

“LO PEOR QUE TE PUEDE QUEDAR ES LA EXPERIENCIA” AFIRMA ALEJANDRO SÁNCHEZ, BRAND MANAGER DE WOLFNOIR

Las buenas ideas marcan la diferencia entre productos y esto es lo que nos han dejado claro las conferencias de este segundo día de AFW. Alejandro Sánchez, de Wolfnoir, afirma: “Hay que pensar en grande”. Ellos apuestan por arriesgar y evolucionar como marca con sus nuevas propuestas. Una divertida Elsa Martínez, directora de Año Cero Comunicación, nos ha contado sus peripecias para llevar a cabo los impresionantes shootings que realizan, aunque uno de los mejores momentos ha sido el sorteo para los asistentes lleno de joyas de la moda convertidas en zapatos y complementos que han llevado personajes como Paris Hilton.

Esperanza Blanc, de Agencia Casanova, ha dejado patente que para transformar una marca y llevar a lo más alto una firma, hace falta un buen plan de marketing y difusión en redes sociales. Lodi, una de las marcas españolas que representa la agencia desde hace siete años, ha duplicado sus seguidores en las redes sociales en tan solo un año. Esta marca de Elda tiene un concepto para sus clientas. Las “Lodi Lovers” son las fieles a la marca, apasionadas de la moda y gracias a su buena experiencia con estos zapatos siempre repiten. Una de las mejores estrategias de la agencia con Lodi ha sido el patrocinio oficial de La Gala de Los Goya 2015 y la genial idea de crear una alfombra rosa con su logo. Con ello consiguieron una rentabilidad mayor que la que esperaban.

Otra de las conferencias de esta mañana ha sido la de un miembro del equipo directivo de Saldum Ventures, (Hawkers y Miss Hamptons) y fundador y Brand manager Wolfnoir: Alejandro Sánchez. Este joven emprendedor define su producto como: “Gafas de sol con calidad top”. También recalca que “no es necesario gastarse 200 euros para llevar unas de calidad, sino que de esta forma puedes llevar cuatro gafas de diseño patentado en vez de una sola”. Wolfnoir utiliza la imagen de famosos para dar a conocer sus modelos, como la de Úrsula Corberó, Andrés Veloncoso y John Kortajarena. La última conferencia de la mañana fusiona moda, comunicación y marketing. Ellos son Año Cero Comunicación & Williamburg, que desde su showroom en Madrid, prestan prendas y calzado a celebridades y bloggers para darlo a conocer y posteriormente aumentar ventas. Es la única agencia de Alicante con esta filosofía y ha prestado sus prendas para televisión y prensa.

La mañana de hoy ha sido inspiradora para emprendedores, para empresarios, para soñadores, para todas esas personas que quieren evolucionar y llevar a cabo una idea, por difícil que parezca, porque como afirma Alejandro Sánchez: “Es mejor pedir perdón que pedir permiso”.