

MARKT IN CIJFERS

IIZT 'SOCIAL WAR'-RAPPORTAGE TWEEDE HELFT 2016

Wie is het grootst op social media?

Wat hebben de merken Victoria's Secret, Nike en H&M gemeen? Ze doen het alle drie bijzonder goed op social media. Dat blijkt uit de 'Social War'-rapportage over de tweede helft van 2016 van IIZT, dat onderzoek doet naar de prestaties van merken op social media.

Productie: Rosita van der Kwaak



RICHARD DERKS
directeur IIZT

LAAT (VAN) JE HOREN!

Het beste engagement op social media in de tweede helft van 2016 heeft Nike. De unlimited campagne en de Olympische Spelen hielpen daarbij, en in het straatbeeld is sportswear ook in Europa steeds zichtbaarder. Tweede is Victoria's Secret dat zich enorm leent voor visueel spektakel en foto's en bewegende beelden die gretig worden gedeeld. De show in Parijs is enorm uitgemolken, voor tijdens en na het event, en de celebs en modellen worden geraffineerd ingezet. Als derde eindigt Rapha, het sportfashionmerk met een duidelijk high-end profiel, dat ook steeds meer streetwear biedt. Hun documentaireachtige video's over touren in Noord-Italië presteren erg goed. Het hoogste Facebook-engagement hebben we bij hen gemeten dit jaar. Om toch nog wat Hollands Glorie te kunnen benoemen, Scotch & Soda scoort een vierde plek. Het engagement van dit merk is snel opgelopen door opnieuw een campagne om streetlife in Amsterdam heen te maken. De trends die het best presteren, zijn unlimited, celebrities, real life experience en behind the scenes. En bijna alle hoge performances zijn gehaald met video. We voorspelden het al in 2011, maar in 2016 heeft video echt de positie ingenomen van meest impactvolle uitingsvorm. Op naar 2017, met nog extremere profileringen en herkenbaarheid in plaats van onbestemdheid. Mensen willen een duidelijk geluid horen. Wie ben je?

Sinds 2011 analyseert IIZT zeventig modemerken en hun prestaties op social media. Dit 'Social War'-onderzoek focust op engagement met fans van zowel Nederlandse als wereldwijde merken. Info: www.iizt.com

Top 10 modemerken met de meeste fans op Facebook

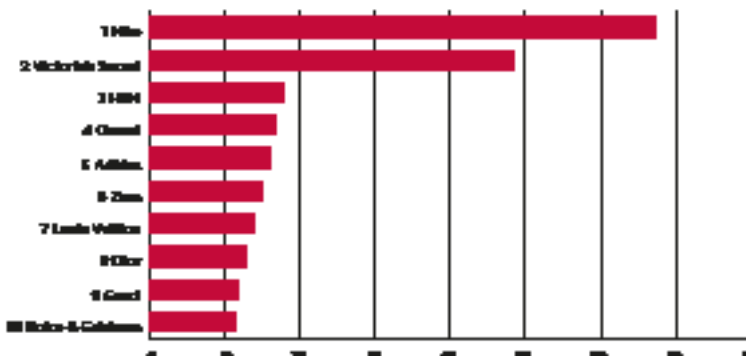
(x 1 miljoen)



Converse blijft het grootste merk op Facebook, maar heeft wel wat fans verloren ten opzichte van het eerste kwartaal van 2016. De voorsprong wordt wel steeds kleiner, want andere spelers groeien flink. H&M is nog sneller gegroeid dan Victoria's Secret en Burberry is ingehaald door Louis Vuitton en Chanel.

Top 10 modemerken met de meeste fans op Instagram

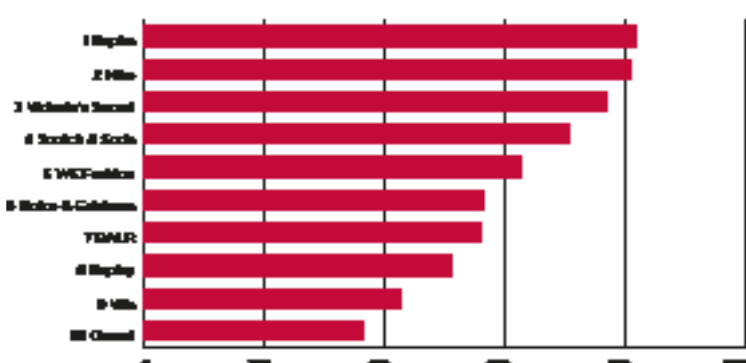
(x 1 miljoen)



Chanel heeft een gigantische groei doorgemaakt op Instagram: kwam het luxemerk eerst niet eens voor in de top 10, nu staat het op de vierde plaats. Ook Louis Vuitton heeft een plek in de top 10 weten te veroveren. Ten koste van Prada en Burberry.

Top 10 hoogste engagement stijgingen op Facebook

(in %)



Het hebben van de meeste fans leidt niet automatisch tot het hoogste engagement, want kleinere fanbases zijn vaak kwalitatiever en interactiever. Kijk maar naar Rapha, Scotch & Soda, WE Fashion, BALR en Vila.

12,5 miljoen

volgers maken Chanel tot grootste merk op Twitter.

70.000

fans heeft WE Fashion 'slechts' op Facebook, maar de retailer staat wel in de top 10 engagement.

MEER CIJFERS

Regelmatig brengen we online een update van actuele marktcijfers. Kijk op www.textilia.nl/ondernemen (dossier Marktcijfers).