

Instagram, el 'flagship' de Burberry por un día

Los diseños de edición limitada de la primera colección de Burberry a cargo de Riccardo Tisci estarán disponibles durante 24 horas después del desfile de la marca en la Semana de la Moda de Londres.

Modaes
13 sep 2018 - 05:00

Burberry, el 'flagship' de Burberry por un día

Image not found or type unknown

Burberry, a por el *hype*. Algunas piezas de edición limitada de la primera colección de Riccardo Tisci como director creativo de la compañía se podrán comprar en exclusiva durante 24 horas en las cuentas de Instagram y We Chat de la compañía, además de en la tienda insignia de Burberry en Londres.

La venta se pondrá en marcha después del desfile de la firma en la Semana de la Moda de Londres el próximo lunes 17 de septiembre. Es la primera vez que la compañía se lanza a la venta digital a través de las redes sociales. Las plataformas Instagram y We Chat han sido elegidas por el tirón que ejercen sobre los usuarios de la marca, en especial en el mercado asiático.

En paralelo, el *flagship store* de Burberry en la capital británica está atravesando un proceso de transformación de la mano del nuevo diseñador, que se incorporó a la compañía el pasado marzo. El establecimiento, situado en Regent Street, albergará salas temáticas y una instalación artística interactiva durante la semana de desfiles.