

Le luxe à l'ère numérique :

Comment une marque mondiale protège son héritage et engage sa communauté

Cette maison de mode de luxe mondialement reconnue a construit un héritage durable, célèbre dans le monde entier pour son engagement envers l'artisanat, l'innovation et l'excellence.

Au fil de son évolution, la marque est restée fidèle à son esprit pionnier, établissant des standards dans le luxe tout en adoptant de nouvelles façons d'interagir avec son audience.

Dans le cadre de sa stratégie digitale, la marque associe harmonieusement créativité et technologie, en veillant à ce que sa présence en ligne — à la fois sur les canaux payants et organiques — reflète ses valeurs et son identité.



Le défi

Avec une audience mondiale de plus de 100 millions de followers, les réseaux sociaux occupent une place essentielle dans la stratégie de communication de la dite marque. Les plateformes sociales sont utilisées pour lancer des campagnes, présenter des ambassadeurs et promouvoir de nouveaux produits auprès d'un public mondial.

En interagissant sur les réseaux sociaux, la marque renforce son lien avec sa communauté et exprime sa vision créative — mais cette visibilité s'accompagne de défis.

Dans un espace en ligne ouvert où les utilisateurs s'expriment librement, la perception de la marque peut être affectée par des commentaires toxiques, ce qui peut potentiellement influencer sa désirabilité et sa réputation.

Chaque mois, des dizaines de milliers de commentaires sont postés sur les plateformes sociales de la marque. Bien que cet engagement témoigne de son influence, il représente également un défi : comprendre le ressenti de l'audience à grande échelle. Comprendre ces interactions est essentiel pour affiner les messages, anticiper les tendances et maintenir un lien fort avec leur communauté.

La solution

La solution de Bodyguard allie une modération de pointe à une analyse avancée des données, permettant à notre client de réduire les risques liés aux contenus toxiques générés par les utilisateurs tout en obtenant une compréhension plus approfondie de son audience en ligne.

Opérant 24h/24 et 7j/7 sur les comptes Facebook, Instagram, TikTok, X (anciennement Twitter), LinkedIn, Discord et YouTube de la marque, et ce, dans neuf langues, Bodyguard garantit non seulement un espace numérique plus sûr, mais fournit également une compréhension approfondie du ressenti et de l'engagement de l'audience.

Bodyguard détecte et supprime instantanément les commentaires toxiques tout en réalisant une analyse approfondie des interactions avec l'audience. Cette double approche offre à la fois une protection continue de la marque et des insights précieux sur la communauté, permettant ainsi à la marque d'affiner ses messages et ses stratégies d'engagement sans censurer les opinions authentiques de son audience.

Bodyguard détecte et supprime instantanément les contenus toxiques, grâce à une analyse contextuelle qui comprend même les messages les plus nuancés, ainsi qu'à des classifications personnalisées autour des sujets sensibles pour la marque.

Bodyguard alerte la marque en cas de pics d'activité en temps réel, permettant ainsi des réponses rapides et stratégiques pour protéger sa réputation.

Des données avancées et une intelligence de marché permettent à la marque de comparer ses performances aux standards de l'industrie et d'affiner sa stratégie sur les réseaux sociaux pour renforcer l'engagement.

La marque peut diffuser en toute confiance des événements en direct, y compris des défilés de mode prestigieux, auprès d'un public mondial, grâce à la suppression instantanée des commentaires toxiques et à l'analyse en temps réel du ressenti de l'audience.

Les résultats

Depuis le début du partenariat, Bodyguard a analysé 3,5 millions de messages et protège près de 1 000 publications chaque mois.

30 ambassadeurs de la marque sont protégés contre la toxicité en ligne, offrant ainsi à la marque un meilleur contrôle sur son image et une compréhension plus approfondie du ressenti de son audience.

3.5m

de messages analysés
à ce jour

1k

publications protégées
chaque mois, en moyenne.

30

ambassadeurs de la marque
protégés

La marque s'est associée à Bodyguard pour bénéficier de notre modération de contenu de pointe, mais a rapidement découvert tout le potentiel de l'intelligence d'audience grâce à notre surveillance avancée des réseaux sociaux.

Grâce à une analyse approfondie des données — incluant la performance des publications, l'évolution des followers et les tendances d'engagement sur les plateformes — notre client dispose désormais d'une source fiable unique pour comprendre le comportement de son audience et affiner sa stratégie sur les réseaux sociaux.

Des classifications personnalisées adaptées aux sujets sensibles pour la marque apportent une couche supplémentaire de protection contre les risques réputationnels.

Parallèlement, des alertes en temps réel permettent à la marque d'anticiper et de gérer les potentielles crises avant qu'elles ne prennent de l'ampleur.

Gérer le contenu généré par les utilisateurs à grande échelle est un défi — mais grâce aux insights de Bodyguard, notre client transforme les réseaux sociaux en un outil puissant pour à la fois se protéger et favoriser une croissance stratégique.



Bodyguard a révolutionné notre façon d'exploiter les réseaux sociaux et de nous connecter avec notre audience.



Responsable de la Performance de la Marque, client de Bodyguard.

Envie de rejoindre nos clients satisfaits ?

Découvrez comment Bodyguard associe modération avancée et intelligence d'audience pour vous offrir une protection complète.

Demandez une démo gratuite et voyez par vous-même à quel point il est simple et rapide de créer un environnement en ligne sûr et engageant pour votre communauté.

Contactez-nous