
Burger King

**ZSENGE PENGE
BRIEF**



A márkáról



BRAND ESSENCE.

**HAVE IT
YOUR WAY**



A márka története:

A Burger King 1954 óta működik és kínálja ízletes, tűzön grillezett burgereit. Amióta csak létezik igyekszik a közönség ízlését, igényeit maximálisan kiszolgálni.

Burger King vendégélmény:

A Burger Kingben a vendég a legfontosabb, ő van középpontban.

Burger King márka értékek és a márka személyisége:

Hiteles, barátságos, nagylelkű, ellenállhatatlan, provokatív, magabiztos

Brand Essence:

Have it your way

Brand guide

itt



Plant-based sajtburger brief



A plant-based fogyasztási szokásokról

- A veganizmus és vegetarianizmus népszerűsége soha nem látott mértékben növekszik, legyen az ilyen étrendekre való átállás motivációja a "cruelty free" szemlélet, a fenntarthatóság és környezetvédelem, vagy éppen az egészséges táplálkozás.
- Ez a trend értelemszerűen nemcsak az otthoni étkezésre, de az éttermi rendelésekre is hatással van és a fast food kategóriában is látható.
- A vegán és vegetáriánus étrendek magyarországi elterjedtségéről még nem készült statisztika, de a régiós számok alapján sok környező országban mostanra a tengerentúlihoz hasonló népszerűségnek örvendenek. Az amerikaiak 4%-a vegetáriánus és 1%-a vegán.
- A fiatalabb 18-49 éves korosztályban sokkal jellemzőbbek ezek a típusú étrendek, mint az 50 éves kor felettiéknél.
- Az amerikaiak 65%-a fogyasztott már valamilyen plant-based hús alternatívát 2021-ben, ötből két amerikai pedig napi, vagy heti rendszerességgel fogyasztott ilyet.

Piaci helyzet

A Magyarországon működő nemzetközi gyorsétterem láncok közül egyedül a Burger King állandó kínálatában találunk növényi alapú húsmentes Burgert, ami a márka ikonikus szendvicsének, a WHOPPER®-nek a növényi alapú változata.

Bár a hazai burger láncoknál fellelhetőek húsmentes, vegetáriánus, többnyire grillsajtos szendvicsek a kínálatban (ilyen a mekiben is van), ezek jellemzően a legmagasabb árkategóriába esnek.

BK x Plant-Based stratégia

A kedvező fogyasztási trendek, a fenntarthatóság és a jövőorientáltság felé fordulva a Burger King üzleti stratégiájában tovább erősítene a plant-based kategóriában elérhető kínálatát egy új, állandó szendviccse a portfóliójában.

A plant-based sajtburger bevezetésével a tömegek számára szeretne egy elérhető árú növényi alapú alternatívát nyújtani.

Ezzel ellensúlyozva azt a kialakult piaci helyzetet, ahol a jelenlegi nehéz gazdasági környezetben a magas ár elriasztja a növényi vagy vegetáriánus ételekre nyitott közönséget.

Plant-Based sajtburger

Klasszikus Sajtburger élmény, 0% hússal és vegán sajttal

A Plant-Based Sajtburger hús és állati eredetű sajt nélkül hozza ugyanazt az élményt. A teljesen növényi alapú, fenntartható gazdálkodásból származó szójából és búzából készült plant-based pogácsára olvadó növényi alapú Cheddar sajt, a ropogós uborkaszeletek, a lágy ketchup és mustár adja ugyanazt az utánozhatatlan sajtburger ízt, amit szeretsz.



Célok





BK piacrészének növelése:

1. Egy új, megfizethető árú húsmentes alternatíva, a plant-based sajtburger bevezetésével
2. A plant-based kategória építésével

Célcsoport:

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

Feladat



Feladat

Plant-Based Sajtburger ismertségének növelése.



BRIEFELÉS IDŐPONTJA
2024. FEBRUÁR 5. HÉTFŐ 8:30

Stratégia brief

Feladat: az ügyfélbrief alapján stratégia és kreatív brief kidolgozása (egyéni vagy páros versenyszám)

LEADÁSI HATÁRIDŐ:
2024. FEBRUÁR 5. HÉTFŐ 17:30



BRIEFELÉS IDŐPONTJA
2024. FEBRUÁR 7. SZERDA 8:30

Termékkonceptió brief

Feladat (név, csomagolás, design): a nyertes stratégia és kreatív brief alapján termékkonceptió kitalálása: design és/vagy csomagoláskonceptió és névadás (páros versenyszám)

LEADÁSI HATÁRIDŐ:
2024. FEBRUÁR 7. SZERDA 17:30



BRIEFELÉS IDŐPONTJA
2024. FEBRUÁR 8. CSÜTÖRTÖK 8:30

Kampánykonceptió brief

Feladat: a nyertes stratégia és termékkonceptió alapján a termék bevezetőkampányára kreatív koncepció kidolgozása, legalább 3 felületre (páros versenyszám)

LEADÁSI HATÁRIDŐ:
2024. FEBRUÁR 8. CSÜTÖRTÖK 17:30

Stratégiai feladat

A bevezető kampány kommunikációs stratégiájának kidolgozása, és annak kreatív briefbe öntése.

Tárjátok fel és értelmezzétek a briefben megadott feladat kontextusát.

Kutassatok - merüljete el a márkában, nézzetek rá a piacra, a versenytársakra, a kulturális és fogyasztói trendekre.

Járjátok körül a célcsoportot, keressetek feszültségeket, fogyasztói problémát, illetve insightot.

Mutassátok be a stratégiai megközelítést, hogyan tud a márka megoldást nyújtani a megfogalmazott problémára, hogyan tud kapcsolódni a feltárt insighthoz és fogalmazzátok meg, mi legyen a kampány üzenete.

Stratégiai feladat formátuma

A stratégiát egy max. 10 oldalas preziben mutassátok be - a gondolatmenetet szeretnénk látni, nem kell mindent beletegyetek, amit a témában felkutattatok, csak lényegretörően meséljétek el az utat, amit bejártatok, mire bukkantatok és ez alapján milyen stratégiai megoldást javasoltok.

A stratégiai megközelítéseket foglaljátok össze egy max. 1 oldal terjedelmű kreatív briefben.

A kreatív brief formátumát rátok bízuk, a lényeg, hogy egy inspiráló iránymutatás legyen a termékkonceptió (név+design) és a bevezető kampány kreatív koncepciójának kialakításához.