

Étude de cas

FREE PEOPLE + DASH HUDSON

Un ROI tout en style : comment un Dashboard permet à Free People de rencontrer le succès



Free People connaît bien le changement. Cette marque de mode contemporaine et mature fut une pionnière de l'e-commerce et de la création d'une communauté en ligne aux débuts des réseaux sociaux. Ces dernières années, le rythme des nouvelles technologies s'est accéléré à une vitesse vertigineuse. L'évolution du comportement des consommateurs et l'avènement du social commerce ont transformé le secteur de l'habillement, présentant de nouveaux défis pour Free People. Comment l'équipe réseaux sociaux peut-elle s'adapter à l'évolution du paysage digital et développer la marque, tout en gérant quatre comptes différents ? Comment peut-elle être sûre d'investir dans les actions marketing qui génèrent un retour sur investissement et préservent l'intégrité de la marque ?

Découvrez comment elle exploite les gains d'efficacité de la plateforme Dash Hudson pour :

- Simplifier le reporting pour quatre comptes de marques différentes à l'aide de Dashboards
- Comprendre le ROI des partenariats et du marketing d'influence grâce à Relationships
- Utiliser de manière proactive l'intelligence artificielle avec Visual IQ pour créer du contenu performant

Reporting simplifié grâce aux Dashboards

- L'utilisation des Dashboards permet d'économiser 156 heures, soit près de 4 semaines, chaque année
- Les insights sont simples et conçus pour être partagés avec les non-spécialistes et la direction

Le marketing des médias sociaux dans le secteur de la mode évolue rapidement. Avec quatre comptes sur les réseaux sociaux, l'équipe de Free People a compris l'importance du gain de temps pour assurer une croissance pérenne. L'équipe a trouvé ces gains d'efficacité grâce aux Dashboards.

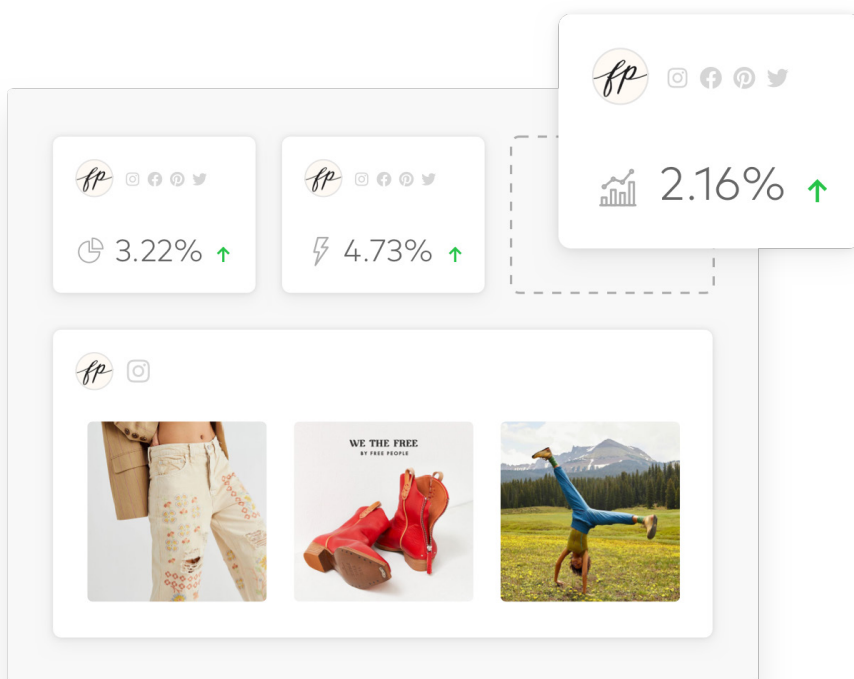
 **3 heures** de gagnées par semaine grâce aux Dashboards

“ Disposer des rapports en un seul endroit, ainsi que d'instantanés hebdomadaires et mensuels, a joué un rôle essentiel. Les Dashboards nous ont permis de suivre rapidement les performances globales, en particulier pour nos nouvelles marques. C'est un gain de temps inestimable.

*Coleen O'Hara,
Responsable des médias sociaux chez Free People*

Chaque semaine, l'équipe reçoit un e-mail contenant les dernières données de son Dashboard dont elle exploite les KPI pour savoir où peaufiner le contenu. Pour la direction et les non-spécialistes de l'équipe, les Dashboards permettent de décomposer les tendances et les insights d'une manière simple et efficace.

Free People utilise son Dashboard pour tout son reporting, y compris l'exportation des KPI, l'analyse des facteurs d'engagement et de conversion des ventes, et l'utilisation des insights de Dash Hudson pour élaborer des stratégies d'engagement directement dans la planification de son contenu.



Optimiser le ROI des relations et partenariats

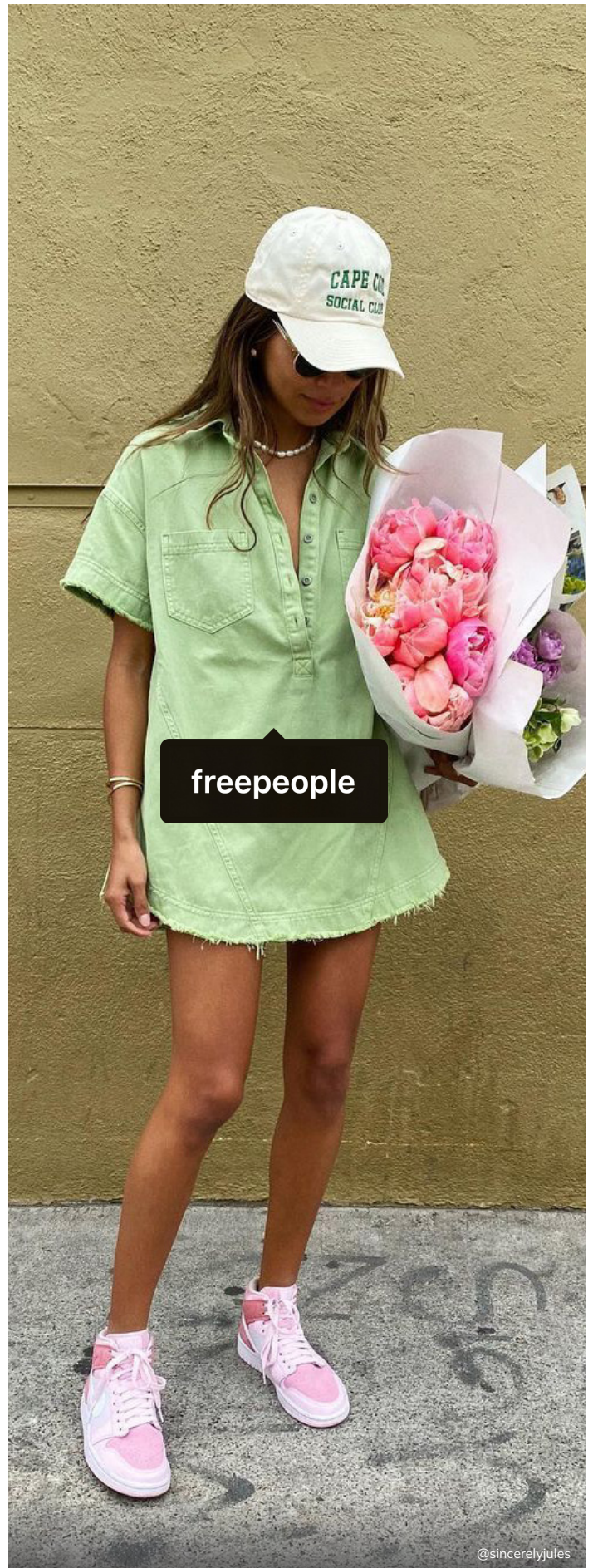
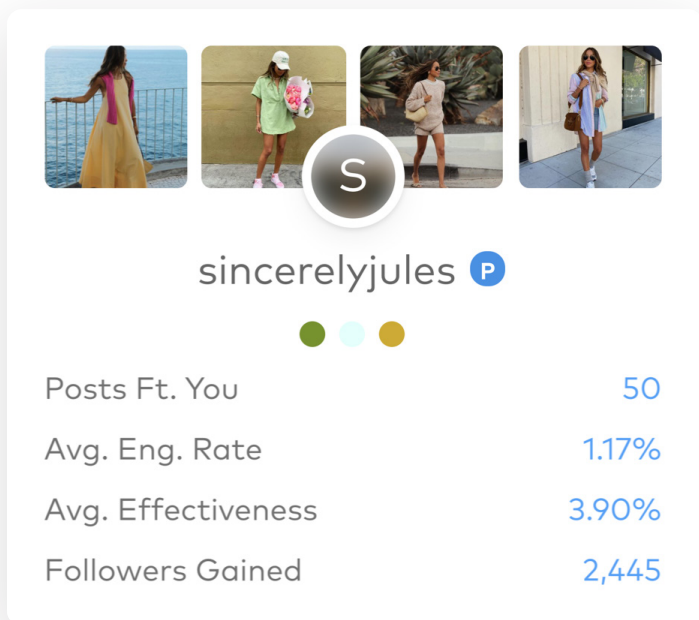
- Free People peut désormais mesurer le ROI du marketing d'influence
- Relationships est devenu un incontournable dans les rapports de l'équipe

Free People est une marque axée sur la communauté, et les influenceurs, l'User Generated Content (UGC) et les partenariats sont au cœur de ses activités de marketing. Si ces activités sont de puissants moteurs de ROI dans le secteur de la mode, leur valeur est difficile à quantifier. Relationships a changé la donne pour l'équipe de Free People, lui permettant de mesurer, de planifier et de réaliser des performances inédites.

“ Nous avons utilisé Relationships pour étudier la valeur d'un projet visant à augmenter le nombre de followers. Nous voulions être sûrs que notre argent était bien dépensé, et sans Relationships, nous n'aurions pas pu mesurer le ROI.

Coleen O'Hara,
Responsable des médias sociaux chez Free People

La marque utilise Relationships pour mesurer l'efficacité du contenu owned par rapport au contenu earned, et pour croiser les données avec d'autres insights de Dash Hudson et mieux comprendre le ROI de l'UGC et de l'engagement de la communauté. Dans un secteur aussi dynamique que celui du commerce de détail de l'habillement, éliminer les incertitudes du marketing permet à Free People d'être toujours au sommet de son art.



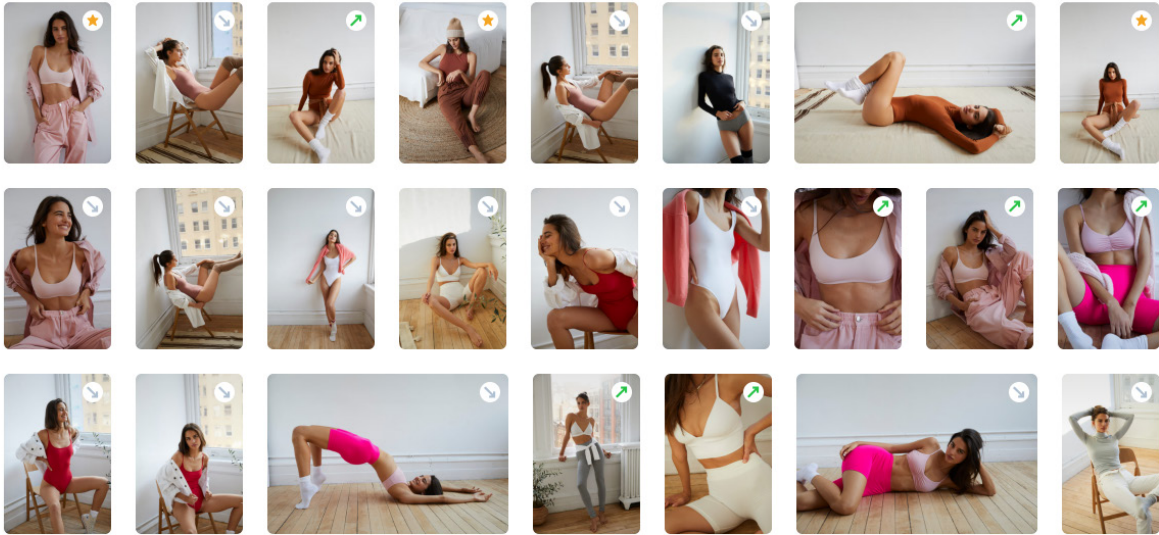
@sincerelyjules

28 Pieces Of Media

Sort By
Customized Order

Reorder

Add Media



L'imagerie prédite par Dash Hudson a généré en moyenne une croissance de **+200 %** de sessions sur le site et une croissance de la demande de **400 %** plus élevée que l'estimation la plus basse

Contenu performant basé sur l'IA

Vision est une technologie d'intelligence artificielle à apprentissage continu qui analyse la bibliothèque de contenu owned, earned et paid d'une marque, pour élaborer un algorithme spécifique à la marque et identifier le contenu le plus performant ainsi que les recommandations sur les photos et les vidéos à utiliser.

L'équipe de Free People a réalisé un test A/B payant avec ses tee-shirts recyclés et ses produits intimes, et a constaté que les visuels recommandés par Vision étaient effectivement les plus performants. Sachant que Vision permet de gagner du temps et d'économiser le coût des tests A/B, l'équipe prévoit désormais d'utiliser plus fréquemment Vision pour planifier son contenu organique, y compris Vision for Video pour choisir les meilleurs extraits vidéo.

Créez du contenu qui engendre un ROI grâce à la suite d'outils de Dash Hudson permettant de surveiller, analyser, organiser et programmer votre présence sur l'ensemble des réseaux sociaux. [Demandez une démo.](#)



+48 %

du taux d'engagement moyen

**en juin 2021 par rapport au mois précédent*



+19 %

du taux d'efficacité

**en juin 2021 par rapport au mois précédent*