

EL CORTE INGLÉS: CREANDO MARCA EN CASA DESDE LA MODA Y SUS MARCAS

RESUMEN:

La fuerza de la imagen de marca para una empresa está definida por su capacidad de crear una identidad uniforme y homogénea a la vez que flexible para poder acoger en su seno otras marcas con identidad propia. Es el caso de El Corte Inglés, y de manera especial en moda. Definir la Imagen de El Corte Inglés exige definir una imagen propia y reconocible como única desde la variedad de marcas que alberga sin que se disuelva en ellas o las mismas sean fagocitadas por la marca general. En la conferencia, Delia lo explica a través del estudio de dos casos concretos.