

PLANT-BASED SAJTBURGER

STRATÉGIA & KREATÍV BRIEF

Birsalma csapat



HÁTTÉR

Vega, vegán étrend beépülése a mainstreambe, cruelty free fogyasztási szempontok, növekvő klíma- és egészségtudatosság...

Az emberek 65%-a fogyasztott már növényi alapú hús alternatívát, 5-ből 2-en pedig napi, vagy heti rendszerességgel tesz így.*

A lelkesedést és kipróbálási kedvet mérsékli a vegán opciók nehezített elérhetősége: limitált kínálat és jellemzően magas ár. :(

Ezért a Burger King egy új szendviccsele erősíti tovább állandó kínálatát: a plant-based sajtburger bevezetésével a tömegek számára szeretne egy elérhető árú növényi alapú alternatívát nyújtani.

Kihívásunk a termék bevezetése és a plant-based kategória építése egy szkeptikus piacon.

KONTEXTUS MEGÉRTÉSE

KATEGÓRIA INSIGHT

Mitől lesz más a BK
plant-based sajtburri?

BRAND USP's

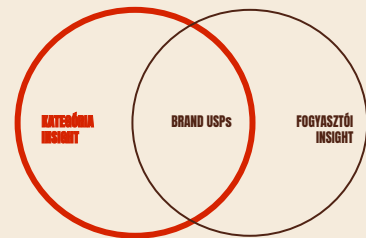
Hogyan fogunk
minderre a Burger
King-hez hiteles
módon reagálni?

FOGYASZTÓI INSIGHT

Mi rezonál a
célcsoportunkkal,
hogyan tudjuk őket
megszólítani?

juicy
~~juicy~~
our **sweet spot**

KATEGÓRIA



Szerencsénkre a hazai piac még gyerekcipőben jár. Állandó menün egyedül mi kínálunk növényi alapú burgert. Ez nem jelenti azt, hogy ne lenne hús nélküli szendvics a piacon.

BURGER KING

Plant-based WHOPPER® a hazai növényi alapú burgerek egyeduralkodója.
100% WHOPPER® élmény, 0% hús



MCDONALD'S

Húsmentes = sajtos
A Meki Fox Félix burgere csak a vegetáriánus igényeket elégíti ki. Ráadásul borsos áron.
A nemzetközi Meki már kínál plant-based burgert (McPlant), ennek bevezető kampánya arra az üzenetre épített, hogy észre sem veszed a különbséget.



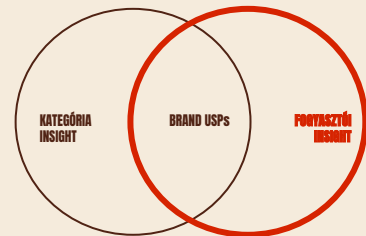
KATEGÓRIA INSIGHT

A piacon jelenleg egyetlen elérhető húsmentes "sajtburger" gyakorlatilag CSAK SAJTBÓL ÁLL*.

Ez nem egy burger, ez egy rántott sajt két buci között.

*eltekintve az olyan kiegészítő alkatrészekről mint buci, saláta, szósz stb.

CÉLCSOPORT



Azokat a burgerező vendégeket szólítjuk meg, akik tudatosak annyira, hogy nyitottak legyenek valami újra, de annyira nem, hogy ne járnának hozzánk.

CÉLCSOPORT JELLEMZŐK

Fast food-ba járó és amúgy a tudatosabb étkezésre is nyitott, azt nem elutasító, flexitariánusan étkező emberek.

Hétköznapi hedonista, szereti felfedezni az új ízeket, gasztro újdonságokat, de csak a komfortzónáján belül. Nem elvakult öko-vegán, de örül, ha az élvezeten túl egészségének és a környezetnek is jót tesz. Fontos számára az ár, azonos minőségű opciók közül mindig az olcsóbbat választja.

FOGYASZTÓI FESZÜLTSG

ÉRTÉKEK

Őszinte és egyenes életet vezet, kerüli a Coelho-jellegű megmagyarázásokat, magasztos missziókat. Élvezi élvezni az életet, az ésszerűség határain belül felfedezni. Szeretne odafigyelni egészségére, és saját eszközeivel igyekszik tenni a bolygó jövőjéért. (pl. szelektíven gyűjt, kevesebb húst eszik...)

FÉLELMEK

Tart tőle, hogy a növényi alapú táplálkozás túl nagy áldozattal jár, nem áldozná fel a megszokott burger íz-élményt* (és a pénztárcáját) a tudatosság oltárán.

FOGYASZTÓI INSIGHT

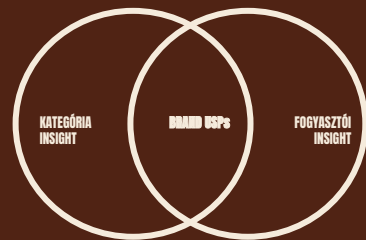
“A gyorskaja az hétköznapi bűnözés, ahol az íz faktor mindent felülír: ilyenkor kicsit homokbadugom a fejem, ha az egészségemről van szó.

Tudatos burgert enni olyan, mint füldugóban koncertre menni - oda az élvezet, akkor meg mi értelme?”



* A fogyasztók 70%-a elsődlegesen íz és textúra alapján választ fehérjeforrást, 31% vélt rossz íz/textúra miatt utasítja el a növényi alternatívákat. [Consumer Acceptance of Plant-Based Meat Substitutes: A Narrative Review, 2022, University of Debrecen](#)

A BK VÁLASZA



**MEGÉRKEZETT A
PLANT-BASED SAJTBURGER**
HÚSMENTESEN IS AZ IGAZI, PONT, AHOGY
SZERETED*

***igazi ízélmény, igazi hedonizmus, semmi hús, semmi fakszni**

A Burger King Plant-Based Sajtburgere hús és állati eredetű sajt nélkül hozza ugyanazt az élményt, amit megszokhattál tőlünk, húsos testvérével azonos áron.

FELADAT 1 MONDATBAN: Nevezük el a Burger King plant-based sajtburgerét, tervezzük meg csomagolását és bevezető kampányát

Háttér

- Kedvező fogyasztói trendek, növekvő tudatosság → a BK új növényi alapú szendviccsel bővíti menüjét
- A plant-based sajtburger elérhető árú alternatívát jelent majd a tömegek számára: a növényi opció nem lesz drágább

Célcsoport

Hétköznapi hedonisták

Fast food-ba járó és amúgy a tudatosabb étkezésre is nyitott, azt nem elutasító, flexitariánusan étkező emberek. Komfortzónájukon belül szeretnek új dolgokat kipróbálni, de az ízlémből nem engednek.

Insight

“A gyorskaja az hétköznapi bűnözés, ahol az íz faktor mindent felülír: ilyenkor kicsit homokbadugom a fejem, ha az egészségemről van szó.

Tudatos burgert enni olyan, mint fülledugóban koncertre menni - oda az élvezet, akkor meg mi értelme?”

Üzenet

MEGÉRKEZETT A PLANT-BASED SAJTBURGER: HÚSMENTESEN IS AZ IGAZI, PONT, AHOGY SZERETED*

*igazi ízlésmény, igazi hedonizmus, semmi hús, semmi fakszni

Célok

Piacrészes növelése:

- termékbevezetés, ismertségépítés
- növényi alapú kategória építése - félelmek & tévhitek lerombolása, elfogadottság növelése

Kategória

Hazai fast food piacon csak 1 fő versenytárs, aki plant-based témában messze mögöttünk:

A McDonalds húsmentes burgere gyakorlatilag egy rántott sajt buciban.

Mi már kínálunk növényi alapú bucit a Whoppernél.

Stratégia

Mutassuk meg, hogy a Burger King új burgere az a növényi alapú választás, ami **hozza a megszokott hedonista fast food élményt** - most már mentes verzióban is.

Szállítandó

Termékkonceptió:

- Terméknév
- Csomagolás design

Kampánykonceptió:

- Bevezetőkampány kreatív koncepció
- kidolgozás min 3 felületre