



Burger King

TEAM SAKKTÁBLALEKPE





Kihívás, probléma

Az **egészségtudatosság és a fenntartható szemlélet egyre szélesebb körben hódít** teret itthon is, ami a legtöbbször fejében egészségtelenként számon tartott **gyorséttermek üzleti növekedését veszélyezteti.**

A Burger King® kihívása, hogy **megerősítse relevanciáját** a tudatosabb étkezésre törekvő fogyasztók körében.

Fogyasztói trendek - Neohedonizmus

Az emberek jóllét iránti törekvése egyedülálló változáson megy át, a hedonizmus hagyományos fogalma egyre bővül, **az élvezet és a kényeztetés mindennapi megtapasztalása új, innovatív formákban jelenik meg.**

A fogyasztók egyensúlyt és harmóniát keresnek, olyan termékekre vágnak, amelyek nemcsak élvezetet nyújtanak, hanem **pozitívan hozzájárulnak az egészségükhöz és a környezetükhöz**. A büntudattal terhelt kényeztetés helyére a személyes és társadalmi hatásokra figyelő, kielégítő fogyasztási helyzetek léptek be.

(Diageo - Neo-Hedonism, 2023)

A fogyasztók 63%-a szerint a magas árak jelentik a legfőbb akadályt a fenntarthatóbb termékekkel szemben.

(Deloitte - Conscious Consumerism: Understanding the dilemmas of today's consumer, 2023)

86% -a a globális fogyasztóknak azt mondja, hogy többet kell tennie azért, hogy megőrizze fizikai egészségét.

(Ipsos - A NEW WORLD DISORDER? Navigating a Polycrisis, 2023)

Célcsoport perszónák



Praktikus Gergő

Életkor: 28

Nem: Férfi

Foglalkozás: Értékesítési menedzser

Helyszín: Budapest

Személyiségi jellemzők:

Karrier-orientált, kényelmet keresi

Életmód: Heti többször sportol, értékeli az időhatékony és kényelmes választásokat

Frusztrációi: az egészséges életmód túl nagy effort



Tudatos Ági

Életkor: 42

Nem: Nő

Foglalkozás: Minőségellenőr

Helyszín: Vidéki nagyváros

Személyiségi jellemzők:

Család-orientált, precíz és körültekintő

Életmód: Többnyire otthon főz, figyel az egészségre, de néha jár gyorsétterembe

Frusztrációi: Szűk plant-based kínálat az éttermekben

Benefit Ladder

01 PRODUCT FEATURES

Klasszikus sajtburger íz,
0% hús (fenntartható szójából és búzából készült plant-based húspogácsa),
Vegán sajt

03 EMOTIONAL BENEFIT

Lelkiismeret-furdalás nélküli élvezet
(kiváló íz, mégis egészségesebb)
Fenntarthatósághoz való hozzájárulás

02 FUNCTIONAL BENEFIT

Könnyen hozzáférhető egészségesebb alternatíva (pl. kevesebb koleszterin, magasabb rosttartalom az eredeti sajtburgerhez képest, hamarabb teltségérzetet okoz)

Megfizethető ár más plant-based alternatívákhoz képest, így duplán megenghedheted magadnak



Megközelítés

Rengeteg **nehézség** terheli az embereket, ami a **fizikai és mentális egészségükre** is hatással van: háborúk, gazdasági- és klímaválság, stb.

Amikor az itt és most ennyire kilátástalan és sötét, az emberek két menekülési lehetőséggel szembesülnek: **visszanéznek a boldog békeidőkbe és nosztalgiáznak**; vagy **megpróbálnak előre nézni, és a jövő kihívásaival megbirkózni**, hogy addig se kelljen a jelen viszonytásaival küzdeni.



Fogyasztói insight

Az emberek tenni akarnak a saját és a környezetük jövőjéért, közben pedig nem szeretnének kimosdulni a komfortzónájukból, a régi jól bevált burgerüket szeretnék enni. Ez a szembenállás egy plusz belső feszültséget teremt, ha nem lenne elég mindaz a krízis, ami a világban, körülöttünk zajlik.

Az emberek tudatosabban szeretnének étkezni, de az őket körülvevő bizonytalanság miatt még jobban ragaszkodnak a jól bevált, klasszikus ízekhez.

Nyers üzenet

Maradj a jól bevált klasszikus sajtburger íznel úgy, hogy közben mégis kipróbálsz valami újat, teszel önmagadért és a bolygóért is.

Tűzön grillezett üzenet

Fedezz fel valami újat anélkül, hogy felfedeznél valami újat, és tegyél önmagadért anélkül, hogy feladnád az ízélményt.

Creative brief

Háttér és célok

A Burger King® 1954 óta igyekszik a közönség ízlését, igényeit maximálisan kiszolgálni tűzön grillezett burgereivel a "Have it your way" jegyében. A tudatosabb étkezésre törekvő fogyasztók körében relevanciájának széleskörű megerősítéséért elérhető áron tömegeknek szólóan bevezeti a sajtburger plant-based változatát, 0% hússal és vegán sajttal.

Feladat

A Plant-based sajtburger bevezető kampányára kreatív koncepció fejlesztése, termékdesign és -névjavaslatot beleértve.

Insight

Az emberek tudatosabban szeretnének étkezni, de az őket körülvevő bizonytalanság miatt még jobban ragaszkodnak a jól bevált, klasszikus ízekhez.

Üzenet

Élvezd a klasszikus sajtburger ízt úgy, hogy közben kipróbálsz valami újat, teszel önmagadért és bolygóért is.

Alátámasztás (RTB)

Meglévő plant-based Whopper®, klasszikus Sajtburger élmény, 0% hússal és vegán sajttal (note: nem tekinthető teljes mértékben vegánnak), elérhető ár

Célközönség

Fast food fogyasztók, akik nyitottak és vágynak az egészséges életmódra, flexitáriánusan étkeznek.

Tonalitás

lelkes, vicces, provokatív, magabiztos, barátságos