

Étude de cas

REVOLVE + DASH HUDSON

Comment REVOLVE surpasse  
ses objectifs de revenus avec du  
paid social soutenu par l'IA



## Une approche basée sur les données pour la sélection du contenu

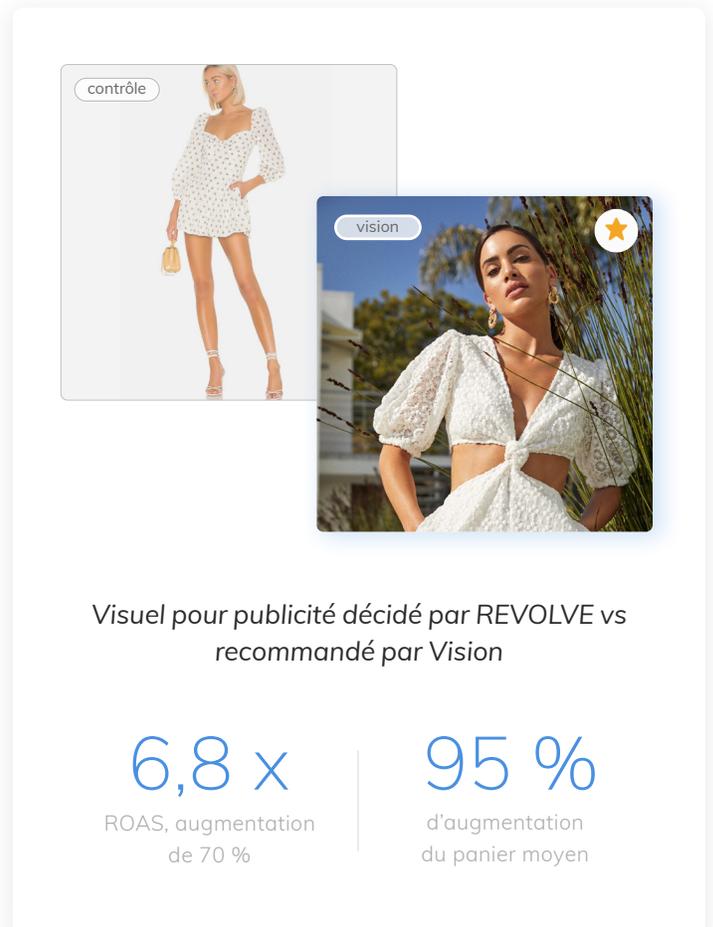
REVOLVE, poids lourd de la mode en ligne, est un leader du secteur en matière de marketing digital intégré. La marque utilise du contenu créatif engageant et innovant dans ses publicités pour surpasser efficacement ses concurrents. Bien que l'équipe réseaux sociaux de REVOLVE maîtrise le type de contenu qui marche bien auprès de l'audience Instagram organique de la marque, le service Publicité avait besoin d'une solution basée sur les données pour sélectionner les visuels destinés au paid social afin d'optimiser les performances des campagnes.

## REVOLVE + Vision

La technologie Vision de Dash Hudson utilise la vision par ordinateur et l'apprentissage automatique pour construire des modèles de prédiction de photos spécifiques à une marque. REVOLVE s'est associé à Dash Hudson pour analyser les visuels pouvant être utilisés dans une campagne publicitaire. REVOLVE a sélectionné les visuels anticipés par Vision comme étant les plus performants et, à l'aide du test de campagne A/B de Facebook, a comparé les résultats aux photos qu'elle aurait utilisées autrement.

## Une stratégie créative d'avant-garde

Les consommateurs veulent nouer des liens forts avec leurs marques préférées, que ce soit de manière organique ou par le biais de contenu payant. Dans l'univers surchargé des réseaux sociaux, chaque interaction compte. Avec l'optimisation de Vision, la stratégie de création de contenu



payant de REVOLVE anéantit le statu quo. Vision permet à l'équipe de REVOLVE de surpasser constamment ses indicateurs clés de performance en matière de publicité et de fournir à sa communauté les idées de tenues qu'elle désire le plus.