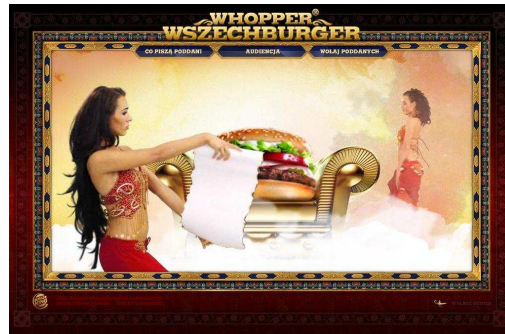


KOMUNIKAT PRASOWY
Wrocław, 20 marca 2009 r.



KTO PYTA – NIE JEST GŁODNY! WHOPPER WSZECHBURGER ODPOWIADA NA PYTANIA I KARMI PODDANYCH

Jaki jest sens życia? Dlaczego mężczyźni są z Marsa, a kobiety z Wenus? Czy lato będzie w tym roku gorące? Te i wiele innych pytań można zadać Whopperowi Wszechburgerowi, siedzącemu na tronie władcy, głównemu bohaterowi kampanii promocyjnej sieci Burger King, w internetowym serwisie www.wszechburger.pl. Nagrody czekają!

„Wszystkich, którzy poszukują odpowiedzi na filozoficzne kwestie oraz tych, którzy wciąż próbują znaleźć swoją drogę w życiu, zachęcamy, aby zwrócili się do Whoppera Wszechburgera – mówi Robert Lis, Brand Manager Burger King. – Oczywiście, nasz Król odpowiada również na pytania bardziej prozaiczne.”

Whopper Wszechburger to mądry, trochę niecierpliwy, ale także hojny Król, który dzieli się z poddanymi (użytkownikami) swoją wiedzą i mądrością życiową. Napis nad jego tronem: „Pytaj sługo, wnikliwych czeka nagroda”, zachęca do zadawania pytań, a wytrwałym rozdaje kupony do restauracji. Użytkownik wpisuje treść pytania na wirtualnym pergaminie, który Wszechburgerowi przekazuje jedna z dwóch atrakcyjnych służących. Odpowiedź pojawia się na ekranie.

„Chcemy wciągnąć wielbicieli Whoppera w grę, ukazującą nasz flagowy produkt, jako króla wszystkich burgerów – mówi Robert Lis. – Mamy nadzieję, że nasza interaktywna zabawa umili fanom Whoppera czas i pozwoli w niecodzienny sposób oderwać się na chwilę od rzeczywistości, szczególnie, że na Internautów czekają niespodzianki.”

Użytkownicy mogą również przeczytać pytania zadane przez innych odwiedzających („Co piszą poddani”) oraz poinformować swoich znajomych o serwisie („Wołaj poddanych”). Rejestracja w serwisie Wszzechburger.pl daje możliwość otrzymywania kuponów promocyjnych do restauracji Burger King oraz informacji o nowych konkursach i ofertach specjalnych.

Kampania reklamowa serwisu Wszzechburger.pl, prowadzona w Internecie, oparta jest na mechanizmie geotargetowania i wykorzystuje wizerunkowe, płaskie formaty graficzne. Działania reklamowe obejmują e-mailingi do użytkowników Onet.pl i Wp.pl, reklamę w wyszukiwarkach, portalach regionalnych, serwisie internetowym stacji TVN Warszawa, serwisach społecznościowych: Grono.net, Pino.pl, Fotka.pl, Epuls.pl oraz akcją specjalną w O2.pl. Trwa również kampania outdoorowa w Warszawie, Wrocławiu, Bydgoszczy, Słupsku i Opolu oraz wewnątrz galerii handlowych: Złote Tarasy (m.in. spot reklamowy w MallTV) i Arkadia (citylighty) w Warszawie oraz Magnolia Park we Wrocławiu.

Kreacją i wykonaniem kampanii zajęła się firma K2 Internet. Za zakup i planowanie mediów odpowiadają Codemedia (online) oraz Media Direction OMD (outdoor).

Dodatkowych informacji udzielają:

Anna Robotycka

PR&CSR Manager
AmRest
e-mail: anna.robotycka@amrest.eu
tel. +48 (71) 386 11 20

Anna Marciniak

Solski Burson-Marsteller
e-mail: amarciniak@solskibm.pl
tel. +48 (22) 242 86 16
mob. +48 662 103 997

Burger King to światowa sieć restauracji szybkiej obsługi, serwująca burgery grillowane na ogniu. Flagowy produkt Burger Kinga – burger Whopper – powstał 51 lat 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 ponad 11.600 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 i Koszalinie. Więcej informacji można znaleźć na stronie: <http://www.burqerking.com.pl/>.