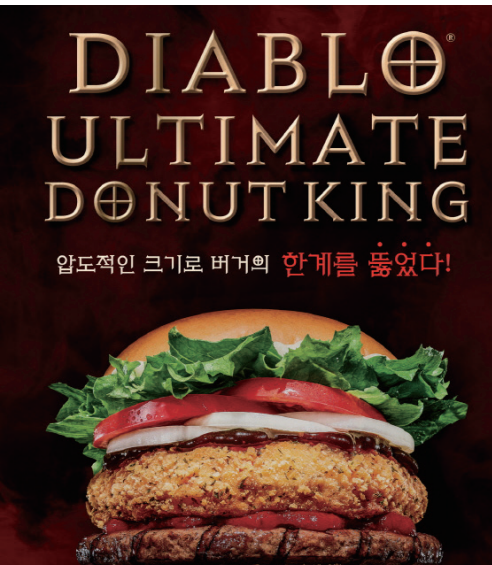


언제나 특별함을 선사하는 No.1 프리미엄 QSR 브랜드 버거킹



세계 최상급 메뉴 개발 전략으로 탄생한 프리미엄 버거

버거킹은 '프리미엄 버거 브랜드'로의 차별화를 목표로 2014년부터 국내 자체 개발 프리미엄 제품에 집중하면서, 수많은 신제품 히트작을 통해 대중적인 프리미엄 버거의 최강자로 자리매김했다. 현재 프리미엄 버거는 버거킹 전체 매출의 50% 정도로, 고유 메뉴 와퍼를 필두로 소비자들에게 큰 사랑을 받고 있다.

올해 첫 신제품인 프리미엄 버거 '앵그리 트러플 와퍼'는 출시 8주 만에 판매량 150만 개를 돌파했다. 배우 성훈이 출연한 광고 영상 또한 동일 기간 유튜브 조회수 50만 회를 기록했다. 또한, 기존 치킨 패티보다 중량은 40%, 높이는 60% 증가한 도넛 모양의 치킨 패티와 직화로 구운 100% 순 쇠고기 패티를 함께 즐기는 '디아블로 얼티밋 도너킹'은 풍성한 맛과 압도적인 크기로 많은 사랑을 받고 있다.

한편, 버거킹은 지난 2018년부터 인기 세트 메뉴를 온 종일 합리적인 가격에 만나볼 수 있는 '올데이킹'을 통해 소비자들의 선택 폭을 넓히고 있다. '올데이킹'은 정기적인 메뉴 리뉴얼을 통해 누적 판매량이 5,000만 개를 돌파하며 꾸준히 인기를 끌고 있다.

라이프스타일 트렌드를 반영한 전략

버거킹은 소비자 만족을 가장 중요한 가치로 두고, 비즈니스 운영 전반에 라이프스타일 트렌드를 면밀히 반영하며 소비자 만족을 극대화하고 있다. 매해 문화적 코드로 부상할 만큼 화제성 있는 마케팅과 콜라보레이션을 선보여 시선을 끌고 있다. 올해는 MZ세대가 가장 사랑하는 캐릭터인 '잔망루피'와 '블리자드 엔터테인먼트(Blizzard Entertainment)'의 '디아블로 이모탈(Diablo® Immortal™)'과 함께해 긍정적인 반응을 얻었다.

또한, 지난 5월에는 가정의 달을 맞아 동물 보호기관들에 '리얼 독퍼' 총 1만 5,000개를 기부하며 유기견을 향한 따뜻한 마음을 전하기도 했다. 이 밖에도 철저한 식품 안전관리도 소홀히 하지 않는 것은 물론, 마요네즈, 케첩, 피클 등 와퍼에 들어가는 모든 재료에 대해 향료, 색소, 보존제 및 첨가제의 성분을 개선한 '리얼 와퍼'를 도입하는 등 식품 안전과 뛰어난 품질의 메뉴를 선보이기 위한 노력을 지속하고 있다.

버거킹은 고기를 직접 불에 구워 조리하는 직화 방식으로 담백하고 풍부한 불맛과 향이 특징인 프리미엄 버거를 선보이고 있다. 특히, 국내에서 가장 활발하게 신제품을 개발하는 브랜드로서 전 세계 버거킹 진출국 중에서도 가장 높은 신제품 개발 빈도 및 출시 성공률을 보인다. 또한, 고객 중심의 서비스와 철저한 식품 안전, 위생관리를 통해 언제나 믿고 선택할 수 있는 프리미엄 햄버거 브랜드로 자리매김했다.



(주)비케이알 대표이사 문영주

프리미엄브랜드지수 패스트푸드점 부문 4년 연속 1위를 달성해 대단히 영광입니다. 버거킹은 언제나 고객만족을 최우선 가치로 삼고 커다란 외부환경의 변화와 도전 속에서도 지속해서 성장하고 있습니다. 앞으로도 버거킹은 급변하는 시장 환경에 유연하고 적극적으로 대응할 계획이며 지속적인 매장 확대와 디지털화로 더욱 많은 고객 여러분에게 새로운 차원의 브랜드 경험을 선사하기 위해 노력하겠습니다.