

MARCO TOZZI med Guido Maria Kretschmer utmerker seg med en innovativ kampanje fra Invibes.

Kontekst og utfordring:

MARCO TOZZI, en av de største merkene fra den anerkjente Wortmann-gruppen, har samarbeidet med den lidenskapelige designeren Guido Maria Kretschmer for 2022 vår/sommer- og bryllupssamlingene. Invibes bidro til å skape oppmerksomhet rundt Guidos siste skokolleksjon, MARCO TOZZI av **Guido Maria Kretschmer**, og MARCO TOZZI-sko generelt, ved å lansere den første samarbeidskampanje.

Etter lanseringen av den elegante samlingen ønsket MARCO TOZZI og Crossmedia å ta samme tilnærming til sin digitale kampanje og ga Invibes i oppdrag å promotere produktene deres.

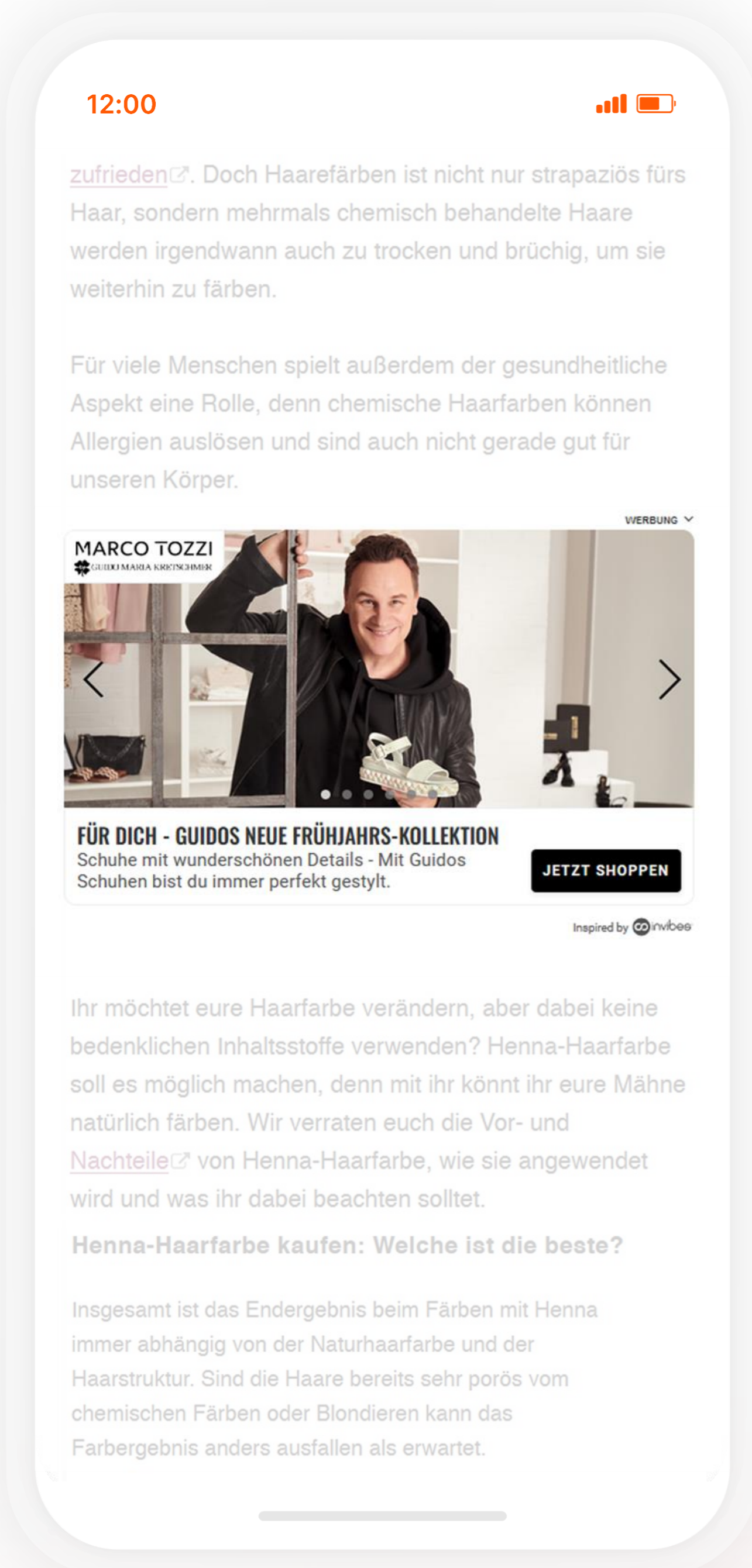
Invibes' løsning

MARCO TOZZI-kolleksjonen med Guido Maria Kretschmer utmerker seg med en innovativ kampanje fra Invibes.

For å skape interesse for MARCO TOZZI av Guido Maria Kretschmer sin vår/sommer- og bryllupskolleksjoner, samt MARCO TOZZI-sko, kjørte Invibes tre forskjellige In-feed-annonser med Invibes Swipe.

Hver annonse hadde en karusell-bildeserie av den nye kolleksjonen, som tillot brukerne å aktivt bla gjennom annonsen. Vår/sommer- og bryllupskolleksjons annonsene inkluderte også bilder av Guido Maria Kretschmer med noen av hans nye design. Denne interaktive karusell-annonsen økte merkevare engasjementet og tillot brukerne å se produktene og designeren selv.

Kampanjen ble lansert i hele Tyskland fra 21. mars til 24. april 2022.

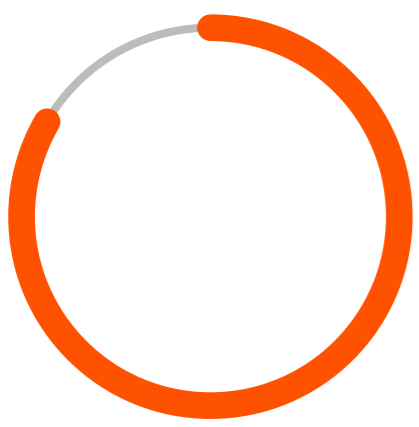


Resultatet

Takket være det innovative formatet utviklet av Invibes, presterte annonsene utmerket.

Den digitale kampanjen registrerte en gjennomsnittlig viewability på 81%, som er langt over de opprinnelige forventningene til kunden på 65-70%. I tillegg oversteg engagement rate på 2,23% også de opprinnelige forventningene på 0,25-1,5%.

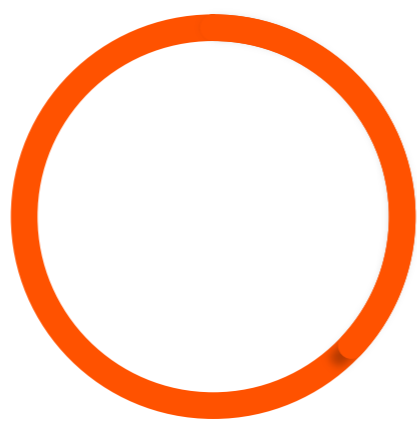
Invibes' interaktiv swipformat var den ideelle annonsen for å fange brukernes interesse og øke bevisstheten om MARCO TOZZI og Guido Maria Kretschmers skosamlinger.



81%

Viewability

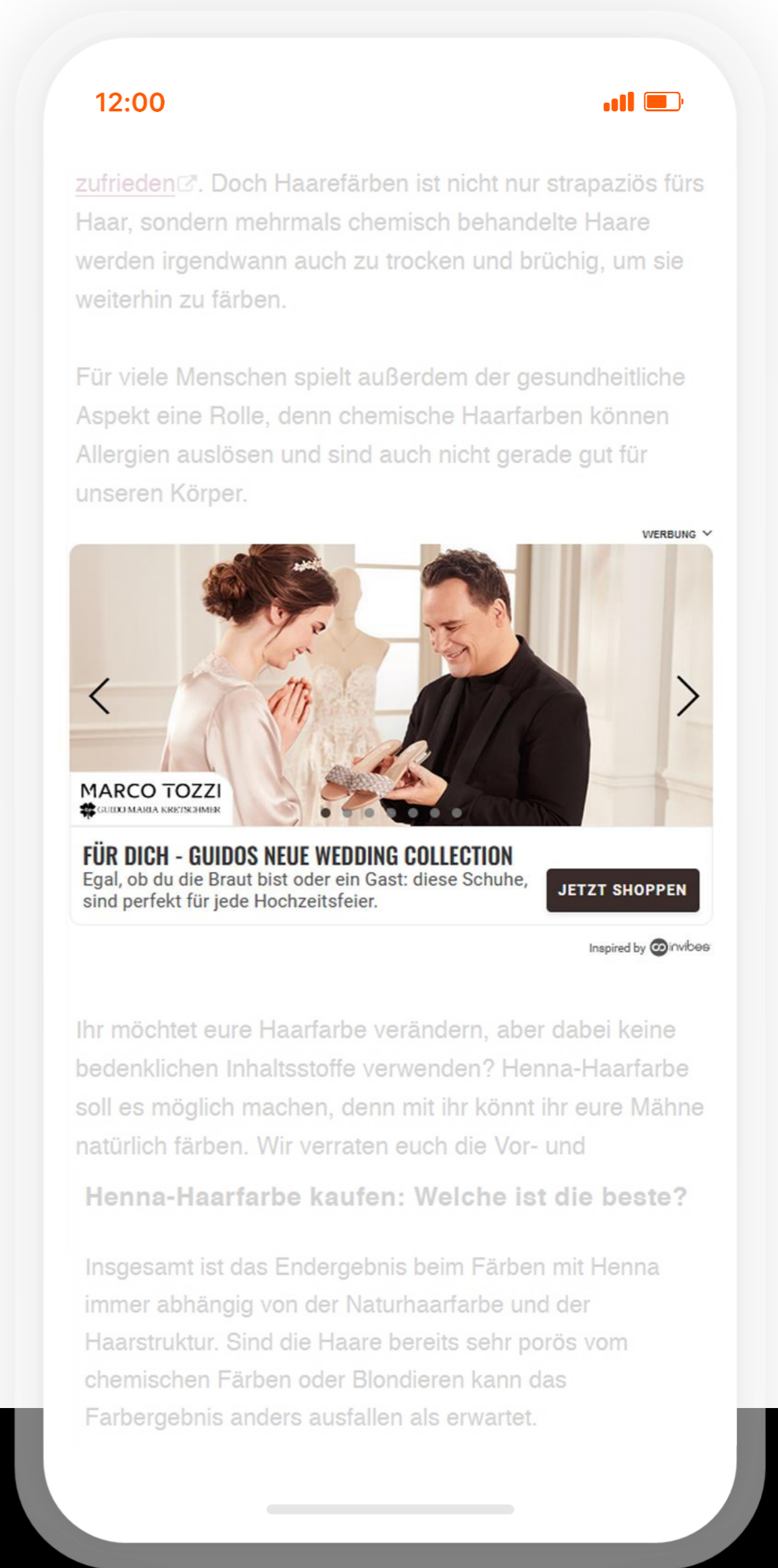
vs. expected 65-70%



2.23%

Engagement Rate

vs. expected 0.25-1.5%



“ Vårt samarbeid med Invibes var akkurat det vi hadde i tankene. Deres kunnskap og intuisjon om det digitale annonsering markedet er vanskelig å slå, og vi blir alltid imponert over deres profesjonalitet og effektivitet. Invibes' swipe format var den perfekte måten å vise frem vår nye kolleksjoner og vellykket introdusere dem for et bredere publikum. ”

Vanessa Christina Schäfers

Head of Marketing & E-Commerce, Marco Tozzi

“ Jeg er begeistret for at MARCO TOZZI's kampanje igjen klarte å bevise effektiviteten til Invibes' In-Feed-formater og oppnå gode resultater. Vi kunne ikke vært mer stolt av å jobbe med en slik merkevare. Jeg er glad for at teamet vårt klarte å overgå forventningene deres og øke bevisstheten om de nye kolleksjonene. ”

Alex Oeschger

COO, Invibes Advertising



in-feed your brand