

# Inditex empieza a invertir en Marketing, aunque no en Publicidad

Redacción

10/10/2014 · 08:40

Por todos es conocido que *“Inditex no hace Publicidad porque no la necesita”.* Esta frase, repetida hasta la saciedad en el sector del **Marketing**, podría estar a punto de dar una vuelta de tuerca. (...)

La empresa no aplica **estrategias clásicas de marketing**, pero ya no da la espalda a la promoción de sus marcas más allá del punto de venta. Inditex se ha abierto a los medios de comunicación.(...)

**Contacto con influencers**

Cada vez se realizan más convocatorias por parte de Inditex. Esta semana, por ejemplo, ha sido el turno de **Stradivarius**, marca que ha lanzado su primera revista contando con el apoyo de celebrities, como **Poppy Delevingne**, para la difusión de su lanzamiento.

Lo mismo se hizo el pasado mes de abril en Madrid, en un evento de **Pull&Bear**que reunió a blogueras y DJ’s considerados influencers para el target de esta marca.

**Presencia en Redes Sociales**

Las marcas de Inditex cada vez tienen más presencia en las redes sociales: [Zara](https://twitter.com/ZARA" \t "_blank), [Stradivarius,](https://twitter.com/stradivarius" \t "_blank)[Pull&Bear](https://twitter.com/Pull_and_Bear" \t "_blank)y [Oysho](https://twitter.com/OyshoStore" \t "_blank)son algunas de las más activas.**Instagram** también ha sido un medio de promoción social que han aprovechado las marcas de Inditex, como [Zara](https://instagram.com/zara_worldwide" \t "_blank).(...)

Pese a todo lo anterior, Inditex mantiene la estrategia definida por Amancio Ortega de **no hacer inserciones publicitarias** millonarias en prensa, radio, televisión o internet.(...)

<https://www.reasonwhy.es/actualidad/anunciantes/inditex-empieza-invertir-en-marketing-aunque-no-en-publicidad_2014-10-10>