



KOMUNIKAT PRASOWY  
Wrocław, 7 września 2010 r.

## **BURGER KING INWESTUJE 100 TYSIĘCY ZŁOTYCH WE WSPÓŁPRACĘ Z POLSKIM BLOGEREM**

**Polski Burger King przygotowuje projekt komunikacyjny, oparty wyłącznie o platformy społecznościowe i video online. Budżet projektu, który potrwa ponad miesiąc, wyniesie 100 tysięcy złotych. To będzie pierwsza tak intensywna kampania e-PR i digital tej marki, wykorzystująca social media oraz pozwalająca fanom Burger King na aktywne kształtowanie kolejnych etapów akcji. Szczegóły przedsięwzięcia zostaną ogłoszone wkrótce.**

Dotychczasowe działania marki osiągnięte na polu social media zainspirowały marketerów Burger King w Polsce do przeprowadzenia kompleksowego projektu wizerunkowego opartego wyłącznie o kanały social media. Osią projektu będzie znany bloger, który wystąpi w nim jako ambasador marki, a najważniejszymi kanałami komunikacyjnymi staną się: Facebook, YouTube, a także blogosfera. Głównym narzędziem komunikacji będzie video online, którego rozprzestrzenianie się w sieci będzie osobno monitorowane. Po zakończeniu projektu Burger King przedstawi wszystkie kluczowe wskaźniki sukcesu oraz efekty wizerunkowe dla marki.

*„Popełnilibyśmy grzech zaniechania, gdyby taka marka jak Burger King nie wykorzystwała ogromnego potencjału, jaki tkwi w social media – mówi Daniel Kasper, Brand President marki Burger King w Polsce. – Ogromne powodzenie naszego polskiego fan page na Facebooku i zaangażowanie fanów w komunikację z marką, nie tylko nas pozytywnie zaskoczyło, ale również zainspirowało do rozszerzania działań prowadzonych głównie w kanałach social media.”*

Dla marki Burger King media społecznościowe są naturalnym środowiskiem do prowadzenia komunikacji z klientami. Jedną z pierwszych i najgłośniejszych akcji Burger King w social media był „Whopper Sacrifice”, aplikacja na Facebooku, która wywyższyła miłość fanów do Whoppera ponad wirtualne przyjaźnie. Zachęteni sukcesem tej kampanii, polscy marketerzy marki Burger King w lutym 2010 roku uruchomili fan page marki na Facebooku, który w ciągu 3 tygodni zdobył 1000 fanów. Fan page Burger King, który obecnie lubi ponad 8.300



KOMUNIKAT PRASOWY  
Wrocław, 7 września 2010 r.

użytkowników Facebooka, jest głównym kanałem komunikacji z sympatykami marki. Za jego pośrednictwem prowadzone są akcje wspomagające promocje w restauracjach (np. Big King XXL czy Grilled Chicken), badania klientów odnoszące się do wyboru smaku kolejnego burgera, a nawet służy jako skrzynka kontaktowa dla klientów Burger King [chcących złożyć reklamację](#).

Partnerem technologicznym projektu jest Samsung. Za działania na Facebooku i You Tube odpowiada agencja faceADDICTED, a wsparcie PR projektu zapewnia agencja Solski Burson-Marsteller.

#### **Dodatkowych informacji udzielają:**

##### **Anna Robotycka**

PR&CSR Manager

AmRest

e-mail: [anna.robotycka@amrest.eu](mailto:anna.robotycka@amrest.eu)

tel. +48 (71) 386 11 20

##### **Anna Marciniak**

Manager

Solski Burson-Marsteller

e-mail: [amarciniak@solskibm.pl](mailto:amarciniak@solskibm.pl)

tel. +48 (22) 242 86 16



**Burger King** to światowa sieć restauracji szybkiej obsługi, serwująca burgery grillowane na ogniu. Flagowy produkt Burger Kinga – burger Whopper – powstał 52 lata temu i każdy klient może go zamówić według swoich upodobań, zgodnie z filozofią „Have it your way”. Pierwsza restauracja Burger King została otwarta w 1953 r. w Miami, na Florydzie. Sieć obejmuje 12.000 restauracji w ponad 73 krajach na całym świecie. W Polsce marka Burger King należy do koncernu AmRest, a restauracje są zlokalizowane w Warszawie, Wrocławiu, Bydgoszczy, Opolu, Słupsku, Koszalinie, Poznaniu, Legnicy, Lubinie, Krakowie i Częstochowie.

Więcej informacji można znaleźć na stronie: <http://www.burgerking.com.pl/>

FanPage na portalu Facebook: <http://www.facebook.com/BurgerKingPolska>

**AmRest Holdings SE (AmRest)** jest największym niezależnym operatorem restauracyjnym w Europie Środkowo-Wschodniej. Zarządza 445 restauracjami - Pizza Hut i Rodeo Drive (w segmencie Casual Dinning) oraz KFC, Burger King, Starbucks i freshpoint (w segmencie Quick Service Restaurants) w Polsce, Czechach, Bułgarii, Serbii, Rosji i na Węgrzech. W Stanach Zjednoczonych AmRest zarządza 104 restauracjami Applebee's (Casual Dining).