

كي آر ويف ميكرواينفايز يُخططان للإصدار الأول من فيلم هاوس أوف غوتشي ليونيفرسال بيكشرز

لهذا الحدث الخاص، تم استخدام ثلاثة تنسيقات حصرية، بما في ذلك تنسيق جديد مُصمّم خصيصًا للسينما.

12:00



an. Cela vous permettra de vous offrir des options supplémentaires, de passer à la finition supérieure du modèle que vous désirez, ou de monter en catégorie.

ACTUALITÉ DES MARQUES

UN HÉRITAGE QUI POUSSE AU CRIME

C'était un nom synonyme de richesse,

HOUSE OF GUCCI

LE 24 NOVEMBRE AU CINÉMA

House of Gucci

06 Jours

23 Heures

59 Minutes

58 Secondes

Découvrir

Inspired by invibes

C'est la rentrée, vous envisagez de changer de véhicule, mais vous hésitez ?

Selon votre utilisation, votre kilométrage,

السياق والأهداف

مع نهاية عام 2021، وفي سوق شديدة التنافسية، واجه الموزعون تحديات كبيرة من أجل توفير أقصى قدر من إمكانية الوصول لإصدارات الأفلام الجديدة.

وهذا هو السياق الذي دعت فيه شركة يونيفرسال بيكشرز فريق اينفايز لإمدادها بخبراته في مجال الإعلان داخل الخلاصة.

وبالتعاون مع كي آر ويف ميكرواينفايز حملة إعلانية إبداعية وديناميكية وجذابة لزيادة ظهور الفيلم بأوسع شكل.

حملة إعلانية تفاعلية ومبتكرة

لضمان نجاح هذه الحملة، استخدمت اينفايز 3 منتجات:

- *Invibes Countdown*، لإثارة اهتمام العموم من خلال الترويج لإصدار الفيلم
- *Invibes Cinema*، تنسيق 100% مخصص لصناعة السينما لتحسين جودة الإعلانات المبدئية للأفلام
- *Invibes Reel*، لتسليط الضوء على كل النجوم الممثلين لهذا الفيلم الضخم

النتيجة: حملة إعلانية بأداء متفوق للغاية!

من خلال تعبئة جميع موارد منصّة تكنولوجيا الوسائط لشركة اينفايز - Creative Lab، ومدير الحملة، والتسليم، ومُحلّل البيانات - تمّ تحقيق جميع أهداف يونيفرسال بيكشرز وتجاوزها.

- مُعدّل إتمام يصل إلى 80%
- نسبة سي تي آر أكبر من المقاييس الملحوظة

مفاتيح النجاح: الابتكار والتعاون

الابتكار: من خلال تفعيل أحدث منتجات Creative Lab وهو Invibes Cinéma. هذا التنسيق مُخصّص لصناعة السينما بنسبة 100%، حيث يُعطي الأولوية للظهور واستدعاء الإعلانات مع إعطاء الأولوية أيضًا لتفاعلات عشاق الأفلام.

التعاون: إن مرونة وجودة التبادلات بين كي آر ويف ميكر واينفايز، بما في ذلك اختيار المنتجات، وتنظيم عمليات الإطلاق، واختيار المواقع الإعلامية، ساهمت جميعها في تحقيق الأهداف.

أخيرًا، سمحت تقنية الاستهداف من اينفايز، استنادًا إلى بيانات وحوارزميات الاستهداف السلوكي، للمعلن بتحديد نوعين من الأهداف:

الأولوية القصوى:

مشاهدة المقطع الدعائي من قبل الناس وإعادة استهدافهم بأفلام مُماثلة

الأولوية الثانية:

هواة الإثارة

مُحبّي فريق التمثيل

مُحبّي المخرج



إعلانات داخل الخلاصة لعلامتك التجارية

12:00



options supplémentaires, de passer à la finition supérieure du modèle que vous désirez, ou de monter en catégorie.

ACTUALITÉ DES MARQUES



House of Gucci
Le 24 novembre au cinéma

Inspired by invibes

C'est
envi
véhi
hési

12:00



an. Cela vous permettra de vous offrir des options supplémentaires, de passer à la finition supérieure du modèle que vous désirez, ou de monter en catégorie.

Selon
votre s
esthét
choix

ACTUALITÉ DES MARQUES



Inspired by invibes

C'est la rentrée, vous envisagez de changer de véhicule, mais vous hésitez ?

Selon votre utilisation, votre kilométrage, votre situation familiale, vos goûts