

ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD EN REDES SOCIALES DE MARCAS DE MODA EN NAVIDAD 2019



Periago Serrano, Mateo¹, Povedano Martínez, Pablo Ismael¹, Martínez María-Dolores, Soledad María², Cano, Antonio¹



Universidad Politécnica de Cartagena

¹ IES Floridablanca, ² UPCT

INTRODUCCIÓN

Con el incremento del uso de las redes sociales, las grandes marcas de ropa se han adaptado utilizándolas para hacer llegar sus productos a más gente.

OBJETIVOS

- Estudiar la presencia de las marcas de moda en las redes sociales
- Analizar la interacción de los usuarios con las empresas.

METODOLOGÍA

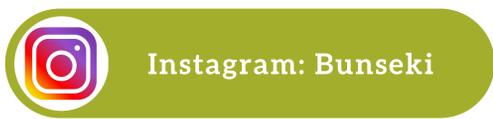
Recolección de datos de actividad de las marcas en redes sociales.

Periodo de estudio: 22 de diciembre - 22 de enero.

Muestra:

ADIDAS	NIKE	ZARA
H&M	DIOR	LEVI'S
CALVIN KLEIN	GUCCI	FOREVER21
LACOSTE	PUMA	TOMMY HILFIGER
CHANNEL	VAN'S	LOUIS VUITTON
RALPH LAUREN	HUGO BOSS	

Herramientas:



Facebook: Modelo PRGS

Cuadro PRGS



ontwice • Territorio creativo • gestación • PRGS Fuente: IAB Spain

Instagram:

Modelo PRGS no aplicable, se han tenido en cuenta otras métricas:

- Seguidores
- 'Me gusta'
- Comentarios
- Engagement o compromiso

Fórmula del engagement o compromiso

FÓRMULA DE ENGAGEMENT RATE
Para calcular el engagement de una sola publicación.

TOTAL DE INTERACCIONES

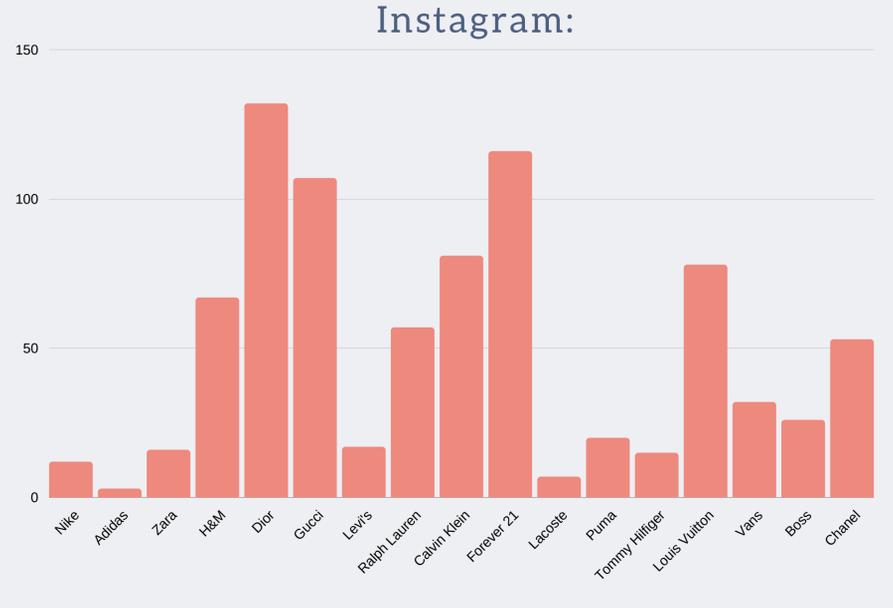
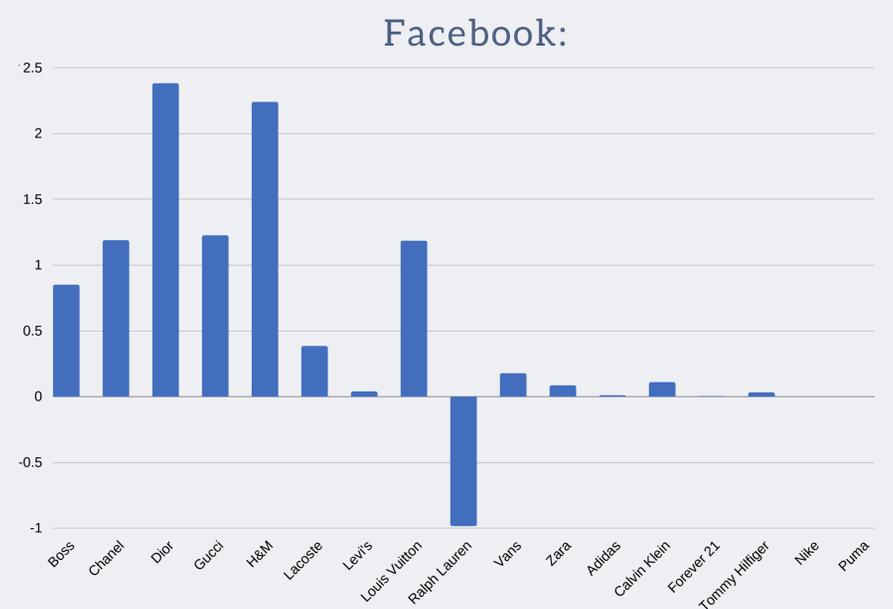
TOTAL DE SEGUIDORES
seguidores actuales

X 100

FÓRMULA PARA CALCULAR EL ENGAGEMENT RATE DE TU PÁGINA/PERFIL

RESULTADOS

Número de 'me gusta' por seguidor:



CONCLUSIONES

- Diferentes marcas utilizan diferentes redes sociales, según su público objetivo.
- El éxito en las redes no tiene correlación con la cantidad de publicaciones subidas.
- Una publicación polémica puede arruinar la imagen de una marca en las redes.
- Sería conveniente que las empresas implementaran un modelo como el PRGS para determinar su rendimiento en las redes sociales, para mejorar su imagen online.
- La mayoría de las empresas son más activas en Instagram, donde se encuentra su público objetivo. Además, las imágenes son un medio ideal para promocionar productos de moda.