

Índice

Zara 3

Elie Saab 4

Rapsodia 6

Balenciaga 7

Alexander Wang 8

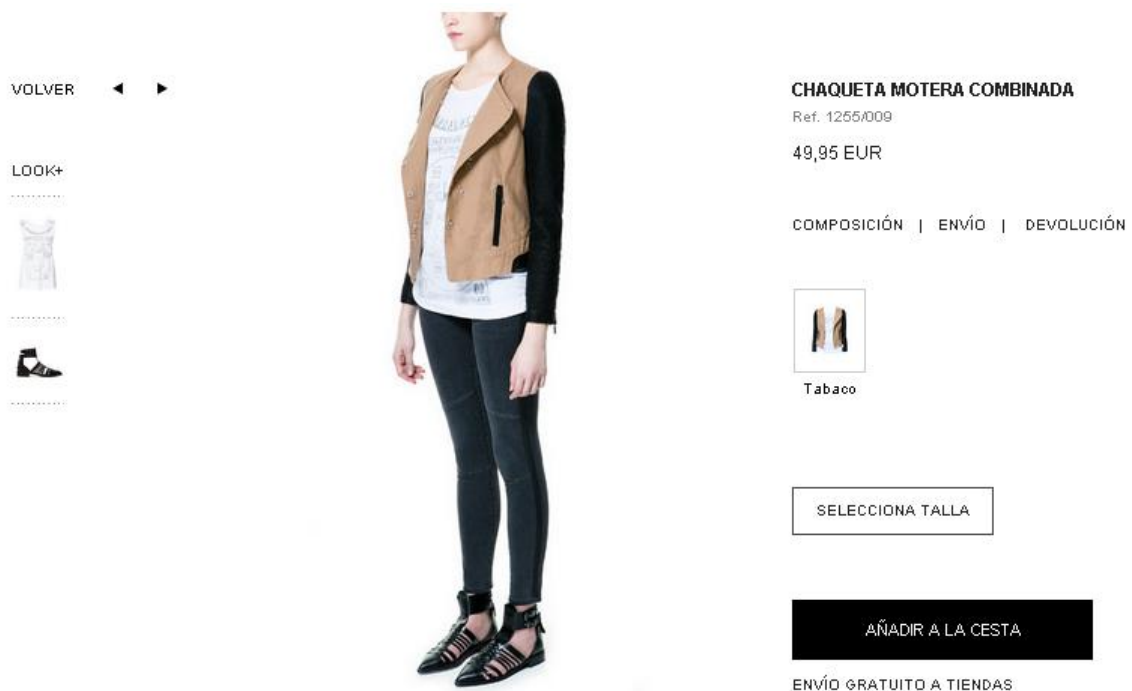
Fuentes 10

1. www.zara.com

El sitio contiene una imagen central de una modelo. Después hay una lista al costado que contiene información sobre lo último de la semana, la ropa de temporada dividida en categorías, la campaña, el lookbook y otros datos acerca de la marca.

El color de fondo del sitio web es blanco y el de la tipografía es negro. En la página principal sólo hay una imagen central en movimiento de una modelo que lleva prendas de la temporada actual. Si se la clikea, nos lleva a una galería de imágenes de la misma modelo.

Al costado izquierdo se encuentra una lista donde se puede ver lo último de la semana y la colección de esta temporada dividida en tres categorías: mujer, hombre, niños y trf. TRF, simplificación de Trafaluc, es la segunda línea de Zara y está dirigida a un público más joven. Cada prenda, salvo los accesorios como zapatos y carteras, se muestra siempre con un conjunto y al cliquear sobre la modelo, se puede ver el producto por separado. La división de las prendas según la línea a la que pertenecen es buena ya que permite una mejor organización y facilita a los clientes la búsqueda de productos puntuales.



The screenshot shows a product page for a 'CHAQUETA MOTERA COMBINADA' (Combined Motorcycle Jacket). The central image shows a model wearing the jacket, a white t-shirt, black leggings, and black sandals. To the left, there is a 'VOLVER' button with navigation arrows and a 'LOOK+' section with two small images of clothing items. To the right, the product name 'CHAQUETA MOTERA COMBINADA' is displayed, followed by the reference number 'Ref. 1255/009' and the price '49,95 EUR'. Below this, there are links for 'COMPOSICIÓN | ENVÍO | DEVOLUCIÓN'. A small image of the jacket is shown with the label 'Tabaco'. At the bottom right, there is a 'SELECCIONA TALLA' button and a black 'AÑADIR A LA CESTA' button. The text 'ENVÍO GRATUITO A TIENDAS' is visible at the very bottom.

Después ofrece información sobre las aplicaciones disponibles de la marca, cómo instalarlas y usarlas. Se pueden ver comentarios de usuarios que ya utilizan estas aplicaciones y lo positivo de esto es que genera una confianza con el cliente al poder ver las opiniones de otros que no sea la empresa misma. Luego se pueden ver las campañas y lookbooks de las diferentes líneas de Zara. Al final de lista hay información extra sobre la empresa, como el newsletter, los locales, prensa, redes sociales en las que la marca tiene una cuenta, etc. El hecho de que Zara provea este

tipo de información muestra que le importa transmitir una buena imagen de la marca al consumidor.

En la parte superior derecha de la web hay otra lista donde se puede seleccionar el idioma, entrar a la cuenta de Zara si uno es usuario de la página, la cesta de compra y las formas de contacto con la empresa si uno necesita ayuda.

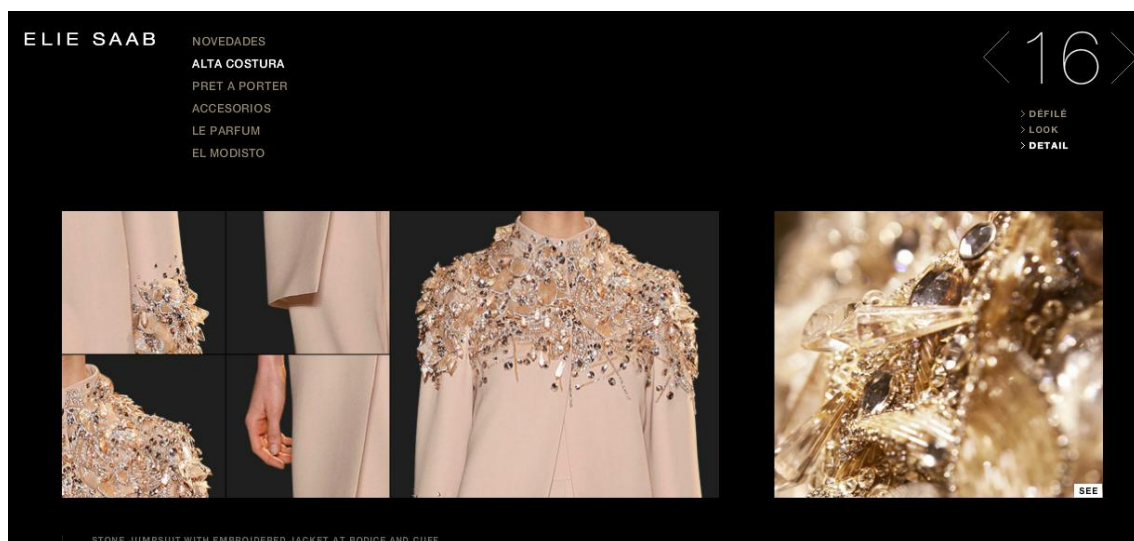
La información en general está actualizada, menos el lookbook ya que todas son del mes de febrero. Sólo se muestran las campañas y colecciones de esta temporada.

2. www.eliesaab.com

El sitio tiene de fondo un video de la última campaña de Elie Saab. Luego contiene información sobre las novedades, las líneas de alta costura y pret a porter, accesorios, el perfume de la marca, el modisto, newsletter, puntos de venta, contactos, aviso legal y las páginas de Facebook y Twitter de la marca.

La fuente que se utiliza para la tipografía de la página es la característica de Elie Saab. En el costado izquierdo se halla la lista con la información nombrada anteriormente. En novedades se pueden encontrar noticias recientes sobre la marca, como los desfiles y las campañas. Además, hay una sección llamada “Alfombra roja” donde hay una galería de imágenes de famosas en eventos con vestidos de Elie Saab. Se detalla la fecha exacta del evento, el nombre de la persona y el vestido usado.

En cuanto a las líneas de alta costura y pret a porter, los vestidos y otras prendas se muestran por medio de videos de desfiles, en vez de imágenes. También está la opción de ver el look individualmente e imágenes detalladas de cada prenda. El hecho de que se pongan fotos detalladas de la ropa, muestra cómo la marca quiere destacar la característica principal del diseñador, quien se lo conoce por trabajar los vestidos de forma detallada y minuciosa.



Tanto la ropa como los accesorios, están divididos en temporadas. La única diferencia entre estas dos categorías es que los accesorios se muestran solamente por medio de imágenes. Igualmente, siguen teniendo la opción de ver los detalles de cada producto. Toda la información que tiene que ver con el perfume de Elie Saab se presenta mediante videos, imágenes y poco texto. Se describe desde el proceso de creación del perfume hasta el armado de la publicidad. Por último, en la parte de “El modisto” se puede leer la biografía del creador de Elie Saab y la historia de la marca.

La información está actualizada ya que se muestran los productos de esta temporada. Además, se muestran las campañas y colecciones de la temporada anterior.

A continuación se analizarán 3 colecciones de la línea de alta costura anteriores a la actual.

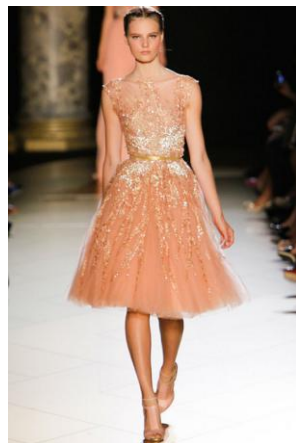
La colección otoño invierno 2012/2013 se caracteriza por vestidos que van del negro a gamas del nude, azul, dorado, champán y blanco. Son centelleantes, delicados e irisados por los detalles de diamantes, lentejuelas y pedrería como protagonistas importantes que dibujan motivos naturales enredados en las telas, muchas de ellas de encaje, y los hacen brillar. En cuanto al largo, son hasta el suelo o midi y tienen una gran variedad de escotes, como en pico, redondos, cuello alto, etc. Lo que tienen en común todos los vestidos es que están ceñidos en la cintura por un cinturón metálico.



Para la colección primavera verano 2012, predomina paletas de colores amarillo suave, rosa, lila y azul. Los vestidos son largos y sinuosos con mangas de encaje que llegan hasta el piso y las faldas tienen mucho tul. Las telas se caracterizan por las flores que se enredan en seda, pétalos labrados en encaje y hojas que se amontonan en capas de tul. Mediante estos detalles, la colección expresa la fragilidad y la delicadeza.



En la colección de otoño invierno 2011/2012, predomina la transparencia combinada con el encaje y los brillos. Se usan colores claros como el nude, dorado, gris, plata, malva y azul. En cuanto a los vestidos negros, se plasman en diseños de joya con escotes de vértigo, asimétricos y con cinturas entalladas. Se destacan los vestidos cocktail, hechos con el mismo tejido y formas que los vestidos largos pero en versión mini.



3. www.rapsodia.com

La página contiene información sobre la campaña, lookbook, revista, la marca, locales, responsabilidad social corporativa, contacto, etc. En la parte central hay un recuadro donde se ven imágenes de la campaña actual y el lookbook de esta temporada.

Los colores que predominan son los tonos del violeta, negro y rosa oscuro. El color del texto en general es dorado y blanco. En la parte de la campaña, se puede ver un video, imágenes y un texto explicando la inspiración de esta colección. También se presentan videos en la parte de lookbook, locales y nosotros, donde la marca explica sus características. Asimismo, el sitio web está unido a otras redes sociales donde Rapsodia tiene cuentas.

La información está actualizada pero no se muestran campañas y colecciones pasadas. En mi opinión, la información debe actualizarse periódicamente ya que esto afecta el interés de las personas que entran a la página. Si uno ve que hay información renovada, tiende a entrar constantemente a la página ya que puede ver cosas nuevas. De no ser así, deja de acceder a esa página y decide buscar lo que busca en otras.



4. www.balenciaga.com

El sitio web tiene información sobre las colecciones, la línea pret a porter, los accesorios, perfumes, locales y la marca.

El color del fondo es blanco y el de la tipografía es negro. En la página principal hay un recuadro con 6 imágenes que llevan a links que contienen la información nombrada en el párrafo anterior. En las colecciones, se pueden ver imágenes de todos los looks. La línea pret a porter y de accesorios están divididas en mujer y hombre y a su vez en tipos de productos. Cada producto tiene datos puntuales como detalles y cuidado, entrega, condiciones de devolución, tallas y el precio. En cuanto a los accesorios, también se muestran los colores disponibles. Luego se muestran las 3 líneas de perfume que posee la marca. En la sección de “La casa Balenciaga”, se puede ver la historia de la marca desde su inicio, los años '30, hasta la actualidad y las campañas realizadas desde 1998 hasta hoy. El hecho de que se provea este tipo de información muestra la importancia que esta casa de moda le da a su historia y evolución.

Historia

Campañías

2013

2012

2011

2010

2009

2008

2007

2006

2005

2004

2003

2002

2001

2000

1999

1998

← BACK TO TOP



En la parte inferior de la página web hay una barra donde se provee asistencia, los links a las redes sociales donde Balenciaga tiene páginas e información de contacto, de política de privacidad y aviso legal. Asimismo, en la parte superior derecha se encuentra el newsletter, la cesta de compra y la opción para entrar a la cuenta de la página.

La información está actualizada. Se muestran las colecciones y campañas de los años '90 hasta la actualidad.

5. www.alexanderwang.com

El sitio web contiene información sobre los productos, lookbook, campañas, locales, etc.

El color del fondo de la página es negro y la tipografía es de color gris, negro y blanco. Se utilizan solamente estos colores ya que son los que representan a Alexander Wang. La ropa está dividida en mujeres y hombres y a su vez en dos líneas: la pret a porter y T de Alexander Wang. Después se muestran los accesorios y "objetos", que es una colección reciente donde se ofrecen objetos de la vida cotidiana, desde ceniceros, cuadernos, candados para la bicicleta, etc.

En la parte de lookbook se pueden ver las temporadas del año 2013 mediante videos e imágenes. En la categoría "Estudio", se provee información acerca de las últimas noticias, videos, campañas, locales, vidrieras, biografía del diseñador y las redes sociales en las que la marca tiene una cuenta.

En la parte inferior de la página se puede acceder al localizador de locales, atención al cliente, formas de contacto con la empresa, términos y condiciones, información sobre las garantías de los productos, etc. En cuanto a la parte superior, está la opción de acceder a la cuenta de la página y el buscador.

La información está actualizada y se pueden ver campañas y colecciones del año pasado.

ALEXANDER WANG

Search

[WOMEN'S](#) [MEN'S](#) [ACCESSORIES](#) [OBJECTS](#) [EXCLUSIVES](#) [LOOKBOOK](#) [STUDIO](#)



PLAYING CARDS
[SHOP NOW](#)

Fuentes de consulta

- www.alexanderwang.com
- www.balenciaga.com
- www.eliesaab.com
- www.rapsodia.com
- www.vogue.es
- www.zara.com