
TEAM GYURGYALAG

STRATÉGIA
BRIEF **BURGER KING**

ZSENGE PENGE 2024

01 HÁTTÉR

BURGER KING

A Burger King már 33 éve van jelen a magyar piacon, **magyarországi gyorséttermi láncok** közül a **Burger King** az egyetlen, amely állandó kínálatában rendelkezik **növényi alapú** alternatívával, amely nem más, mint a **Plant-Based WHOPPER**. Napjainkban a tudatos étkezés, a vegetáriánus, a vegán és a flexitáriánus életmód egyre népszerűbb, az élelmiszer boltoktól kezdve az éttermeken át a családi közösségekben is egyaránt.

PLANT-BASED SAJTBURGER

A Plant-Based Sajtburger bevezetésével a Burger King bővíti a növényi alapú termkeinek palettáját. A célok között szerepel az is, hogy szélesebb körben is népszerűsítve legyenek a Plant-Based termékek, *(a flexitariánus életmód, illetve a húsmentes étkezés előnyeinek kiemelésével*)* olyan módon, hogy a fogyasztó a jól megszokott, klasszikus sajtburger élményt kapja meg, ugyanazon az áron.

Viszont a plant-based pogácsa ugyanazon a rácson készül mint a klasszikus húspogácsa, így **vegánnak nem titulálható**, de az a legfőbb cél, hogy minden fogyasztónak felkeltse a figyelmét a tudatos és húsmentes étkezésre.

**Az Európai Parlament is felhívta a figyelmet 2022-ben, hogy több megbetegedés (pl. az érrendszeri vagy rákos megbetegedések) okai között szerepel a folyamatos vagy nagy mennyiségű húsfogyasztás.*

02 CÉLCSOPORT

**Gyorséttermeket rendszeresen vagy alkalmanként látogató,
az újdonságokra nyitott **16-50 éves*** korosztály.**

A TrendInternational 2019-es kutatása alapján budapesti lakosok gyorsétterembe járási szokásait nézve 1000 főre vetítve gyűjtöttek adatokat, amelyek alapján a leggyakrabban a **25-34 éves korosztályból kerülnek ki. Ezt a korosztályt mindkét irányba kitöltük, mivel a fiatalabbak és az idősebbek körében is népszerűek a vegetáriánus vagy a flexitáriánus étkezési szokások.*

03 PERSONA

ZOLI

26 éves **tejérzékenységgel** küzdő pályakezdő tanár, aki a tejérzékenysége előtt roppantul szerette a **BK sajtburgert**, de miután kiderült az érzékenysége és egyre inkább nyitott a flexitáriánus és tejmentes étkezés felé, így kiesett az étlapjáról az egykori kedvenc Burgere.

A Plant-Based sajtburger megjelenésével a klasszikus sajtburger élményt vegán sajttal és húsmentes pogácsával élvezheti.



VILLŐ

34 éves flexitáriánus belsőépítész, aki ha gyorséttermi étkezésről van szó azonnal a szeme előtt lebeg, a Plant-based Whopper. Általában barát-nőivel, akik között **vega és nem vega életmódot folytatók** is megtalálhatók közösen fogyasztják a Plant-based Whoppert menüben, hiszen akik alapból húst is szoktak enni ugyanazt az élményt kapják, de tudják, hogy így tudatosabbá és változatosabbá tehetik az étkezésüket. Villőék örülnének, ha a Plant-based sajtburger is menüben, együtt ehetnék.



LAJOS

47 éves kertész és két gyermek apukája. **Előnyben részesíti a húsalapú étkezést, de nyitott az újdonságokra és alternatív megoldásokra**, amelyeket elsősorban a gyerekei által (is) ismer meg. Két gyereke vegetáriánus életmódot folytat, akikkel egyezséget kötöttek, hogy ha együtt esznek gyorsétteremben, akkor előnyben részesítik a növényi alapú pogácsával készített burgert. Ebben az esetben csak a Burger King kerülhet szóba és Lajos kifejezetten kedveli a Plant-based Whoppert és már érdeklődött a gyerekek-nél, hogy nem lesz-e más burger alternatívája is elérhető plant-based módon?



04 INSIGHTOK

Egy sajtburgerrel a tudatos étkezésért:

A Plant-based Sajtburger növényi alapú pogácsával és vegán sajttal készül, amely nyit a flexitáriánusok, vegák vagy a tudatos étkezés iránt érdeklődő fogyasztók felé.

ÜZENET: Ha a Plant-based Sajtburgert választod, akkor teszel egy lépést a tudatos és változatos étkezésért, amelynek te vagy a középpontjában és egyben fel is hívod a figyelmet a vásárlással arra, hogy a klasszikus sajtburger élményt 0% hússal is el lehet érni.

0% hús és tej, 100% élmény

A Plant-based Sajtburger ízvilágát tekintve ugyanolyan, mint a klasszikus sajtburgeré. Osztozz az élményen a barátaiddal is és legyen közös az élmény.

ÜZENET: Ha te húst is fogyasztasz, de van flexitáriánus, vega vagy például tejfehérje érzékeny ismerősöd akkor már nem kell aggodnotok, hogy nem lehet közös sajtburgeres élményetek, hiszen 0% hús mellett már 100% a közös élmény a Burger Kingben.

05 STARTÉGIA

1. SZAKASZ

Az applikációban elérhetővé válik egy kupon, amelyben a sajtburger menü mellé egy titkos sajtburgert kap ajándékba a fogyasztó.

Erről a burgerről annyit tud a fogyasztó, hogy új recept alapján készült, de valójában ez a Plant-based Sajtburger.

Aki megvásárolja ezt a kupont az a saját tálcáján fogja összehasonlítani a klasszikus és a plant-based sajtburgert. Természetesen csak annyi infót tud, hogy valamiben más a titkos sajtburger.

A titkos sajtburgert egy egyszerű csomagolásban, a megkülönböztetést segítő arculatos matricával ellátva adják a fogyasztónak.

AZ 1. SZAKASZ ERŐSSÉGE:

Olyan fogyasztók fogják megvásárolni ezt a kupont, akik húsfogyasztók, kevésbé nyitottabb közeghez könnyebb elérhetőség.

TIMING:

1 hónap

HASZNÁLT ESZKÖZÖK:

OOH, social felületek, bannerek, TV spot, PR cikkek, applikáció.

05 STARTÉGIA

2. SZAKASZ

Az első szakasz leteltével lehull a lepel a titkos sajtburgerről. Fény derül arra, hogy aki az egy hónap alatt megvásárolta a kupont ő valójában kipróbálta milyen a Plant-based Sajtburger. Új csomagolás megjelenése. Tesztvideók megosztása, ahol a szereplőket kérdezik, milyen különbséget éreznek.

A 2. SZAKASZ ERŐSSÉGE:

Az első szakaszban, akik megkóstolták a Plant-based Sajtburgert ők alapvetően vörös húsokat is esznek, de ha ízlett nekik az új sajtburger akkor ők a leghitelesebb alanyai az új terméknek.

TIMING:

1,5 hónap

HASZNÁLT ESZKÖZÖK:

OOH, PPC, social felületek, PR cikk, influencerszer együttműködések, TV spot, bannerek.

3. SZAKASZ

A tudatos és húsmentes étkezésre való figyelemfelhívás. Azon túl, hogy ugyanolyan ízű, nyit a tejérzékenyek (vegán sajt), flexitáriánusok és a tudatos étkezésre nyitottak felé. Vega és húsevő cimborák végre együtt élhetik meg a klasszikus sajtburger élményt.

HASZNÁLT ESZKÖZÖK:

OOH, PPC, social felületek, PR cikk, influencerszer együttműködések, TV spot, bannerek.

06 TIMING

MÁJUS

JÚNIUS

JÚLIUS

1. SZAKASZ

2. SZAKASZ

3. SZAKASZ

09 KREATÍV BRIEF

MIT KELL TUDNI A MÁRKÁRÓL ÉS AZ ÚJ TERMÉKRŐL?

1991. óta van jelen Magyarországon a Burger King és 2019. óta rendelkezik plant-based pogácsával készített termékkel, amely a Plant-based Whopper. Ezen az úton haladva bővül a plant-based termékcsoport, hiszen bevezetésre kerül a Plant-based Sajtburger vegán sajttal. Magyarországon a gyorséttermi láncok közül az egyetlen étterem, aki állandó kínálatában plant-based termékkel tudja kiszolgálni vásárlóit. A Brand Essence: Have it your way!

FELADAT:

Javaslat a Plant-based Sajtburger csomagolás koncepciójára és nevére.

CÉLKÖZÖNSÉG:

A termék célközönsége széles, hiszen egészen fiataloktól a középkorú fogyasztóig terjed: 16-50. Ennek oka, hogy ezen széles korosztály tagjai járnak leggyakrabban gyorsétterembe.

ÜZENET:

Ha Plant-based Sajtburgert vásárolsz, akkor lépést teszel a tudatos étkezés felé, amely számodra is pozitív, hiszen nem fogyasztasz húst, de az élmény olyan, mint a klasszikus sajtburgernél.

A termék vásárlásával pedig felhívod a figyelmet arra, hogy a klasszikus sajtburger élmény 0% hússal is átélhető. Ez a közös élmény az új termék bevezetésével azt is jelenti, hogy húst fogyasztó és vega/flexitáriánus/tejfehérje érzékeny barátoddal is megoszthatod a sajtburger élményt.

STÍLUS:

A széles célközönség ellenére a stílus: fiatalos, dinamikus, látványos és hívogató.

KÖSZI
A FIGYEELMTET!