

Back Stage

Burberry refuerza su posición de marca 'techie' y se alía con Line en Japón

Modaes
5 feb 2015 - 17:14

Burberry continúa sumando alianzas con empresas tecnológicas por todo el mundo. El último movimiento de la compañía británica ha sido firmar una colaboración con la aplicación móvil **Line**, que compite directamente con **WhatsApp**, para retransmitir su desfile que se celebrará en Londres en directo para sus usuarios de Japón.

El principal objetivo de esta alianza es crear sinergias con el consumidor japonés. El desfile, que se celebrará el próximo 23 de febrero, podrá verse en las pantallas de los dispositivos de los usuarios que sigan a la marca a través de esta aplicación.

No es la primera vez que Burberry crea sinergias de este tipo con aplicaciones para dispositivos móviles. La compañía británica utilizó **WeChat** en el mercado chino para mandar contenido audiovisual a sus clientes del país. **WeChat** también ha trabajado con otras compañías como la cadena de cafeterías **Starbucks**.

La compañía británica ha cerrado los tres meses hasta el pasado 31 de diciembre con un crecimiento del 15%, hasta 604 millones de libras (775 millones de euros).