

# **ARBY'S**



**Olivier Goubier**

## **SOMMAIRE**

### **I-Présentation de l'entreprise**

- **Histoire**
- **Produits proposé/prix**
- **Slogan**

### **II-Implantation**

### **III-Concurrence**

### **IV-Communication**

### **V Les actions menées**

# I - L'entreprise

## A - L'histoire

Le restaurant Arby's a été créé le 23 juillet 1964, en Boardman, Ohio.



Fondé, par les frères Forrest et Leroy RAFFEL



C'est une chaîne de restauration rapide.  
Le siège social se situe à Sandy Springs en Géorgie



## B - Les produits/prix



La chaine est connue pour le sandwich au rosbif et ses frites torsadées :



## C – Slogan



## II – L'implantation

C'est une chaîne de restauration rapide qui se trouve aux Etats-Unis, au Canada et en Turquie.



Il existe 3 400 restaurants dans le monde

## III – Concurrents

- **Mc Donald**





- **TacoBell**



- **Burger King**



## **IV – La communication**

Arby's a une importante communauté sociale qui permet d'inter-agir avec les consommateurs, grace à Twitter.  
L'un des axes de stratégie marketing d'Arby's consiste à développer une base d'e-mail clients.



## **V- Les actions**

Arby's a mené une campagne afin d'attirer des clients.

Cette campagne consiste à avoir recours à des Tweet sponsorisé, associé à une carte de génération de LEAD, qui propose un coupon permettant, après l'inscription, de bénéficier d'un sandwich gratuits pour une boisson acheté.

400 clients ont été inscrits à cette liste d'e-mail au cours des 6 dernières semaines de cette campagne.



De plus Arby's fait des jeux de mots avec l'enseigne, pour faire valoir leurs produits comme :

**FREE ARBY'S  
SPECIAL OFFERS**



Et d'autres expressions clés telle que :

**ROAST BEEF  
SANDWICH**

Ont permis de présenter les Tweet sponsorisés aux personnes s'expriment sur les produits Arby's.

