

(/index.php)

INICIO

ARCHIVO HISTÓRICO

TIENDA

BLOG

LA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

AMIGOS

(/carrito)
Mostra
Home (/#)

BLOG

(.PHP) (/CDP.PHP) (/#) (/BLOG.PHP) (/#) (/AMIGOS.PHP)



NUEVA PUBLICACIÓN DE LID EDITORIAL: LA FÓRMULA DEL LUJO. CREACIÓN DE MARCAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS

2016-08-28 / Comentarios (/#)



La autora

Susana Campuzano es experta en el sector del lujo. Con más de 25 años de experiencia en grandes marcas, siempre desde puestos directivos, ha trabajado en Chanel, Value Retail y en DTC, la rama de Marketing del grupo De Beers. Desde 2005 dirige Luxury Advise, labor que compagina con la dirección del Programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo de IE Business School (10ª edición). Susana Campuzano pertenece a la red de LID Conferenciantes: suc@lidconferenciantes.com Bolso Corona de Onesixone.

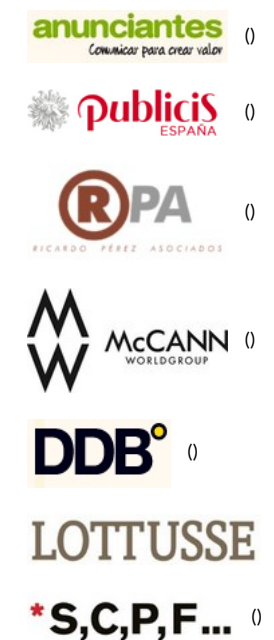
Histórico Blog

Filtrar por año
Filtrar por mes
Ir

EL Centro de Documentación Publicitaria está patrocinado por



Y también por



También dirige el Programa de Gestión y Marketing de Productos y Servicios de Lujo de IE Business School (2ª Edición). Además, imparte consultoría, conferencias y formación a renombradas marcas de lujo, de retail y distribución, entre las que se encuentran Bulgari, Cartier, Diageo, Dior, El Corte Inglés, Gran Meliá, Hackett, Grupo Swatch, Luxottica, Lladró, LVMH, Kérastase, Shu Uemura, Swarovski o Sebastian Professional. En 2016 ha recibido dos premios a la excelencia y el premio a la innovación por parte de Executive Education IE Business School.

La obra

La fórmula del lujo ofrece un modelo de construcción de marcas de lujo válido para todas las categorías existentes y evolutivo en el tiempo. No es solo una receta para la creación de una marca, producto o servicio de lujo, «sino que se presenta como un gran mapa de posicionamiento, una guía o un catálogo que muestra las distintas opciones que se pueden seguir. También se plantea como un modelo válido tanto para la identidad de la marca como para la estrategia o los contenidos de comunicación», dice la autora, Susana Campuzano.

Tras analizar, y poner orden en el caos en el que se encuentra tanto el concepto como el sector del lujo, con un estilo apasionante inspirado en la búsqueda de la realización personal de C. G. Jung y el viaje del héroe del mitólogo Joseph Campbell, la autora sumerge al lector en un viaje iniciático al centro del lujo ofreciendo un modelo en el que se establecen doce categorías de lujo y doce mapas de posicionamiento. La autora esta convencida que el éxito en este sector procede de la potenciación de ciertos atributos y de un posicionamiento bien diferenciado. Como ejemplo acude tanto a grandes marcas renombradas como de reciente creación.

Este es un tesoro único; el caso más el testimonio en primera persona de marcas referentes en boca de quienes las dirigen. Son Paraffection de Chanel (Hubert Barrère y Nadine Dufat, Maison Lesage y LeMarié), Loewe (Enrique Loewe y Lisa Montague), Onesixone (José Luis González), Harry's Bar y Cipriani (Arrigo Cipriani), Abadía Retuerta LeDomaine (Enrique Valero), Nose (Nicolas Cloutier) y Gin Mare (Juan Carlos Maroto).

El prólogo de la obra está escrito por el filósofo, sociólogo y escritor Gilles Lipovetsky que se refiere así al manual de Campuzano: «El mérito del libro es haber sabido detectar y analizar esta complejidad para hacer conscientes de ella a los agentes y profesionales del lujo y ayudarles, de un modo práctico y útil, a moverse dentro de esta nueva constelación de marcas cada vez más competitiva». Además, a lo largo del libro se revelan cuáles son los ingredientes base la formula del lujo, los ingredientes de la categoría lujo y los ingredientes de estilo. En definitiva, la clave para la fórmula del lujo, como en toda receta de cocina que se precie, está en la proporción y en la dosificación de los componentes ya que, como dice la autora, uno de los grandes secretos de este sector es la medida.

Autora: Susana Campuzano • Editorial: LID Editorial Empresarial Colección: IE Business Publishing • ISBN: 9788416624683 Precio: 19,90 euros • Ebook: 11,99 euros Formato centímetros: 15 x 22 cm Encuadernación: Rústica • Número de páginas: 320.

Para más información:



laura.diez@lideditorial.com
beatriz.raso@lideditorial.com
91 372 90 03

Lid Editorial (<http://www.lideditorial.com/>) dona un ejemplar de esta publicación al Centro de Documentación Publicitaria (...)

Compartir este Post:



0 Comentarios



TIEMPO BBDO

CONTRAPUNTO BBDO
BARCELONA

CONTRAPUNTO BBDO
MADRID

Ogilvy & Mather

GREY



TBWA

INFOADDEX