

Joyería Urendez y Robles explica las firmas que están de moda en Instagram

Instagram es la plataforma social por excelencia en el mundo de la moda y los complementos. Con el paso del tiempo han ido surgiendo marcas de joyería emergentes que han sido capaces de convertirse en tendencia entre las influencers más conocidas

Instagram es la plataforma social por excelencia en el mundo de la moda y los complementos. Con el paso del tiempo han ido surgiendo marcas de joyería emergentes que han sido capaces de convertirse en tendencia entre las influencers más conocidas. Para que su marca funcione muchas empresas tienen que saber usar esta red social más que bien para generar ventas. A continuación un resumen de algunas de las marcas con más repercusión en Instagram del verano 2018:

María Pascual

Es la marca de joyas más popular de la red social acumulando casi 200.000 seguidores. Las influencers más cotizadas del momento han lucido en más una ocasión las alhajas diseñadas por esta casa catalana. Una de sus piezas estrella es el colgante con forma de media luna que ganó un éxito enorme durante el pasado 2016 y que se convirtió en una tendencia en el mundo it girl. En todas las redes sociales estaba este famoso collar, supieron venderlo muy bien ya que hicieron muchas campañas y promociones además de contar con famosas del mundo de la televisión y de internet.

P D Paola

Con más de 180k de seguidores esta joven firma de origen catalán nació hacia el año 2014 y su éxito fue tal que llegó a facturar más de un millón y medio de euros durante su último ejercicio. Sus propuestas se basan en un elegante minimalismo que ha captado la atención de las amantes de la bisutería. Está presente en varios puntos del mundo, entre ellos Estados Unidos o Francia. A parte de sus colecciones, este perfil gusta por su diseño en el perfil de las redes sociales, siempre con colores acordes y con mucho simetrismo entre sus publicaciones.

Oui petit

Su creadora construyó la marca basándose en sus propias necesidades. Victoria Montero se había dado cuenta de que en el mercado no existía una marca orientada a la fabricación de joyas sencillas, económicas, elegantes y capaces de combinarse con cualquier tipo de look. Afincada en Córdoba, esta visionaria cuenta hoy con más de 60.000 followers en la red social. Victoria se basó en sus propios deseos, necesidades y gustos para así poder hacer un perfil en que se reflejara lo que a ella le gustaba, eso fue todo un acierto ya que sus gustos eran compartidos con más seguidoras y esto fue incrementándose con el paso del tiempo hasta llegar a la cifra de hoy.

Viceroy

Viceroy es una de las referencias del mundo de la joyería en redes sociales. Cuenta con canales altamente dinámicos capaces de involucrar a todo tipo de influencers y generar altos ratios de engagement. Cuenta con más de 10.000 seguidores y ha contado con la participación de

personalidades como Noe López o José Lamuño. Además de la marca principal, Viceroy cuenta con muchas tiendas/cuentas que también distribuyen sus productos, estos pueden causar hasta mas engagement que ellos. Uno de los ejemplos es Joyería Urendez y Robles, una joyería malagueña que distribuye joyas de Viceroy entre otros, al ser una tienda más pequeña tiene su target muy definido y sus seguidores lo prefieren antes que a otras marcas.

Lowlita & U y Ouibyou

Con más de 70.000 followers, esta marca cuenta con una enorme variedad de productos entre los que se encuentran los brazaletes, las pulseras o los relojes. Cuenta con ofertas exclusivas y de lo más interesantes para todos aquellos clientes que formen parte de su comunidad de seguidores. El proyecto de Ouibyou ha sido lanzado por Laura Somoza, la redactora jefe de la marca Elle. Recibiendo gran influencia por parte de Dior ha conseguido posicionarse como una de los sellos más exitosos y que ha contado con embajadoras como Chiara Ferragni. Hoy cuenta con más de 30k followers.

Instagram con su etiquetado de productos cada vez es más famoso en empresas de este sector, la moda, la cosmética y la belleza cada vez se abren más hueco en el mundo online gracias a estas redes sociales que no solo ayudan a su repercusión sino que hacen que tenga un mayor alcance y hasta pueda llegarse a producir la venta.

Datos de contacto:

ALVARO GORDO
951650484

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Moda E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>