

CONCURSO JÓVENES CREATIVOS

ÍNDICE

- 1. Brand strategy**
- 2. Briefing**

VICIO somos el restaurante que ha revolucionado el mercado de las hamburguesas. Nacimos en plena pandemia, como un restaurante de delivery y ahora estamos en más de 5 comunidades distintas.

Este año se abren 12 restaurantes más por toda España y por ello nos gustaría hacer una campaña de comunicación que reforzase lo bueno de VICIO, es decir, las hamburguesas.



GOICO x VICIO

Exacto, lo has leído bien. Hemos colaborado con Jessica Goicoechea para formar parte de la campaña más grande de la breve historia de VICIO. Y tú nos has ayudado a hacer ruido. A tener un impacto real. Ahora nos toca a nosotros darte lo tuyo.

PORTADA | COMUNIDAD DE MADRID

Vicio, del ganador de Masterchef Aleix Puig, abre su primer restaurante en Madrid

Europa Press / Redacción NIUS • Madrid

28/09/2022 • 13:49h.



VICIOTM

BRAND STRATEGY

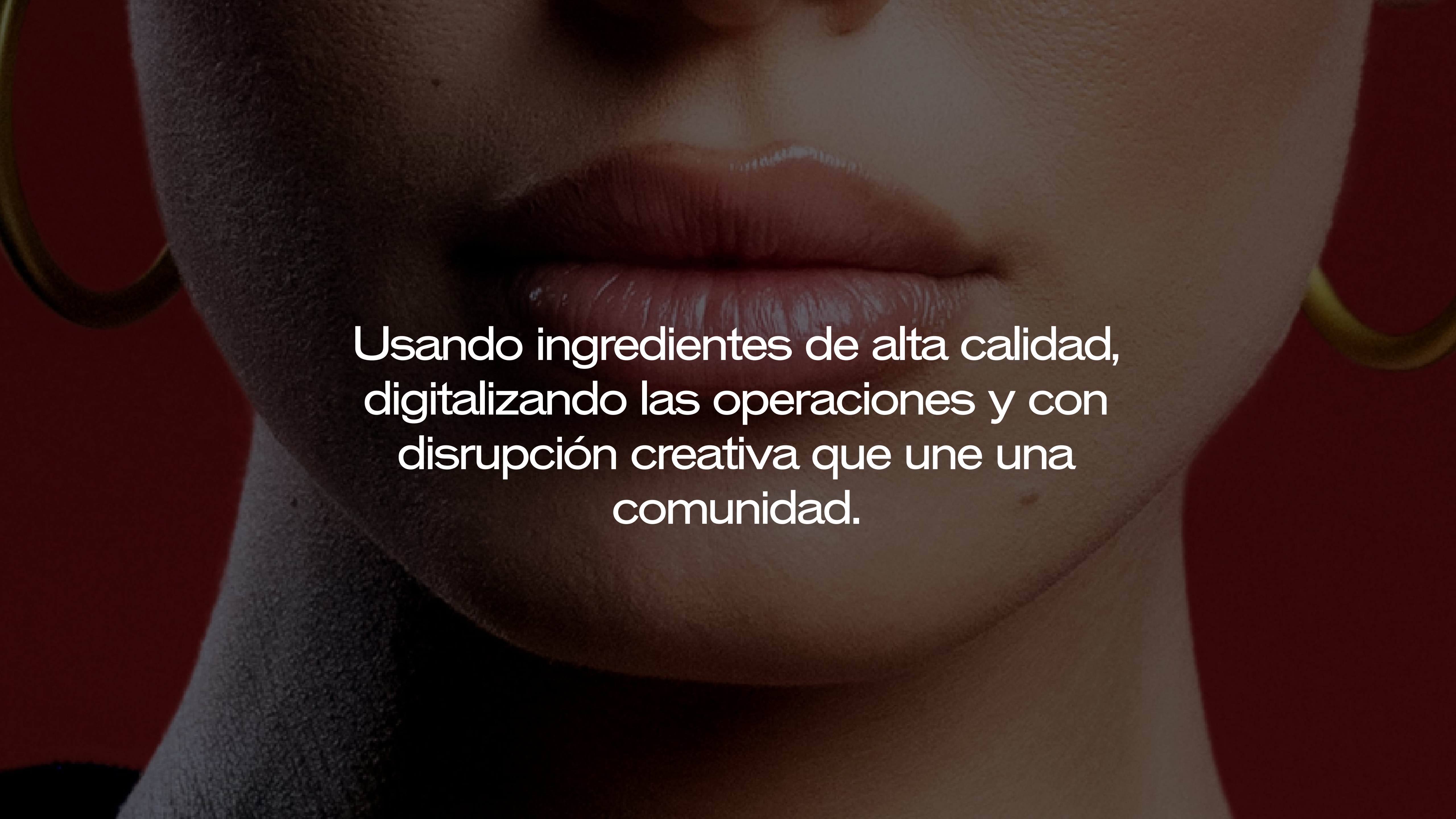
1. WHAT

A woman with braided hair and sunglasses, wearing a black trench coat, stands in the center of the frame. She is holding two stacks of Vicio burger bags, one in each hand. The bags are black and white checkered with the text 'ESTO ES VICIO' printed on them. The background is a solid dark red color.

Burgers de alta calidad lo más rápido posible al mayor número de personas, unidas por una marca

1. WHAT

2. HOW

A close-up, low-angle shot of a person's mouth, showing their lips and the lower part of their face. The person is wearing gold-rimmed glasses. The background is a solid, dark red color. The text is overlaid in the center of the image.

Usando ingredientes de alta calidad,
digitalizando las operaciones y con
disrupción creativa que une una
comunidad.

A close-up, low-key photograph of a woman's mouth. Her lips are slightly parted, showing a natural pinkish-red color. The lighting is dramatic, with deep shadows on the left and right sides of her face, highlighting the texture of her skin and the contours of her lips. The background is a dark, muted red. Overlaid on the center of her mouth is the text "QUALITY TECHNOLOGY BRAND" in a clean, white, sans-serif font.

QUALITY
TECHNOLOGY
BRAND

BRAND PLATFORM

WHY VICIO EXISTS.

1. BRAND MIND MAP

Brand Wheel

**Lujo asequible.
Premium democrático.
Flash elegante.
Calidad trashy.
No bullshit delicatessen.**

Brand Wheel

Target

No vamos a rellenar estómagos.
Vendemos una experiencia de delivery
y nos dirigimos a esas mujeres y hombres
que por un poco más podrán lucir su comida.
Somos un restaurante a domicilio.

Brand Voice

Inteligente, playful
y provocativa.

Brand purpose

Convertir las hamburguesas
en un capricho diario.

Product truth

Less ingredients.
More calité.

Brand ADN

Autenticidad.
Digital.
Fresco.
Sensual no sexual.

Functional Benefit

Está buenísimo
y no es caro.

Human truth

La comida sexy,
me hace sexy.

Lo tuyo

Calidad asequible.
Listillos pero con clase.

Emotional Benefit

Eres cool por darle
al VICIO.

1. TERRITORY

A close-up photograph of a person's hands holding a burger. The person is wearing a black leather jacket. On their left hand, they have a large, clear, faceted ring on the ring finger and a tattoo on the wrist that reads "Love In humans". The burger is a double cheeseburger with a fried egg on top. The person's nails are painted red. The background is a dark red wall.

INDULGENCE

An occasion when you allow someone or yourself to have something enjoyable, especially more than is good for you.

2. PRODUCT INSIGHT

“Me lo merezco”
CHEATING MEAL

We live in a society that is increasingly demanding (physically and mentally) That's why VICIO works as an scape route and pleasure prize.



3. TARGET



Pleasure-seeking lifestyle of the target consumer: Isn't afraid of indulgence.

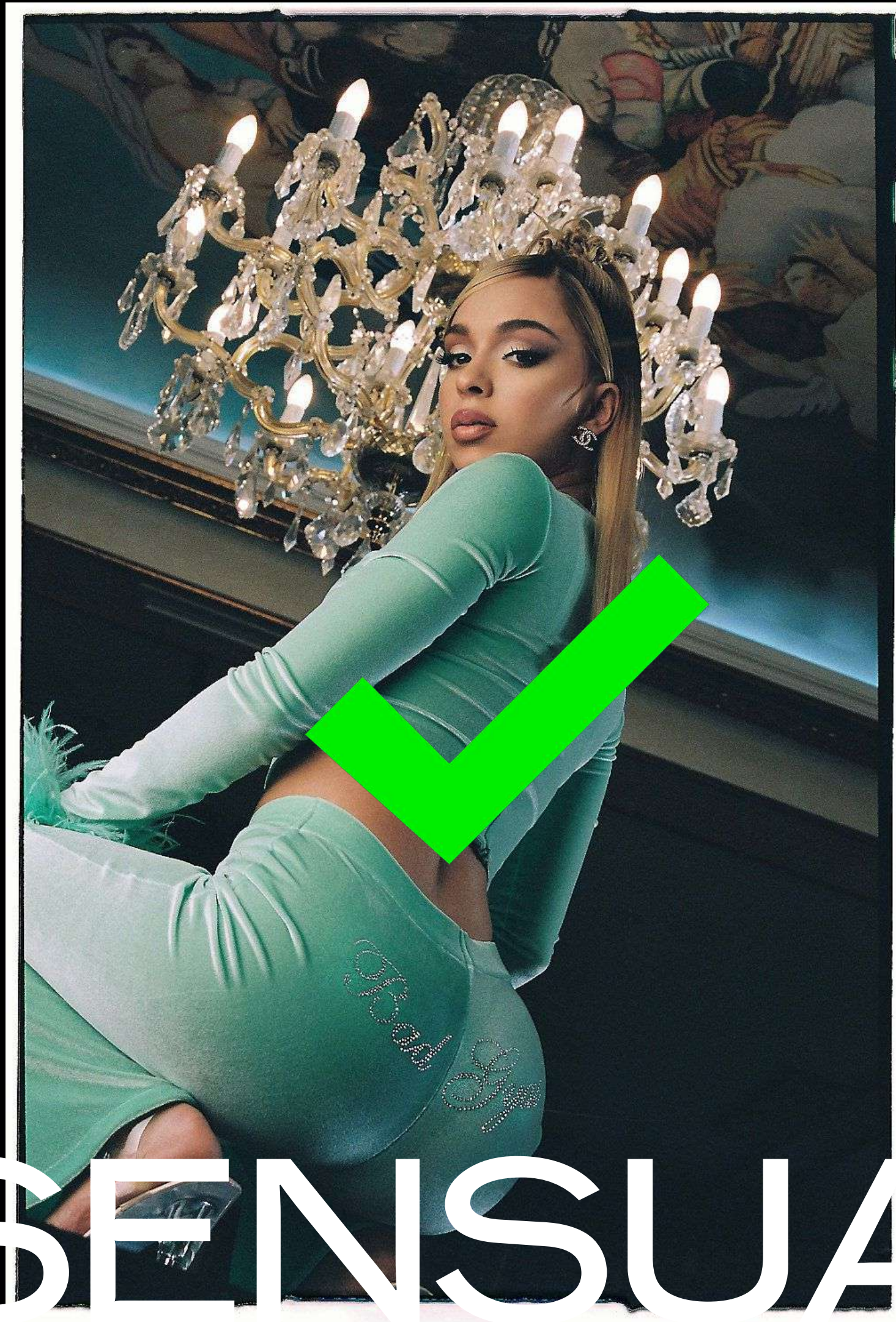
Embodies a work hard, play hard lifestyle. Loves to show off their lifestyle.

3. PROPOSITION

MAKING EATING SEXY

With a real commitment
to quality.





SEXUAL SENSUAL

4. PERSONALITY

Classic & Pure

 ganasdevicio

...



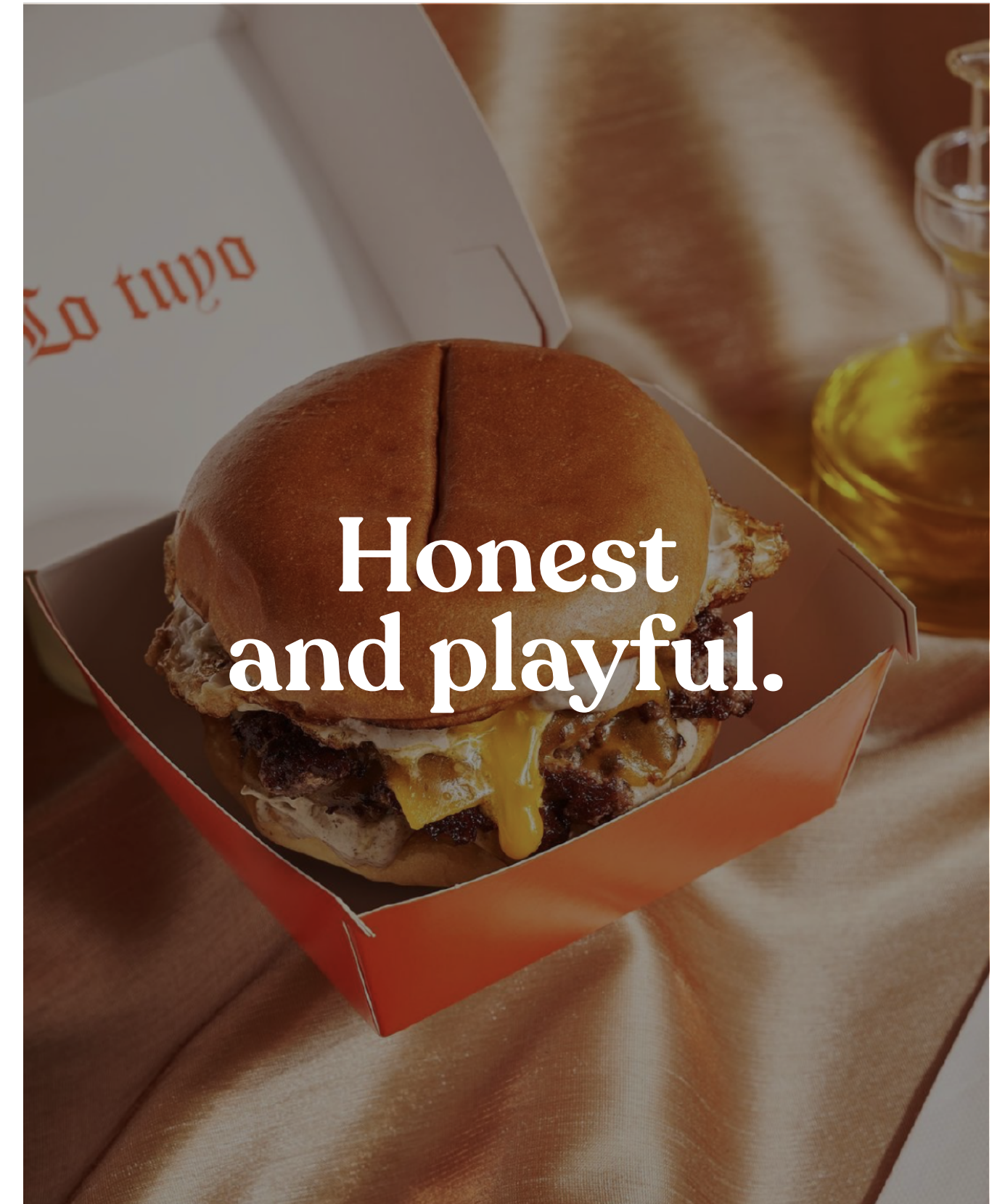
 ganasdevicio

...



 ganasdevicio

...





RADICAL WITTY SEXY



Ideas

Tono

Forma

RADICAL & WITTY & SEXY

Nos metemos con la
competencia

Usando un juego de
palabras.

Con la modelo más
sexy del país.

VICIO™



**VICIO,
las burgers
favoritas
de Goico.**

TE DAMOS LO TUYO
A DOMICILIO.

JESSICA GOICOECHEA
CON @GANASDEVICIO

Ideas

Tono

Forma

RADICAL & WITTY & SEXY

Hablamos de resaca
cuando todo el mundo
habla de compartir

Haciendo un guiño a
las madres

Lo vestimos todo de
rojo



VICIO

**EL MILLOR REMEI PER LA RESSACA,
DES DEL MÀXIM RESPECTE
ALS GALETS DE LA TEVA MARE.**
@ganasdevicio

**The
Hangover
Cure**
VICIO

**The
Hangover
Cure**
VICIO

VICIO

AMB Bus Metropolità

5828

5828

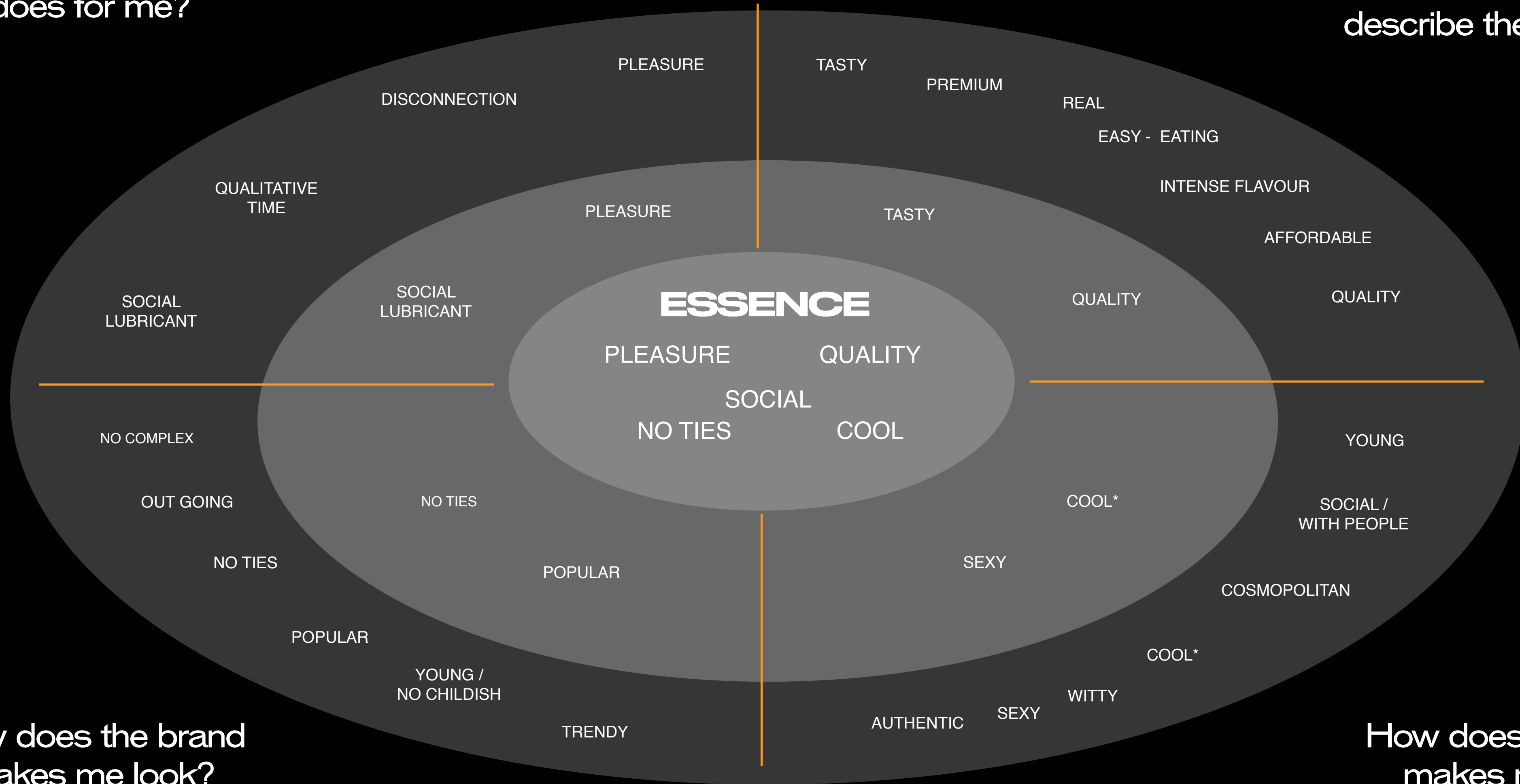
CEDIU
EL PAS

8650 LXD

5. BRAND WHEEL

What the product does for me?

How would I describe the product?



How does the brand makes me look?

How does the brand makes me feel?


*Que está de moda o resulta atractiva.

BRIEFING

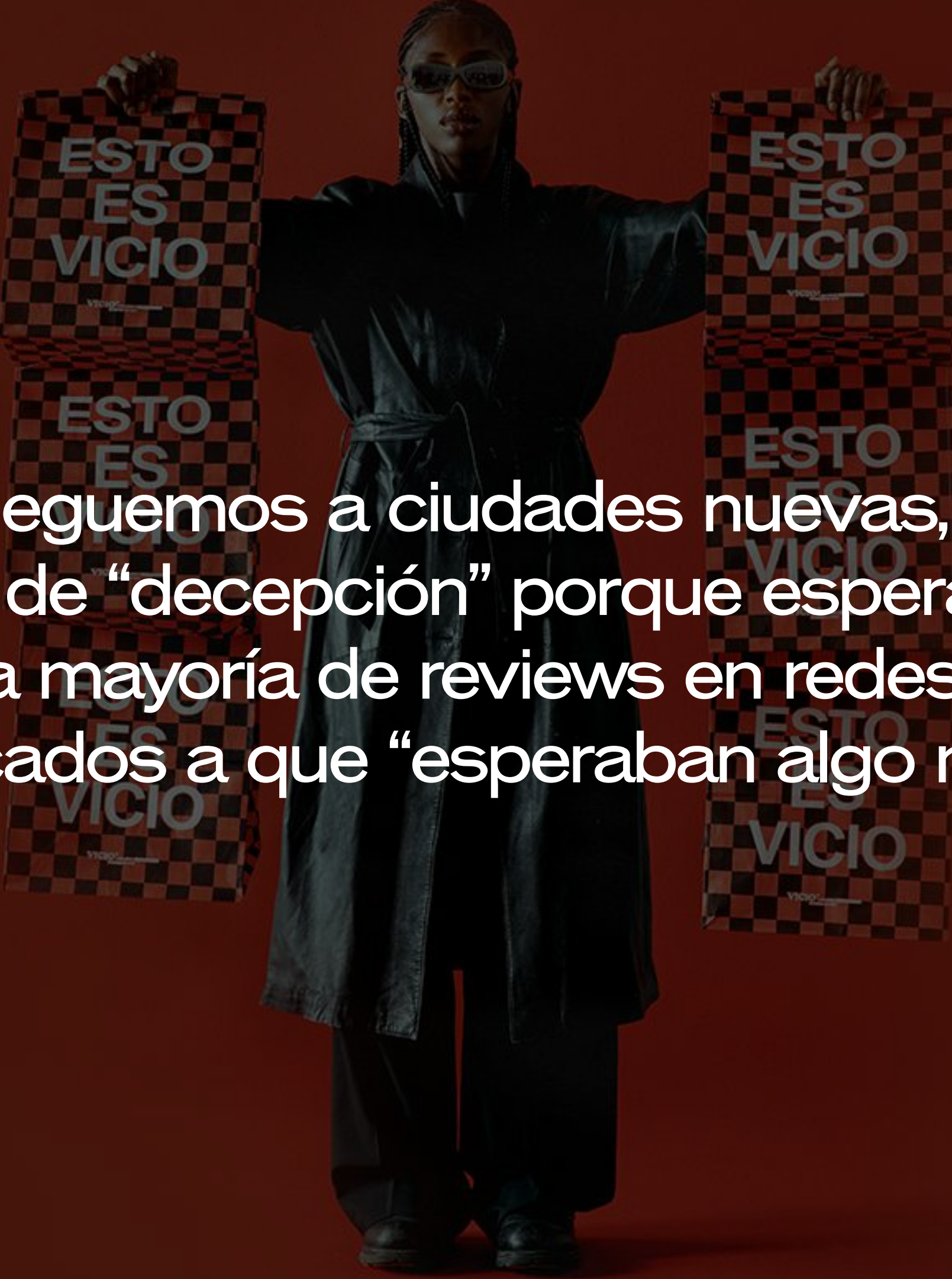
A woman with braided hair, wearing a black trench coat and sunglasses, stands in the center of the frame. She is holding two identical signs, one in each hand, which feature a black and white checkerboard pattern and the text "ESTO ES VICIO" in white capital letters. The background is a solid, deep red color. The text of the image is overlaid on the scene in white.

El mercado está saturado de restaurantes físicos y de delivery de hamburguesas.

VICIO sigue siendo el pionero pero muchos siguen nuestros pasos, imitando el estilo de comunicación tan propio de la marca, eso hace que cada vez sea más difícil considerarnos porque la gente cree que todas somos iguales.

A woman with braided hair and sunglasses, wearing a black trench coat, stands against a solid red background. She is holding two identical signs, one in each hand. The signs have a black and white checkerboard pattern and the text "ESTO ES VICIO" in white capital letters. The text is centered on the image.

Además, tenemos la fama de ser “las burgers del marketing” lo cual hace que la calidad del producto quede en un segundo plano. Cuando la realidad es que la calidad de la burger por el precio es excelente.

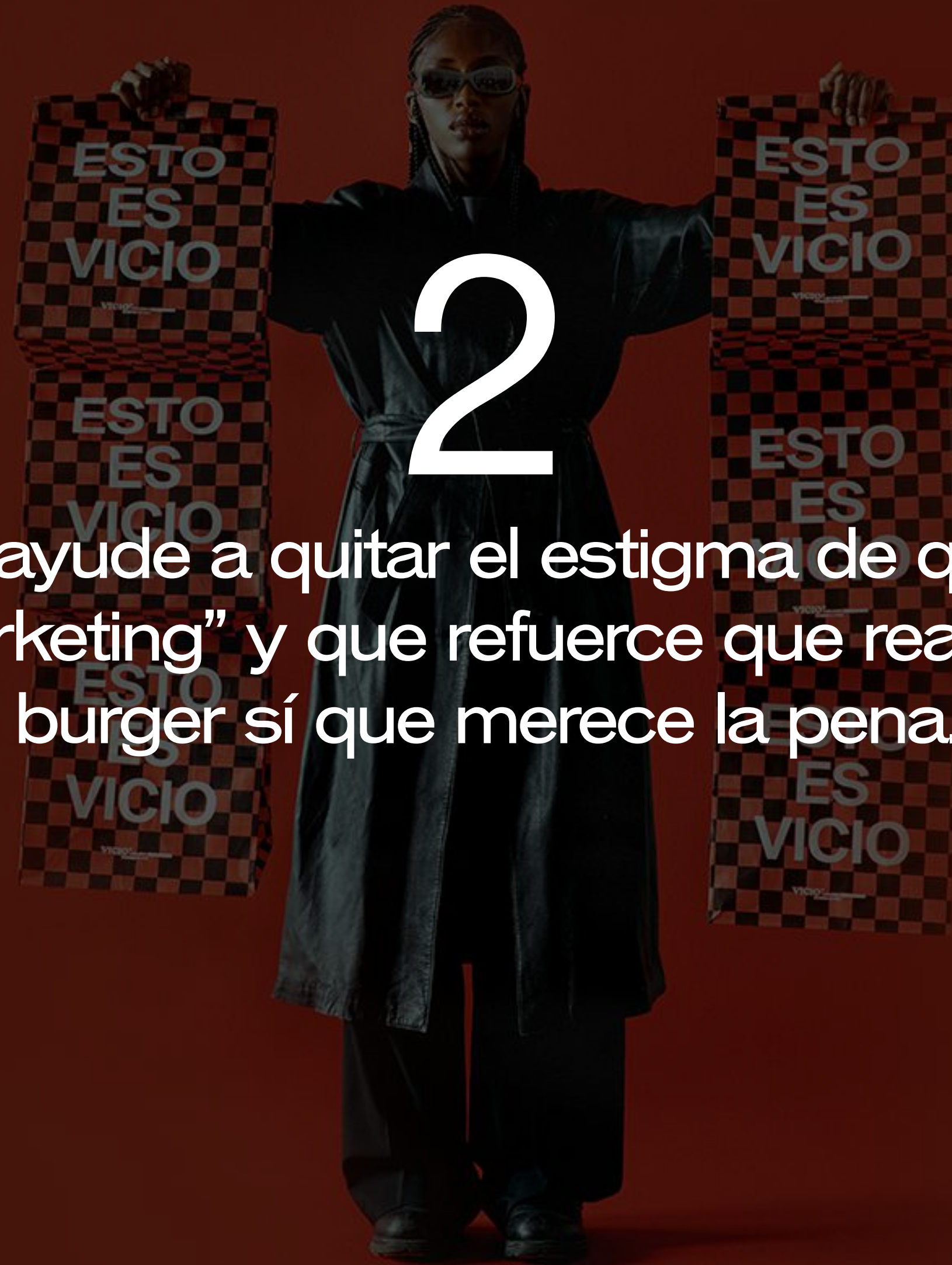
A woman with braided hair and sunglasses, wearing a black trench coat, stands against a dark red background. She is holding two identical signs, one in each hand. The signs have a black and white checkerboard pattern and the text "ESTO ES VICIO" in white capital letters. The text is centered on the image.

Cuando lleguemos a ciudades nuevas, hay una sensación de “decepción” porque esperaban algo más. La mayoría de reviews en redes están enfocados a que “esperaban algo más”

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA



CAMPAÑA DE CONSIDERACIÓN.
Queremos demostrar que VICIO sigue siendo la
burger de más calidad del mercado.
Poner en valor el producto. No te pedirás otra cuando
las hayas probado todas.



Que nos ayude a quitar el estigma de que somos
“overmarketing” y que refuerce que realmente la
burger sí que merece la pena.

A woman with braided hair and sunglasses, wearing a black trench coat, stands with her arms outstretched holding two signs. Each sign has a black and white checkerboard pattern and the text "ESTO ES VICIO" in white. A large white number "3" is centered over her chest. The background is a solid dark red color.

3

El medio no importa siempre y cuando no sea PAID MEDIA. Es decir: no anuncios comerciales. Pensad en acciones o formatos menos comerciales estilo “tiktok, twitch, la velada del año, los reviews, el delivery, la guerrilla, la competencia, etc”.

**Volver a posicionarnos
como la mejor burger
del delivery**

Ojo!

Nuestro competidor no es Macdonald o KFC. No somos comida basura, somos comida rápida de calidad. La gente tiene claro que somos mejores que cualquier fastfood, solo que a la hora de escoger pueden acabar escogiendo otras muchas marcas de burgers gourmet.

ENTREGABLES

La campaña se entregara en formato vídeo de máximo **120 segundos** (.mov o .mp4)

Tamaño horizontal de **1920x1080 px.**

La pieza presentadas deben ser **libres de derechos** de imagen y sonido.

Descarga todos los materiales de apoyo en este **enlace**

BASES Y CONDICIONES

Podrán participar todos los jóvenes nacidos a partir del año **1996 (inclusive)**, que residan en España

La participación puede ser individual o en pareja y se presentará **una sola idea**

La pieza tendrá que ser **ANÓNIMA**. No podrá contener ningún identificativo de los integrantes del grupo

La inscripción y la presentación de materiales se hará a través del siguiente **enlace**

La fecha de inscripción será del 10 de enero hasta 12 de febrero de 2024

Los finalistas se darán a conocer a principios de **Marzo de 2024**

**Aquí tienes lo tuyo,
gracias.**



Te damos lo tuyo.
@ganasdevicio