Vietnam

하노이지사

베트남 전역에 즉석떡볶이 돌풍 일으킨 두끼 떡볶이

K-Food의 대명사처럼 인기 있는 떡볶이

K-Food는 현재 동남아시아의 한류열풍의 한축을 이루고 있으며 많은 한국음식이 베트남인들의 입맛을 사로잡고 있다. 그 중에서도 떡볶이는 대표적인 K-Food로 손꼽히며 한국인이 운영하는 분식점 및 떡볶이전문점 뿐만 아니라 베트남인이 운영하는 한국음식점에도 필수적으로 들어가는 메뉴이기도 하다. 현지인들은 샤브샤브의 일종인 LAU(러우)를 상당히 즐겨먹는데, 그 이유는 저렴한 가격에 여러 가지 재료들을 넣어 끓여 먹을 수 있어 효율이 좋은 식단이기 때문이다. 떡볶이는 한국을 대표하는 K-Food이지만 매운 맛에 익숙하지 않은 베트남인들에게는 큰 호응이 없었으나, 최근 3~4년간 불고 있는 한국유학 열풍의 영향으로 한국유학을 다녀온 베트남인이 급속도로 늘어나자 입맛에 맞게 만들어 먹을 수 있는 즉석떡볶이가 Lau(러우)를 연상시키며 큰 인기를 얻기 시작했다.

철저한 현지화와 무한리필로 승부하는 두끼 떡볶이

한국에서 190여개 가맹점을 확보하며 인기 프랜차이즈로 성장한 두끼 떡볶이는 지난해 11월, 처음 베트남에 진출하였으며 2018년 11월에 호치민시 떤빈군 롯데마트에 1호점, 2개월 뒤 빈탄군에 첫 번째 직영점을 오픈했다. 한국 프랜차이즈에 대한 소문은 급속도로 퍼지게 되었고 전례가 드물 정도로 빠른 시간 내에 많은 대리점을 확보하고 있다. 두끼떡볶이의 컨셉은 '무한리필 뷔페'다. 단순히 떡볶이만 파는 것이 아닌 Self Bar를 운영하여 떡과 소스는 물론 치킨등 각종 튀김류와 샐러드, 계란, 볶음밥, 음료 등 다양한 한국음식을 저렴하지만 무제한으로 즐길 수 있도록 해, 베트남의 많은 가정이 행사와 단체 회식장소로 이용하기에 편리한 분위기를 만들었다. 즉석떡볶이의 최대 쟁점은 철저한 '현지화'다. 수많은 한국식 프랜차이즈는 베트남에 살고 있는 한국 교민들을 상대로 메뉴를 개발했지만, 두끼 떡볶이는 베트남 현지인의 유동인구가 많은 지역을 우선 공략 대상으로 삼아 전략을 성공시켰다.

Key Point

한국식 메뉴에 현지인 취향을 접목할 것

K-Food를 알리는 방법은 단순히 현지인의 입맛을 고려한 새로운 메뉴를 개발하기보다 현지인이 즐겨먹는 음식을 토대로 삼아 비슷한 한국 음식을 도입하는 경우도 K-Food 성공의 한 전략이 될 수 있을 것으로 보인다.

일례로 CJ의 비비고 만두가 미국과 중국에서 현지화에 성공한 것은, 국내판매용과 달리 미국판매용은 닭고기를 넣고 중국판매용은 옥수수를 넣은 만두를 제조해 해당 국가 사람들이 좋아하는 식품으로 승화시킨 데 기인하는 것으로 분석하고 있다.

출처 : www.viethantimes.com, yna.co.kr