

Programa digital alrededor del desfile de la colección FW14 para mujer de Tommy Hilfiger

Desde la introducción del servicio Social Concierge la temporada pasada hasta el primer InstaMeet de un desfile de pasarela, el programa digital de Tommy Hilfiger para la temporada de otoño 2014 consigue crear una experiencia democrática en torno a la semana de la moda tanto para la industria como para los consumidores. Para hacer el desfile de la colección de otoño 2014 de Tommy Hilfiger más accesible a nuestro público internacional, las iniciativas digitales de la marca para esta temporada adoptan el papel que la estrategia digital y los medios sociales juegan en la industria actualmente.

“Hubo un tiempo (no hace tanto) en que los desfiles de moda se celebraban a puerta cerrada y las colecciones tardaban seis meses en llegar al consumidor. Nuestras iniciativas digitales subrayan las diferencias entre cómo hacíamos los desfiles de moda antes y cómo se hacen en la actualidad”, Tommy Hilfiger

“Con el énfasis puesto en el carácter accesible e inclusivo de la marca, Tommy Hilfiger continúa realizando el papel de los medios digitales en nuestros desfiles de pasarela. Para el otoño 2014, nos hemos centrado en ampliar los servicios a la industria y ofrecer mayor accesibilidad para nuestros seguidores en medios sociales. A través de nuevas iniciativas digitales, nuestro desfile de pasarela se está convirtiendo en una experiencia cada vez más democrática, ya que satisface la demanda de acceso inmediato a la información de los consumidores y el ritmo actual de la industria”, Avery Baker, directora de Marketing del Grupo Tommy Hilfiger

SOCIAL CONCIERGE

“¿Lo quieres? Nosotros lo conseguimos. Tú lo compartes. El servicio Social Concierge de Tommy Hilfiger ofrece a los medios y a los amigos de la marca un pase con acceso ilimitado a mi desfile de pasarela”, Tommy Hilfiger

Social Concierge personaliza y adapta el modo en que los medios, personalidades del mundo de la moda y consumidores viven el desfile de otoño 2014 de Tommy Hilfiger. Un equipo formado expresamente para ello, a pie de pasarela y online, capturará los recursos solicitados bajo petición que proporcionarán acceso inmediato y personalizado a la colección de temporada y al desfile de pasarela de Tommy Hilfiger. El concepto se introdujo en septiembre de 2013 para dar respuesta en tiempo real a las peticiones de recursos de los medios y profesionales del mundo de la moda durante el desfile. En cuestión de minutos, el equipo de Tommy Hilfiger proporcionaba recursos personalizados “a la carta”, que podían incluir desde una imagen detallada de un accesorio hasta mensajes personales escritos a mano por nuestras modelos.

Social Concierge vuelve para el desfile de otoño 2014 con accesibilidad mejorada y una perspectiva verdaderamente internacional.

En respuesta a las peticiones de acceso al servicio Social Concierge a personas fuera del recinto del desfile, la prensa de moda de todo el mundo, incluidos los medios que no acuden a la Semana de la Moda de Nueva York, está invitada a utilizar este servicio exclusivo. Por primera vez, Social Concierge también estará disponible para los seguidores de la marca en medios sociales, que ahora podrán enviar sus peticiones de fotografías originales a través de Twitter y Facebook. Esta capacidad de los medios y consumidores de solicitar recursos a través de los canales de Tommy Hilfiger en medios sociales subraya la importancia de la inmediatez en la disponibilidad de recursos para la publicación en estos medios. Los medios y los consumidores no quieren esperar para ver la cobertura del evento y Social Concierge les facilita este proceso.

Después de la Semana de la Moda de Nueva York, el equipo de Social Concierge continuará ofreciendo servicios personalizados (desde imágenes exclusivas hasta peticiones de modelos) a invitados VIP en las semanas de la moda de Londres, Milán y París.

“El servicio de Social Concierge de Tommy Hilfiger satisface las demandas de ritmo frenético de la industria de la moda actual. Se trata de ofrecer a los medios y socios clave exactamente lo que quieren, justo en el momento en que lo quieren, y aprovechar la increíble energía, entusiasmo y emoción presentes durante el espectáculo. Esta mentalidad de inmediatez es un componente importante para amplificar el mensaje de nuestra marca en la nueva era digital de la moda, en la que la cobertura y los comentarios se producen en el momento, justo antes de pasar al siguiente”, Avery Baker

INSTAMEET

“Al introducir el concepto de InstaMeet en un desfile internacional por primera vez, estamos capturando el potencial de los medios sociales para ofrecer una cobertura de eventos verdaderamente democrática”. Tommy Hilfiger

Para el desfile de esta temporada, Tommy Hilfiger ha reunido a un grupo de 20 usuarios de Instagram locales para que participen en el primer InstaMeet en un desfile. En colaboración con dos influyentes miembros de la comunidad de Instagram en Nueva York, Brian DiFeo (@bridif) y Anthony Danielle (@takinyerphoto), Tommy Hilfiger presentará el desfile en InstaMeet, donde invitará a los participantes a que se unan a él en persona en el Park Avenue Armory en directo. El primer InstaMeet de un desfile de moda de la industria respalda el compromiso de Tommy Hilfiger de abrir la experiencia del desfile y ofrecer un acceso instantáneo sin precedentes a un público internacional más amplio.

Los usuarios de Instagram han podido registrarse para acudir a este InstaMeet en Eventbrite desde el 21 de enero. El grupo de Instagrammers seleccionado estará invitado a participar en el InstaMeet del desfile el lunes 10 de febrero. Con un recorrido guiado por el recinto, los usuarios de Instagram podrán explorar y comentar sus impresiones visuales sobre unos de los espectáculos de moda más importantes de Nueva York desde su cuenta personal de Instagram con los hashtags #tommyfall14 y #nyfwinstameet.

Los InstaMeets se organizan en todo el mundo y pueden ser a escala local o global; surgen de forma natural en la comunidad Instagram y reúnen a entusiastas en torno a un evento o lugar común. Al compartir fotos con una etiqueta específica, los InstaMeets recopilan recursos que abarcan una amplia gama de opiniones personales y puntos con vistas privilegiados de un tema concreto.

<http://tommyfall14.eventbrite.com>

RETRANSMISIÓN EN DIRECTO Y “THE CONVERSATION”

“Tenemos un público internacional que participa en una sola conversación”. Tommy Hilfiger

El desfile de la colección FW14 de Tommy Hilfiger se podrá ver en directo en todo el mundo a través de vídeos, imágenes y “The Conversation” (un canal de medios sociales en directo) en tommy.com desde el histórico Park Avenue Armory. También verán reacciones en tiempo real de las modelos, personalidades destacadas de la industria, seguidores de la marca y el propio Tommy Hilfiger en los medios sociales. Todos los invitados y los espectadores pueden unirse a “The Conversation” en Instagram y Twitter con el hashtag #tommyfall14. Como voz verdaderamente democrática durante el espectáculo, donde se comparten cientos de perspectivas diferentes en torno al evento, “The Conversation” reproduce los comentarios en tiempo real de personas influyentes en el mundo digital y fomenta un diálogo con nuestro público internacional a través de diversas plataformas digitales.

Para ampliar la accesibilidad internacional al evento, los espectadores pueden disfrutar de la retransmisión en directo de nuestros socios de medios de comunicación en todo el mundo.

LA PRESENCIA DE TOMMY HILFIGER EN LOS MEDIOS SOCIALES

“Nos planteamos retos constantemente para desarrollar contenidos digitales interactivos que conviertan el desfile de Tommy Hilfiger en un evento más democrático y accesible a nuestro público internacional, y que además están adaptados a las numerosas plataformas a través de las cuales nos comunicamos con ellos”. Tommy Hilfiger

Facebook y Google +: centro de la Semana de la Moda de Nueva York

No te pierdas ningún detalle antes, durante y después del desfile y envía tus peticiones de fotografías originales a través de Social Concierge.

Instagram: la gente y el estilo

Echa un vistazo entre bambalinas con actualizaciones inmediatas directamente desde el Park Avenue Armory, y no te pierdas el primer InstaMeet de un desfile de moda utilizando la etiqueta #nyfwinstameet.

Twitter: Tommy Hilfiger comparte su punto de vista

Vive el desfile a través de los ojos del diseñador principal, quien compartirá su perspectiva única sobre su inspiración y los preparativos de la Semana de la Moda de Nueva York.

Pinterest: marca tus favoritos

Selecciona y cuelga tus looks favoritos de nuestro panel TommyFall14.

YouTube: disfruta del espectáculo en vivo

Accede al espectáculo en directo desde nuestro canal de YouTube.

SERVICIO DE PRENSA: RUNWAY NEWSROOM

Nuevos recursos introducidos para la temporada de otoño 2014

“Runway Newsroom es nuestra respuesta a las demandas de la industria de acceso global en tiempo real a nuestra colección de recursos y materiales. Los profesionales del sector tendrán acceso a las imágenes del espectáculo en sus teléfonos antes de levantarte del asiento”. Tommy Hilfiger

La sección destinada a la prensa Runway Newsroom ofrece acceso global a todos los materiales de prensa relacionados con la colección de Tommy Hilfiger, y además la hemos actualizado para la temporada de otoño 2014 con un diseño adaptado a dispositivos móviles, una función integrada para compartir contenidos en las redes sociales y recursos adicionales. El portal centralizado simplifica la distribución en el sector al poner a disposición inmediata una amplia gama de recursos a través de esta plataforma, entre los que se incluyen:

- Vídeo del desfile de pasarela íntegro
- Notas de prensa en siete idiomas
- Comentarios de Tommy
- Serie de cortometrajes
- La organización del desfile
- Materiales inspiradores
- Listas de canciones
- Detalles de diseño del escenario
- Pack de secuencias de vídeo adicionales

... ¡y mucho más! Los recursos de la marca se actualizan regularmente desde la sala de prensa del desfile para incluir los materiales de la campaña publicitaria de la temporada.