

肯德基实习报告 (精选4篇)

篇1：肯德基实习报告

一、前言

希望在短期的实践中运用目前所学的专业知识和我自己的思维模式，结合特定的企业，了解相关工作。同时也为了提高自己的社会实践经验和丰富的阅历，具体感受实际工作于单一理论学习的差异，也借此机会体会一下社会中为人处事的相关内容，最终提升自己各方面能力。

实习时间：2013年6月02号——2013年7月25号

实习地点：烟台迎春大街肯德基店。

实习任务：学习大厅及前台接餐，简易型促销。

实习目的：本次的实习目的在于通过理论与实践的结合、个人与社会的沟通，进一步培养自己与人相处的技巧、团队协作精神、待人处事的能力等。尤其是观察、分析和解决实际工作的能力，以便提高自己的实践能力和综合素质，希望能帮助自己以后更加顺利地融入社会，投入到自己的工作中。

二、KFC简介

肯德基全球总部设在美国肯塔基州的路易斯维尔市，是世界上最大的鸡肉餐饮连锁店，1952年由创始人山德士先生 (ColonelHarlandSanders) 创建，全球最大的餐饮集团百胜餐饮集团拥有该品牌。百胜在全球110多个国家拥有超过35,000家连锁餐厅和100万多名员工。其旗下包括肯德基、必胜客、塔可钟、A&W及LongJohnSilver ' s(LJS)五个世界著名餐饮品牌,分别在烹鸡、比萨、墨西哥风味食品及海鲜连锁餐饮领域名列全球第一。

肯德基的飞速发展为中国提供了大量的就业机会。截止2007年底，肯德基在全国的员工超过146,000人。从中国的第一家餐厅到现在的2100多家餐厅，肯德基一直做到员工100%本地化。在21年的发展历程中，肯德基不断投入资金人力进行多方面各层次的培训。从餐厅服务员、餐厅经理到公司职能部门的管理人员,公司都按照其工作的性质要求安排科学严格的培训计划。这些培训不仅帮助员工提高工作技能，同时还丰富和完善员工自身的知识结构和个性发展。许多有志青年在肯德基成长,成为企业出色的管理人才。

三、我在KFC店的经历

在KFC店的这次实习，使我锻炼了自身的社会活动能力,了解了社会现实,从实践中拉近了与社会的距离,认清一些社会问题,看到了各种各样美好的,丑陋的社会现象。在社会大课堂里,经风雨、见世面、检验知识、培养能力、磨练意志,使自身得到了启迪,增强了社会责任感

记得刚进肯德基的第一天,我以为这是一项很容易的工作,因为自己是学习前台的,所以只要点点餐,收收盘子,做做清洁。原本以为自己可以很快适应,可是在培训的前三天中频频出错,使我垂头丧气。打电话给朋友诉苦,她们都奇怪:什么事让如此骄傲的我唉声叹气。没办法,抱怨也解决不了问题,只有硬着头皮上了。此时的我才真正了解到这一切是多么的不容易啊!

俗话说:“台上一分钟,台下十年功。”我们只看到点餐人员流畅的点餐,却不知道这一项简单的工作他们要付出多少。首先他们要记大半本的笔记,其中包括各种餐点的名称、餐点的价格和套餐的内容及其价格、烹炸的各种标准、欢迎顾客的前台七步曲、需要帮助时的八爪鱼等等。之后就要上战场实践,我还记得我第一次炸薯条的时候,因为薯条的保鲜期为7分钟,所以只有中午就餐客人很多的时候,才可以炸制很多,不然过了7分钟就会自动废弃。薯条倒入薯条框时,最多不能超过其2/3,炸制时间为2分45秒,其间抖动两次。因为是第一次,所以我抖动幅度不是很大,我师父还开玩笑说:这也太秀气了点吧!接着是各式饮料所要装的杯子、盖子及其打法。觉得最好玩的就是打圣代、甜筒了。老员工们熟练,有的一只手可以抓4个甜筒皮,新手就只能一个一个的上。甜筒打2圈半,再压一个顶,我刚练手的时候打的丑兮兮,自己都不忍心拿给顾客,所以只能废弃掉。现在想想,当时被我牺牲掉的冰激凌估计也有大半桶呢。等到培训的第三天,我就正式站在前台,面对着众多变幻不同的电脑界面,开始了我的点餐生涯。不要以为过了培训的3天就万事大吉了,上级的主管还会不定期的给你测试测试你的专业知识。幸好我的记性不差,要背出这些条条框框以及菜单等都不是难事,主管的检测相对于我来说就比较简单了。

肯德基众所周知的就是“快”,带徒弟也是这么快,三天就出师。速度是他们一直强调的,顾客在进入5秒钟内要受到招呼;对每一位顾客的配餐要在1分钟内完成;每位顾客排队购买餐点的时间都应该在5分钟以内。这些明确的数字标志着一旦穿上制服,站到柜台上,一切行动都必须是迅捷的,不能有半点拖沓。和其他收银员站在一个柜台上,别人已经接待了3、4个顾客,而我却连一笔几十元的生意都没有结束。这样的差距是绝对不能用“新人”来作为解释的。所以提升速度是我面临的第一重要问题。速度的增加一方面可以通过一遍又一遍的收银来获得,但同时思想上的重视是更为重要的。只有思想高度集中了,全身肌肉都绷紧了,各部位都协调合作,才能在高峰时段跟上其他收银员节奏。我接受培训3天之后的首次前台亮相是在一个下雨天的晚上,幸好下雨天人少,我可以慢慢熟悉电脑界面,记得更牢,以便之后提升速度。

另一个使我记忆深刻的是前台的没事可以到总配去窜窜,偷偷学习制作汉堡的过程。一般在店里面的服务员有初级和星级训练员之分,我是最初级的,所以只能由训练员来带。如果偷偷跟不是这一级别的服务生学习制作的话就会被警告。不过法外总有人情,店里的主管并不像其他企业的管理人员一样,官架子十足,更多的表现得像我们的朋友。所以只要有学习的欲望,他们会睁一只眼闭一只眼的。他们也很会鼓励人,不管在肯德基的哪个岗位上,只要优秀,他们都不会吝啬夸赞一句,更甚者会得到样帖(标有yum!的圆形、红色贴纸),集结不同数量的样帖可以换到不同的礼品。

四、以我的视角看待KFC

在当今中国快餐行业已有无数家快餐店的形势下，无论中国的或是外国的都要来分一杯羹。很多家本来是专门提供正餐的餐饮企业也按捺不住，纷纷转型，追求利润的最大化。很明显的有：大娘水饺、大家乐、大快活、一茶一坐等。而俗称的“洋快餐”中的佼佼者当属于肯德基和麦当劳了。

（一）实施本土化的战略

肯德基通过多年的探索，有效地运用本土化战略克服了在中国遇到的经济、管理和体制等多方面的障碍，避免了水土不服和文化差异，确立了以满足中国消费者需求为核心的营销战略。1、肯德基着力培养，提拔和使用本地人才，充分发挥其熟悉政策环境和市场特点的优势。2、产品本土化。有效排除炸鸡产品在中国市场的适应性障碍，以需求为导向，不断推陈出新，提高当地消费者的满意度。3、供应商本土化。有480多家国内供应商承担着肯德基至少百分之九十五的原材料供应任务。4、健康理念本土化。将中国的均衡膳食健康理念运用到产品的开发上，消除人们对快餐食品的健康疑虑。5、企业形象本土化。坚持友善政府、友善民众、关爱社会的战略，努力塑造中国公众接受和喜爱的企业形象。积极参与中国的希望工程和建立曙光助学基金等多项公益活动，向人们传达关爱社会的企业文化。目前中国肯德基累计捐款已经超过6000万元。

（二）推行标准化体系

肯德基管理体系划分科学，标准化体系保障可靠。使得肯德基的食品品质和服务质量被我国消费者广泛熟知，成为“顾客最常惠顾的”知名品牌。1、食品品质标准化。重点控制三个环节：一是原材料质量关。二是工艺规格关。三是产品保质期。2、服务质量标准化。强调服务是产品质量的延伸，时刻注意让顾客感受到服务员的热情礼貌和周到服务以及充分体验被肯德基尊重的感觉。3、就餐环境标准化。强调整洁和优雅的就餐环境是品牌价值的体现，定期对餐厅进行重新装修和设备设施的更新，使就餐者充分享受服务和食品，从而感受价值。细化到环境清洁养护上也有明确的标准规范。4、暗访制度标准化。在秘密状态下定期对餐厅的食品品质、员工服务、餐厅环境、设备设施情况进行专门暗访及评分检测，其结果常作为中国区总裁主持的每月高级管理人员会议的主要议题，一旦失分，各级管理人员就会立刻检讨原因，并采取行动进行整改。

发展连锁经营

连锁经营、特许加盟是肯德基理想的扩张模式，具有“竖可传代，横可复制”的发展优势和成熟标准，但肯德基在中国的连锁发展却是非常理性的。

（四）建设企业文化

肯德基注重利用企业文化统一公司的经营理念，不断增强企业的团队凝聚力

。1、餐厅经理第一。把餐厅经理看作是公司的财富、发展的关键，只有一线的餐厅经理都形成了高素质的‘连锁’，整个肯德基才能实现真正意义上的核心‘连锁’。该公司有针对性的辅导、训练餐厅经理不断掌握技能和经验，每年举办餐厅经理年会，提供交流平台，使经理们感受到公司的高度重视，进一步激发了高度的责任心和使命感。2、群策群力、团队合作。每年举办“ How WeWorkTogether (群策群力) ”巡回宣讲活动，由高层管理人士任讲师，宣讲取得的工作成绩，传达未来的工作目标，以鼓舞士气、增强团队的合作力及凝聚力。3、鼓励先进、表彰杰出。不断对优秀员工进行表彰和认同。如针对开发人员的“红砖奖”，意为表彰市场开发的基石作用；“创意奖”是对有奇效的营销创意进行奖励；而集团大中国区总裁创立并颁发的“金龙奖”，则突出对公司发展有持续贡献和长久的影响力。

强化员工培训

在人力资源上注重寻求适应企业发展的员工，不断强化教育与培训，并建立完善的考核体系。1、寻求适应企业发展需要的员工。具有一套科学的人员招募体系，着重观察候选人员是否“合适”、有否完成招募职位所要求的潜质、能力和综合条件。2、教育与培训。建有完善的教育发展系统，从见习助理、助理、餐厅副理、餐厅经理到区经理，每一职位的升迁都有不同的培训课程。如见习助理要学习工作站所需要的基本操作技能、常识以及必要的人际关系管理技巧和知识等，着重提高工作能力，强化企业文化教育。3、员工绩效评估。对餐厅员工和公司管理者都有不同的绩效考评体系，如管理人员每年要按岗位职责订立自己的“蓝筹”（具体、可行和可衡量的工作任务）计划，人力资源部门依据“蓝筹”进行考评，并根据考评结果决定晋升和薪资调整。坚持用人标准，对不适应工作需要的，又没有改进意愿或确属能力达不到的，将会解聘或降职使用。

建立连锁保障系统

肯德基高速度成功扩张，主要得益于其职能部门提供的完整明晰的策略、翔实准确的资料数据、严谨高效的系统和科学实用的工具。其特点是强化组织、分工合作、确定制度、应用工具。1、完整的开发策略。肯德基在实践中形成了较为科学的开发策略：集团开发组织与各公司开发部门紧密配合，根据中、远期目标和短期指标，对各城市评估，确立开发的先后次序；对不同商圈评估，根据其特点进行开发选址。2、科学的开发系统。新餐厅的开发工作由总经理挂帅，开发部经理牵头，财务、营建、营运等部门经理参加。选址决策一般通过地方公司和总部两级审批制，从而确保科学决策。开店小组定期召开会议，根据开发进度开展相关工作，研究解决方案。选址分三步进行：首先是市场调查，进行“开发网络规划”，确定优先顺序；其次是划分与选择商圈，根据商圈的稳定度、成熟度和市场定位确定开店重点或主要目标；再次是聚客点的测算与选择。3、科学的开发工具。肯德基制定了整套的开发手册，对过程中的不同阶段和环节都有各种表格与数据供开发人员对照使用。

作为跨国连锁公司在中国发展，其先进的管理方式、营销理念、标准体系、人力培训、连锁发展及其保障系统等，为我国餐饮业现代化发展提供了许多可以借鉴的经验，也对餐饮业的行业管理工作有所启示。

五、我的心得与建议

每次站大厅都可以听到很熟悉的音乐：有了肯德基，生活好滋味！不禁使我感慨，在一个月中，我从一个什么都不懂的初级服务生慢慢蜕变技艺熟练员工，一路的艰辛不是他人可以体味到的，赚钱不易，现实更残酷。大学只是个象牙塔，太单纯了，当梦想照进现实之后，很多人都会崩溃。所以我觉得这是一个给我锻炼的最佳机会。每一位新人的到来，在这里都会经历一个相当困难的时期。在这里，我谁也不认识，只能默不作声，有时老员工会依仗自己的资历对我呼来唤去，我想到了放弃，可是很多人告诉我，现在的状态只是将来进入职场的一个缩影，所以，我无论如何都坚持了下来。

另外，在我实习期间，我也发现了诸多问题。

1.服务人员英语水平有待提高。在我们店里，一般大学生英语水平都不高，更不要提全职人员的老员工了。很多外教和留学生就只能就着餐牌点点，而且餐点的内容有限，固定就那几个。建议：多多培训员工英语能力，招募英语口语强的服务生或主管；另外可以招募一些外国留学生以便接待外国朋友。

2.垃圾分类处理。每天在KFC店内资源的浪费随处可见。其中最显著的就是垃圾处理。很多汉堡的盒子、饮料的纸杯都是可回收资源，塑料罐子、吸管、勺子等都是可以循环再利用的。建议：垃圾分类管理，可以设可回收垃圾箱和不可回收垃圾箱。

3.优惠券分发不及时。很多老顾客，基本上每次到我们店都会要优惠券，但是有的时候发完了，矛盾就起了。建议：每两个月固定一天的时间发放优惠券，老顾客可以多享受两张优惠券。

六、综合小结

在实践中认识社会、增长才干、提高自身素质、为日后真正走进社会铺定基石。我现在理解了学院为什么要一直强调加强我们的社会实践能力。在那里，我学到许多书本上所没有的社会实践知识，体会到了工作的一些难处，学会了如何处世，了解到了怎样才能把事情做对做好，清楚了自身的不足，更明确了自己以后要怎样努力去完善自己，为毕业后走上工作岗位而奠定基础。

篇2：肯德基实习报告

一、实习目的

进入肯德基实习的主要目的是为了深入调研肯德基的经营在我国取得如此成功的相关原因，并且全面发掘肯德基的内部管理方式、组织结构以及经营策略方面的独特之处。同时，在整个实习过程中将自己的专业知识与实际相结合，达到学以致用目的，同时也丰富自身的工作经验，提升实际的工作能力，为今后更好更快的发展奠定基础。

二、实习单位及岗位情况介绍

肯德基简称KFC，是世界最大的炸鸡连锁餐厅。六十年前，桑德斯上校(ColonelHarlandSanders)研发出由十一种香料组合而成的独家炸鸡配方，后来则发展成现在的肯德基。肯德基遍布全球八十多个国家，目前拥有超过九千六百家店。在这个地球上，每天都有一家肯德基开幕。

不论是在中国大陆的长城或是巴黎繁忙的市中心，从保加利亚风光明媚的苏菲亚市中心以致阳光满布的波多黎各街道，处处都可以见到以桑德斯上校熟悉脸孔为招牌的肯德基餐厅。世界上每天都有超过600万的顾客享受肯德基所提供的美味餐点。除了肯德基的传统招牌产品原味炸鸡，顾客还可在世界各地的肯德基餐厅品尝到其他400多种产品，例如科威特的鸡肉烤饼及日本的桂鱼三明治等特色产品。

肯德基的成功源于全球将近十九万员工的齐心努力。在世界各地，肯德基永远将顾客的需求摆在第一位，使顾客在享受各种高品位餐饮的同时，也能享受到最亲切一流的服务和最洁净舒适的用餐环境。

亚太地区是肯德基目前成长最快速的地区，在马来西亚、韩国、印尼、泰国及中国大陆，肯德基都已成为当地最大的西式速食餐厅。

肯德基属于百胜餐饮集团，是最成功的消费品公司之一，旗下三大系统为餐饮业、饮料业及休闲食品业。肯德基与其他两个知名的餐厅系统必胜客及塔可钟、东方既白，都为百胜餐饮集团所统筹管理。

肯德基于1987年进入具有悠久饮食文化的古都北京，从而开始了她在这个拥有世界最多人口的国家的发展史。

1987年11月12日，肯德基在中国的第一家餐厅在北京前门繁华地带正式开业。以此为起点，肯德基开始摸索，认识和适应中国社会和市场，逐步打造具有中国特色的管理模式。1992年全国餐厅总数为10家，到1995年发展为71家。1996年6月25日，肯德基在中国的第100家店在北京成立，这是一个里程碑，标志着肯德基在中国进入了一个更加稳步发展的阶段。

1、岗位情况介绍

肯德基内主要有四个工作站，它们分别是：厨房、总配、前台和大厅。厨房主要是提供做好的鸡肉产品以及一些简单配餐的成品，如蛋挞等。总配主要负责将原料搭配成成品，例如汉堡的制作和包装等，主要是一些产品的组装工作，同时负责为前台供应足量高质的产品。前台主要负责接待顾客点餐和收银，保证快速准确的为顾客提供所需的产品。大厅主要负责的是为顾客提供清洁舒适的就餐环境，同时为顾客提供所需的其他服务。其营运的简化流程是：

前台——厨房——总配——顾客

新员工一进公司，就被量身制订了专门的培训与发展策略，以配合整个系统的发展和营运。百胜集团以及肯德基的餐厅培训体系中主要有以下几个梯层：服务员、星级服务员、组长、见习助理、助理、副理、店经理、区经理、区域经理。而每一个层级的培训和提升，都必须以前一层级为基础。换句话说，肯德基的所有管理人员都是从基层做起一步步地发展起来的。

三、实习内容和过程

作为肯德基的见习助理，我的主要工作内容是认识并熟练操作每一个工作站的工作内容，同时还要牢记各项工作标准，并通过代训星级训练员的考核。六个星期后开始学习餐厅的货物预订、员工排班、财务管理以及餐厅整体运营管理，同时还要不断强化对基础工作的管理。

首先，我在公司总部接受了百胜集团以及肯德基第一次简介，并给我们讲解了公司员工晋级发展的流程以及我们的培训计划。然后就分配到具体的一家店面进行实际的具体培训，按照科学合理的学习流程以及时间安排，由专门的星级训练员一个个工作站的进行工作讲解和标准说明。每一个工作站的考核通过标准为：理论考核达到95分以上的同时实际操作100%通过。就这样通过艰辛的努力，一项一项工作进行熟练，一个个标准进行达标，我通过了所有工作站的考核。

通过亲身体会、与其他员工交流以及参考文献，得出以下总结和体会：

1、肯德基经营方面有很多优点和可借鉴之处

(1)运营模式标准化，有利于复制扩张

肯德基拥有书面化的运营程序，其操作机械化。如，成文成册的标准操作规范，运营流程有序进行，一成不变，操作模式趋于机械化。可以说肯德基的管理模式属于低风险高稳定的管理模式。

(2)善于精神鼓励，能很好的满足员工的精神需求，调动员工的积极性。

如YUM贴换礼品、员工大会、出游、蝴蝶人物等。

(3)工作时间灵活，以小时记工，既有利于员工间歇，又有利于公司节省成本，提高效益。

(4)工资层次化明显。通过增大员工薪酬的差别，以更好地满足员工自我实现的需求，创造优良的竞争环境。

(5)注重团队精神。一家餐厅在运营期间，柜台、总配、大厅、厨房多处区域都在同时运作。十几个员工在一起工作，我们就是一个团队，为餐厅的运营共同出力。任何时候

队员之间都会相互协作，使我们为他人同时也为自己提供了更好的工作环境。

(6)餐厅经理第一。所谓“餐厅经理第一”，即餐厅经理被充分授权，在经理、主管层提倡自主管理。也就是说，经理层面在营运中要主动思考问题，然后再充分授权给下级，一切围绕一线餐厅服务展开良性竞争。

(7)注重人才培养和储备。在肯德基，每个餐厅经理的培养成本约是20万元人民币至少需要1-4年的时间。因为餐厅经理是餐厅的核心人物，是餐厅经营成败的关键，更是餐饮企业品牌成功的根基。因此，肯德基培养餐厅经理从来就是不遗余力，也保证了肯德基长期高速的发展。

(8)本土战略，内部晋升，拒绝空降。肯德基隶属的中国百胜集团从基层员工到最高领导全部都是中国人，并且全部都是从基层一步步努力得到晋级和提升，整个过程透明公正，这无疑极大地增加了公司对员工的吸引力和信任感。

2、肯德基的管理仍存在一些设计上的缺陷和执行上的困难

(1)人力配备不合理

以厨房为例，分为烤区和炸区，运营标准要求，炸区的员工在给鸡肉裹完粉后，不得用沾有面粉的手将鸡肉下锅，必须首先洗手消毒。同样的，烤区的员工也不得穿戴围裙。因此，在这些标准的要求下，在运营低峰时，两个员工即可满足要求，但是在高峰情况下，则至少需要三到四人同时参与工作，才能够在不影响正常营业的前提下按标准操作，否则完全的标准操作则并不容易实现。这就造成了公司极力压缩成本成本和以降低员工数量为突破之间的矛盾。

(2)考核标准过于主观化

在肯德基有一套内部的考核标准，其中的champs考核标准就很主观。例如因空调太热，原味鸡又咸又硬的理由进行扣分。这些都是因人而异的，因此考核标准过于主观化。

(3)标准设置过于理论化

其实按标准操作不是不可能，但是结合实际的人力物力和环境来讲就存在很多困难。如果厨房区完全按标准进行操作，则需要更多的炸锅和烤箱，如果总配

完全按标准操作就会发生断货的现象，而客观环境是不可预测的，则不能保证正常营业。其制定的标准可称为实验室操作规范。在现实运营中需要人为的给操作指定标准的偏差幅度，已符合实际要求。

(4)员工与管理组信息沟通障碍

在营运过程中，管理组一般只是片面的追求营运监督，这无形中给员工造成

了心理压力，同时也使员工不与管理组进行信息沟通。

但肯德基的客观环境是有利于沟通的，管理组的人员与员工的实际工作距离很近，这是一个很好的沟通平台，应该好好利用。同时，公司也应增加管理层与基层员工沟通能力的培训。

(5)精神鼓励频繁，物质现金鼓励相对匮乏

肯德基的工资水平并不高，在这种低收入的情况下，员工存在更多的物质需求。没有一定的物质基础，频繁的精神鼓励对于调动员工的积极性往往是乏力的，甚至是毫无意义的，这也许正是肯德基人员流动量大的重要原因之一。

可见，作为国际餐饮巨头，肯德基拥有极其规范的内部管理和独特的企业文化，这些都是我们应该学习借鉴的。同时，肯德基也存在一定的管理缺陷和内部沟通障碍，需要我们避免和克服。

肯德基作为一个早期实施科学管理的模板，我在肯德基的实习过程中学到了很多，也积累了更多的工作经验。在这段时间里，不管是餐厅的管理组还是普通员工都对我给予了很大的帮助和支持，谢谢大家的关心和照顾。我也将终身铭记自己曾是肯德基大家庭的一员，铭记这段辛苦却难忘的记忆。

篇3：肯德基实习报告

一、实习目的

本次在肯德基的实习旨在提高自身的专业技能和职业素养，同时对餐饮行业进行深入了解，增加实际工作经验。通过实习，我希望能够：

- 1.学习和掌握肯德基的工作流程和操作规范，提高自己的专业素养；
- 2.了解餐饮行业的特点和市场情况，为未来的职业规划提供参考；
- 3.培养自己的团队协作和沟通能力，增强社会实践能力。

二、实习岗位及认识

在肯德基的实习期间，我主要负责的是食品制作、客户服务与餐厅清洁等工作。实习过程中，我深刻体会到了肯德基作为连锁快餐品牌在运营管理方面的严谨性和规范性。每个岗位的操作流程都经过精心设计，既提高了工作效率，也确保了客户体验的满意度。

对于实习岗位的认识，我认为每个岗位都有其独特的重要性。虽然不同的岗位在操作流程和技能要求上略有不同，但是都需要具备高度的责任感和专注力。只有每个岗位都充分发挥作用，才能保证餐厅的整体运营顺利进行。

三、发现问题及解决问题的方法

在实习过程中，我也遇到了一些问题。例如，最初我对工作流程和操作规范不够熟悉，导致工作效率低下。为了解决这个问题，我利用业余时间主动学习和练习，通过观看培训视频、请教同事等方式逐渐掌握了更多的工作技能。

另外，我也发现了在高峰期，餐厅的人流量较大，有时会出现客户排队等位的情况。为了解决这个问题，我积极与同事配合，调整工作节奏和服务顺序，通过提高工作效率和优化客户体验来减少客户等待时间。

四、实习过程总结及收获

通过这次肯德基的实习，我深刻体会到了专业技能和工作态度的重要性。在实习过程中，我不仅提高了自己的专业素养，还培养了自己的团队协作和沟通能力。通过与同事的互动合作，我学会了如何更好地理解客户需求并提供满意的服务。

此外，实习过程中我还发现了自己的不足之处，比如有时候处理问题的速度不够快，对工作流程和操作规范的掌握还不够深入等。对于这些不足，我建议在未来的实习或工作中，应该更加注重学习和积累经验，不断提高自己的工作能力和素质。

五、个人体会和收获

在肯德基的实习期间，我不仅学到了专业技能和工作规范，还体会到了职场的氛围和人际关系的重要性。通过与同事们的接触和交流，我学会了如何在职场中与人相处、如何与领导和同事沟通合作。这种职场氛围的熏陶和学习经历的积累对于我未来的职业发展具有重要意义。

此外，这次实习也让我更加明确了自己的职业规划和发展方向。通过深入了解餐饮行业的特点和市场情况，我对自己的兴趣和优势有了更清晰的认识。未来，我计划在继续提升自己的专业技能和职业素养的同时，积极探索相关行业的发展机会，为实现自己的职业目标而努力。

总之，这次肯德基的实习经历让我收获颇丰。通过实践锻炼和经验积累，我不仅提高了自己的专业素养和工作能力，还对自己的职业规划和发展方向有了更清晰的认识。同时，这次实习也让我认识到自己的不足之处，为今后不断改进和提高自己的工作提供了借鉴和参考。感谢肯德基给予我这次宝贵的实习机会和学习经历！

篇3：肯德基实习报告

实习单位：肯德基中国

实习时间：2021年8月-10月

实习部门：市场部

实习内容：

1、市场调研

在实习期间，我主要负责肯德基在中国市场的调研工作。市场调研是了解企业在市场中的地位和竞争情况的重要手段。通过调研，可以知道消费者的需求和诉求，了解竞争对手的优势和劣势，发现市场机会和挑战，并为后续的营销活动提供依据。

我主要进行了以下方面的市场调研：

(1) 消费者调研：主要采用问卷调查和深度访谈的方式，了解消费者对于肯德基的认知和评价、消费行为和需求等情况。

(2) 竞争对手调研：主要通过互联网和实地调研的方式，了解竞争对手的产品、价格、销售渠道和营销策略等信息。

(3) 市场环境调研：主要了解中国市场的宏观经济环境、食品行业政策和法规、消费者偏好和市场趋势等情况。

通过市场调研，我对肯德基在中国市场的竞争优势和劣势有了更深入的了解，为后续的营销策略制定提供了依据。

2、营销活动策划

营销活动是企业吸引消费者、提升品牌知名度和销售额的重要手段。在实习期间，我也参与了肯德基的一些营销活动策划，并负责具体实施。

我主要参与的营销活动包括：双十一促销、圣诞主题餐厅装修、新品推广等。我负责活动预算、物料采购、场地布置、活动宣传等方面的工作。在活动执行中，我还与各个部门进行协调和沟通，确保活动的顺利进行。

通过参与营销活动策划和执行，我对于营销策略、活动执行、团队合作等方面有了更深刻的认识 and 实践经验。

3、数据分析

数据是企业决策的重要依据，也是进行市场调研和营销活动评估的基础。在实习期间，我也学习和掌握了数据分析工具及方法，对肯德基的经营状况和市场营销效果进行了定量分析。

我主要进行了以下方面的数据分析：

(1) 销售数据分析：主要通过销售数据的采集和整理，了解肯德基的产品销售状况、高峰期和低谷期等情况。

(2) 市场活动效果分析：主要通过活动期间的数据采集和分析，了解活动的效果及其对销售额的影响。

(3) 竞争对手数据分析：主要通过收集竞争对手的销售数据和市场营销活动数据，对其进行分析和评估。

通过数据分析，我能够更加客观地评估市场情况和营销活动效果，为后续的决策和策略调整提供了重要参考。

实习评价：

在这次实习期间，我学到了很多关于市场调研、营销活动策划和数据分析等方面的知识和技能，也锻炼了自己的实际操作能力和团队合作能力。同时，也感受到了肯德基这个大型跨国企业所具有的优秀的企业文化和管理体系。

感谢肯德基提供这次宝贵的实习机会，我也将把这次实习所学到的知识和经验运用到今后的工作中，为自己的职业生涯奠定坚实的基础。