

Ponad 1 mln cheeseburgerów sprzedanych w miesiąc

Klienci pokochali nową przekąską na ciepło w Żabce

Sieć sklepów Żabka nieustannie rozbudowuje ofertę przekąsek serwowanych na ciepło w strefie Żabka Café. W maju br. w sklepach pojawiła się nowość – cheeseburger w dwóch wariantach, klasycznym i jalapeño, który szybko podbił serca klientów. W ponad miesiąc od wprowadzenia na rynek w całej sieci sprzedano go ponad milion razy. Rekordową sprzedaż tysiąca sztuk w miesiąc odnotowano w Żabce w Łławie.

To, co wyróżnia cheeseburgera w Żabce, to bezpieczny sposób serwowania. Produkt zapakowany jest w pudełko i owinięty w biały pergamin, w którym wkładany jest do podgrzania. Cały proces przygotowania produktu odbywa się w myśl zasady „od producenta do konsumenta”, co oznacza, że burger został zapakowany w zakładzie produkcyjnym i rozpakowany dopiero przez konsumenta finalnego, łącznie z sosem i wszystkimi dodatkami. Cheeseburger produkowany jest zgodnie z najwyższymi standardami jakości.

Cheeseburgery najczęściej kupowano w sklepach sieci zlokalizowanych na terenie Warszawy – we wszystkich Żabkach w stolicy w sumie sprzedano blisko 120 tys. sztuk burgerów. Na podium znalazły się także Wrocław i Łódź. Jednak, biorąc pod uwagę liczbę cheeseburgerów sprzedanych przez jedną placówkę, niekwestionowanym zwycięzcą jest Żabka w Łławie przy ul. Zielonej 72. To właśnie tutaj klienci sieci kupili tysiąc cheeseburgerów.

– Burgery znajdują się w czołówce produktów, które Polacy kupują na wynos – chętnie spożywają je na mieście, a także zamawiają do domu. To idealna propozycja na pożywną przekąską w pracy czy szybki posiłek w domu. Dlatego uznaliśmy, że nie może ich zabraknąć w Żabka Café. Jak pokazują dane – czyli ponad 1 milion sprzedanych cheeseburgerów w miesiąc – pomysł okazał się strzałem w dziesiątkę. Klienci docenili nie tylko jakość, ale także bezpieczeństwo zapewnione poprzez specjalnie opracowane przez nas opakowanie, które umożliwia odgrzanie produktu w sklepie w 30 sekund. Warto podkreślić także, że wprowadzenie tego nowego produktu odbyło się w czasie pandemii, kiedy funkcjonowanie na rynku było znacznie trudniejsze – mówi Jerzy Roguski, Dyrektor Handlowy w firmie Żabka Polska.

Wyjątkowy smak cheeseburgera z Żabki gwarantują wysokiej jakości: bułka pszenna z nasionami sezamu, burger wołowy, ser edamski, ketchup, ogórki oraz kompozycja przypraw. Wyrazistego charakteru cheeseburgerowi jalapeño dodaje pikantna zielona papryczka jalapeño. Burgery można kupić w cenie 4,99 zł / szt., w wersji na ciepło lub przygotować je w domu. W sklepie produkt zostaje podgrzany bezdotykowo w pergaminowym opakowaniu, natomiast w domu wystarczy umieścić go w kuchence mikrofalowej i podgrzewać przez 30 sekund.

Firma Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem największej w Polsce sieci sklepów typu *convenience* liczącej ponad 6300 placówek prowadzonych przez ponad 4800 franczyzobiorców pod marką Żabka. Na przestrzeni dwudziestu lat działalności na polskim rynku, Spółka zdobyła pozycję lidera segmentu sprzedaży *convenience*. Nasze sklepy są



odwiedzane codziennie przez blisko 2 miliony klientów, a 12 milionów konsumentów mieszka nie dalej, niż 300 m od najbliższej Żabki. W nowym formacie, wzbogaconym o szeroki wachlarz usług dodatkowych, funkcjonuje już ponad 6000 sklepów. Nasz biznes rozwijamy odpowiedzialnie. Do filarów CSR Spółki należą: dbałość o środowisko naturalne, odpowiedzialna sprzedaż żywności, rozwój osobisty i edukacja, wsparcie lokalnych społeczności, a także dbałość o zdrowie i aktywny styl życia. Więcej informacji o sklepach Żabka na: www.zabka.pl. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: www.zabka.pl.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Żabka Polska

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509