

Sul*bing^{cafe}

KOREAN
DESSERT
CAFE

누구든,
언제든,
어디서든
설빙은 **성공**을 향해
나아갑니다.

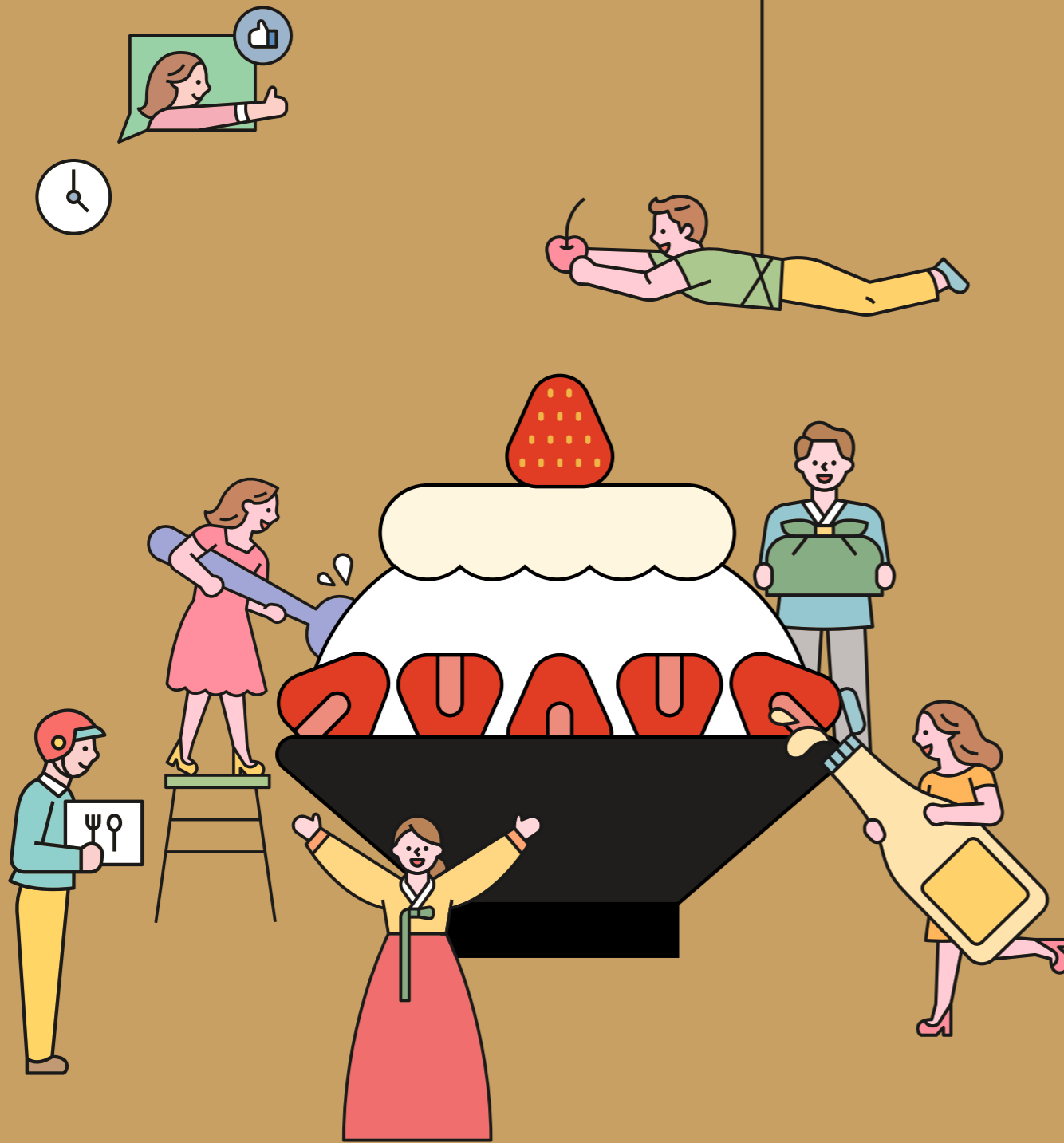


(주)설빙 서울시 송파구 올림픽로 319 새마을 교통회관 8,11F(신천동)

가맹문의 국내 010.2315.3401 / 해외 02.6954.7939, jwcho@sulbing.com

홈페이지 설빙 www.sulbing.com / 설빙몰 smartstore.naver.com/sulbing

설빙의 성공스토리는
우리가 함께하는 파트너와의
Win-Win 관계로부터 시작됩니다



설빙은
“세계 일류 글로벌 종합 식품 기업”이
되기 위한 비전을 가지고
앞으로 나아가고 있습니다.

설빙은 빙수를 전문으로 다양한 상품들을 선보이는
코리안 디저트 카페로서의 성장을 이루어 나가면서,
종합 식품 기업으로 나아가기 위한 도전을 시작하고
있습니다.

설빙이 그동안 보여주었던 지식과 경험, 잠재력, 통찰력
그리고 상생의 초심을 유지한다면, 미래 비전은 반드시
이룰 수 있습니다.

고객만족을 최우선시하며 국내를 넘어 한국식 디저트
세계화에 앞장서는 설빙이 되겠습니다.



설빙은



설빙은 인연을 맺은
모든 분들이 함께
잘되기를 바라는 바른 기업입니다.

511개 매장

2013년 4월 부산 남포동 1호점 이후 현 매장수(22년 3월)

2,500만 명

설빙 한 해 평균 방문 및 배달 고객

1,500만 그릇

설빙 대표상품 빙수 연간 판매량



대한민국 대표 코리안 디저트 카페의 자부심과 책임감!

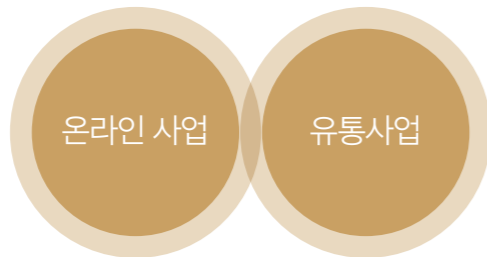
설빙은 2013년 4월 부산 남포동에 1호점으로 사업을 시작한 이래 현재 500개 매장을 운영하고 있는 대한민국 대표 코리안 디저트 카페입니다.

현재 가맹점(506개점), 직영점(5개점)을 운영하는 외식 프랜차이즈 기업으로 가맹점의 수익을 보호하는 다양한 상생 노력과 함께 가맹점 수익 상승에 목적을 둔 사업 전략을 수립하고 실행하며 지속적으로 성장해 나가고 있습니다.

설빙은 한 해 평균 2,500만명의 고객이 방문 또는 배달을 통해 즐기고 있으며, 설빙의 대표 상품인 빙수로만 연간 1,500만 그릇이 판매되고 있는 명실상부한 대한민국 대표 디저트 카페로 성장했습니다.

최근에는 빙수 뿐 아니라, 커피와 음료, 케익, 그리고 사이드 메뉴의 판매가 높아 지고 있어, 디저트 카페로서의 모습을 갖추어 나가고 있으며, 겨울철 매출도 안정적으로 발생하며 사업이 더욱더 안정화 되고 있습니다.

지속적인 성장을 위한 새로운 도전 온라인 사업과 유통사업



설빙은 외식 프랜차이즈 기업을 넘어, 온라인 사업과 유통사업에도 진출하여 다양한 사업 포트폴리오를 구축하며 종합 식품 기업이 되기 위한 노력을 분주히 하고 있습니다.

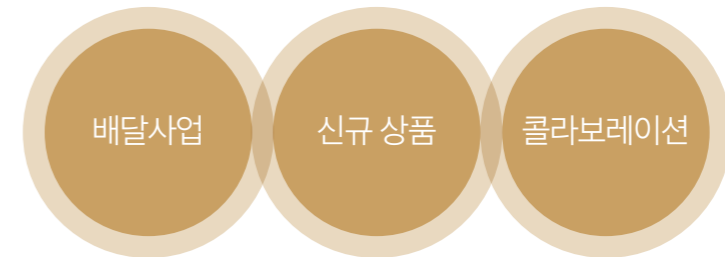
인절미 바 아이스크림의 경우 2년만에 2,000만 이상의 판매고를 올렸으며, 인절미라떼와 흑임자 라떼는 1년만에 각각 200만개와 150만개의 판매를 기록 하였습니다. 망고 에이드와 자몽 에이드 역시 첫 달 판매량이 30만개를 넘었습니다.

온라인 사업 역시 디저트, 간편식, 빙과류 등 30종에 가까운 상품들을 선보이며 매달 단위 매출을 경신하고 있습니다.

해외 거점 국가에도 온라인 플랫폼 런칭을 준비하고 있어 온라인 사업의 해외 진출도 조만간 실현이 될 것으로 기대하고 있습니다.

설빙은 뛰어난 상품 품질과 합리적인 가격 그리고 적극적인 고객 소통으로 사업 전반에 걸쳐 두드러진 성장을 보이고 있습니다. 고객의 일상속에서도 설빙 브랜드와 상품이 노출되고 있습니다. 이는 설빙 사업의 근원인 가맹점주님들의 매출 증대에도 도움이 되고, 유통사업과 온라인 사업의 상품들 중 일부는 가맹점 판매도 진행하며 서로 다른 영역끼리의 선순환 구조를 구축하고 있습니다.

설빙은 위기를 다룰 줄 아는 브랜드, 미래를 준비하는 브랜드임을 보여 주었습니다.



경쟁력 있고 신뢰할 수 있는 브랜드는 뜻하지 않은 위기를 어떻게 극복하느냐를 보면 알 수 있습니다.

설빙은 2020년부터 시작된 코로나 시대에도 불구하고 배달 사업, 신규 출시 상품의 성공, 기업 간 콜라보 등을 통해 코로나 시대 이전 시점보다도 매장 매출과 운영 가맹점 수가 오히려 증가 하였습니다.

특히 배달사업은 2018년부터 국내 배달 시장의 성장과 전세계 배달 트렌드를 미리 예측하고 전국을 돌며 배달 상품들을 시연해, 가맹점주님들과 소통하고 합심한 결과, 코로나로 줄어든 내점 매출을 배달 매출로 만회하는 저력을 보여 주었습니다.

위기에 강한 브랜드 만큼 신뢰를 주는 브랜드는 없습니다.

유명 기업들과의 콜라보레이션



첵스초코설빙

Kellogg's 켈로그(첵스)



칙촉몬스터설빙

롯데푸드(주) 롯데제과(칙촉)



딸기트리설빙

DALKI 딸기가 좋아



민트초코설빙

배달의민족 배달의 민족



로투스비스코프설빙

로투스



망고하겐다즈설빙

Häagen-Dazs 하겐다즈

미래의 지속 가능한 먹거리 글로벌 사업 프랜차이즈 사업

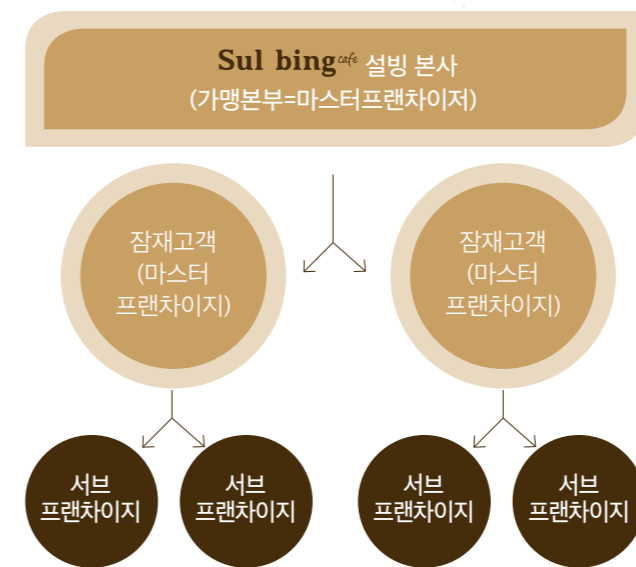
7개 매장

현재 7개국에 진출, 2025년 20개국 진출, 2030년 30개국 진출 계획
(호주, 일본, 캄보디아, 태국, 필리핀, 쿠웨이트, 중국)

10개국 이상

매년 10개국이 넘는 국가로부터 사업 제안

The Master Franchise Model



설빙은 5년이 넘는 기간 동안 다양한 글로벌 사업 경험과 노하우를 축적해 왔습니다.

현지 고객이 가장 원하는 맛, 상품, 인테리어 컨셉을 실현하기 위한 비즈니스 모델의 현지화를 가장 중요한 성공 요소로 생각하고, 현지의 의견을 경청하고 이를 적용하기 위해 소통하고 있습니다.

사업 인프라 구축을 위해 현지에서 직접 뛰며 비즈니스 모델의 현지화를 위한 시장조사, 최적의 식자재 발굴을 위한 전문기업 미팅과 심층 테스트, 현지 직원들의 역량 강화를 위한 컨설팅 등 현지에서 성공적으로 사업을 영위할 수 있는 토대를 만드는 데 본사가 적극적으로 나서고 있습니다.

뿐만 아니라, 국내에서 새롭게 개발하고 있는 신상품 레시피는 물론 마케팅 커뮤니케이션 툴, 가맹점과의 소통 스킬과 슈퍼바이징 그리고 영업 활동 노하우도 적극적으로 지원하고 있습니다.

비록 뜻하지 않은 대내외 환경의 변화로 인해 개설 준비를 하던 일부 국가의 사업 전개가 지연되었지만, 현지 파트너들은 정상적인 환경이 회복되는 시점에 대비하여 사업 재개 준비를 하고 있습니다. 설빙은 국내 뿐 아니라 해외에서도 확고한 비즈니스 모델을 보유하고 있으며, 해외에서도 줄을 서는 진풍경을 다수 연출한 결과, 매년 20개국이 넘는 국가로부터 사업 제안이 들어오고 있으며, 복수의 국가들과는 최종 마무리 협상을 진행하고 있습니다.

설빙은 국가 혹은 지역 단위로 설빙 프랜차이즈 사업을 영위할 수 있는 독점적 사용권을 부여하는 '마스터 프랜차이즈' 방식을 채택하고 있습니다. 독점적 사용권을 부여 받은 파트너는 해당 지역의 국가 경영권을 보유하게 되는 것으로 설빙 본사의 지원아래 주도로 사업을 추진할 수 있는 권한을 얻게 됩니다.

본사는 글로벌 사업의 전문 인력을 갖추고 있어 언제든지 연락을 주시면 상세히 상담 드리도록 하겠습니다.



건강하고 탄탄한 본사

설빙은 내실있는 경영을 통해 탄탄한 재무 건정성을 갖추고 있습니다. 모든 설빙 사업의 근간은 대한민국에 위치한 본사이며, 본사가 얼마나 재정적으로 안전한 지는 설빙과 연계된 모든 분야에 영향을 줍니다. 본사가 재정 상태가 불안정하고 취약하다면, 이는 해당 브랜드의 모든 관련 사업이 취약한 것과 같습니다.

설빙은 그러한 위험에서 자유롭습니다. 걸뭇을 부릴 자본으로 가맹점을 지원하고, 필요할때만 적극 투자를 하는 현명하고 내실있는 경영을 추구해 온 결과, 매우 높은 재정 신용등급으로 평가 받고 있을 만큼 재무 건정성이 우수합니다.



설빙의 핵심 경쟁력

절대 양보하지 않는
상품력



막강한 전문가들이 모인
맨파워 조직들

최고 전문가 조직과 맨파워를 보유하고 있음을 왜 말씀 드리는 걸까요? 소개된 조직들이 글로벌 사업을 물심양면으로 지원할 것이기 때문입니다. 각 조직마다 조직이 만들어 놓은 사업 노하우들을 해외로 전수하는 카운터파트들이 있습니다. 그들은 국내 업무를 병행하면서 현장에서 지식들을 습득하고 진화시켜 나가고 있습니다.

각 국가마다의 비즈니스 환경과 문화가 다를 수 있지만, 고도화된 국내 지식 자산들과 사례들은 분명 현지 사업의 방향 정립과 사업 추진에 있어 가이드라인을 제시해 줄 것 입니다.



R&D 센터

설빙의 시그니처 카테고리인 '빙수'의 레시피 설계, 식자재 발굴, 재료간의 최적 밸런스 조화 등 빙수 개발에 있어 자타공인 세계 최고 기관으로 정밀하고 체계화된 레시피 개발 및 상품화 기술 그리고 300가지가 넘는 즉시 출시 가능한 레시피 데이터를 보유하고 있습니다.

경쟁사가 없는 독보적인 아이템과 누적된 메뉴 개발 기술로 시장을 선점하고 빙수 트렌드를 선도하는데 있어 최전선에서 활약하고 있습니다. 코리안 디저트 카페 컨셉에 부합하도록, 다양한 디저트와 사이드 메뉴의 개발로 비수기로 도래하는 동절기매출 감소를 효과적으로 방어하여, 비수기의 경계를 최소화 하기 위해 끊임없이 고민하고 있습니다.

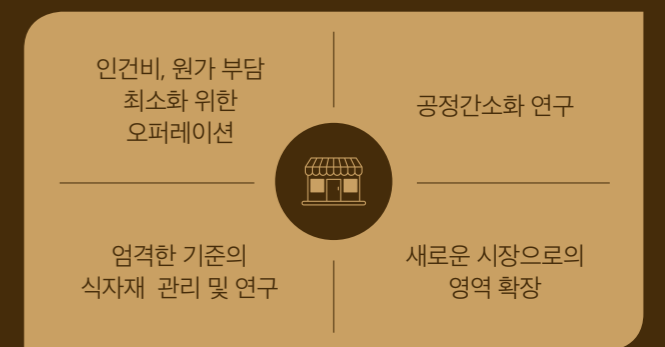
효율적인 매장 운영을 위해 가맹점의 입장에서 인건비, 원가 부담을 최소화 하기 위한 오퍼레이션과 공정간소화 연구를 하고 있으며, 경쟁력있는 가격의 고품질 식자재 개발을 위한 연구를 진행하고 있습니다. 지속적인 업체 관리로 식자재 품질 유지에 만전을 기하며, 안전한 식자재 공급을 위해 생과, 수입식자재 등 취급이 어려운 식자재도 엄격한 기준으로 관리하고 있습니다.

해외 마스터 프랜차이즈 파트너, 유통 MD, 온라인 제품, 배달 특화 메뉴 등 새로운 시장으로의 영역 확장에 따라 다양한 제품을 지속적으로 연구, 개발 합니다.

Main Work



R&D Support





마케팅본부

설빙이 외식 기업으로서 최상위 브랜드의 위치를 유지할 수 있도록 체계적인 브랜드 관리와 함께 가맹점과 고객과의 커뮤니케이션을 총괄하는 컨트롤타워 역할을 수행하고 있습니다. 마케팅 기획팀, IMC팀, 디자인팀으로 구성되어 있으며, 상품기획, 디자인, 홍보 등 상품이 탄생하고 출시되기까지의 전 과정을 유기적으로 협업하고 있습니다. 특히 빠르게 변화하는 시장 트렌드 속에서 신제품이 소비자에게 좋은 반응을 얻는 것도 중요하지만, 기존 제품들의 판매량을 꾸준히 유지하고 끌어 올리는 전략 또한 게을리 할 수 없습니다. 이를 위해 끊임 없는 시장 조사와 매출 관리를 통해 소비자 선호도가 높은 제품들을 발굴해내고, 브랜드를 통한 소비자 커뮤니케이션으로 설빙이 보다 효과적으로 고객들에게 다가갈 수 있도록 다양한 홍보 활동을 하고 있습니다. 최근 기업 간 콜라보레이션을 통한 히트 상품, 편의점 등 유통 채널에 신상품들을 성공적으로 런칭시키면서 그룹 전체 사업 포트폴리오 다변화 하는데 중추적 역할을 담당하고 있습니다.

Main Work



Team Building

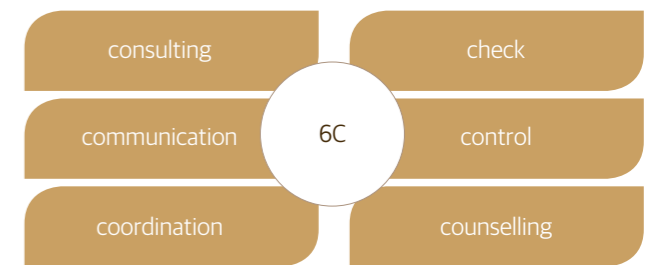


운영본부

511개 직영점과 가맹점의 운영관리를 총괄하고 있는 부서로 본사의 핵심경영철학인 상생경영을 최전선에서 실천하는 부서입니다. 본사를 대표하여 각 지역별 담당하는 전문 슈퍼바이저를 통해 가맹점의 효율적 운영과 이익 추구를 도모하고 본사의 정책과 절차를 전달 및 의사소통으로 가맹점사업자를 파트너십의 위치에서 지도, 보조 하는 업무를 하고 있습니다.

매장 운영과 관련하여 6C(consulting, check, communication, coordination, control, counselling)의 역할을 충실히 하고자 노력하고 있습니다. 가맹점 정기(수시)방문을 통해 매장 위생 점검 및 교육, 각종 클레임 해결 및 교육, 주방기기 등의 as 요청 접수 및 해결, 본사정책 전달 및 소통, 매출 상승을 위한 프로모션 협의 등을 통해 안정적인 매장 운영에 중점을 두고 활동하고 있습니다. 가맹점 운영간 발생할 수 있는 불편함과 개선사항 등 본사 내 유관부서와 협의를 통해 가맹점의 입장에서 효율적인 매장 운영이 될 수 있도록 하고 있으며 각종 운영간 발생하는 비용의 최소화를 통해 매장 수익의 개선을 위해 노력하고 있습니다.

Store Operation





인테리어팀

직/가맹점을 방문하시는 고객들에게 편안한 즐거움을 제공할 수 있게 관리하고, 고객 편의를 위한 디테일한 설계로 가맹점주의 만족과 고객으로 하여금 좋은 이미지를 갖춘 공간이 되도록 끊임없이 연구하고 분석하는 부서입니다.

500개가 넘는 직/가맹점 공사를 토대로 매장을 운영하기에 효율적인 직원 작업 동선, 고객 이용 동선을 분석하여 최적화된 인테리어 매뉴얼을 정립하고자 기획합니다. 또한 가맹점주의 자금 부담을 줄이고자 투자비용 최소화를 위해 끊임없이 노력합니다.

하도급 업체를 통한 공정 및 견적 관리로 공사금액을 최소화하도록 조율 하고 가맹점주 미팅부터 매장 오픈까지 전담하여 관리합니다. 그리고 시간이 지나도 깨끗한 매장을 유지할 수 있도록 견고하고 실용적인 고품질의 마감재를 적용하고 있으며 효율적인 동선 구획과 디테일한 설계로 작지만 강한 차이를 보여주고 있습니다.

빠르게 변화하고 있는 프랜차이즈 카페 인테리어 디자인 리서치 분석 업무를 통해 차별화된 경쟁력을 갖추기 위해 끊임없는 연구를 진행하고 있습니다.

Interior Support



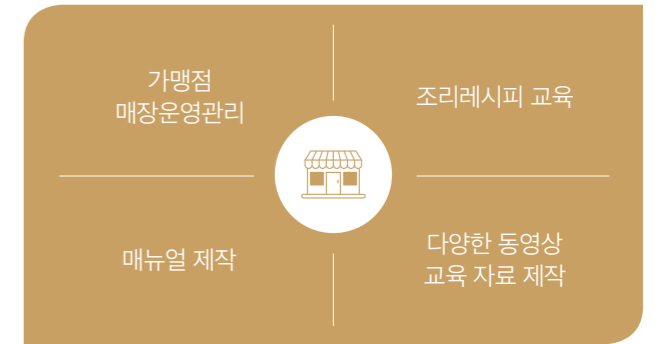
교육팀

프랜차이즈 사업을 교육사업이라고 정의하기도 합니다. 프랜차이즈 사업의 핵심인 브랜드 운영 know-how와 업무기술을 가맹점에 전수하는 핵심 부서로 가맹점 매장운영관리, 조리레시피 교육, 매뉴얼 제작, 다양한 동영상 교육 자료를 제작하여 가맹점에 제공하고 있습니다.

이를 통해 가맹점 제품 품질 관리, 다양한 고객에 맞춘 서비스 관리, 근무자 및 식품 위생관리 향상을 위한 브랜드 관리 기준과 표준화를 추구하고 있습니다.

설빙이 고객에게 항상 신뢰받는 브랜드로 유지되고 성장 시킬 수 있는 가맹점의 길라잡이 역할을 수행하고 있으며, 매장이 성공적으로 오픈을 할 수 있는 오픈바이징 역할도 도맡아 하고 있습니다.

Education Support



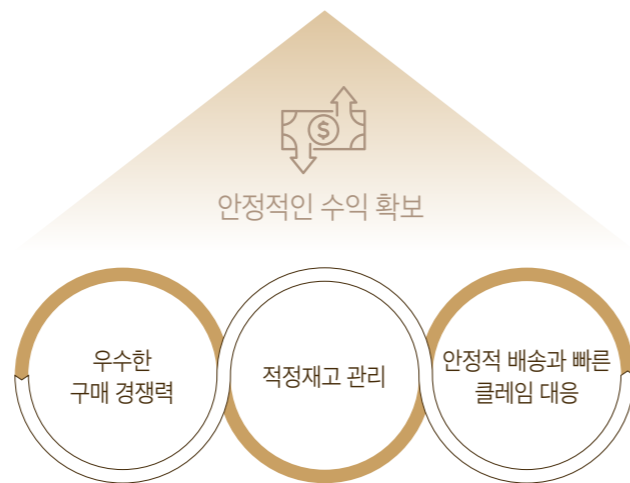


구매본부

가맹점주님들이 설비를 선택하는 이유는 검증이 완료된 안정적인 브랜드이기 때문입니다. 그 뜻은 안정적인 수익을 확보할 수 있다는 것과 같은 의미입니다. 설비 본사는 가맹점의 안정적인 수익을 위해 경쟁력 있는 가격에 고품질의 식자재를 공급해야 할 의무가 있습니다. 이를 실현하기 위해 부단히 노력하는 부서가 구매본부입니다. 구매본부는 구매 경쟁력을 통한 고품질의 원부자재를 공급하는 협상 노하우를 가지고 있으며, 지속적인 원가절감을 통한 매장 수익 향상을 매년 실현해 나가고 있습니다.

또한 전문적인 물류 관리 시스템과 맨파워를 통해 적정재고로 관리 운영하고 있습니다. 안정적 배송과 빠른 클레임 대응으로 물류품질 만족도가 높으며, 이는 브랜드 전체의 신뢰도에서 긍정적 영향을 주고 있습니다.

Purchasing Department



전략기획팀

그룹의 미래 비전을 실행하고 업무 전반을 총괄 컨트롤하는 브레인 조직으로 설비의 지속 가능한 미래 성장을 위한 신사업을 발굴하고 그룹의 미래 비전을 실천하기 위한 구체적인 실행 방안을 제시하고 있습니다.

미래 먹거리를 만들어 나가는 영업본부, 해외사업본부, 온라인 사업팀이 소속되어 있습니다. 해외 마스터 프랜차이즈들과의 사업 확장과 매출 증대를 위한 소통과 함께 각 부서별 카운터 파트너들과 유기적으로 협력하여 본사의 사업 노하우와 사례들을 적극적으로 공유하고 있으며, 정부기관을 포함한 다양한 해외 파트너 발굴 채널들을 활용해 국가 개척 업무를 진행하고 있습니다.

브랜드의 연속성을 유지하는데 있어 외형적인 규모는 매우 중요하며, 본사가 위치한 한국에서의 가맹사업은 설비의 근간이기도 합니다. 가맹점과의 상생을 위해 가맹점의 수익을 보존할 수 있도록 매장 간 거리 제한을 엄격히 준수하며 내실있는 가맹점 개설 영업을 하고 있으며, 매년 최소 수십개의 가맹점이 신규로 오픈 되어 고객들이 지속적으로 브랜드를 인지하고 경험할 수 있도록 노력하고 있습니다. 온라인 사업팀을 최근 신설하여 급속도로 성장하는 비대면 온라인 소비자들에게 합리적인 가격에 고품질 상품들을 선보이고 있습니다. 1년 남짓한 시점임에도 매달 단위 매출을 경신하고 있으며, 30종이 넘는 상품들을 출시하여 판매하고 있습니다.

Strategic Planning Team



Strategic Planning



Sul•bing^{cafe}

KOREAN
DESSERT
CAFE

Whoever,
Anytime,
Anywhere
Sulbing is moving
toward **success.**



Sulbing Co., Ltd. 8,11F (Shincheon-dong), 319 Olympic-ro, Songpa-gu, Seoul, Saemaoul Transportation Center
Franchise inquiries **Domestic** +82.10.2315.3401 / **Overseas** +82.2.6954.7939, jwcho@sulbing.com
Homepage Sulbing www.sulbing.com / **Sulbing's Mall** smartstore.naver.com/sulbing

Sulbing's success story is
built on a **win-win relationship**
with our partners



Sulbing is,
A company that is advancing with
the vision of becoming the world's
leading global food company.

As a Korean dessert cafe that specializes in shaved ice, Sulbing is attempting to become a comprehensive food company.

The vision for the future will certainly come to fruition if you keep the knowledge, experience, potential, and insight that Sulbing has shown.

Sulbing aims to bring Korean desserts beyond Korea with a focus on customer satisfaction.

Sul•bing is



Sulbing is a principled company
that hopes everyone tied to
Sulbing will do well.

Sul•bing^{cafe}

511 stores

No. of stores since April 2013 in Busan (As of April 2022)

25 million

Sulbing customer visits and deliveries on average each year

15 million bowls

Sulbing's annual sales volume of its main product, shaved ice



**We are Korea's representative Korean dessert cafe,
and we take that responsibility seriously!**

Korean dessert cafe Sulbing has operated more than 500 stores since it opened its first store on April 2013 in Nampo-dong, Busan. There are 506 franchisees (506 stores) and 5 directly managed stores, and it continues to grow by establishing and implementing a business strategy that aims to increase merchant profits as well as programs that protect franchisee profits.

Sulbing has grown into Korea's representative dessert cafe, with an average of 25 million customers visiting or delivering it a year, and 15 million bowls of shaved ice alone, the representative product of Sulbing, are sold annually.

Recently, not only shaved ice but also coffee, drinks, cakes, and side dishes have been on the rise, making it a dessert cafe; sales in winter have been stable, and the business has stabilized even further.

New Challenges for Sustainable Growth Online Business and Distribution Business



In addition to being a restaurant franchise company, Sulbing has also gone into e-commerce and distribution, building an extensive network of businesses, and is striving to become a comprehensive food company. There were more than 20 million units sold of Injeolmi Bar ice cream in 2 years, and 2 million pieces of Injeolmi Latte and 1.5 million pieces of Black Sesame Latte in one year, respectively. Mango Ade and Grapefruit Ade also sold more than 300,000 pieces in the first month.

sales for the online business. The company is preparing to launch an online platform in its overseas base countries, and the online business is expected to expand overseas in the near future. Sulbing's business has grown exponentially with excellent product quality, affordable prices, and active communication with customers. Customers are exposed to Sulbing products and brands on a daily basis. By doing so, Sulbing is able to increase sales of franchisees who are the source of its business, while some of the products at distribution centers and online businesses are also selling to merchants, creating a virtuous cycle.

Sulbing is Shown to be a Brand that Knows How to Handle Crises and Prepares for the Future.



A competitive and reliable brand can tell customers by how to overcome an unexpected crisis.

Despite the Covid-19, which began in 2020, Sulbing's store sales and the number of operating franchises increased rather than before the Covid-19 era through delivery business, the success of newly released products, and collaboration between companies.

In particular, since 2018, as Sulbing predicted in advance the growth of domestic delivery market and global delivery trends traveling around the country to demonstrate delivery products, communicated with franchisees, and collaborated to show the potential to make up for reduced in-store sales due to Covid-19.

No brand gives you more trust than a brand resistant to crisis.

Collaborating with Well-Known Companies



Chex Choco Sulbing
Kellogg's Kellogg (Chex)



Chikchok Monster Sulbing
 롯데푸드(주) LOTTE Confectionery (Chikchok)



Strawberry tree Sulbing
DALKI I LOVE strawberries



Mint Choco Sulbing
 배달의민족 Baemin



Lotus Bakeries Sulbing
 Lotus



Mango Häagen-Dazs Sulbing
 Häagen-Dazs

Sustainable Food of the Future Global Business Franchise Business

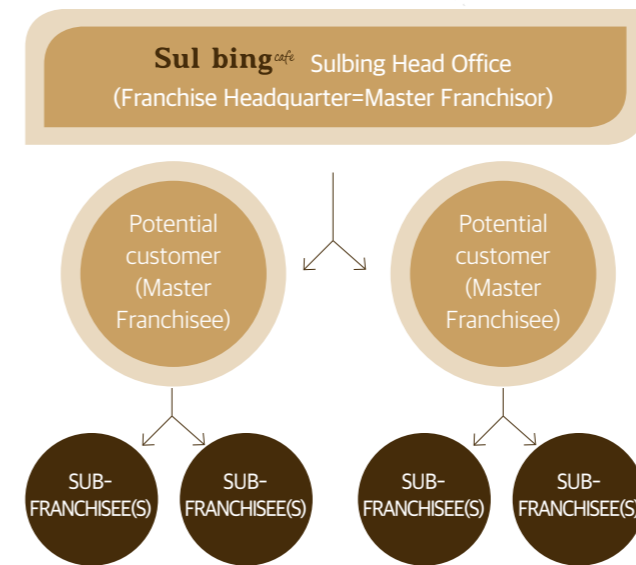
7 stores

As of now, we have entered seven countries and operate seven stores (Australia, Japan, Cambodia, Thailand, Philippines, Kuwait, P.R.China). We plan to enter 20 countries by 2025 and 30 countries by 2030.

Multiple Countries

Business Proposals Every Year Therefrom

The Master Franchise Model



Sulbing has accumulated various global business experiences and know-how for more than 5 years. Localizing business models to realize the taste, products, and interior concepts that local customers want most is considered an essential success factor. Sulbing listens to local opinions and communicates to apply them.

As part of its efforts to build a solid foundation for successful local operations, head office staff conducts market research to localize business models, meets with specialized companies to find optimal food materials, and consults with local employees to develop their skills. As part of our efforts, we additionally support new product recipes that are being developed in Korea, as well as marketing communication tools, franchisee training, supervisory skills, and sales activity knowledge.

The transition to a normal environment has been delayed in some countries because of unexpected changes in the internal and external environment, but local partners are preparing to resume their business in anticipation of the return of the normal environment. Sulbing has a solid business model not only in Korea but also abroad. As a result of directing some rare scenes abroad, business proposals from more than ten countries are coming in every year. Final negotiations with multiple countries are being conducted.

With its 'Master Franchise' model, Sulbing grants exclusive licenses to run franchise businesses across the country or within a region. Exclusive license holders will have national management rights in the region and will be empowered to promote their businesses on their own, with support from Sulbing's Head Office. You are welcome to contact us for further advice at the head office, which is equipped with professional personnel for global business.



Healthy and Strong Headquarters

Through its substantial management, Sulbing has strong financial integrity. All Sulbing projects are based on the company's headquarters in Korea, and the financial stability of the company will affect all aspects of its operations. All related businesses of a brand are vulnerable if the head office is financially unstable.

Sulbing is free from such risks. Sulbing is free from such risks. As a result of pursuing wise and substantial management that supports merchants instead of spending ostentatious capital and actively invests only when necessary, financial soundness is so good that company credit is rated very high.



Core competitiveness of Sulbing

Commodity power that will never yield



Powerful experts in manpower organizations

What is the point of telling you that your expert organization and human power are the best? The reason is that the new organizations will foster global business on both sides. There are overseas counterparts of every organization that transfer business know-how developed by the organization.

At the same time, they are learning and developing their skills in the field while carrying out domestic duties.

Various business environments and cultures will certainly provide different business examples and assets, **but advanced domestic knowledge will certainly provide a direct route for setting the direction of a local business and for promoting it.**



R&D Center

As the world's best institution in the development of shaved ice, such as designing the recipe for Sulbing's signature category, 'Bingsu', discovering food materials, and harmonizing the optimal balance between ingredients, it is the world's best institution, we have precise and systematic recipe development and commercialization technology and over 300 ready-to-release recipe data.

We are at the forefront of the shaved ice trend with our unrivaled items without competitors and menu development technology. We constantly strive to minimize the boundaries of the off-season by successfully defending the decline in sales during the off-season as a result of developing diverse desserts and side menus in line with the concept of Korean dessert cafes.

To operate the store efficiently, we are conducting operations and process simplification research to minimize labor cost and cost burden from the perspective of subfranchise stores. We are researching to develop high-quality food materials at competitive prices.

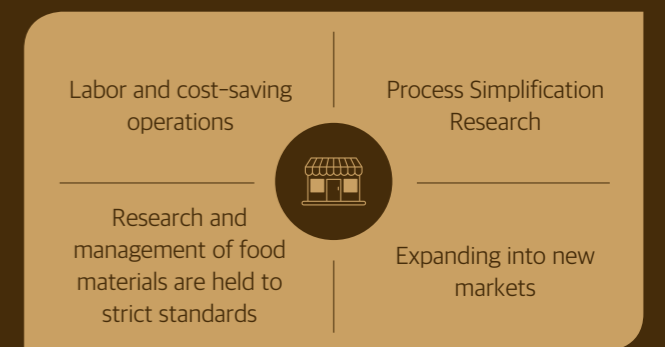
We make every effort to maintain the quality of food materials through continuous management of the company. We also manage food materials that are difficult to handle, such as raw fruit and imported food materials, with strict standards to supply safe food materials.

We continue to research and develop various products as we expand into new markets, such as overseas Master Franchise partners, distribution of MD, online products, and delivery of specialized menus.

Main Work



R&D Support





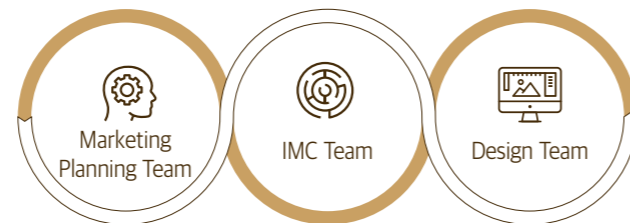
Marketing Department

To maintain its top-tier status as a catering company, Sulbing serves as a control tower, monitoring communications with franchisees and customers. It consists of a marketing planning team, IMC team, and design team and organically collaborates on the entire process of product planning, design, and promotion. In particular, new products need to be well received by consumers amid fast-changing market trends, but the strategy of steadily maintaining and boosting sales of existing products cannot be neglected. To this end, Sulbing is conducting various promotional activities to discover products with high consumer preferences through continuous market research and sales management and help reach customers more effectively through consumer communication through brands. Recently, they have conducted a central role in diversifying the entire company's business portfolio by successfully launching new products in distribution channels such as convenience stores through collaboration between companies.

Main Work



Team Building



Operation Department

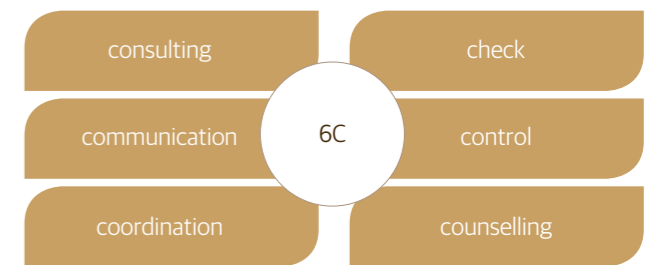
It is a department that oversees the operation and management of 511 direct stores and franchises and practices win-win management, which is the core management philosophy of the headquarters. On behalf of the headquarters, they are responsible for efficient operation and pursuit of franchisees' profits through specialized supervisors in each region and guide and assist franchisees in the position of partnership by communicating with our policies and procedures.

They are striving to fulfill the role of the 6C(consulting, check, communication, coordination, control, counselling) in-store operation faithfully.

Through regular (frequent) visits to franchisees, they focus on the stable operation of stores by receiving and resolving requests for follow-up services such as various claims and training, communicating with headquarters policies, and promoting sales.

They are working to improve store profits by minimizing the cost incurred between various operations through consultation with related departments in the headquarters, such as inconveniences and improvements between franchisees.

Store Operation





Interior Design Team

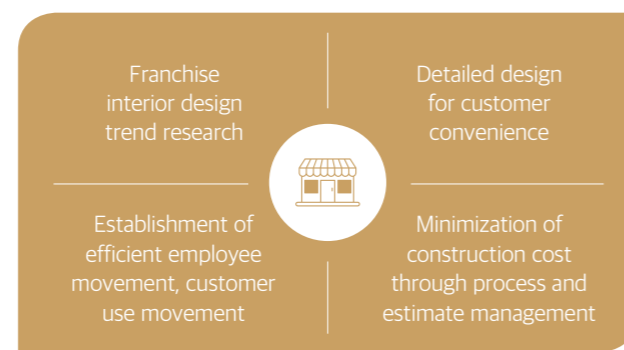
It is a department that manages to provide comfortable entertainment to customers visiting the store and constantly researches and analyzes the satisfaction of franchisees and the space with a good image of customers with detailed design for customer convenience.

Based on the construction of about 500 franchises, they plan to establish an optimized interior manual by analyzing the employee's working path and customer usage path that are efficient for operating the store. In addition, they constantly strive to minimize investment costs to reduce the financial burden of franchisees.

Through process and estimate management by subcontractors, they coordinate to minimize construction costs and manage them exclusively from meeting franchisees to opening stores. And it has a strong, practical, high-quality finish that helps keep the store clean over time, and it shows a small but substantial difference with efficient line segmentation and detailed design.

They are constantly researching to achieve differentiated competitiveness through the rapidly changing research and analysis of franchise cafe interior design.

Interior Support



Education Team

Franchise businesses are sometimes referred to as education businesses.

It is a crucial department that transfers brand operation know-how and business skills, the core of franchise business. It provides franchise store operation management, cooking recipe training, manual production, and various video education materials to franchisees.

Through this, they are pursuing brand management standards and standardization to improve the quality control of merchant products, service management tailored to various customers, and employee and food hygiene management.

They serve as a guide for franchisees who can maintain and grow Sulbing is a brand that is always trusted by customers and also help the store open successfully.

Education Support





Purchasing Department

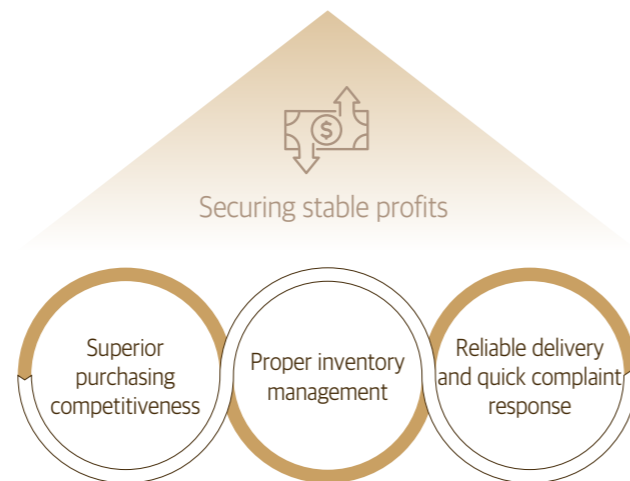
The reason why franchisees choose Sulbing is that it is a stable brand that has been verified. That means that you can secure a stable return.

Sulbing headquarters should supply high-quality food ingredients at competitive prices for the stable profits of its affiliates. The purchasing department is the department that constantly strives to realize this.

The purchasing department has negotiation know-how to supply high-quality raw materials through purchasing competitiveness and realizes the improvement of store profits through continuous cost reduction every year.

In addition, they manage and operate proper inventory through a professional logistics management system and workforce. Logistics quality satisfaction is high due to stable delivery and prompt claim response, positively affecting the brand's overall reliability.

Purchasing Department



Strategic Planning Team

As a team that implements the group's vision for the future and controls overall operations, they identify new businesses for the sustainable future growth of Sulbing and suggest concrete action plans to implement the group's vision for the future.

This team includes the sales department, overseas business department, and online business teams that make future food. In addition to communication with overseas Master Franchisees to expand the business and increase sales, they actively share our business know-how and examples with counter partners in each department and use various overseas partner discovery channels, including government agencies.

The external scale is significant in maintaining the permanence of the brand, and the franchise business in Korea, where the head office is located, is also the basis of Sulbing. To preserve the merchant's profits for co-prosperity with franchisees, they strictly comply with the distance limit between stores and open a substantial franchise. At least dozens of new franchises are opened every year so that customers can continue to recognize and experience the brand. Sulbing has recently established an online business team to introduce high-quality products at reasonable prices to rapidly growing non-face-to-face online consumers. Even though it's been about a year, Sulbing is renewing our unit sales every month and selling more than 30 kinds of products.

Strategic Planning Team



Strategic Planning

