

# 1. ÍNDICE

## 1. Digital Fashion Brands




## 2. Objetivos del estudio

## 3. Panorama del sector de la moda en el ámbito online




A. Actualidad del comercio electrónico. El papel de España en el sector y cambios en 2017

B. Redes sociales. Visión general de los portales más utilizados: Facebook , Twitter e Instagram

## 4. Índice de Impacto Global de las 120 marcas de moda: Puntuaciones y Rankings

-  A. Puntuaciones: Moda-Retail
-  B. Puntuaciones: Lujo-Premium
-  C. Ranking: Globales, por plataforma y nacional

## 5. Impacto Digital de las 120 marcas de moda: mapa de semejantes y competidores

-  A. Manual de uso
-  B. Moda-Retail
-  C. Lujo-Premium

## 6. Twitter: publicaciones con impacto

## 7. Facebook: el imperio de las emociones

A. Imperio de las emociones

 B. Ranking y Top publicaciones (Totales)

 C. Ranking y Top publicaciones (en base a seguidores/ actividad)

## 8. Instagram: Top 20 marcas

 A. Análisis de contenido, Top 10 marcas Moda-Retail

 B. Análisis de contenido, Top 10 marcas Lujo-Premium

 C. Análisis de las estrategias creativas y comerciales de las Top 20 marcas

 D. Ranking y conclusiones

## 9. Casos de estudio

 A. Moda-Retail: Bershka

B. Lujo-Premium: Christian Dior

## 10. Las claves del estudio

**Quiénes somos / Contacto / Metodología**



## 2. Objetivos de estudio

El Informe “Impacto Digital de Marcas de Moda 2017” es un análisis comparativo de 120 marcas de *Moda-Retail* y *Lujo-Premium* y su comportamiento en el mundo online. Respecto al primer Informe de 2016 donde se presentaban datos sobre el impacto digital de las 120 marcas de moda realizado por comparación con sus semejantes y competidores, este 2º Informe aporta además un nuevo índice de Impacto Global, poniendo en relación tanto cifras absolutas como indicadores de impacto e interacción en términos relativos. Analizando para cada marca las plataformas web, Twitter, Facebook e Instagram.

**En definitiva, este 2º Informe, Impacto Digital de las Marcas de Moda 2017, presenta:**

- El impacto digital absoluto de las marcas analizadas: Rankings y puntuaciones
- El impacto digital relativo de las 120 marcas analizadas: relacionadas con sus semejantes y competidores

**Además, el Informe 2017, añade:**

- Una puntuación de cada marca con su impacto online
- Ranking de Top 10 marcas en cada plataforma analizada y Top 20 marcas a nivel global y a nivel nacional
- Un análisis en profundidad de Facebook: “El imperio de las emociones”
- Un análisis de las estrategias creativas y comerciales de las Top 20 marcas en Instagram