



Étude de cas

**REVOLVE** + DASH HUDSON

REVOLVE dans les Hamptons :  
fêtes et joie de vivre, stratégie sérieuse





Si Instagram était une fête, REVOLVE en serait l'âme.

La marque lifestyle, fondée à Los Angeles, dispose d'une équipe de personnes dédiées, compétentes et pouvant tirer le meilleur parti de leur influence sur Instagram. Tout cela semble fluide et naturel, mais, comme Instagram règne en maître chez REVOLVE, la stratégie reste une affaire sérieuse. L'e-tailer de mode commercialise plus de 1 200 marques, dont 13 labels propres très prisés et une nouvelle ligne de produits de beauté, tout en se targuant de plus d'un million de followers partageant les mêmes idées sur Instagram.

REVOLVE s'adresse à son #girlgang sur Insta à travers un contenu aspirationnel capturé aux quatre coins du monde par des influenceurs, des célébrités et des fans. L'entreprise organise plusieurs rencontres par an dans des lieux de rêve comme Anguilla, la côte amalfitaine et Palm Springs, qui sont toutes documentées par le hashtag #REVOLVEaroundtheworld. Connue pour tirer parti d'événements de grande envergure comme Coachella, la date la plus importante sur leur calendrier est leur sortie annuelle dans les Hamptons.

## Saturation d'Instagram

Compte tenu de l'importante activité générée sur Instagram par les initiatives de REVOLVE, la marque avait besoin d'un allié pour l'aider à s'approvisionner, créer, mesurer et améliorer l'engagement envers ses photos et vidéos. Dash

Hudson mettant l'accent sur la sélection de contenu basée sur les données, REVOLVE avait trouvé son partenaire idéal. Découvrez comment l'entreprise a pu atteindre les objectifs de sa campagne Instagram [#REVOLVEInTheHamptons](#) avec le soutien de Dash Hudson.

### Les #Goals de REVOLVE sur Instagram

1. Trouver des influenceurs et mesurer le ROI
2. Faire connaître la marque
3. Augmenter la performance du contenu

### Tour d'horizon des Hamptons

- 🌞 4 semaines en juillet
- 🏠 1 maison
- 📷 34 influenceurs
- ★ 4 hôtes célèbres
- 📅 28 événements



## C'est parti

L'équipe de REVOLVE connaît bien sa cible et sélectionne avec soin les influenceurs qui incarnent son esthétique. Ces stars d'Insta font partie des plus grands noms du secteur : Chiara Ferragni, Alexis Ren et Aimee Song, pour n'en citer que quelques-unes.

Avec un tel choix de personnalités, REVOLVE a pu exploiter les données précises fournies par la fonction Relationship IQ de Dash Hudson pour mesurer le pouvoir de chaque influenceur et affiner sa fameuse liste de participation à l'événement. Relationship IQ révèle l'impact de l'influenceur et la réaction de la communauté grâce à des mesures telles que la fréquence des publications et l'engagement, afin de tirer le meilleur parti des partenariats avec les influenceurs de REVOLVE.

“ Relationship IQ est comme un bulletin de notes des influenceurs !

Anna Tran,  
Directrice de la marque

Relationship IQ permet non seulement à REVOLVE de choisir les influenceurs et les personnalités avec lesquels faire équipe, mais aussi de mesurer les résultats de la collaboration après coup et de déterminer clairement l'impact de chaque invité.

“ Grâce à Relationship IQ, nous pouvons vérifier que les influenceurs publient effectivement et comprendre la performance de chacune de leurs publications.

Anna Tran,  
Directrice de la marque





## Le paradis de la photo et de la vidéo

Avec autant de messages intéressants publiés chaque jour dans les Hamptons sur REVOLVE, vous vous demandez peut-être comment l'équipe réseaux sociaux arrive à choisir le contenu à partager de ses partenaires influenceurs. Afin d'optimiser les performances de leurs sélections et d'obtenir l'adhésion des internautes, les équipes se sont tournées vers les fonctionnalités Insights et Boards de Dash Hudson.

Dans Insights, l'équipe de REVOLVE peut consulter les KPI pour chaque élément de son contenu, qu'il soit owned ou earned. Cela permet d'évaluer ce qui a précédemment obtenu un engagement élevé, ainsi que d'identifier les photos et vidéos les plus performantes. Quant à Boards, cet outil permet de segmenter les photos et les vidéos pour les mesurer en tant que groupe. C'est le meilleur moyen de comprendre le contenu au quel votre audience sera le plus sensible. Grâce à ces données, REVOLVE a pu conjuguer sa perspicacité visuelle et ses mesures pour faire des choix judicieux qui ont surpassé le contenu habituel.

## Slam the 'Gram

Si ce n'est pas sur Instagram, est-ce que ça a vraiment eu lieu ? REVOLVE sait que pour créer un véritable buzz autour d'un événement, il est essentiel d'inciter sa communauté à en parler. Pour ce faire, REVOLVE a créé un environnement très Instagrammable dans les Hamptons, avec une villa de rêve, des invités triés sur le volet et vêtus de vêtements REVOLVE, et des détails originaux à chaque événement pour encourager le partage dans la communauté.

Estimation du reach earned pour la campagne REVOLVE Hamptons

+ de 301 000 000

Tous ces tags de photos et mentions tant convoités ont accru la notoriété de la marque grâce au reach organique. Grâce à Dash Hudson, l'équipe de REVOLVE a pu comprendre le reach de tout le contenu earned par la marque et créé dans les Hamptons, et s'assurer que les objectifs de la campagne étaient atteints.



Taux d'engagement moyen total @REVOLVE

vs.

+10 % du taux d'engagement pour la campagne REVOLVE Hamptons



## Succès sur les réseaux sociaux

Un calendrier chargé dans les Hamptons impliquait que l'équipe REVOLVE soit efficace et se concentre sur les éléments qui permettraient d'obtenir des résultats. La présence de Dash Hudson a permis à REVOLVE de trouver et de mesurer des partenariats avec des influenceurs, d'accroître la notoriété de la marque et d'améliorer la performance du contenu pour soutenir sa stratégie réseaux sociaux. Verdict : REVOLVE a dépassé tous ses objectifs. La marque a su tirer parti de la magie de l'été dans l'Est des États-Unis, en surfant sur chaque vague Instagram sans difficulté.

“ Toutes les fonctionnalités de Dash Hudson nous aident énormément pour nos événements. Vive Dash !

Anna Tran,  
Directrice de la marque

