สูงสุด” นางแวคเนียร์ กล่าวเสริม

“หลังจากที่เราเปิด Brand Center ในไตรมาสที่หนึ่งแล้ว ต่อจากนี้แบรนด์เคเอฟซีจะนวัตกรรมด้านสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าออกมาอย่างต่อเนื่องทุกไตรมาส โดยเน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเสริม ให้ลูกค้าเข้าถึงแบรนด์และใช้บริการได้สะดวกและง่ายขึ้นมาก อาทิ การเปิดตัวแอปพลิเคชันเคเอฟซีตัวใหม่ หรือ การนำระบบวิเคราะห์ Big Data เข้ามาใช้งานเพื่อวิเคราะห์และตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มได้อย่างตรงจุด ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเหล่านี้ เคเอฟซีคาดหวังว่าจะสนับสนุนให้ธุรกิจเติบโตตามเป้าหมายที่วางไว้ในกาเป็นแบรนด์ไคท์ทออดอันหนึ่งหนึ่งในใจผู้บริโภคชาวไทยต่อไป รวมถึงสามารถขยายร้านเคเอฟซีกว่า 1,000 ร้านภายในปี 2020 เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้สะดวกและมากยิ่งขึ้น” นางแวคเนียร์กล่าวสรุป

ล่าสุด เคเอฟซี ประเทศไทย ได้ปรับเปลี่ยนองค์กรครั้งใหญ่ โดยจัดตั้งสำนักงานใหม่เรียกว่า Brand Center ถือเป็นศูนย์กลางการบริหารแบรนด์และแฟรนไชส์ของแบรนด์เคเอฟซีแห่งแรกของโลก มีการปรับโครงสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรยุคใหม่ ขนาดเล็กลงแต่มีความคล่องตัวและประสิทธิภาพมากขึ้น เน้นการทำงานแบบ Hybrid ด้วยการรวมทีมงานที่เชี่ยวชาญจากสายงานต่างๆ ร่วมกันพัฒนาแบรนด์และระบบแฟรนไชส์ให้แข็งแกร่ง เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จเดียวกันในการขยายการเติบโตของแบรนด์อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ภายใน Brand Center มีการตกแต่งภายใต้แนวคิดส่งเสริมการ Collaboration อย่างสูงสุด เน้นบรรยากาศการทำงานที่เปิดโล่ง อำนวยการทำงานแบบสอดคล้องประสานกันในทุกทีม โต๊ะทำงานเป็นแบบ Hot desk ผู้บริหารและพนักงานจะไม่มีที่นั่งประจำ สามารถนั่งทำงานและปรึกษากันกันได้ทุกโต๊ะ เพื่อความคิดที่เปิดกว้างและสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ แก่พนักงาน อาทิ ห้องอาบน้ำ ห้องพักผ่อน ห้องปฐมพยาบาลและให้นมบุตร มุมกีฬาและสันทนาการ

เกี่ยวกับเคเอฟซี ประเทศไทย

เคเอฟซี หนึ่งในแบรนด์ร้านอาหารบริการด่วนที่ใหญ่ที่สุดและได้รับความนิยมทั่วโลก ก่อตั้งโดยผู้พันฮาร์แลนด์ แซนเดอร์ ในปี พ.ศ. 2495 ในประเทศไทย บริษัท ยัม เรสเทอรองตส์ อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้บริหารแฟรนไชส์และแบรนด์เคเอฟซี โดยมีแฟรนไชส์ที่ 3 รายบริหารและขยายร้านเคเอฟซีทั่วประเทศ ได้แก่ บริษัทเซ็นทรัล เรสตอรองส์กรุ๊ป จำกัด บริษัท เรสเทอรองตส์ ดีเวลลอปเม้นต์ จำกัด และบริษัท เดอะ คิวเอสอาร์ ออฟ เอเชีย จำกัด ปัจจุบันมีร้านเคเอฟซี 637 สาขา (ข้อมูลเดือนมกราคม 2561) เป็นร้านเคเอฟซี ไคร์ฟทรวงาน 60 สาขา เคเอฟซียังคงมุ่งมั่นในการคิดค้นและนำเสนอเมนูอาหารใหม่ๆ อันเป็นเอกลักษณ์ มีคุณภาพและความปลอดภัยตามมาตรฐานระดับโลก พร้อมพัฒนาคุณภาพของพนักงาน เพื่อมอบประสบการณ์การให้บริการอันอบอุ่นและดีที่สุดในทุกสาขาทั้งในร้านและบริการเดลิเวอรี่ผ่านระบบ call center 1150 และเว็บไซต์ [www.kfc.co.th](http://www.kfc.co.th) ติดตามข้อมูลข่าวสารของเคเอฟซีประเทศไทยเพิ่มเติมได้ที่ [www.kfcthailand.com](http://www.kfcthailand.com)