

Zsenge Penge 2024 | BAB CSAPAT

# Plant-Curious Kampány





# Kreatív koncepció

A légy önmagad üzenet hogyan adható át kreatívan, különböző csatornákon keresztül, ezzel is erősítve a Burger King piaci jelenlétét?

Célunk, hogy buzz-t keltsünk a Plant-Curious termék megjelenése körül, melynek **elsődleges eszköze a termékre is jellemző misztikum.**

A kettőt vegyítve, a termékkoncepciót figyelembe véve alakítottuk ki a kampányt különböző felületekre, ami kiemeli azt, hogy a Burger King élményét a fogyasztók teszik azzá, ami.



# A titkos hozzávaló: **TE vagy**

**Plant-Curious már  
a Burger Kingben!**





# Timing

## Teaser

Mi jön?

Cél: awareness növelés

Timing: 2 hét

Csatornák: digital - social

## Kampány

Megjött!

Cél: vásárlásösztönzés és edukáció

Timing: 4 hét

Csatornák: digital – social, OOH, ambient

A titkos  
hozzávaló?



TOP SECRET

A titkos  
hozzávaló:  
**TE vagy**

Plant-Curious már  
a Burger Kingben!



TOP SECRET



# Teaser: Digital kampány

A teaser időszakban a többi felület mellett a BK appban is igyekszünk buzz-t létrehozni a felhasználókban. Ezt egy visszaszámlálóval lehet izgalmassá és feszültségtelivé tenni.

A teaser időszakot követően tesszük közzé a kampány fő üzenetét: a titok TE vagy, hiszen a TE izlésed és elvárásaink szerint formáljuk a kínálatunkat.

**Formátumok:** BK app banner, online bannerkampány



App visszaszámláló



Digital banner

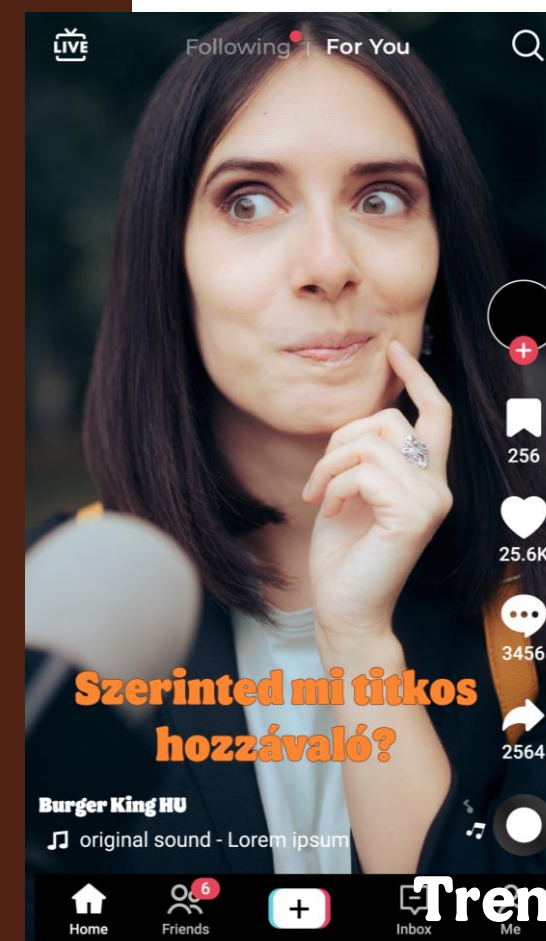
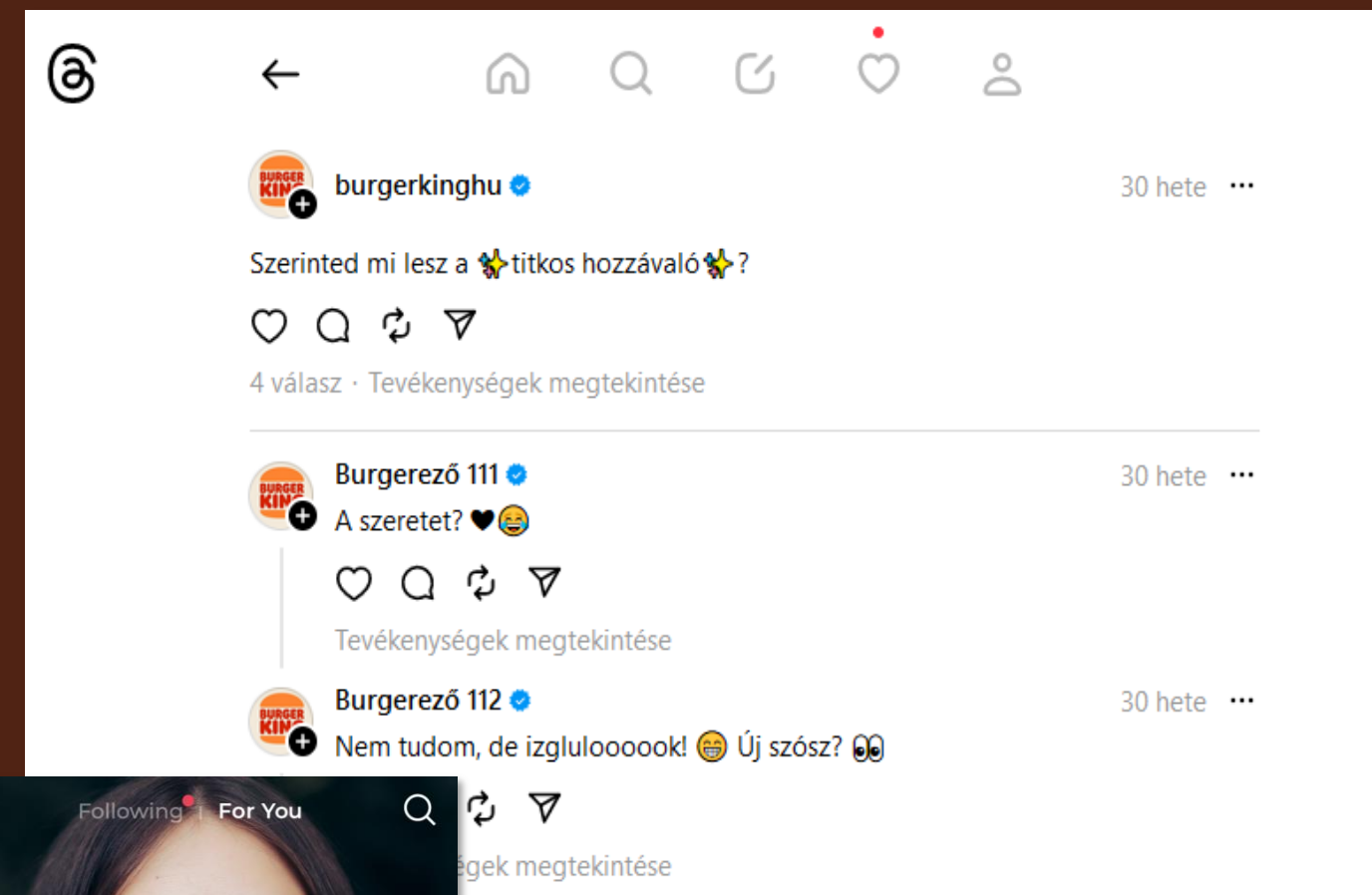


# Teaser: Social kampány

A termék tényleges megjelenése előtti 2 hétben a márka social felületein kommunikálnánk az új burger a termékpalettában.

A hűségprogramban részt vevő felhasználók, akik a BK appon keresztül rendelnek, nyerhetnek egy kupont, melyet beválthatnak az új burgerre, melyről ebben az időszakban csak azt lehet tudni, hogy ez egy ikonikus burger meghökkentően jó plant-based változata.

**Formátumok:** IG Threads, IG és FB story és poszt, IG dark poszt, IG Reals, bannerkampány



Trendi  
short-form



IG felhívás





# Launch: Social kampány

A termékindulást követő szakaszban kommunikálnánk a márkaoldalakon, hogy a burger mögött rejlő üzenet, hogy hagyjuk magunk mögött a mentegetőzést, a felesleges kérdések megválaszolását az étkezési szokásainkat illetően.

**Ha úgy ébredünk fel, hogy a sajtburgert ma húsmentesen szeretnénk enni, vegán vagy plant-based diétát követve, azt tegyük szabadon, ítéletek és felesleges kérdések nélkül.**

Mindemellett az sem utolsó szempont, hogy a termék előállítása környezetbarátabb, mint

Vagyunk, akik vagyunk. *Just have it your way.*

**Formátumok:** IG és FB story és poszt, IG dark poszt, IG Reals, bannerkampány, IG matricacsomag



**Creative Content:  
minden ami rezonál**



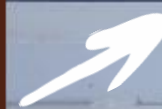
# Launch: OOH

A launch szakaszban out-of-home felületeken is kommunikáljuk, hogy a titkos hozzávaló TE vagy.

A digitális felületeken interaktív módon kommunikáljuk, hogy az **adott pillanatban mely BK hűségprogram tag vásárolt az új burgerből**, illetve az appban gyűjtött adatokból azt is látnánk, hogy hanyadjára vásárolja már a terméket. Ezeket az információkat felhasználva alkotnánk meg a dinamikus megjelenést.

A vásárlóban is pozitív visszajelzés, hogy a kijelzőn láthatja viszont saját felhasználónevét, mely az appban adható meg.

dOOH live felhívással







# Launch: Ambient

A termék bevezetését követően a Burger King egy különleges élményben részesíti azokat, akik mernek önmaguk lenni és az első 50 rendelő között kipróbálják a Plant-Curious sajtburgert.

A szerencsések és egy meghívottjuk belépőjegyet kaphatnak a speciális, **Burger King silent disco-ba**, mely egy nagy befogadású BK üzletben és parkolójában kerülne megrendezésre.

Így a meghívottak a kedvükre választhatják az este során a hozzájuk leginkább passzoló zenéket, épp úgy, mint ahogy az új plant-based sajtburgert is személyre szabhatják.

Az eseményen Plant-Curious fingerfood kerül felszolgálásra.



*AI generated*

**Silent Party az első  
50x2 „királynak”**



# Titkos KPI-ok

**50.000**

**Eladás / hó /  
üzlet**

**1.000.000**

**Social media  
impressions**

**1.230.000**

**Like rate**

Tehát a Plant-Curious termékbevezető kampány üzeneteit több különböző felületen juttatnánk el a vásárlókhoz, digital, social és OOH felületeken egyaránt, valamint egy különleges ambient esemény segítségével is ösztönöznénk a vásárlást.

A kampány kapcsán több KPI is meghatározásra kerül:

- Havi eladások száma üzletenként
- Social media impressions
- Like rate