

## LAS MARCAS, IMPORTAN

Publicado en: [Comunicación](#), [Diseño](#), [Interés General](#), [Marketing](#)

“*Me voy de shopping*” es una de las frases que más escuchamos a la hora de saciar nuestro apetito compulsivo material; o en su defecto el conocido “*Me voy de compras*” o “*Voy a ver vidrieras*”, aunque todos sabemos qué significa eso: **COMPRAR**.

Pero, sea cual sea el producto o servicio que adquirimos, detrás hay una empresa, una entidad que gastó millones en **posicionamiento, marketing y publicidad**, entre otras cosas.

Porque al fin y al cabo no estamos comprando un pantalón, **estamos comprando una marca**.

Y es que, cuanto más la consumimos, más fieles a ella nos convertimos. Nos sentimos identificados, nos representa. Y mientras la marca siga satisfaciendo estas necesidades “inmateriales”, vamos a seguir siendo leales a ella.

Y como consumidores leales, conocemos bien las características de nuestra marca, hasta el más mínimo detalle ... pero, **¿será siempre así?**

Lo que vimos en el video adjunto es **una de las mejores campañas de marketing dentro del mundo de la moda durante el último año: DIESEL**, la reconocida marca de indumentaria lanzó una acción viral que explotó en las redes, y que, una vez más, demostró el mágico poder que una marca ORIGINAL tiene en nosotros.

¿Se animará Nike a hacer lo mismo con **NIEK** o Adidas con **Abidas**?

Mirá la acción de la que estamos hablando:

