

НИЧЕВОППЕР BURGER KING

ИНТЕГРИРОВАННАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ



ЗАДАЧИ

Многие десятилетия Burger King придерживается в своей политике устойчивого развития.

Поэтому перед агентством стояла серьёзная задача: придумать вау-кампанию, способную донести до широкой публики идею важности вакцинации от COVID-19 через продукцию бренда.



РЕШЕНИЕ

Мы решили пойти рациональным путем...
И прямо показать людям, что они рискуют
потерять, если заразятся COVID-19.

Поскольку главный симптом коронавируса
— потеря вкуса, Burger King пожертвовал
главным... вкусом воппера, своего
фирменного бургера!

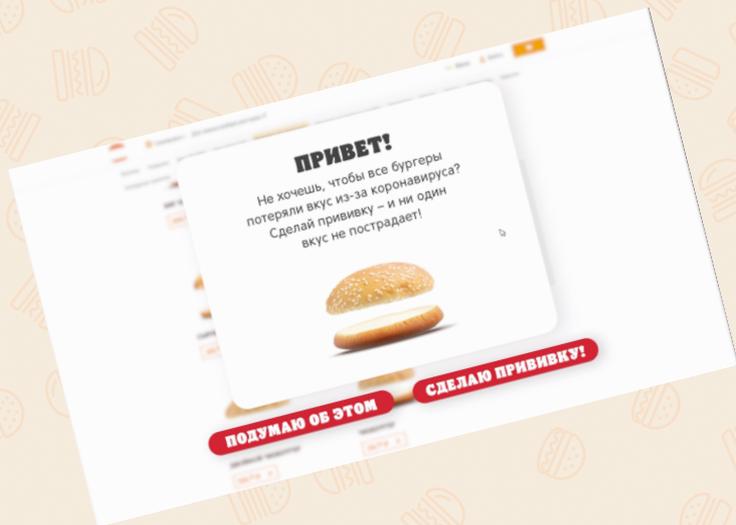
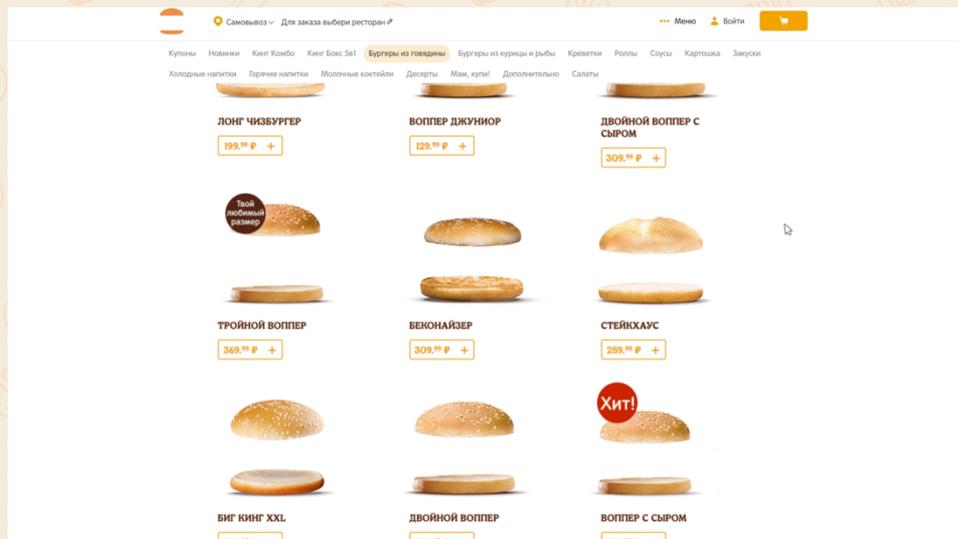


УКРАДЕННЫЙ ВКУС НА САЙТЕ BURGER KING

На один день коронавирус [«хакнул» сайт](#) Burger King и украл вкус всех вoppers.

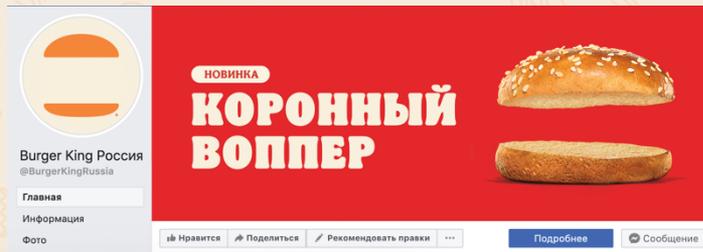
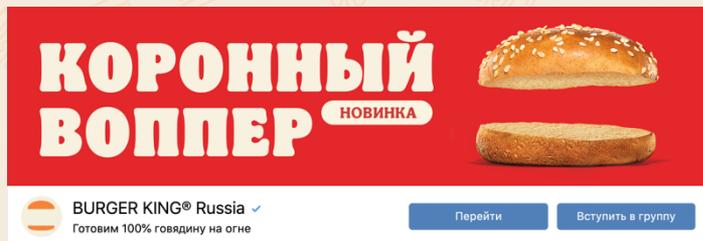
Для этого мы заменили в меню все бургеры на пустые булочки – бургеры без начинки.

При клике на любой бургер появлялась информация с призывом прививаться, чтобы не лишиться вкуса любимого вопера.



ЗАМЕНА ЛОГО В СООБЩЕСТВАХ

Затем мы заменили логотипы во всех сообществах бренда.



SMM-ПОСТЫ, OLV

Далее, через посты в соцсетях и [OLV](#) анонсировали новинку: **воппер со вкусом... ничего!** Ведь именно таков его вкус при коронавирусе.



1 БЕЗ СВЕЖЕГО САЛАТА 	2 БЕЗ СВЕЖЕГО САЛАТА 	3 И СОЧНОГО ТОМАТА 
4 БЕЗ ПИКАНТНОГО ОГУРЦА 	5 И АРОМАТНОЙ ГОВЯДИНЫ С ОГНЯ 	6 ЛИШИШЬСЯ ЭТОГО ВСЕГО —
7 С ВОППЕРОМ СО ВКУСОМ... НИЧЕГО! 	8 ЗАЩИТИ ВКУС ВОППЕРА ОТ КОРОНАВИРУСА	9 ЗАПИШИСЬ НА ВАКЦИНАЦИЮ! 



STORIES

В ответ на бурную реакцию в комментариях и вопросы, как получить Ничевоппер, мы [выпустили сторис-инструкцию](#): **не вакцинируйтесь — и он будет ваш!**



КОРАБЛЬ ПО МОСКВЕ-РЕКЕ

Ещё мы сплывили вкус воппера по Москва-реке... На неделю был запущен нестандартный [мобильный биллборд на корабле](#), который транслировал видеоролик, обыгрывающий сам рекламный носитель.

Сюжет был построен вокруг исчезновения начинки из воппера Burger King – метафоры потери вкуса у заболевшего коронавирусом.

**«Вкус был... да сплыл? Прививайся!
Не дай COVID-19 слить вкус воппера!»**



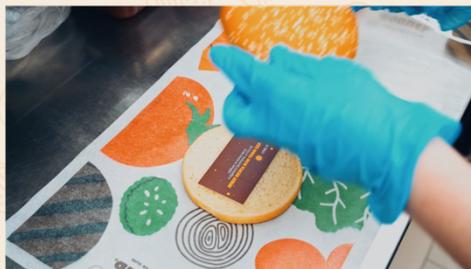
НИЧЕВОППЕР В РЕСТОРАНАХ

А в самих ресторанах Burger King мы украли вкус вoppers прямо из-под носа наших посетителей!

Вместо начинки люди находили лишь пару пустых булок [с посланием от коронавируса](#) и напоминанием о вакцинации.

Каждый такой Ничевоппер на кассе можно было обменять на нормальный «воппер здорового человека».

Всего в ресторанах мы раздали порядка 7 000 Ничевопперов.



ЛЕВИВОППЕР В РЕСТОРАНАХ

Но это был не последний сюрприз...
На кассах посетителей ждал [Левивоппер](#) –
инсталляция в виде Ничевоппера
с парящей в воздухе булкой!

Он не просто привлекал внимание,
но и через QR-код вёл на карту пунктов
вакцинации от Яндекс для записи
на прививку.



РЕЗУЛЬТАТЫ

Ничевоппер от Burger King
помог понять людям:

Охват:
(преимущественно органика) **2 500 000 +**

Реакции
и упоминания: **45 000 +**

Переходы
на Центр информации
о COVID-19: **28 000 +**

Переходы
на карту вакцинации
от Яндекс: **11 200 +**





СПАСИБО

