

BRIEF SOTACOS

L'enseigne SoTacos a ouvert son premier restaurant à Montpellier le 1^{er} avril 2016. En plus des traditionnels tacos aux viandes, l'enseigne propose des recettes inédites telles que le tacos saumon, le chèvre-miel ou encore le tacos végétarien. Parmi ces créations inédites, la plus avant-gardiste est le tacos aux fruits.

FRUITI'TACOS

Le tacos aux fruits (ou fruiti'tacos) est un tacos dessert proposé à 3,90€ et composé d'un fruit (fraise ou banane), d'un nappage (caramel, chocolat ou fruits rouge) et d'un croquant (granola, smarthies ou oreo). Le mélange du sucré-salé et chaud-froid étant toujours délicat, la recette a été mise au point avec une chaîne de pâtisserie gastronomique française.

Cette création absolument unique en France fait partie des axes de communication important de la marque SoTacos.

Le deuxième axe fort de différenciation de l'enseigne SoTacos est son service de livraison de nuit. Le restaurant livre de 18h30 jusqu'à 06h les weekends et jusqu'à 04h en semaine. Ceci lui permet de répondre au besoin d'une clientèle jeune et dynamique, aimant le milieu de la nuit.

UN POINT SUR LA COMMUNICATION DE SOTACOS

La communication de la marque pourrait être symbolisée par deux mots : fraîche et impertinente. La capacité de surprendre son public est au cœur de son ADN et constitue un réel avantage concurrentiel par rapport à ses concurrents. Depuis son ouverture, le restaurant multiplie les opérations inattendues et novatrices pour faire découvrir ses produits. Le ton de la communication se veut décalé et impertinent, en phase avec son public.

LA MISSION

Nous allons faire voter nos clients pour leur fruit préféré, fraise ou banane. Le vote se déroulera sur le site (cf capture d'écran). Pour illustrer ce vote, il nous faut un visuel avec d'un côté Mr Fraise et de l'autre côté Mr Banane prêts à s'affronter.

(Sur la partie bleu, Mr Banane et sur la partie rouge Mr Fraise. Au milieu, les gens pourront voter pour leur fruit préféré).

