

EN SITUACIÓN

Documentos



El camino empieza al andar

Pikolinos es un estilo de vida, una forma de ver el mundo. Es la búsqueda de la felicidad que empieza, siempre, por la comodidad de nuestras creaciones. Ponte cómodo y deja que la felicidad empiece por tus pies.

Desde 1984 **Pikolinos** trabaja para que cada zapato sea único. Cuidamos cada uno de los procesos de manera artesanal para sellar el carácter de nuestros productos, algo que nos ha convertido en lo que somos, una firma internacional de prestigio con la firme apuesta por liderar el segmento fashion-comfort.

Esencia

Desde 1984 trabajamos para que cada zapato sea único. Cada nueva temporada es un desafío que afrontamos aportando toda nuestra experiencia y saber hacer.

[DESCUBRE MÁS](#)



Tecnología e innovación

A lo largo de los años, hemos demostrado un compromiso inquebrantable con la calidad, la artesanía y el diseño vanguardista, utilizando la innovación como un medio para mejorar continuamente nuestros productos y procesos. Hemos implementado sistemas avanzados que mejoran la eficiencia y la precisión de los procesos de fabricación. La automatización inteligente nos ha permitido reducir los tiempos de producción y optimizar los recursos, sin perder de vista la atención al detalle que caracteriza a nuestros diseños.

[DESCUBRE MÁS](#)



Tiendas

Espacios Pikolinos que reflejan la esencia de nuestra marca. La piel, la madera, el espíritu mediterráneo y los aromas cítricos se mezclan con nuestras colecciones para ofrecer una experiencia de compra única donde la sensación de comodidad impregna a todos nuestros visitantes.

[DESCUBRE MÁS](#)

Situación

Trabajas en una empresa de marketing. Pikolinos te acaba de contactar para que le des un nuevo aire a su marca. Les has propuesto los dos eslóganes siguientes:
– “Cultura de marca primero, estrategia de marketing después.”
– “Ponte cómodo y deja que la felicidad empiece por tus pies.”
Haz una presentación siguiendo estas indicaciones:

- 1 Recuerda el nombre de la marca y habla de su origen y su historia.
- 2 Introduce las propuestas de eslóganes.
- 3 Precisa su significado explicando la diferencia entre cultura de marca y estrategia de marketing.
- 4 Describe los logos y la combinación de colores elegida.