

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Publicidad

Estudio de Caso: **Louis Vuitton**

“Trabajo Final de Licenciatura”

Tema: Louis Vuitton y su vínculo emocional con las mujeres

Alumna: María Inés Lucía Lauga

Director de la Carrera: Lic. Natalio Stecconi

Fecha: Buenos Aires, septiembre de 2009

Teléfono: 15 6188 2539 / 4783 5170

e-mail: ines_lauga@yahoo.com.ar



Indice:

HISTORIA DE LA MARCA	04
LOUIS VUITTON, UNA VERDADERA MARCA DE LUJO	07
Qué entendemos por marcas de lujo	07
El comportamiento del mercado de lujo	08
El secreto de las marcas de lujo	09
POSICIONAMIENTO DE LOUIS VUITTON	
DENTRO DEL MERCADO DE LUJO	10
Informe de la marca acerca de su posicionamiento	11
Ranking de las 15 mejores marcas de lujo	14
EL CONSUMO	17
Factores Psicológicos	17
Motivación	18
Teoría de la motivación de Freud	18
Teoría de la motivación de Maslow	19
Percepción	20
Aprendizaje	21
Creencias y Actitudes	21
EL CONSUMO DEL LUJO	22
La mujer cómo consumidora	26



COMUNICACIÓN	30
Louis Vuitton, creador de un estilo de vida	34
Principales campañas gráficas	35
Mikhail Gorbachov	35
Steffi Graf - André Agassi	36
Catherine Deneuve	37
Keith Richard	38
Madonna	39
Viaje a la Luna	41
ENCUESTA, LAS PROTAGONISTAS HABLAN	42
Preguntas del cuestionario	45
Resultados de la encuesta	46
Observaciones	47
CONCLUSION FINAL	49
BIBLIOGRAFIA	51





Historia de la Marca:

La historia de Louis Vuitton, ícono del diseño y el lujo, tiene una rica trayectoria, que excede los 150 años de existencia.

Louis Vuitton nació en Jura (Francia) el 14 de agosto de 1821. La leyenda cuenta que cuando se radicó en París, en 1835, el viaje lo hizo caminando (400 km separan Jura de París), y que en el camino aceptó todo tipo de trabajos para poder continuar su viaje.

Una vez en París comenzó a trabajar como aprendiz de “layetier”, un paso que cambiaría su vida, y la historia de la moda en el mundo, especialmente a partir de ser descubierto por Napoleón III, quien lo contrató al servicio de su esposa, Eugenie de Montijo.

La primera maison de Louis Vuitton fue abierta en Rue Neuve des Capucines (París), en 1854. En 1858, Louis Vuitton revoluciona la industria de la materia, comenzando a diseñar baúles de forma rectangular, cuando el standard era un baúl de forma redondeada (para escurrir la lluvia a la que era sometido el equipaje en los largos viajes en barco y carruajes).



En 1867 Louis Vuitton se comienza a lucir frente a ojos extranjeros, con su presencia en la Exposición Internacional de París de ese año.

En 1885 Louis Vuitton abre su primera tienda fuera de Francia, en Londres (en Oxford Street).

En 1896 nace el monograma más famoso de la marca, el marrón y beige con la LV, que decora bolsas y maletas hasta estos días. Este monograma fue invención de Georges Vuitton, el hijo de Louis Vuitton.

En 1914 Louis Vuitton abre su tienda de Champs Elysées. Ese mismo año crece también en las principales ciudades de los “países emergentes” de la época: New York y Washington (USA), Bombay (India), y Buenos Aires (Argentina).

En 1987 la compañía se fusiona con otra marca de lujo, Moët Hennessey, para crear la poderosa LVMH, empresa líder mundial en la industria del lujo.

En 1997 Louis Vuitton incursiona en plumas de lujo creando su primera colección.



En 2001 es el turno de las joyas Louis Vuitton, con la creación por parte de Mark Jacobs (el diseñador estrella de la casa) del “Charm Bracelet”.

La saga de esta exitosa marca continúa, creando nuevos diseños cada año, ahora de la mano de chairman del grupo LVMH, Bernald Arnault.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR