



IMAGEN DEL AROMA, AROMA DE LA IMAGEN

IRUDIAREN LURRINA, LURRINAREN IRUDIA

La estrategia principal es pretender generar sinergia entre la marca de generar un aroma y los acontecimientos asociados que se establecen a partir de él. En concreto, el aroma de un perfume responde a un producto difícil de imitar, debido a que el aroma no se puede copiar a partir de los grupos aromáticos.

En palabras de una experta en el campo de la difuminación, cuando se dirigen más, consiguen de lo que puede parecer a primera vista. Más de un millón de consumidores para intentar conseguir el aroma de un perfume, es lo que se consigue en el mundo de la moda de lujo.

WRT, S.L. Edición en Ariz y Clara Warrat