

# Kolekcja MARCO TOZZI x Guido Maria Kretschmer wyróżniła się innowacyjną kampanią Invibes

## Kontekst i wyzwanie

**MARCO TOZZI**, jedna z największych marek z renomowanej Grupy Wortmann, nawiązała współpracę z projektantem Guido Maria Kretschmerem przy tworzeniu kolekcji wiosna/lato 2022 oraz kolekcji ślubnych. Platforma Invibes pomogła zwrócić uwagę użytkowników na najnowszą kolekcję butów MARCO TOZZI projektu **Guido Maria Kretschmer**, poprzez wspólną pierwszą kampanię.

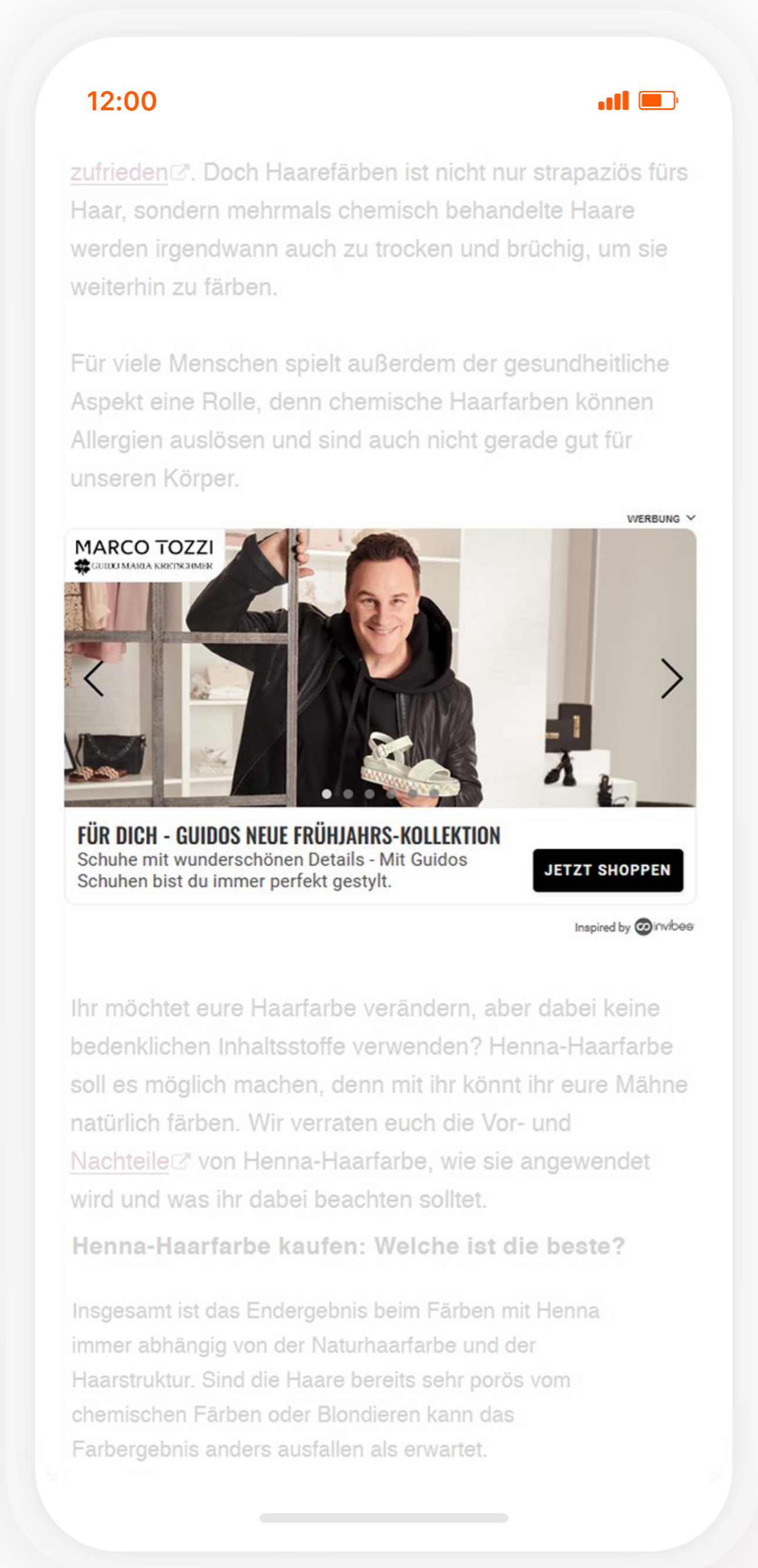
Po wprowadzeniu na rynek eleganckiej kolekcji, MARCO TOZZI oraz Crossmedia chciały przyjąć to samo podejście w swojej kampanii cyfrowej i zleciły Invibes promocję swoich produktów.

## Rozwiązanie od Invibes

Aby wzbudzić zainteresowanie kolekcjami MARCO TOZZI x Guido Maria Kretschmer wiosna/lato i kolekcjami ślubnymi, a także butami MARCO TOZZI z klasycznej kolekcji, firma Invibes zamieściła trzy różne reklamy in-feed Swipe.

Każda reklama zawierała karuzelową galerię zdjęć nowej kolekcji, która umożliwiała użytkownikom aktywne przewijanie obrazów. W reklamach kolekcji wiosenno-letniej i ślubnej pojawiły się także zdjęcia Guido Marii Kretschmera z niektórymi jego nowymi projektami. Ta interaktywna reklama karuzelowa zwiększyła zaangażowanie marki i umożliwiła użytkownikom obejrzenie produktów oraz samego projektanta.

Kampania była wyświetlana w całym Niemczech od 21 marca do 24 kwietnia 2022 roku.



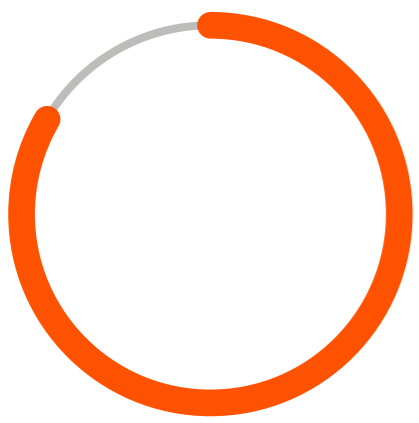


# Results

Dzięki innowacyjnemu formatowi opracowanemu przez Invibes reklamy wygenerowały wyniki lepsze niż oczekiwano.

Kampania digital osiągnęła współczynnik Viewability na poziomie 81%, czyli znacznie powyżej oczekiwanych przez klienta 65-70%. Ponadto osiągnięty wskaźnik zaangażowania na poziomie 2,23% również przekroczył pierwotne oczekiwania na poziomie 0,25-1,5%.

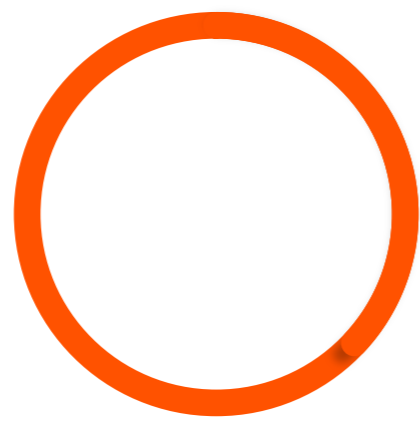
Interaktywny format **Swipe** był idealnym rodzajem reklamy, aby przyciągnąć uwagę użytkowników i zwiększyć świadomość kolekcji obuwia MARCO TOZZI x Guido Maria Kretschmer.



**81%**

**Viewability**

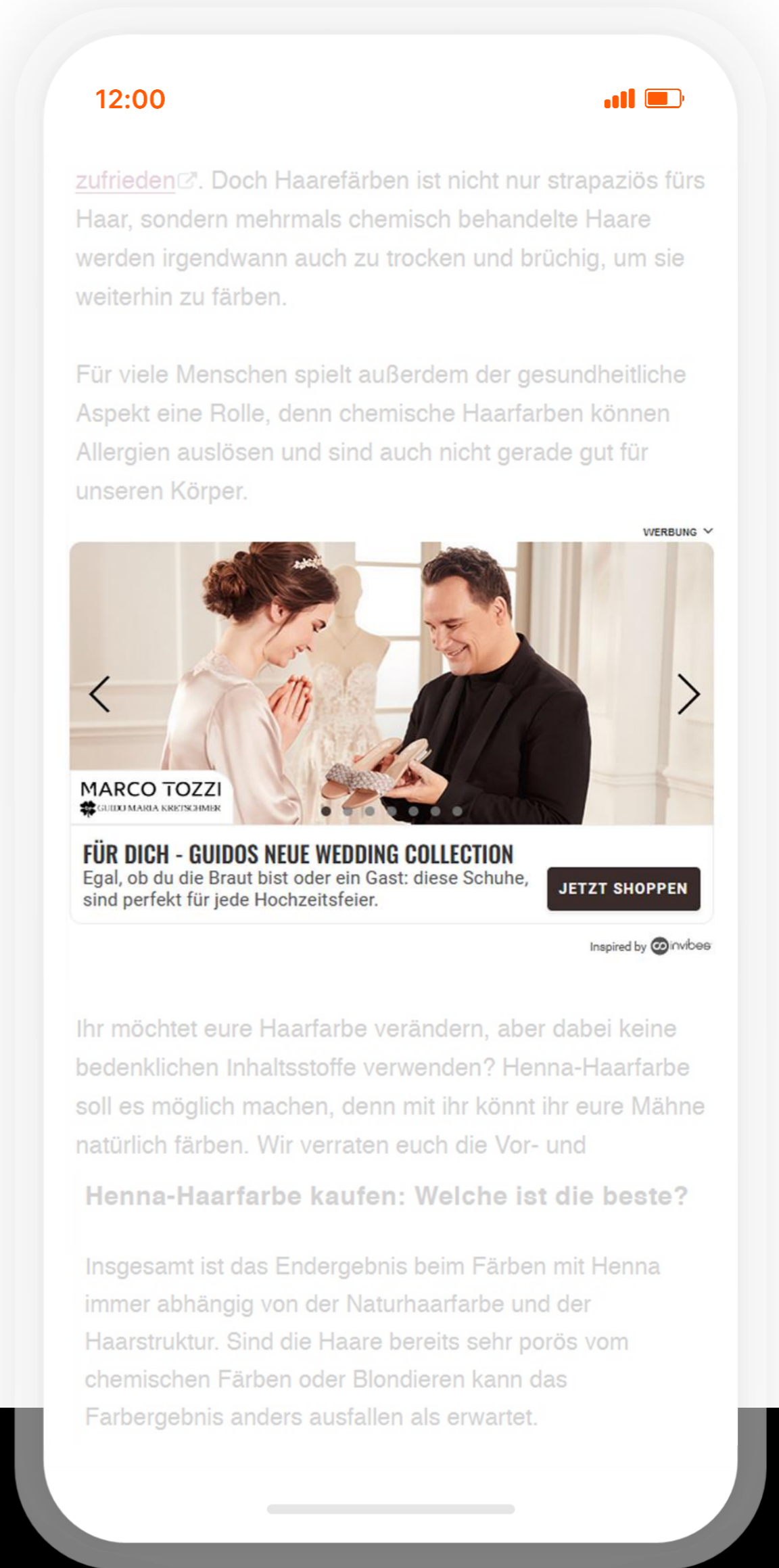
vs. oczekiwane 65-70%



**2.23%**

**Engagement Rate**

vs. oczekiwane 0.25-1.5%



“ Nasza współpraca z Invibes była dokładnie tym, o czym myśleliśmy. Ich wiedza i wyczucie rynku reklamy cyfrowej są trudne do przebicia i zawsze byliśmy pod ogromnym wrażeniem ich profesjonalizmu i skuteczności. Format Invibes Swipe był doskonałym sposobem na zaprezentowanie naszych nowych kolekcji i przedstawienie ich szerszemu gronu odbiorców. ”

**Vanessa Christina Schäfers**

Head of Marketing & E-Commerce, Marco Tozzi

“ Jestem podekscytowany, że kampania MARCO TOZZI po raz kolejny udowodniła skuteczność formatów in-feed od Invibes i osiągnęła tak świetne wyniki. Jesteśmy bardzo dumni ze współpracy z taką marką. Cieszę się, że nasz zespół był w stanie sprostać, a nawet przekroczyć oczekiwania Klienta i finalnie zwiększyć świadomość nowych kolekcji. ”

**Alex Oeschger**

COO, Invibes Advertising



**in-feed your brand**