



ENGLISH

ESPAÑOL

EVENTOS

[CONTÁCTANOS](#) [SUSCRÍBETE A IE INSIGHTS](#) [Home](#) > [Insights](#) > [Detalle de Insights](#)[< VOLVER](#)

IE PARA EMPRESAS E INSTITUCIONES

CAPTACIÓN DE TALENTO IE

La fórmula del lujo

23 /02 /2017

MARKETING Y VENTAS

TWITEAR

COMPARTIR

COMPARTIR

COMPARTIR

El precio elevado es el elemento común de los productos del sector del lujo, que Susana Campuzano, directora del Programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo en IE Business School, clasifica en doce categorías diferentes. Su estudio detallado del sector a lo largo de la historia le ha permitido crear un mapa de posicionamiento que sirva a las marcas como guía para la definición de su identidad, su estrategia y los contenidos de su comunicación.



¡Mantente al día de todas las novedades y tendencias con nuestra **Newsletter de IE Insights!**



ilo



Lujo-personas



Lujo exclusivo



Precio elevado

**Lujo experiencial
o emocional**



Lujo experiencial



Lujo sensorial



Lujo-servicio

**Lujo moderno
o aspiracional**



Lujo simbólico



Lujo-cultura



Lujo creador

Por **Susana Campuzano**, directora del Programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo en IE Business School.

IE INSIGHTS

© IE Insights.

COMPARTIR



CONTENIDOS RELACIONADOS

Insights



LA FÓRMULA DEL LUJO

Doce son las categorías de lujo que distingue **Susana Campuzano** y que se visualizan en esta infografía.

23 / 02 / 2017

MARKETING Y VENTAS