



Buscar...

Goldenspain.com El portal del Poder y del Dinero

LA FÓRMULA DEL LUJO Y TODAS LAS CLAVES (/revista-lujos-de-espana/902-la-formula-del-lujo-y-todas-las-claves)

0



LUJOS DE ESPAÑA

- [Sumarios \(/sumarios-lujos-de-espar](#)
- [Lujos de España \(/revista-lujos-de-e](#)
- [Lujos del Mundo \(/lujos-del-mundo\)](#)
- [Marca España \(/marca-espana\)](#)
- [Fin de Semana de Lujo ▾ \(/fin-de-se-de-lujo\)](#)
- [Curso de Lujo Español \(/curso-de-lu-espanol\)](#)
- [Vida Social \(/sociedad\)](#)
- [Tendencias ▾ \(/tendencias\)](#)
- [Entrevistas \(/entrevistas-lujos-de-es](#)
- [Reportajes](#)

Lujos de España

5,00 €

Nº que desea

Lujos de España nº 28

Suscripción Mercado Ib + Lujos de España

50,00 €

ACERCA DE LUJOS DE ESPAÑA

Revista trimestral con inform generalistas sobre el mundo del po dinero, con Cuadernillos especializ Banca Privada y Negocios, Gastronomía, Viajes y Turismo, Belleza, Alta Sociedad y Cultura.

Hay un apartado referido a los L Mundo, con informaciones de Gru Lujo Internacionales.

Acceso Usuarios

by GoldenSpain

on 12 Julio 2016

in Lujos de España (/revista-lujos-de-espana/902-la-formula-del-lujo-y-todas-las-claves?tmpl=component&print=1&layout=detail&page=)

Imprimir (/revista-lujos-de-espana/902-la-formula-del-lujo-y-todas-las-claves?tmpl=component&print=1&layout=detail&page=)

Email (/component/mailto/?tmpl=component&template=golden&link=c1481f6cd9f3e764b2edd75610b49cc105ca0fe2)

¿Qué es el verdadero lujo? ¿Qué es lo premium? ¿Es más o menos que el lujo? ¿Cómo se construye una marca o un producto en este segmento? ¿Por qué existen tantas categorías y tipologías de clientes? Dada la ingente cantidad de preguntas que surgen alrededor de un sector cada vez más cambiante y complejo, Susana Campuzano da respuesta a todas ellas gracias a la creación de una fórmula válida para las distintas categorías de lujo existentes, así como para el nuevo lujo que se avecina. Y lo explica en el libro "La fórmula del lujo. Creación de marcas, productos y servicios", publicado por LID Editorial.

La fórmula del lujo no es sólo 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 su autora. Tras analizar en detalle cada uno de los ingredientes, establece una clasificación en doce categorías de lujo en las que es posible posicionarse tanto en el presente como en el futuro.

Por si esto fuera poco, contiene un tesoro único: el testimonio en primera persona de marcas referentes en boca de quienes las dirigen. Son Paraffection de Chanel (Hubert Barrère y Nadine Dufat), 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). Además, a lo largo del libro se revelan cuáles son los ingredientes base de la fórmula del lujo: Exclusividad, Experiencia y emociones, Calidad superior. Innovación y creatividad. 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.

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".

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 coordinación del Programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo de IE Business School. También dirige el Programa de Gestión y Marketing de Productos y Servicios de Lujo. Además,

imparte 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, Hacket, 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.



colección IE Business Publishing

La fórmula del lujo

Creación de marcas, productos y servicios.

SUSANA CAMPUZANO

Prólogo de Gilles Lipovetsky



Home (/) ▶ Lujos de España (/revista-lujos-de-espana) ▶ LA FÓRMULA DEL LUJO Y TODAS LAS CLAVES

CONTACTO

Proyectos Golden, S.L.

Paraje de La Fuensanta, s/n
19140 Horche
Guadalajara (Spain)
Tel.: +34 949 290 185
Email:

contacto@goldenspain.com

Copyright © 2016 GoldenSpain. Todos los derechos reservados. Diseñado por The Essence Media (<http://www.theessencemedia.com/>).

Golden Spain (<http://www.goldenspain.com>) es un grupo editorial compuesto por varias publicaciones y actividades dirigidas a un segmento lifestyle desde un punto de vista de empresa y de negocio.

OTROS CONTENIDOS

[Top Forbes 2013 \(/top-forbes-2013\)](#)

[Crónica de la Semana \(/cronica-de-la-semana\)](#)

[Leído, visto, escuchado... \(/leido-visto-escuchado\)](#)

[Contactar \(/contactar\)](#)

[Mapa Web \(/mapa-web\)](#)

NEWSLETTER

Reciba nuestras últimas noticias y promociones.

Términos y Condiciones (</revista-lujos-de-espana/9-sin-clasificar/221-politica-de-privacidad?tmpl=component>)

SUSCRIBIRSE

SÍGUENOS

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Flicker](#)

[Feed](#)