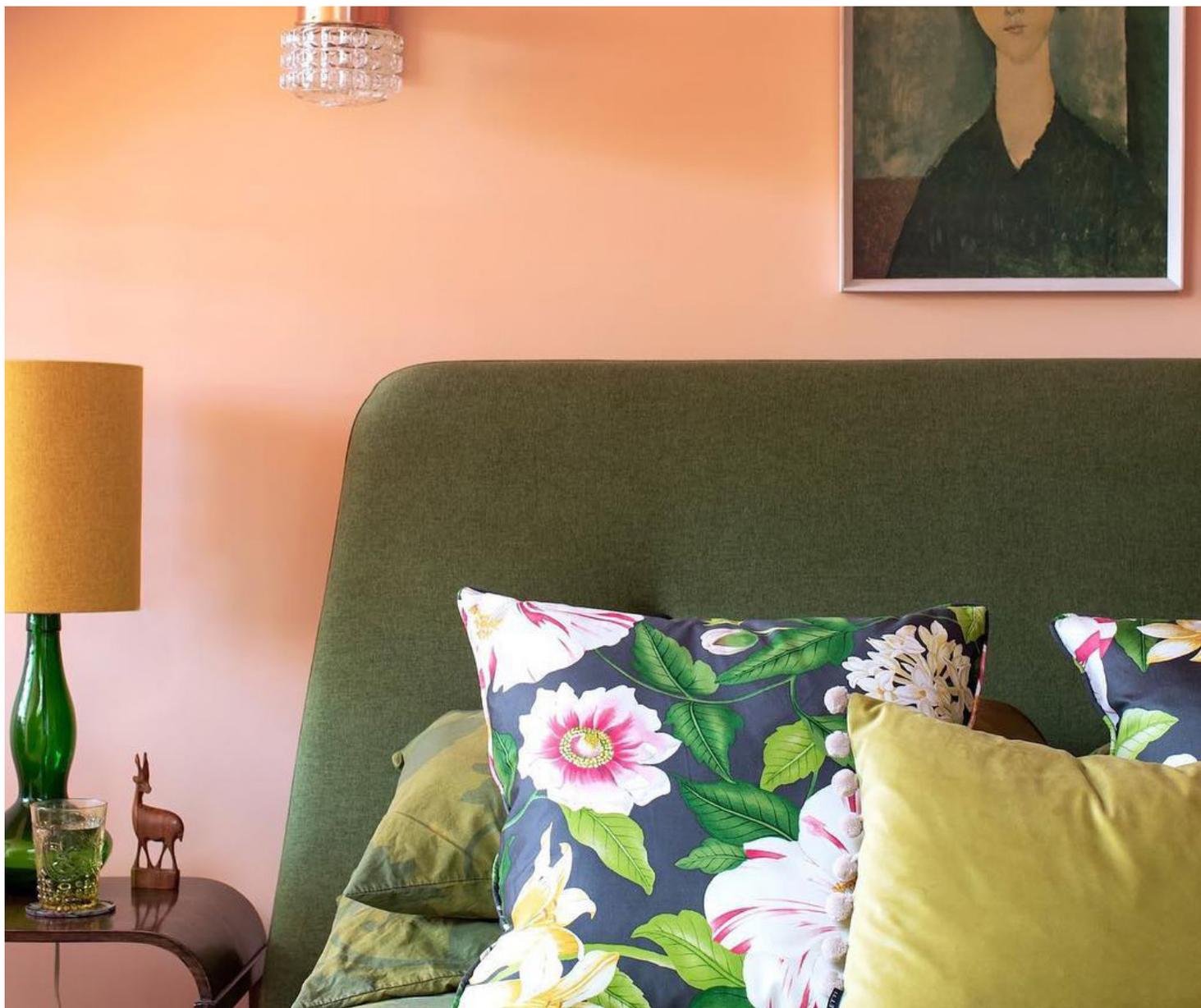




Étude de cas

House Beautiful + DASH HUDSON

Une maison bien entretenue :
la stratégie marketing visuel basée
sur l'IA de House Beautiful



Vivre dans la maison de ses rêves n'arrive pas du jour au lendemain. House Beautiful UK a pour vocation d'inspirer son audience dans l'aménagement de sa maison grâce à des idées de décoration et de design, des conseils sur les tendances et des concepts faciles à reproduire pour chaque pièce. À l'ère digitale, l'éditeur souhaite étendre son reach au-delà des pages de son magazine papier, notamment en investissant sur une plateforme plus visuelle, comme Instagram.

Une décoration d'intérieur pour l'ère digitale

L'équipe réseaux sociaux de House Beautiful UK mesure les performances sur Instagram en se basant sur les indicateurs les plus essentiels : l'engagement, la croissance du nombre de followers et le taux de sortie des stories Instagram. En gardant ces KPI à l'esprit, l'équipe souhaite vivement tester des tactiques innovantes sur cette plateforme pour peaufiner le contenu qui « parle » vraiment à sa communauté, mais également attirer de nouvelles audiences.

Grâce la technologie d'intelligence visuelle de Vision de Dash Hudson, House Beautiful UK peut comprendre l'intérêt que l'imagerie suscitera auprès de son audience avant sa mise en ligne, et utiliser ces informations pour optimiser sa stratégie marketing visuel et accélérer la croissance de son audience sur Instagram.

Design et data sous un même toit

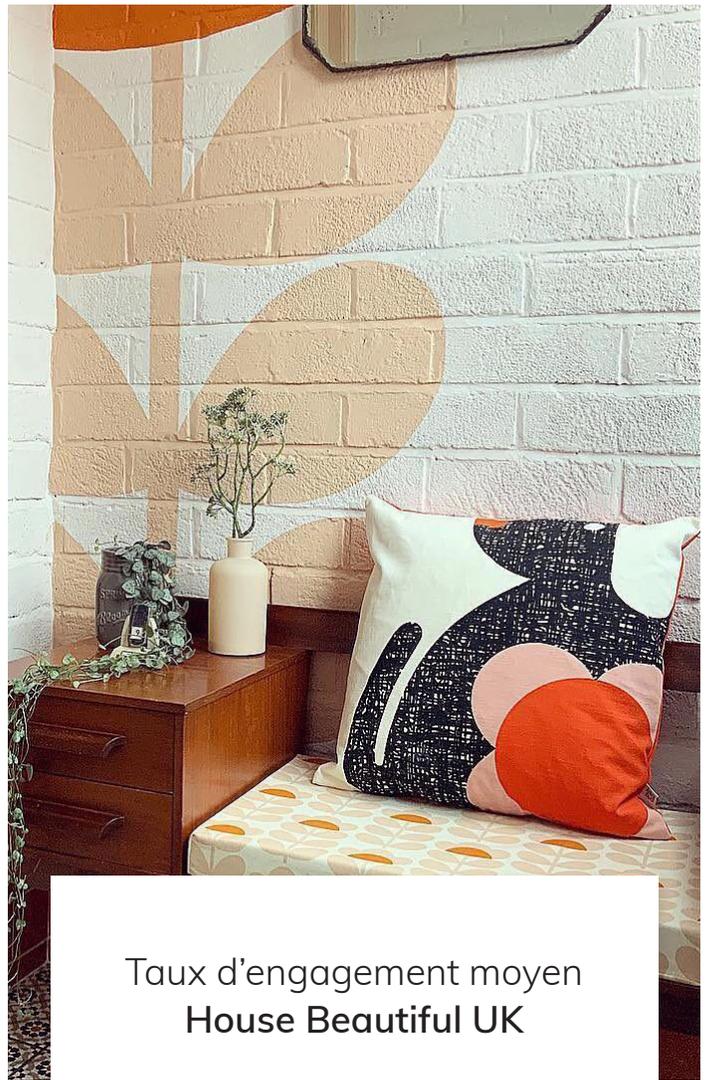
Une bibliothèque pleine de photos allant de cuisines rustiques aux salons contemporains, peut être à la fois une bénédiction et une malédiction. L'équipe de House Beautiful UK avait besoin d'une solution pour prendre des décisions éclairées et basées sur des données, et pour stimuler les performances sur Instagram. C'est là qu'intervient Vision.

Vision rassemble et analyse l'ensemble du contenu owned et earned de House Beautiful, et identifie des milliers d'éléments dans chaque visuel, comme la couleur, la composition et les objets. En s'appuyant sur l'historique des performances, Vision prédit ensuite les performances de chaque visuel auprès de l'audience de l'éditeur, avant même qu'il ne soit publié, ce qui permet d'éliminer le doute lors de la sélection des photos. Grâce à la magie de Vision, House Beautiful a constaté que les portes d'entrée, les couloirs et les espaces confortables suscitaient le plus d'intérêt. Ensemble, Vision et House Beautiful apprennent en permanence à mesure que le logiciel s'adapte aux goûts et aux préférences de l'audience croissante de la marque, permettant à l'équipe réseaux sociaux de prendre des décisions basées sur les données en temps réel. Ainsi, le taux d'engagement moyen de l'éditeur a augmenté de 40 % après seulement six mois avec Dash Hudson.

“ Nous avons beaucoup appris au sujet du contenu le plus efficace pour nous, et cela nous a permis d'obtenir un meilleur engagement ! Les portes d'entrée, les couloirs et les espaces confortables sont très appréciés, ce qui nous a permis d'en publier davantage et de limiter les visuels qui plaisent moins à notre audience.

Olivia Heath,
Rédactrice Digital chez House Beautiful UK

House Beautiful UK a fêté sa publication la plus appréciée de tous les temps.



Taux d'engagement moyen
House Beautiful UK

+40 % après six mois d'utilisation
de Dash Hudson

Experts en développement

Vision permet à House Beautiful UK d'engager et de cultiver son audience existante, mais l'éditeur exploite également cet outil pour développer son audience sur Instagram et pour mieux connaître ses principaux concurrents et les leaders du secteur. Visual IQ, un outil d'analyse de la concurrence alimenté par la technologie d'IA de Vision, permet à House Beautiful UK de saisir les données des principaux concurrents sur la plateforme et d'analyser les tendances visuelles du contenu de chaque concurrent. Visual IQ prédit ensuite comment la communauté de House Beautiful UK sur Instagram accueillera l'imagerie de chaque concurrent. Ainsi, House Beautiful UK peut voir si certains types de photos auront de bons résultats auprès de ses followers – ce qui permet d'économiser du temps et de l'argent pour produire de nouvelles créations. Par ailleurs, Visual IQ informe l'équipe des styles d'imagerie dans lesquels investir, et l'incite à tester et à innover avec des thématiques et des esthétiques nouvelles.

Une visite virtuelle de la maison

Tous les passionnés de design rêvent de voir les moindres recoins des cottages traditionnels, des péniches contemporaines et des maisons de caractère. Pour House Beautiful UK, le meilleur moyen de présenter les moindres détails et les secrets des meilleures demeures est d'utiliser les stories Instagram. L'équipe réseaux sociaux utilise les stories pour rapprocher son audience de la maison de ses rêves et partager le contenu créé par la communauté de House Beautiful UK.

Afin de guider son utilisation de ce canal et pour s'assurer que chaque élément est adapté aux intérêts de son audience, l'équipe avait besoin de suivre et de mesurer ses performances sur stories. C'est là qu'interviennent les Story Boards de Dash Hudson.

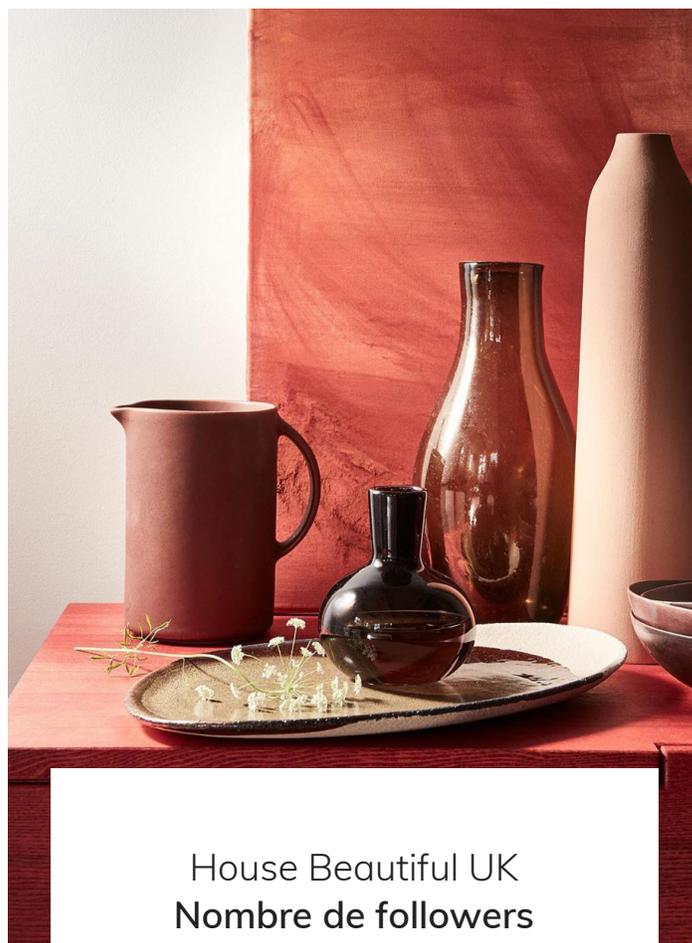
La fonction de segmentation du contenu de Dash Hudson permet d'améliorer et de rationaliser la stratégie des stories de House Beautiful. Les Story Boards fournissent à l'équipe les mesures nécessaires pour comprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas auprès de son audience. En divisant son contenu en catégories distinctes, l'équipe peut déterminer si les stories présentant des visites de maisons exceptionnelles ou des conseils pratiques sont efficaces auprès de l'audience de House Beautiful UK. Des mesures telles que le taux de sortie, les impressions, le reach et le nombre de swipes aident l'équipe à évaluer les succès et à optimiser leur stratégie pour accroître l'engagement. Ce fut une révolution pour l'équipe, tant dans son approche des stories, que dans sa gestion de son mix de contenu pour améliorer l'efficacité des stories au fil du temps.

Une approche gagnante

Le feed de House Beautiful UK est un mélange de halls d'entrée de rêve, de jardins merveilleusement entretenus et d'extérieurs séduisants. L'éditeur a su rester fidèle à l'identité de sa marque et donner vie à ses pages, tout en atteignant ses objectifs sur Instagram. Grâce à Dash Hudson, House Beautiful UK a affiné sa stratégie communication afin de développer efficacement la croissance de son audience et d'impliquer davantage sa communauté.

“ J'adore utiliser Dash Hudson. Cela a complètement changé notre approche d'Instagram et la façon dont nous interagissons avec notre audience. Cela nous aide vraiment à augmenter l'engagement et à fidéliser notre audience.

Olivia Heath,
Rédactrice Digital chez House Beautiful UK



House Beautiful UK
Nombre de followers

+36 % après six mois avec
Dash Hudson

