

불고기브라더스

- 한식의 세계화 사업



음식 브랜드 세계화의 의미



로열티 / 라이선스피 수입

해외 취업 - 일자리 창출 효과

문화수출

한국 식재료 및 기자재 수출로 경제적 효과



한식 브랜드 세계화의 의미



- > 미국은 전통 음식이 없지만 다른 나라 음식으로 브랜드화 하여 전세계 외식산업을 주도하고 제조국가에서 라이선싱 국가로 살고 있음. (스타벅스, 피자헛, 아웃백, 맥도날드 등)
- > 미국, 캐나다의 스시 전문점 오너 90%가 한국인으로 스시 세계화의 주역은 한국인 이다. 그러므로 한식브랜드 세계화가 어려운 것은 아니다.
- > 외식산업의 10억원 생산은 다른 모든 산업에 20억원 생산 유발 효과
→ 세계 외식 시장 규모 (\$ 4조 4천억) : 자동차의 2.5배 / IT의 5.6배
- > 외식산업의 세계화를 통한 높은 경제적 가치 창출 → 로얄티/ 문화관광산업
농림수산물식품산업 / 고용창출 효과





불고기 브라더스의 한식 세계화 사업

해외 매장 현황 및 오픈 계획



- 필리핀

2011. 9.8 1호점 오픈 > Greenbelt 5
2012. 2.8 2호점 오픈 > ATC
2012. 4. 3호점 오픈 예정 > Suvic

- 캐나다

2012. 4. 1호점 오픈 예정 > 토론토

- 홍콩 / 마카오 / 타이완
오픈 협약 체결 완료



불고기 브라더스의 세계화



R & D (Research and Development)



음식맛의 계량화 표준화

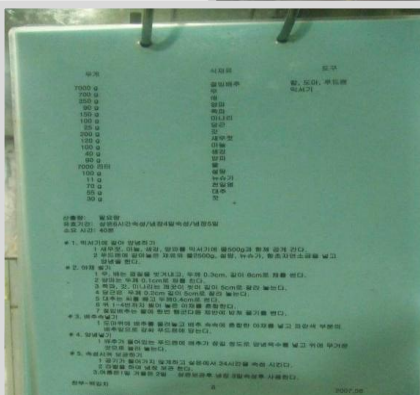
- 한식은 손맛이라는 고정관념 탈피
- 염도계, 산도계, 온도계, 당도계, 시계 저울을 사용하여 계량화
- 신입직원도 쉽게 배우고 실수하지 않도록 레시피 작성
- 지속적인 업데이트 및 체크



타이머



당도계



레시피



불고기 브라더스의 세계화



R & D (Research and Development)

불고기브라더스 VS 한정식



VS





불고기 브라더스의 세계화



시설개발

필리핀 VS 한국 인테리어



VS





불고기 브라더스의 세계화



시설개발

필리핀 VS 한국 인테리어



VS



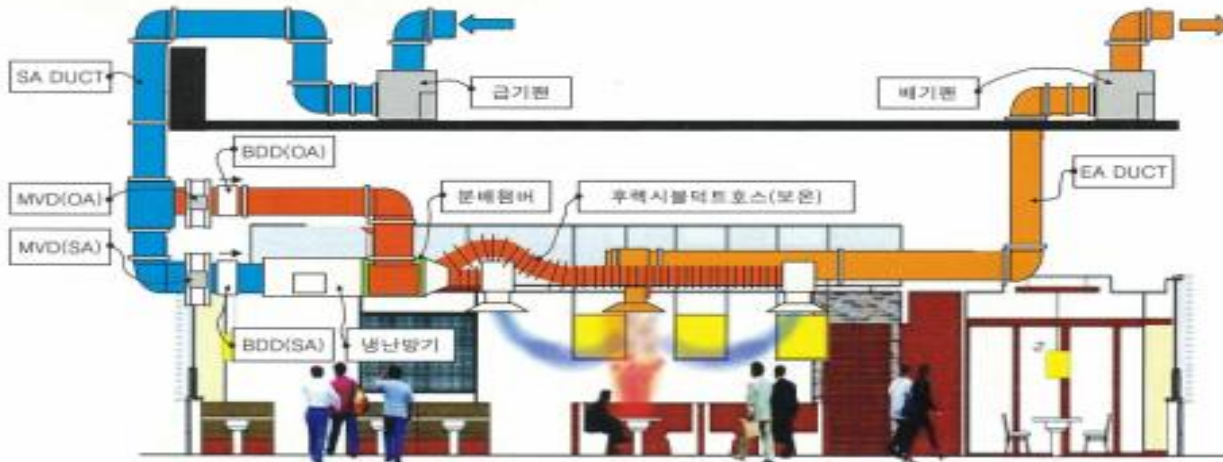


불고기 브라더스의 세계화



시설개발

냉난방 시스템의 표준화



- 한국과 동일한 방식으로 시공
- 사계절 환기 시스템



불고기 브라더스의 세계화



시설개발



- 음악 : 한류의 영향에 따라 최신 K-POP으로 세팅
 - 동영상 : 매장내 대형 화면을 통해
콘서트 동영상 또는 불고기 브라더스 광고 세팅
- 고객의 대부분 만족도가 높으며 한국 고객에게도
한국에 있는 듯한 환경을 조성



불고기 브라더스의 세계화



> MARKETING



Haemul Doenjang-jjigae P395

to share

해물된장찌개

Soybean stew with assorted seafood & vegetables.
Served with rice.

Best ordered with Bokbunja Bohae

Kimchi-jjigae P395

to share

김치찌개

Spicy stew made with ripened Kimchi, pork and tofu.

Best ordered with Soju

Jjigae Brothers P495

찌개브라더스

A combination of Kimchi Jjigae and Haemul Doenjang Jjigae.

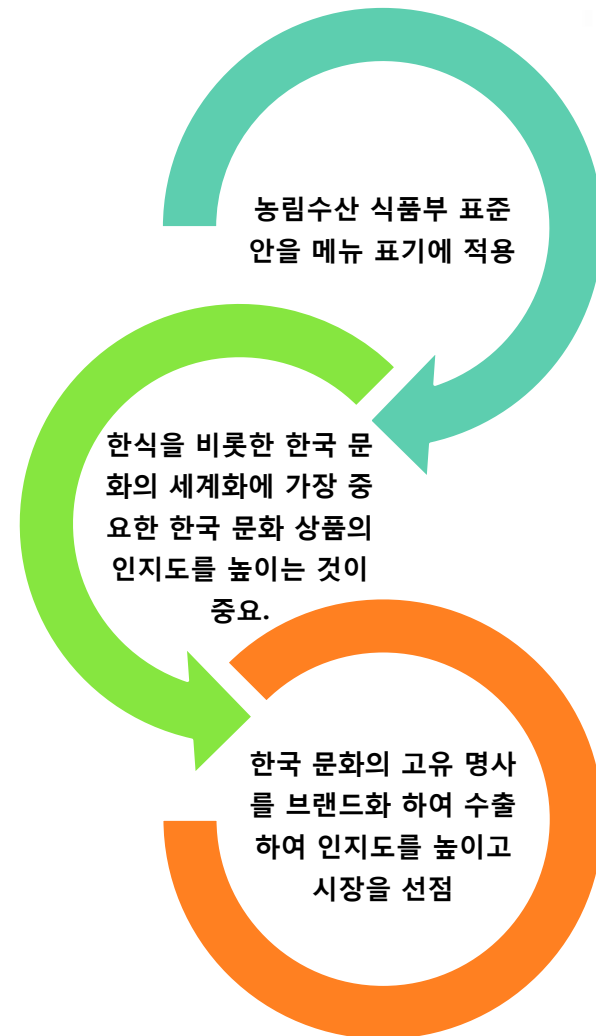
Best ordered with Soju

Janchi-guksu P225

잔치국수

Flour noodles in seafood broth served with vegetables.

Best ordered with Makguli



불고기브라더스



불고기 브라더스의 세계화

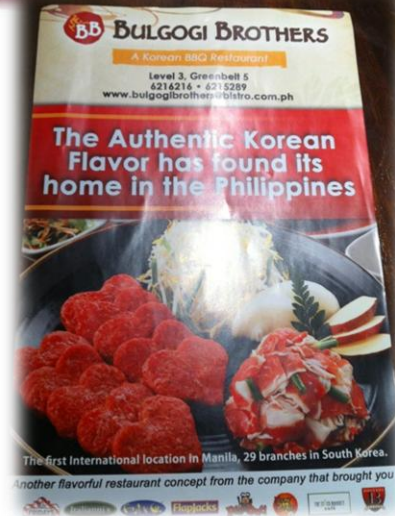


> MARKETING

오픈 2개월 전부터 지속적인 노출

필리핀 대상 영문 브로셔

현지 교민 대상 한국어 브로셔





불고기 브라더스의 세계화



> 구매



한식의 가장 중요한 부분인 김치는
한국과 동일한 종가집 김치 사용

불고기 양념 OEM 생산
한국뿐 아니라 필리핀 외 전 세계
불고기브라더스에서 동일한 불고기
양념 사용을 위해 한국에서 생산 수출



현지에서 구입이 용이한 야채를 사용,
한국 레시피 그대로 적용



불고기 브라더스의 세계화



> 구매



음료와 주류는 현지에서 가장 맛있는
과일로 세팅하여 제공,
그 외 유자 에이드, 매실 에이드등
한국식 음료도 같이 제공



DRINKS

드링크 메뉴

Bottled beer

Corona (Imported)	140
코로나	
San Miguel Light (local)	85
산미구엘 라이트	
San Mig Pale Pilsen (local)	85
산미구엘 페일 필슨	
San Mig Premium (local)	120
산미구엘 프리미엄	
Max Beer (can)	120
맥스	
Asahi (Imported)	140
아사히	

Liquor

Baekseju	650
백세주	
Baekhwassubok	650
백화수복	
Chamisel Fresh (soju)	225
참이슬	
Chungha (liquor)	425
청하	
Kuksundang makguli	425
(rice wine)	
국순당 생막걸리	
Machesun Bohae	425
보해 매취순	
Pine Mushroom ju (Songju)	425
송이주	
Bukbunjaju Bohae	395
(Black Raspberry)	
보해 복분자	

Coke (can)	콜라	
Coke Zero (can)	제로콜라	
Sprite (can)	스프라이트	
Sarsi (can)	샬시	
Coke Light (can)	라이트콜라	
Lemon ade (Fresh Juice)	레몬에이드	120
Plum Ade (Maesil ade)	매실 에이드	120
Citron Tea ade (Yuja ade)	유자에이드	120
Watermelon shake	수박쥬스	120
Kiwi Juice (Kiwi ade)	키위쥬스 / 에이드	140
Grapes (Fresh Juice)	포도쥬스	120
Mango (Fresh Juice)	망고쥬스	120
Iced Tea (Lemon)	레몬 아이스티	
REFILLABLE		110
NON- REFILLABLE		75

Hot Drinks

Plum Tea (Maesil tea)	매실차	95
Citron Tea (Yuja tea)	유자차	95
Coffee-american	아메리카노	120
Coffee-espresso	에스프레소	120
Coffee-latte	카페라테	120
Coffee-cappucino	카푸치노	120



불고기브라더스



불고기 브라더스의 세계화



서비스



오픈 3개월 전 트레이너 팀 구성

매주 트레이너 미팅을 통해 오프닝 준비

- > 각종 ROLE PLAY 를 통한 상황별 대처 방법 논의
- > 구이법 동영상 / 서비스 흐름도 동영상 등을 촬영하여 교육에 사용
- > 조리트레이너 팀의 100Q 를 통한 교육 준비



음 불고기 브라더스의 세계화



서비스



- 3달간 필리핀 매니저팀 한국에서 교육 실시 (조리 / 서비스)



1st International Opening In Philippines



Opening Schedule

Agenda

August 22, 2011 Monday

Classroom Training
Orientation Day 1

Time	Topic	Who	Materials
8:50 – 9:00	Attendance/Roll Call Welcome NSO Trainees	Mgt Team NSO Trainer	Attendance Sheet Pen
	Bulgogi Brothers Orientation: <ul style="list-style-type: none"> About Bulgogi Brothers Brief History Bulgogi Branches Bulgogi Brother Concept Exterior, Interior Menu Bistro Group TGI Friday's Italianni's Fish & Co. 		

- 선발대 한달전 투입 2주간 전직원 대상으로 클래스 교육 실시

- 오픈하기 15일전 2차 트레이너팀 도착, 현장교육 및 세팅 위주





1st International Opening In Philippines



Opening Schedule



Korean Class – BB 's Term

(Greeting)

- Hello = 안녕하세요 = Annyung-haseyo
- Nice meet you= 반갑습니다 = Bangab-subnida
- Welcom = 환영합니다. = Hwanyoung - habnida
- Thank you = 감사합니다 = Gamsa-habnida
- You're welcome = 천만에요 = Chunman-yeyou
- Happy birthday to you = 생일-축하합니다
= Sangil-chukhahabnida

해외프랜차이즈 전 직원에게
한국어와 한국문화 교육 실시
모든 고객에게 한국적인 분위기를
최대한 느끼시도록 함



불고기브라더스



晉 해외 사업



Bistro's desire to challenge itself never stops.



Taking Business To Heart.

Giving back to the community is an advocacy we take to the heart.

Every new store opening is tied to a fund-raising drive intended to support various cause-oriented programs meant to uplift lives or offer relief to victims of calamities. We support livelihood, shelter and educational projects spearheaded by various charitable groups.

- *Bulding houses for **Gawad Kalinga** community in Castaneda, Mandaluyong.*
- *High school scholarships for deserving underprivileged kids of **A Better Chance Foundation**.*
- *Boat donations to farmers of typhoon-ravaged Bicol region through the **Bicol Paglaom Alliance Foundation**.*
- *Wheel chair donations to polio survivors under the care of the **Circle of Friends Foundation**.*
- *Assistance to **Operation Smile** for the benefit of juvenile harelip sufferers.*

BISTRO GROUP

RESTAURANT CONCEPTS

Themed casual dining experience at its best.



*“Never be afraid to do something new.
Remember, amateurs built the ark;
professionals built the titanic.”*

THE STOCK MARKET café

Experience a brand new
The Stock Market
with fresh food selections
served by our friendly staff
in the coziest settings.

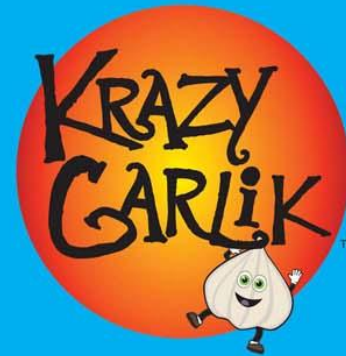
Try our crisp The Stock
Market harvest salad,
juicy half pound Angus
burger, slow roasted Pork
Ribs, freshly squeezed
drinks and delectable
desserts.



Our Credo

We promise to treat our employees with the respect, understanding, caring and fairness they deserve.

In return, we expect our employees to be trustworthy, committed, positive and responsible.



A dining destination that glorifies the taste of garlic.

Krazy Garlik brings together the best garlic recipes from around the world. Paired with a delightful drink, it will leave diners wanting for more.

It is a dining adventure like no other.



IN FEBRUARY 1996, ITALIANNI'S PHILIPPINES BECAME THE FIRST INTERNATIONAL CHAIN OUTSIDE THE UNITED STATES.

ITS AMERICAN-ITALIAN CUISINE, COUPLED WITH ITS UNIQUE SHARED STYLE DINING CONCEPT AS ESSAYED BY ITS SLOGAN 'AMORE DI MERRIER', MADE IT AN INSTANT HIT AMONG FILIPINOS.



WE BROUGHT THE ITALIAN FAMILY ART OF EATING FOR EVERYONE TO ENJOY. AN ITALIAN PASSION EVIDENT IN EVERY ITEM ON OUR MENU, AUTHENTICALLY PREPARED WITH THE FINEST INGREDIENTS AND BUILT ON A WIDE SELECTION OF CLASSIC AMERICAN-ITALIAN FLAVORS.



TGI Friday's entry into the Philippine market in December 1994 signaled the start of Bistro's operations. Within 6 years, the flagship restaurant of the Dallas-based Friday's Hospitality Group has expanded to 5 branches. In 2010, TGI Friday's now has more than 10 branches.

The TGI Friday's experience is about three things: outstanding service, eclectic ambience and delicious all-American comfort food in generous portions known the world-over.

With fully stocked bars and famous flair bartenders and wide menu selections from thick juicy steaks, famous burgers, crisp salads and sinful desserts, TGI Friday's has something for everyone!

Every TGI Friday's restaurant is an eye-popping showcase of American pop culture memorabilia, making it a one-of-a-kind dining destination.





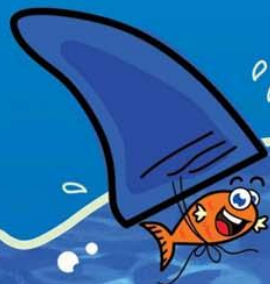
A relatively new member of the growing Bistro family, Fish & Co. in the Philippines is a division of O.B. Singapore Operations Pte Ltd.

The first 2 restaurants opened in September and October 2005 with cheerful nautical setting, splashed with vivid colors.

The warm ambience lends itself to a feeling that is cozy, relaxed and inviting. Making Fish & Co. as charming as it is unique.

At Fish & Co., all it takes is "One bite and you're hooked!" We pan out great-tasting fish and seafood meals using only natural ingredients like olive oil, herbs and specialty home-made spices.

All-time favorites that include mussels, calamari, fish and chips, and seafood platters come in generous portions like all other menu items sure to blissfully stuff you to your heart's content.



BISTRO GROUP

RESTAURANT CONCEPTS

Bistro brands employ more than 1,500 people.

Began operations 1994 with the opening of TGI Friday's, the very first American casual dining chain in the Philippines.

In 1996, opened the first Italianni's branch outside the US.

TGI Friday's, Glorietta in Makati City reaped international accolades that include the Highest Guest Count for four consecutive years (1995 to 1998), beating 500 TGI Fridays around the world. A recognition it was to win again in 2011. It also bagged the Highest Weekly Guest Count in 1998.

In 2006, TGI Friday's Philippines' Robert Santos was internationally recognized as Operations Director of the Year.

TGI Friday's Philippines brought home the prestigious Karl Davies Award by Friday's Hospitality Worldwide, the highest recognition given to a franchisee for its passion, entrepreneurship and masterful execution of the franchise.

Today, Bistro operates 12 TGI Friday's restaurants, 15 Italianni's, 5 Fish & Co., 4 Flapjacks, 1 Billy Rock, 1 Pig Out!, 2 Krazy Garlik, 1 The Stock Market and counting...



Philippines 1st Store Greenbelt 5



2011. 9. 8





Philippines 1st Store Greenbelt 5



2011. 9. 8





Philippines 1st Store Greenbelt 5



2011. 9. 8



The restaurant has a modern feel to it, with its display of wine racks, dark-hued couches, and tables with an induction oven in the center. The menu is crafted very well and is quite appetizing.



Bulgogi Brothers Menu

[A La Carte Page 1](#) and [Page 2](#)

[Barbecue Page 1](#) and [Page 2](#)

현지 파워블로거들의 활발한 활동



© Photo by Anton Diaz of www.OurAwesomePlanet.com

Gwangyang Style Bulgogi (P595 +10% service charge). Seasoned beef with sweet sauce. Served with bean sprouts, sesame leaf and green onions. Best ordered with Baekseju.

the Gwangyang Style Bulgogi also gets our vote!

On the menu, they have a Bulgogi Brothers Special for P1,495 (good for 2-3 persons), which is a combination of Unyang with 9 pieces and Gwangyang Style. But I would still recommend getting them separately if you're ordering for 2-3 persons because it comes out cheaper even if you only have 6 pieces of the Unyang.



Philippines 1st Store Greenbelt 5



2011. 9. 8



ASIA FOODPRINT





감사합니다.

www.bulgogibros.com

