

Digimind intègre la reconnaissance d'images à sa veille sociale

Paris, le 6 juillet 2016 – 8 milliards de photos sont publiées quotidiennement sur Internet. Portée par le succès d'Instagram, Pinterest et Snapchat, l'image est devenue LE format roi des réseaux sociaux tant elles boostent le taux d'engagement des publications.

Conscient que les enjeux de réputation passent autant par le poids des mots que par celui des photos, Digimind, éditeur français d'outils de veille, d'e-réputation et de Social Media Intelligence, a intégré le système de reconnaissance d'images mis au point par son partenaire Ditto Labs. Digimind renforce ainsi sa capacité de veille, d'analyse et de conseils auprès de ses clients.

Un outil pour faire parler les images...



Leader de son domaine, Ditto est un système de reconnaissance d'images mis au point par l'entreprise américaine Ditto Labs. Partenaire de Digimind depuis juin dernier, Ditto Labs permet aux marques **d'identifier l'utilisation de leurs logos sur les médias sociaux.**

Ainsi, Digimind est désormais **capable de détecter un logo sur toute image publiée sur Twitter** et dans tout type de situation : t-shirt, tasse, chaussure, affiche publicitaire, etc. Les images détectées sont ensuite collectées et traitées par Digimind de la même manière qu'une mention textuelle dans un article ou un post.

« Avec les nouvelles habitudes de partage sur le web, intégrer l'image à la veille digitale est devenu incontournable. Avec Ditto, nous renforçons les capacités de surveillance de notre outil afin d'assurer une veille globale à nos clients », commente **Patrice François, Directeur Général de Digimind.**

...parce que les images parlent aussi des marques

Ce nouveau service permet aux clients de Digimind :

- **D'analyser les résultats** d'un partenariat conclu lors d'un événement musical, sportif, ou culturel, et de **mesurer l'exposition d'une marque** présente sur de nombreuses images sans être pour autant mentionnée ;
- **De découvrir de nouvelles communautés d'influenceurs** ou de potentiels ambassadeurs de marque qui ne mentionnent pas la marque ;
- **D'appréhender les émotions et les habitudes de consommation d'un produit ;**
- **Protéger une marque contre des utilisations frauduleuses** de son logo et **prévenir des crises potentielles** ayant un impact négatif sur leur image de marque.

« 1,8 milliards de photos sont publiées quotidiennement sur Internet. Or, 80% de ces photos incluant des logos de marques ne mentionnent pas la marque dans le texte associé. Ne pas prendre en compte ces données dans la veille et l'analyse des médias sociaux constitue une fuite d'informations considérables pour les marques. L'intégration de Ditto dans Digimind Social permet d'y remédier », ajoute **Patrice François**.

A propos de Digimind

Digimind crée des outils de veille, d'e-reputation et de social media monitoring pour que chaque acteur de l'entreprise puisse contrôler et construire la réputation de sa marque, et augmenter la performance de sa division métier.

Présent sur quatre continents, Digimind bénéficie d'une expérience de plus de 18 ans dans la veille, le social media monitoring et l'e-réputation. Via sa connaissance du marché du logiciel et de l'innovation, Digimind a développé une technologie puissante, facilitant l'analyse, l'écoute du web et le marketing d'influence pour des centaines d'entreprises dans le monde. La société travaille pour de grands acteurs ayant de forts enjeux digitaux : Axa, LinkedIn, Lexus, Renault, Orange, Nestlé, Sony, Mc Cann, Leo Burnett.

Contact presse

Aressy RP

Camille Pan

Consultante RP

c.pan@areddy-rp.com

Ligne fixe : 01 85 76 12 04

Portable : 06 72 01 72 10