

## EL MARKETING DEL NUEVO LUJO

Juan Hernández Aguirán

El lujo es degustar una copa de Moët en tu propio barco, pero también lo es leer la prensa en tu iPad mientras disfrutas de un café en Starbucks. Este libro descubre aquello que ha permitido a las marcas más exclusivas (Louis Vuitton, Hermès, Chanel o Ferrari) contar, durante más de cien años, con una fidelidad religiosa por parte de sus selectos clientes; y que empresas como Apple, Uno de 50, El Circo del Sol o Nespresso, están sabiendo adaptar con éxito a sus masivos mercados.

Unas impagables lecciones de cómo crear significado y vender a un precio superior, aplicables a todos los sectores.

*"El lujo no reside en la riqueza ni en la ornamentación, sino en la ausencia de vulgaridad"*

**Coco Chanel**



5 800069 841065

# EL MARKETING DEL NUEVO LUJO

*"Este libro es un lujo para la inspiración de los  
profesionales del marketing"*

**CARLES TORRECILLA**

**Juan Hernández Aguirán**

Prólogo: Olaya García (Seaskin)