

프리미엄 메뉴와 최고의 서비스를 선보이는 가장 트렌디한 버거 브랜드, 버거킹

버거킹은 현재 100여 개국에서 18,800개 이상의 매장을 운영하고 있는 세계 최대 글로벌 외식 브랜드다.

버거킹은 체계적인 비즈니스 전략과 고객 만족을 극대화하는 메뉴 다각화를 통해, 매출은 물론 브랜드 가치 전반에 걸쳐 안정적으로 성장하고 있다. 특히, 버거킹에서만 경험할 수 있는 프리미엄 메뉴와 밎노믹스 열풍을 만든 마케팅 전략 및 뛰어난 가성비비 '올데이킹' 등 급변하는 소비 트렌드를 정확히 파악하며 고객 저변을 지속적으로 확대하고 있다.

Real 'WHOPPER'®

밎고 먹을 수 있는 와퍼®를 만나보세요!



www.burgerking.co.kr TM & © 2021 Burger King Corporation. Used under license. All rights reserved. 본 제품은 실제 이미지와 다를 수 있습니다.



버거킹만이 선사할 수 있는 프리미엄 가치

버거킹은 고기를 직접 불에 구워 조리하는 직화 방식(Flame-Broiling)으로 담백하고 풍부한 불맛과 향을 지닌 차별화된 정통 햄버거를 선사한다. 버거킹의 시그니처 메뉴이자 업계를 대표하는 베스트셀러인 '와퍼' 또한 100% 순쇠고기 패티를 직화 방식으로 조리해 불필요한 기름기는 제거하고 육즙은 그대로 보존한다.

다양한 식문화와 빠르게 변하는 소비 트렌드에 대한 뛰어난 이해도와 꾸준한 분석을 통해 선보이는 버거킹의 다른 프리미엄 메뉴들도 많은 사랑을 받고 있다.

2021년 1월 첫선을 보인 '스태커 와퍼'는 MZ세대 사이에서 유행하는 챌린지 문화를 적극 활용했다. 차곡차곡 쌓아 올린다는 뜻의 영단어 'Stack'에서 따온 이름 그대로, 스태커 와퍼는 직화 방식으로 구워 진한 불맛을 느낄 수 있는 100% 순쇠고기 패티를 쌓아서 즐기는 메뉴다. 버거킹의 시그니처 메뉴인 와퍼를 패티 개수에 따라 '스태커 2 와퍼', '스태커 3 와퍼', '스태커 4 와퍼' 등으로 개인의 기호에 맞춰 선택할 수 있다.

도전 의식을 자극하는 비주얼로 메뉴 출시 직후 유명 유튜버들이 관련 먹방 콘텐츠를 게재했을 뿐 아니라, 취향에 따라 패티 개수를 선택해 즐길 수 있는 제품의 특성을 살린 챌린지 이벤트로 화제성까지 극대화했다. 아울러 리얼함을 추구하는 브랜드 가치를 효과적으로 전달하기 위해, 지속가능한 비즈니스와 언제나 밎고 먹을 수 있는 제품을 추구하는 버거킹의 철학을 담은 새 로고를 올해 선보이기도 했다.

버거킹이 하면 다르다! 밎노믹스 열풍을 만든 마케팅 전략

소비자들의 취향을 저격한 재치 있는 광고 기획과 가성비비를 높인 프로모션은 고객들의 만족으로 이어지고 있다. 특히, 배우 김영철과 함께한 '올데이킹' 사팔라 캠페인은 30초 소재 기준 누적 조회수가 약 583만 건에 이를 정도로 큰 화제를 모은 사례다. '레트로'와 '밎' 등 대중들의 흥미 요소를 효과적으로 활용해, 첫선을 보인 지 2년 이상 지난 지금까지도 성공적인 마케팅 사례로 언급되는 등 큰 사랑을 받으며 밎노믹스의 대표적인 케이스로 자리매김했다.

올해 4월에는 올데이킹을 리뉴얼하며 김영철을 다시 한 번 모델로 발탁하고 친근한 유행어 '사팔라'를 통해 하루 종일 4,900원이라는 합리적인 가격대에 인기 세트 메뉴를 즐길 수 있는 올데이킹 메뉴의 장점을 유쾌하게 전달했다.



CEO INTERVIEW



(주)버케이알
대표이사

문영주

버거킹이 프리미엄브랜드지수 패스트푸드점 부문에서 3년 연속 1위를 하게 되어 매우 영광스럽게 생각합니다. 괄목할 만한 성장을 거듭하고 있는 버거킹은 항상 고객 만족을 최우선에 두고 최상의 품질과 서비스는 물론, 라이프스타일 트렌드 변화에 맞춰 지속가능성의 중요성을 실천하고 있습니다. 또한 소비자들이 언제나 밎고 선택할 수 있도록 눈에 보이지 않는 성분까지 면밀히 고려하며 식품 안전 및 최상의 품질 관리를 위해 체계적으로 노력하고 있습니다. 아울러 2021년에도 30~40개의 신규 매장을 오픈하며 고객 접점을 확대할 예정입니다. 버거킹은 앞으로도 고객 여러분께 더욱 편리하고 즐거운 브랜드 경험을 제공하기 위해 끝없이 혁신하겠습니다.