

La colección MARCO TOZZI con Guido Maria Kretschmer destaca con una campaña innovadora de Invibes

Contexto y reto

MARCO TOZZI, una de las marcas más importantes del renombrado Grupo Wortmann, ha colaborado con el apasionado diseñador Guido Maria Kretschmer para las colecciones de primavera/verano y de boda de 2022. Invibes ayudó a llamar la atención sobre la última colección de zapatos de Guido, MARCO TOZZI by **Guido Maria Kretschmer**, y sobre los zapatos MARCO TOZZI en general, lanzando su primera campaña de colaboración.

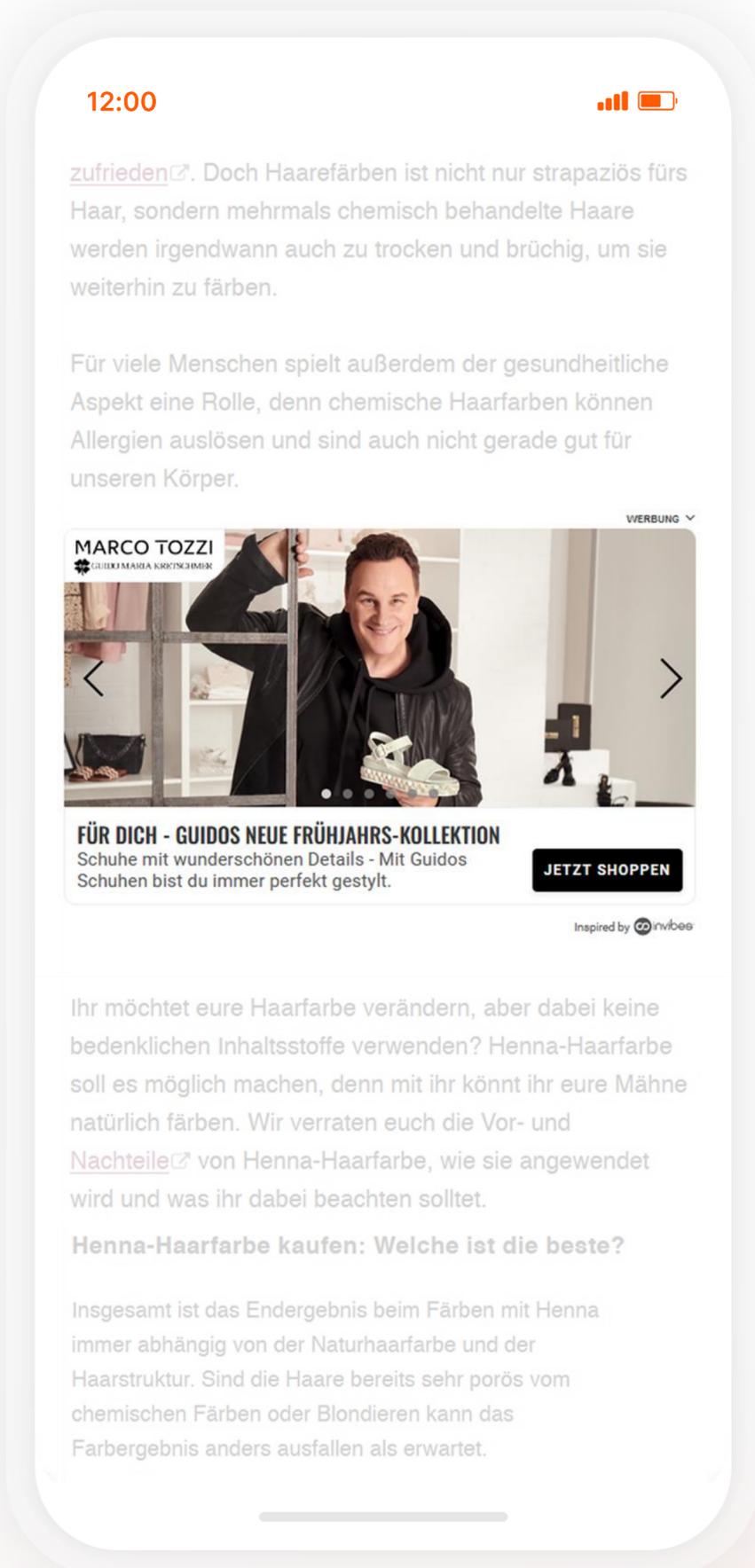
Tras el lanzamiento de la elegante colección, MARCO TOZZI y Crossmedia quisieron adoptar el mismo enfoque con su campaña digital y encargaron a Invibes la promoción de sus productos.

La solución de Invibes

Para generar interés en las colecciones de primavera/verano y de boda de MARCO TOZZI by Guido Maria Kretschmer, así como en los zapatos de MARCO TOZZI, Invibes publicó tres anuncios in-feed diferentes de Invibes Swipe.

Cada anuncio presentaba una galería de fotos en carrusel de la nueva colección, que permitía a los usuarios desplazarse activamente por el anuncio. En los anuncios de las colecciones de primavera/verano y de boda también aparecían fotos de Guido Maria Kretschmer con algunos de sus nuevos diseños. Este anuncio interactivo en carrusel aumentó el engagement con la marca y permitió a los usuarios ver los productos y al propio diseñador.

La campaña se emitió en toda Alemania del 21 de marzo al 24 de abril de 2022.



Resultados

Gracias al innovador formato desarrollado por Invibes, los anuncios obtuvieron excelentes resultados.

La campaña digital registró una visibilidad media del 81%, muy por encima del 65-70% previsto inicialmente por el cliente. Además, la tasa de engagement del 2,23% también superó las expectativas iniciales del 0,25-1,5%.

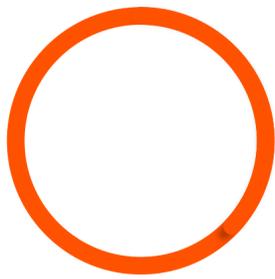
El formato Swipe interactivo de Invibes era el estilo publicitario ideal para captar el interés de los usuarios y dar a conocer las colecciones de calzado de MARCO TOZZI y Guido Maria Kretschmer.



81%

Visibilidad

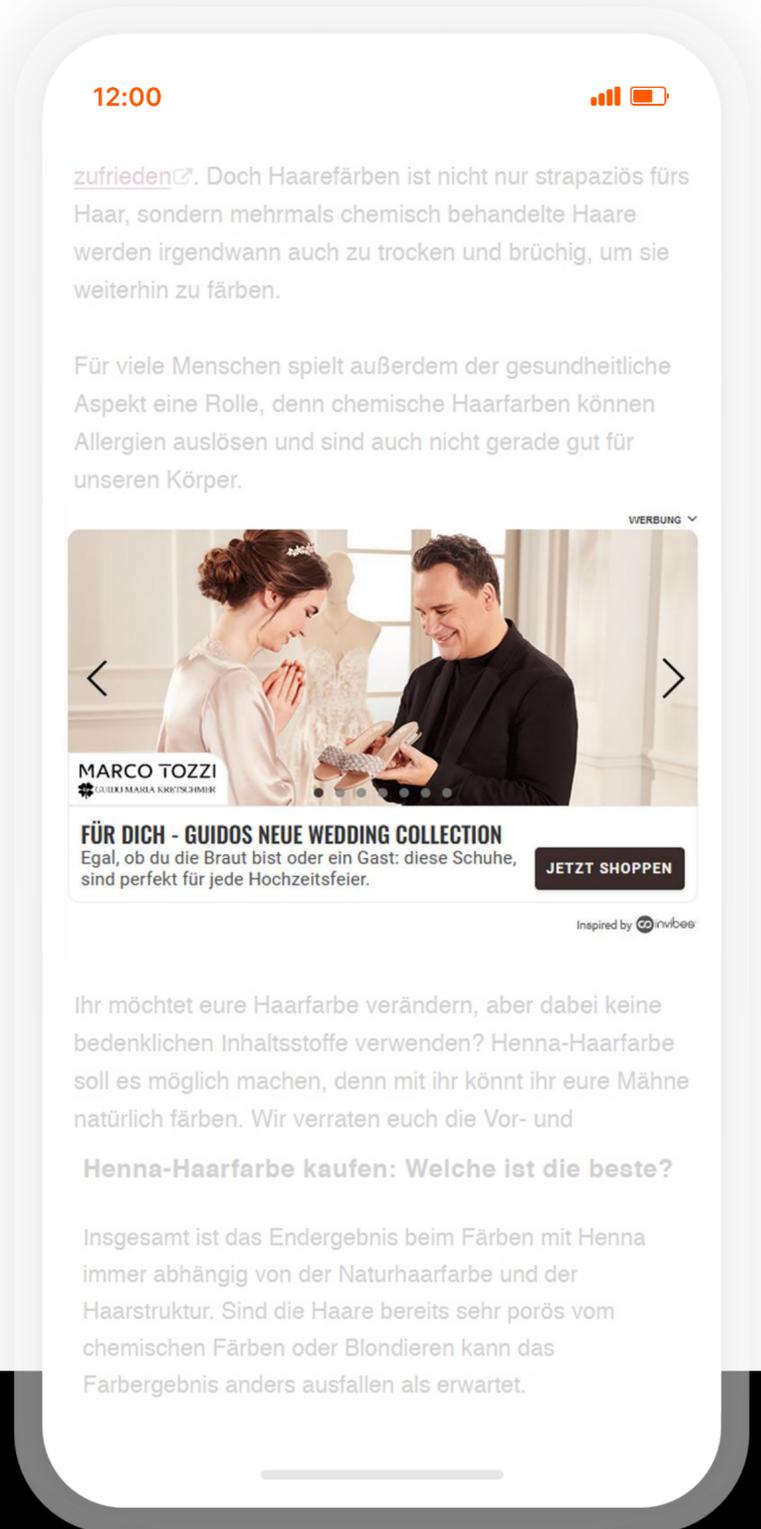
frente al 65-70%
previsto



2.23%

Tasa de compromiso

frente al 0,25-1,5%
previsto



“ Nuestra colaboración con Invibes era exactamente lo que teníamos en mente. Su conocimiento del mercado de la publicidad digital son difíciles de superar, y siempre nos ha impresionado su profesionalidad y eficacia. El formato swipe de Invibes era la forma perfecta de mostrar nuestras nuevas colecciones con éxito y presentarlos a un público más amplio. ”

Vanessa Christina Schäfers

Jefe de Marketing y Comercio Electrónico,
Marco Tozzi

“ Estoy encantado de que la campaña de MARCO TOZZI haya demostrado una vez más la eficacia de los formatos Invibes In-Feed y haya obtenido tan buenos resultados. No podríamos estar más orgullosos de trabajar con una marca así. Me alegro de que nuestro equipo haya podido superar sus expectativas y aumentar la notoriedad de la marca y de las nuevas colecciones. ”

Alex Oeschger

Director de Operaciones, Invibes
Advertising



in-feed your brand