
Modaes

Back Stage

Victoria Beckham y Michael Kors: los reyes de las redes sociales

La empresa de la mujer de David Beckham, el diseñador estadounidense y Tommy Hilfiger fueron las tres compañías de moda que más interacción digital generaron durante la Semana de la Moda de Nueva York.

Modaes
22 feb 2017 - 10:35



Las redes sociales son un multiplicador de visibilidad para las empresas de moda. Durante la Semana de la Moda de Nueva York, **Victoria Beckham**, **Michael Kors** y **Tommy Hilfiger** fueron las tres compañías que más actividad digital generaron en redes sociales en los días de sus respectivos desfiles, según un estudio de la consultora de márketing **ListenFirst Media**.

Victoria Beckham consiguió un millón y medio de interacciones el doce de febrero, día en que presentó su colección. La compañía consiguió generar más *engagement* que la suma de las tres empresas de moda siguientes en la clasificación. La estrategia digital consistió en publicar más contenido ese día que ningún otro diseñador del

1 / 2

<https://www.modaes.com/back-stage/victoria-beckham-y-michael-kors-los-reyes-de-las-redes-sociales>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

certamen, así como generar las publicaciones más populares en Facebook, Instagram y Twitter.

Michael Kors logró el segundo lugar en este ránking, con cerca de 968.000 interacciones digitales. El 90% de ellas tuvieron lugar en Instagram y protagonizó el 21% de todas las publicaciones relacionadas con la Semana de la Moda de Nueva York en el día de su desfile. Contenido como las imágenes de *backstage* y la invitación de celebridades con muchos seguidores en redes sociales como la actriz Blake Lively o la modelo Jourdan Dunn también fueron decisivos, según el estudio.

Victoria Beckham consiguió un millón y medio de interacciones el doce de febrero, día en que presentó su colección

Tommy Hilfiger generó 837.951 interacciones digitales gracias a su desfile *see now buy now* en Los Ángeles, que contó con la participación de la modelo Gigi Hadid. El contenido producido por la propia empresa fue el más atractivo del día a través de Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, en el marco del certamen de moda.

La lista de las diez compañías más exitosas en redes sociales en Nueva York la cierran **Sherril Hill** (754.192 interacciones), **Ralph Lauren** (422.745), **Marc Jacobs** (404.090), **Calvin Klein** (401.372), **Tory Burch** (183.289), **Coach** (178.548) y **Alexander Wang** (108.374). Para el estudio, **ListenFirst Media** recopiló datos de interacción digital en las redes sociales más relevantes en la actualidad.