COOLHUNTING DIGITAL

A la caza de las últimas tendencias

El primer libro dedicado en exclusiva a las técnicas digitales de coolhunting

DOSSIER DE PRENSA

COOLHUNTING DIGITAL, A LA CAZA DE LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS

El primer libro dedicado en exclusiva a las TÉCNICAS DIGITALES DE COOLHUNTING

EL COOLHUNTING DIGITAL

En la última década, el análisis e investigación de tendencias se ha convertido en una herramienta clave para todo tipo de industrias o sectores.El libro - Coolhunting digital, a la caza de las últimas tendencias - aporta una visión cercana, realista y práctica del coolhunting realizado con medios digitales, denominado coolhunting digital o coolhunting 2.0.

EL COOLHUNTER UN PROFESIONAL CLAVE

Las empresas más innovadoras se adelantan a la competencia gracias al coolhunting y a la figura del coolhunter o cazador de tendencias. Un profesional, cada día más en auge, que se encarga de identificar y cazar lo que serán futuras tendencias en diversos sectores, como el diseño, la moda, el interiorismo, la comunicación, la fotografía, la arquitectura, el arte o la tecnología .

EL COOLHUNTING COMO FACTOR DIFERENCIAL

Conocer la metodología y las técnicas de coolhunting o análisis de tendencias puede ser decisivo para muchos profesionales del mundo del diseño, del marketing o de la comunicación, ya que les permitirá conocer antes que nadie lo que se llevará o lo que el futuro cliente adoptará.

La disciplina de coolhunting está siendo adoptada de dos formas diferentes: como profesión o como una competencia adicional incorporada a otra actividad profesional.

Internet y los medios digitales han revolucionado el coolhunting. Si bien, hace unos años, un coolhunter debía estar constantemente viajando para buscar los indicios de tendencias a pie de calle en las ciudades más punteras como Londres, Los Angeles o Tokio, ahora, gracias a la Red de Redes ya no es necesario semejante despliegue. Mediante Internet es posible acceder y analizar las últimas tendencias, seguir a trendsetters e innovadores, monitorizar el sector de la moda, analizar los últimos eventos mediáticos, descubrir los estilos más vanguardistas localizados en las calles de las ciudades más influyentes y un largo etcétera.
Internet pone a nuestro alcance toda la información y herramientas necesarias para la búsqueda y caza de futuras tendencias de consumo.

Si bien ya hay en el mercado otros libros teóricos sobre la materia del coolhunting, el objetivo de este libro no es otro que el de aportar una visión cercana, realista y práctica del coolhunting realizado con medios digitales, denominado coolhunting digital o coolhunting 2.0, y mostrar a través de sus páginas las posibilidades que ofrecen las herramientas digitales para la identificación, predicción, análisis y caza de tendencias globales; conocimientos que el lector podrá aplicar finalmente tanto en su ámbito personal como profesional.

RESUMEN CONTENIDO LIBRO

Los primeros capítulos de este libro están dedicados a conocer la figura del coolhunter y la labor de las agencias de coolhunting profesional: cómo trabajan, qué métodos utilizan y cómo definen desde su posición de insiders, el fenómeno cool. En capítulos posteriores, se incluyen recursos on-line para monitorizar todo tipo de tendencias internacionales, con una atención especial a las tendencias de moda y a la etnografía urbana digital (streetstyle). Haciendo también un recorrido por los medios digitales para localizar innovadores y trendsetters a través de la Red. Finalmente, se analizan las tendencias de consumo mediante recursos de shopping on-line, el coolhunting colaborativo y las herramientas digitales específicas para la realización de coolhunting y la creación de paneles de tendencias.

CLAVES DEL LIBRO

El libro Coolhunting digital, a la caza de las últimas tendencias le permitirá al lector:
Conocer el curioso origen del término COOL
Descubrir de primera mano la figura del coolhunter y la labor de las agencias de coolhunting.
Monitorizar todo tipo de tendencias internacionales.
Seguir las últimas tendencias de moda.
Practicar etnografía urbana digital (streetstyle).
Localizar innovadores y trendsetters a través de la Red.
Analizar las tendencias de consumo mediante recursos de shopping on-line.
Descubrir la customización y la figura del prosumer.
Conocer las ventajas y recursos del coolhunting colaborativo.
Crear paneles de tendencias de moda y decoración on-line.
Descubrir las herramientas digitales específicas para la realización de coolhunting.
Crear paneles de monitorización para estar al día de las últimas tendencias de moda, decoración, arte gráfico, diseño industrial, etc.

LA AUTORA

Anna María López López trabaja como diseñadora multidisciplinar y como formadora de últimas tecnologías CAD-CAM desde hace más de una década. El resto de su tiempo lo dedica a la creación en distintas disciplinas gráficas bajo su propia firma By.annaOMline lo que le ha hecho merecedora de numerosos premios y distinciones a nivel internacional.
En estos últimos 15 años ha colaborado con numerosas publicaciones del sector del diseño, y su trabajo ha sido internacionalmente reconocido en prensa especializada, libros de diseño y medios de comunicación.
Dentro de su actividad como docente ha impartido más de 3000 horas de formación en cursos de diseño asistido por ordenador para diversas entidades, escuelas de diseño y organismos oficiales. Participando también como ponente en conferencias, workshops y cursos intensivos de diseño digital.
Su amplia experiencia y conocimiento de la World Wide Web le ha permitido emplear las técnicas digitales de coolhunting o caza de tendencias durante los últimos años, siendo además, coolhunter para la popular Web Trendhunter.com desde el año 2007.
Anna María López es también la autora de otros seis libros publicados por la editorial ANAYA Multimedia, entre los que destaca el libro Técnicas de diseño de moda por ordenador, un libro imprescindible en el sector.

Autora : Anna María López López

COLABORADORES
Como valor añadido, este libro, cuenta con la participación y colaboración de numerosos profesionales y expertos del sector del coolhunting y del análisis de tendencias que a modo de entrevista, aportan su experiencia particular y su definición más personal del fenómeno COOL.

FICHA DE DATOS
Título: Coolhunting digital, a la caza de las últimas tendencias
Autor: Anna María López López
Editorial: ANAYA Multimedia
Nº de páginas: 288
Formato: 18,5 x 24 cm
I.S.B.N.: 978-84-415-2934-2
Precio con IVA: 29,90 Euros
Encuadernación: Rústica hilo
Número de imágenes: 231
Número de recursos web comentados: 243

+INFORMACIÓN ADICIONAL y material gráfico en WWW.COOLHUNTING.PRO o http://www.facebook.com/coolhuntingdigital

COOLHUNTING DIGITAL
A la caza de las últimas tendencias
Anna María López López
SCANNING
COOL
ANAYA
COOLHUNTING DIGITAL
A la caza de las últimas tendencias

COOLHUNTING DIGITAL
A la caza de las últimas tendencias
Anna María López López
SCANNING
COOL

INDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1
EL COOLHUNTER

El nacimiento de lo cool
El origen del término coolhunter
Las reglas del coolhunting
La figura del coolhunter
La tarea del coolhunter
Definiendo el fenómeno cool
Coolhunters profesionales
Coolhunters especializados
Coolhunters passionistas
Coolhunters in-house
Coolhunters freelance

CAPÍTULO 2
AGENCIAS DE COOLHUNTING Y PREDICCIÓN DE TENDENCIAS

Agencias de tendencias de consumo
Agencias de análisis de tendencias en el sector moda
Los trend books
Predicción de color
Future Concept Lab
Opinión experta

CAPÍTULO 3
SEGUIMIENTO DE TENDENCIAS INTERNACIONALES

Out-of-box thinking
Chiengora
Webs de coolhunting internacional
Coolhunting.com
The cool hunter
Trend Hunter
Innovación y tendencias de consumo
Ideas innovadoras
Tendencias de consumo
Tendencias de color
La comunidad del color
Tendencias en diversos ámbitos
Tendencias en decoración
Tendencias en diseño de producto
Tendencias en artículos de lujo
Tendencias en arte gráfico
Tendencias en tecnología
Inspiración visual

CAPÍTULO 4
MONITORIZACIÓN DE TENDENCIAS DE MODA

Tendencias de color en moda
Trend descriptions
Tendencias de moda
Tendencias en estampados
Tendencias en calzado
Seguimiento de pasarelas internacionales
Seguimiento de pasarelas nacionales
Model-morphosis
Desde el backstage
Editoriales de moda

CAPÍTULO 5
ETNOGRAFÍA URBANA DIGITAL

Antecedentes históricos
Bill Cunningham
Scott Schuman
Agencias especializadas en streetstyle
LeLook
Recursos de streetstyle en la Red
Streetstyle de ciudades específicas
Streetstyle global
Blogs de streetstyle temáticos
Comunidades de looks
El estilo de la calle ilustrado

CAPÍTULO 6
EL TRENDSETTER

Innovadores y visionarios
Influencers
Trendsetters y celebrities
Google como herramienta de análisis de tendencias
Localización de trendsetters
Trendsetters de estilo y moda

CAPÍTULO 7
SHOPPING TRENDS

Análisis de tendencias de compra
Boutiques.com
Curated shopping
Crowd-curated shopping
Estilismos compartidos
Tiendas on-line
El prosumer
La personalización
"Customización" on-line
Fabricación a medida del consumidor
Fábricas personales

CAPÍTULO 8
COOLHUNTING COLABORATIVO Y CROWDSOURCING

Coolhunting colaborativo
Opiniones expertas
Crowdsourcing
Democratización de tendencias
Coolhunting global en tiempo real

CAPÍTULO 9
HERRAMIENTAS DIGITALES DE COOLHUNTING

Cloud computing
Herramientas para sesiones de coolhunting on-line
Investigación y monitorización
Personalización de escritorios virtuales
Agregar contenido
Registro y clasificación de datos
Marcadores sociales
Compartir marcadores, generar reportes y presentaciones
Marcadores de imágenes
Marcadores visuales de contenido multimedia
Gestión sincronizada de contenidos y notas
Libretas temáticas
Coolhunting digital desde otros dispositivos
Apps de coolhunting
Apps de marcas de moda
Apps de monitorización de moda
E-magazines y publicaciones electrónicas
Streaming y Podcasting
Streaming
Podcasting
Herramientas sociales
Redes sociales
Microblogging
El blog

CAPÍTULO 10
CULTURA URBANA Y TENDENCIAS

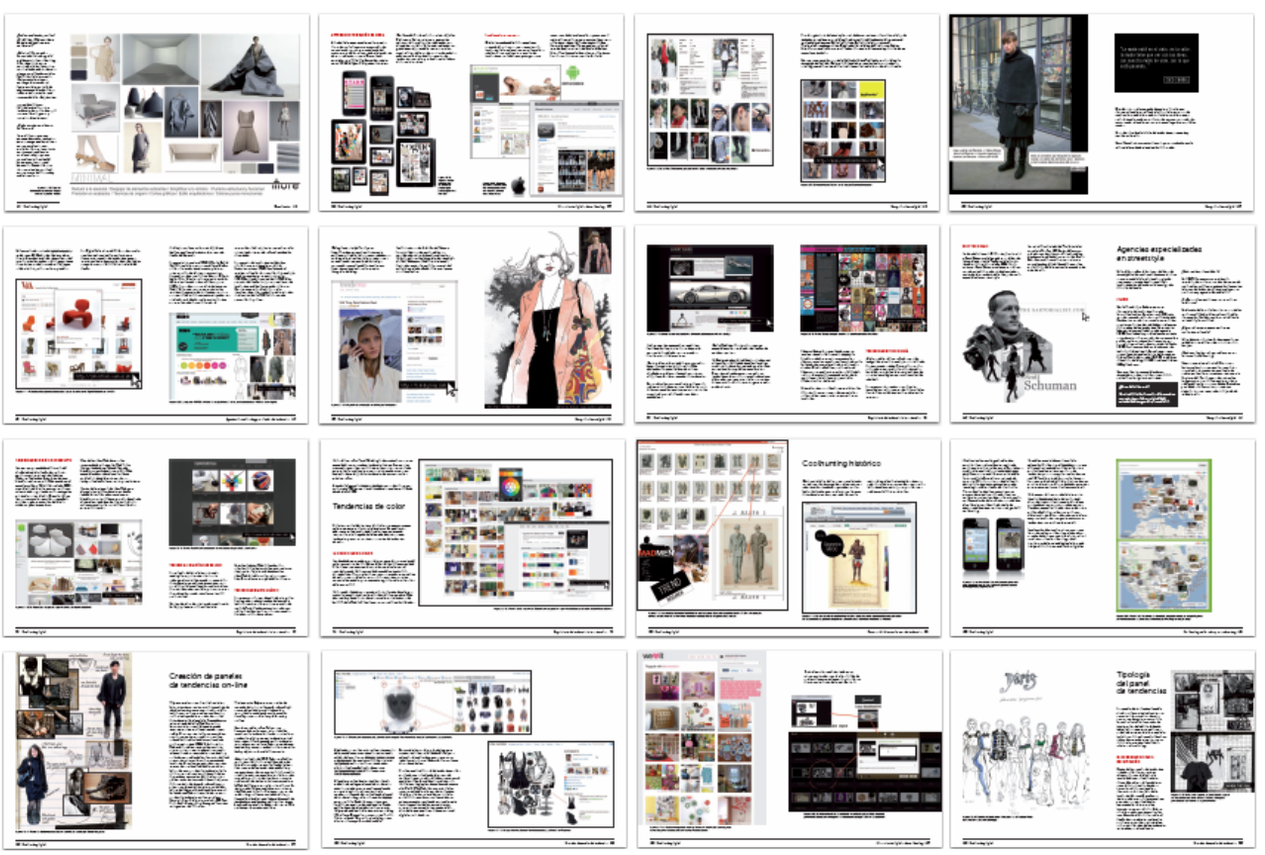
Recursos on-line de cultura urbana
Sitios Web de referencia
Galerías de street art y stencils
Designer Toys
Opinión experta

CAPÍTULO 11
RECURSOS HISTÓRICOS EN LA CAZA DE TENDENCIAS

Digitalización para la conservación de contenidos
Visita virtual a museos
Monitorización de museos
Reciclaje de tendencias

La ley de Laver
Coolhunting histórico
Bibliotecas digitales
Colecciones digitales
Archivos digitales

CAPÍTULO 12
CREACIÓN DE PANELES DE TENDENCIAS

El panel de tendencias
Técnicas de creación de trend boards
Tipología del panel de tendencias
El mood board o panel de inspiración
El style board
Software de creación de paneles de tendencias
Software de visualización y organización
Software de edición de imágenes
Software de montaje de trend boards y reportes de tendencias
Opinión experta
Creación de paneles de tendencias on-line
Creación de sets
Montaje del panel de tendencias

PÁGINAS INTERIORES DEL LIBRO