

学习肯德基的选址策略 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022__E5_AD_A6_E4_B9_A0_E8_82_AF_E5_c123_289111.htm 肯德基对快餐店选

址是非常重要的，选址决策一般是两级审批制，通过两个委员会的同意，一个是地方公司，另一个是总部。其选址成功率几乎是百分之百，是肯德基的核心竞争力之一。

(一)商圈的划分与选择

1.划分商圈 肯德基计划进入某城市，就先通过有关部门或专业调查公司收集这个地区的资料。商圈规划采取记分方法，例如，这个地区有一个大型商场，商场营业额在1000万元算一分，5000万元算5分，有一条公交线路加多少分，有一条地铁线路加多少分。这些分值标准是多年平均下来的一个较准确经验值。通过打分把商圈分成好几大类，以北京为例，有市级商业型(西单、王府井等)、区级商业型、定点(目标)消费型、还有社区型、社区商务两用型、旅游型等等。

2.选择商圈 即确定目前重点在哪个商圈开店，主要目标是哪些。在商圈选择的标准上，一方面要考虑餐馆自身的市场定位，另一方面要考虑商圈的稳定度和成熟度。餐馆的市场定位不同，吸引的顾客群不一样，商圈的选择也就不同。商圈的成熟度和稳定度也非常重要。在什么地方设立地址，将来这里是否有可能成为成熟商圈。

(二)聚客点的测算与选择

1.要确定这个商圈内，最主要的聚客点在哪 例如，北京西单是很成熟的商圈，但不可能西单任何位置都是聚客点，肯定有最主要的聚集客人的位置。肯德基开店的原则是：努力争取在最聚客的地方和其附近开店。过去古语说“一步差三市”。开店地址差一步就有可能差三成的买卖。这跟人流

活动的线路有关，可能有人走到这，该拐弯，则这个地方就是客人到不了的地方。也许差不了一个小胡同，但生意差很多。这些在选址时都要考虑进去。人流动线是怎么样，在这个区域里，人从地铁出来后是往哪个方向走等等。这些都派人去掐表，去测量，有一套完整的数据之后才能据此确定地址。选址时一定要考虑人流的主要动线会不会被竞争对手截住。

2. 聚客点选择影响商圈选择

聚客点的选择也影响到商圈的选择。因为一个商圈有没有主要聚客点是这个商圈成熟度的重要标志。比如北京某新兴的居民小区，居民非常多，人口素质也很高，但据调查显示，找不到该小区哪里是主要聚客点，这时就可能先不去开店，当什么时候这个社区成熟了或比较成熟了，知道其中某个地方确实是主要聚客点才开。

点评 肯德基作为国际连锁快餐的巨头，在选址时是十分慎重的，以致于它的竞争对手麦当劳在选址时会采取跟进策略。这样不仅可省去考察场地时间和精力，还可以节省许多选址成本。这一思路同样值得有志创业的人借鉴。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com