

Ford estrena su nueva campaña digital dirigida a ‘Thrivers’ para el lanzamiento de su Explorer 100% eléctrico

- **La segmentación y la innovación en el formato: claves en el éxito de la campaña**
- **Mindshare vuelve a confiar en Invibes para el nuevo lanzamiento de Ford España**

Madrid, 6 de noviembre, 2024.- Ford España ha lanzado su nueva campaña de video digital en formato in-feed para el lanzamiento del Explorer 100% eléctrico. De la mano de su agencia Mindshare y de **Invibes Advertising (Invibes), líder en innovación publicitaria digital**, Ford estrena en España el formato **Invibes Play Roll** en una campaña dirigida a los Thrivers, o dicho de otro modo: audiencia ‘fuera del mercado’.

‘La segmentación del público ha sido clave en esta campaña, pues la audiencia principal del nuevo Explorer son los Thrivers, familias suburbanas de 30-54, con hijos en edad escolar, interesadas en equilibrar unas vidas ajetreadas, que se toman tiempo para sí mismos y que no abandonan sus pasiones’, señalan desde la agencia. La solución Smart Targeting de Invibes permite una segmentación precisa de este público de difícil acceso al incorporar un enfoque humanista e inteligente al proceso de segmentación», concluyen desde Mindshare.

‘A través de nuestra plataforma tecnológica y la integración directa con los editores, ofrecemos un amplio potencial de segmentación gracias a un alcance de más de 250 millones de usuarios mensuales. Identificamos a los usuarios de todos los publishers para construir una imagen más completa de su comportamiento, logrando un nivel de optimización de campañas que no es posible para los players que dependen de datos de terceros. Al combinar datos contextuales con insights específicos del usuario, se logra una segmentación hiperfocalizada que maximiza el impacto de cada anuncio, asegurando que los mensajes de Ford lleguen a los consumidores más propensos a considerar la compra de un nuevo coche como el nuevo Explorer’, explica **Jorge Palacios, director general de Invibes España & LATAM.**

Para la campaña del nuevo Explorer de Ford, Mindshare ha estrenado en España el formato **Invibes Play Roll** con el que invita al usuario a descubrir, de forma interactiva, las características de un vehículo que arranca fuerte, habiendo completado un viaje récord de 30.000 km utilizando sólo energía eléctrica.

Ver campaña [**Invibes Play Roll Ford**](#)



Acerca de Invibes Advertising

En Invibes, nuestra misión es impulsar el impacto positivo en las marcas y sus resultados de negocio, dando prioridad a la singularidad de cada oportunidad publicitaria a través de las soluciones publicitarias más eficaces.

La tecnología patentada de Invibes aprovecha soluciones impulsadas por GenAI para mejorar el potencial de las campañas con extensiones creativas y de segmentación específicas para cada industria. Mediante la combinación de creatividades y segmentación hiperpersonalizadas, Invibes garantiza que las campañas consigan la atención de los consumidores, ofreciendo una eficiencia sin precedentes y un valor duradero para los anunciantes.

Como partners de las principales empresas del mundo, como Amazon, Danone, LVMH, LEGO o Toyota, entre otras, contamos con profesionales excepcionales. En Invibes cultivamos un entorno enérgico y abierto que fomenta la innovación, el crecimiento y el #GoodVibes que se transmite a nuestros clientes.

Rethink Possibilities

www.invibes.com

Invibes Advertising cotiza en Euronext Stock Exchange
(Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316)

Consulta nuestros últimos comunicados en:

<https://www.invibes.com/investors.html>

Sigue las últimas noticias de INVIBES ADVERTISING en:

[LinkedIn](#) @Invibes Advertising [X](#) @Invibes_adv

PR Contact:

Amber Hicks

Group Head of Brand & Communications

amber.hicks@invibes.com

Investor Relations:

Kris Vlaemynck

co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com