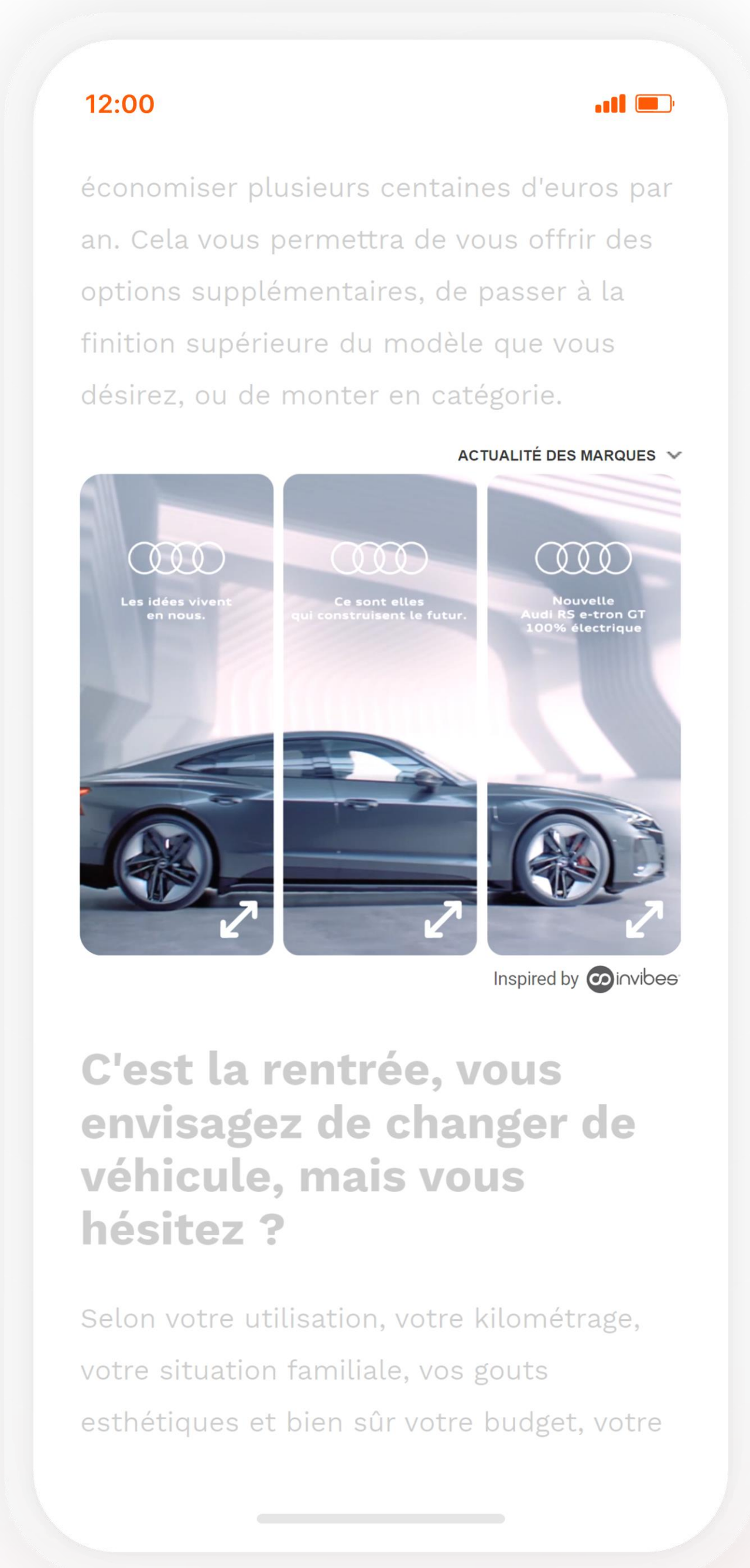


# Invibes génère de l'engagement pour Audi grâce à des formats innovants

Dans le cadre de la sortie de la nouvelle Audi RS e-tron GT, Invibes a imaginé des formats in-feed innovants, à l'image des prouesses technologiques et de l'esthétisme de la marque. Ces formats enrichis ont permis de développer la considération et l'engagement envers Audi.



## Contexte

Le 24 février 2021, Audi a lancé un nouveau véhicule 100% électrique : Audi RS e-tron GT. Plus qu'un nouveau modèle, l'Audi RS e-tron GT concilie l'ADN innovant de la marque avec son ambition de construire l'avenir de la mobilité premium.

Tout l'enjeu de la campagne digitale développée par Invibes était d'affirmer cette identité novatrice, tournée vers le futur, à travers des formats in-feed inédits et innovants qui reflétaient le style de la marque.

## Objectifs : considération et engagement

Pour répondre à cet enjeu, Audi et Invibes se sont fixés comme objectif d'augmenter la considération envers la marque et l'engagement envers ce nouveau modèle grâce à des formats enrichis :

- Deux formats interactifs *Invibes Stories*.
- Deux formats immersifs *Invibes Cube*.
- Un format vidéo *Play Creative*.

Les formats interactifs *Invibes Stories* et *Invibes Cube* ont été pensés pour immerger l'utilisateur dans l'univers d'Audi, notamment en renvoyant vers du contenu plateforme de marque ou vers la signature de la nouvelle Audi e-tron GT quattro.

Le format vidéo *Play Creative* quant à lui, incarne l'esprit de la marque et souligne la vision avant-gardiste de la mobilité d'Audi.



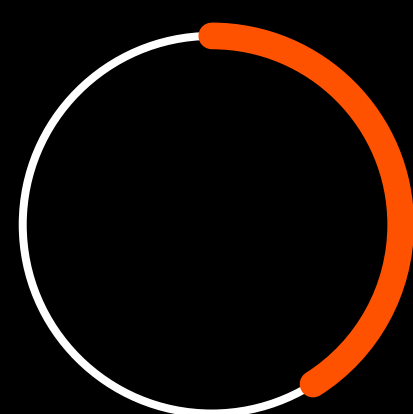
# Résultat : une campagne esthétique réussie

Grâce à des formats innovants et efficaces, Invibes et Audi ont réussi leur pari.

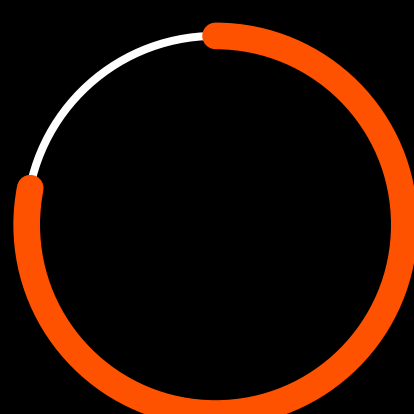
Les formats Invibes Cube et Invibes Stories ont généré un taux de clics de 0,4% tandis que le taux de visibilité IAS a atteint les 78%, bien supérieur au taux de visibilité moyen réalisé lors du benchmark.

Quant au format Play Creative, le CTR est de 0,4% et le taux de visibilité IAS de 82% (encore une fois plus élevé que le taux de visibilité moyen du benchmark). Le VTR est exceptionnellement élevé : 79% contre 50% minimum pour une vidéo de 15 secondes en moyenne.

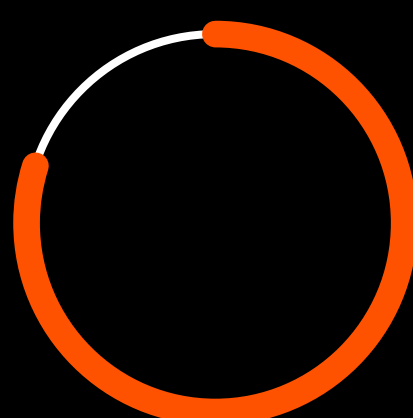
Des résultats qui viennent confirmer l'augmentation de la considération et de l'engagement envers Audi grâce à des formats innovants et esthétiques, à l'image de la marque.



**0,4%**  
de CTR



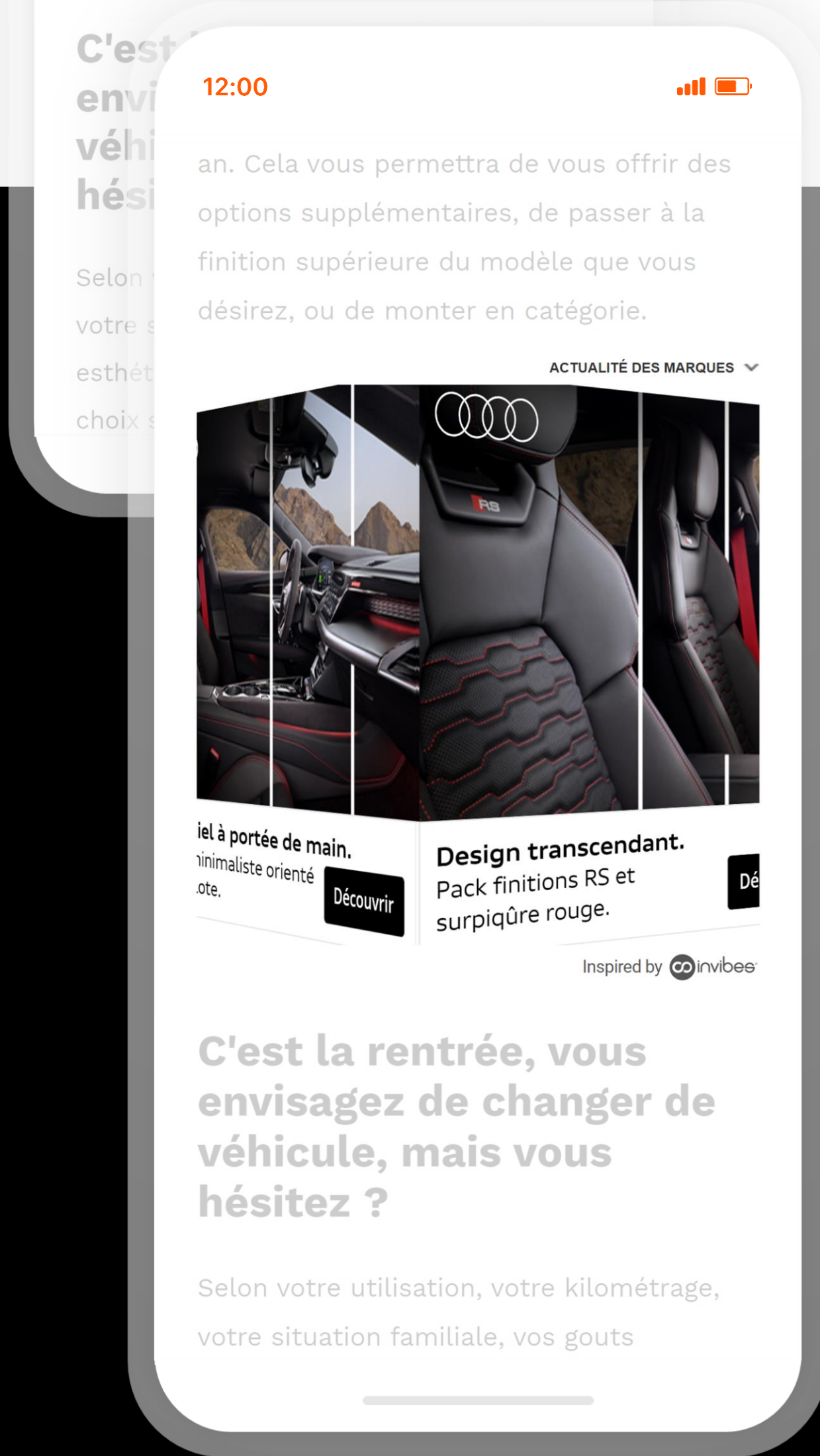
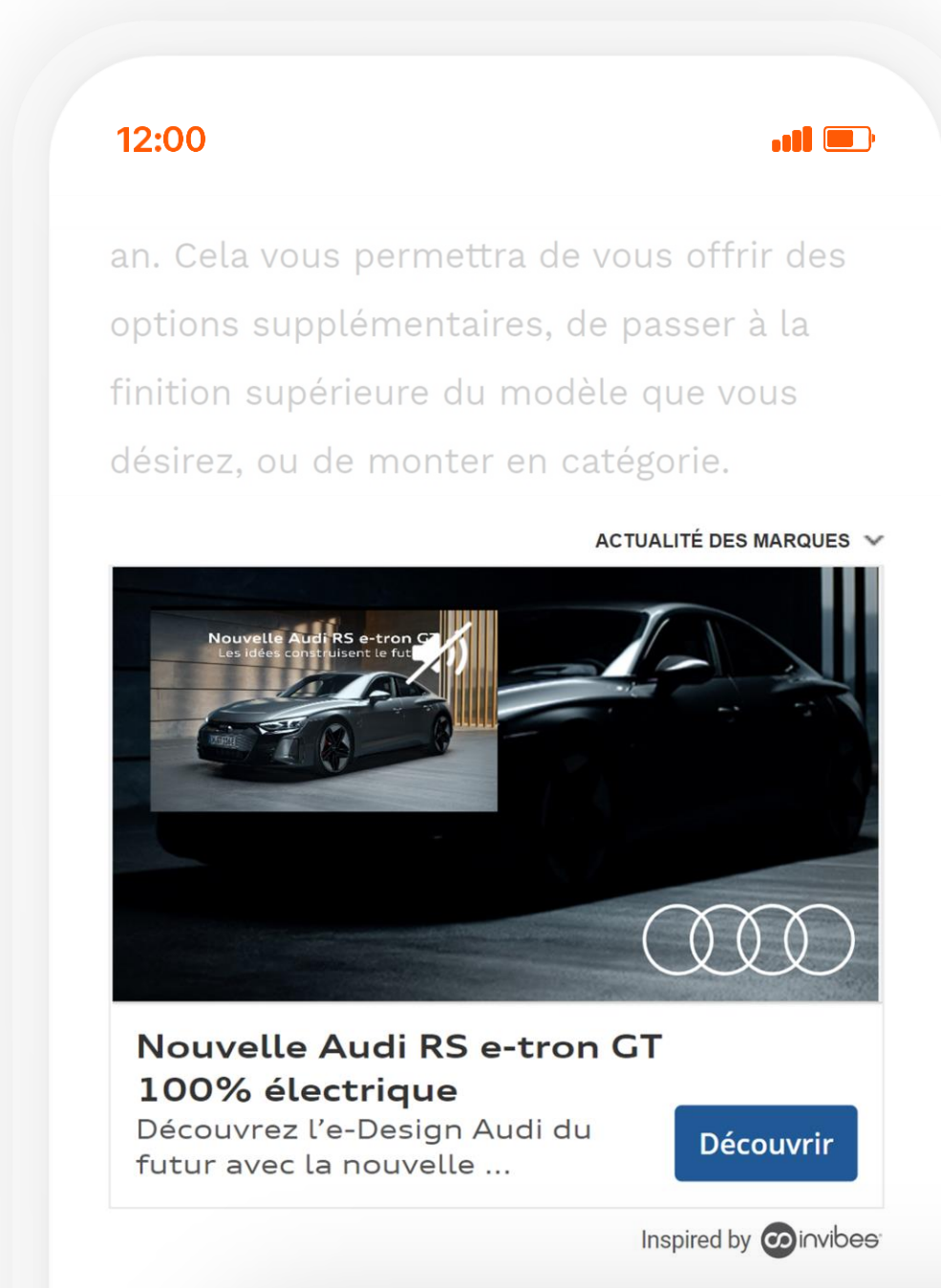
**78%**  
de taux de  
visibilité IAS pour  
la campagne CPM



**82%**  
de taux de  
visibilité IAS pour  
la campagne CPVV



**79%**  
de VTR



**in-feed your brand**