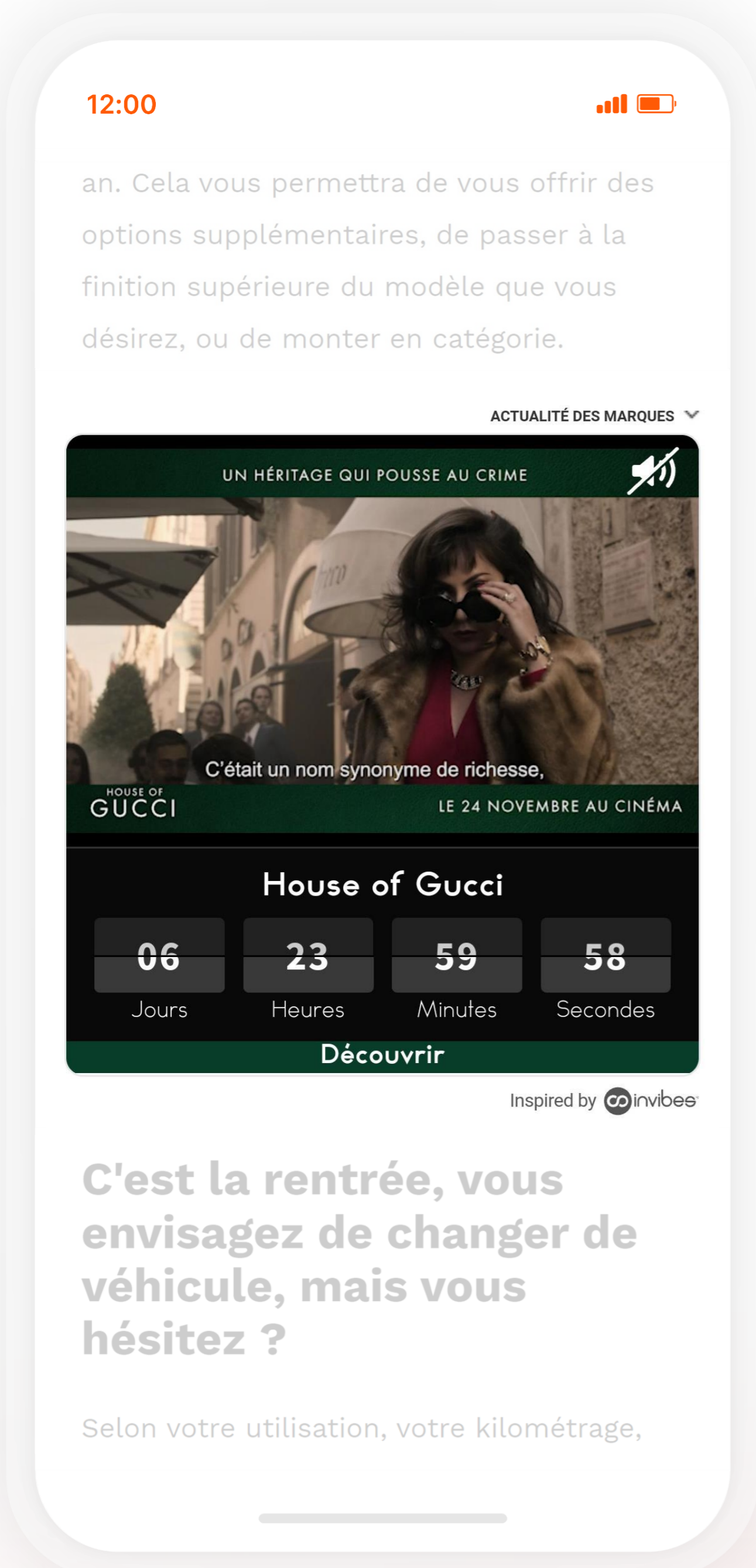


KR Wavemaker och Invibes samordnar lanseringen av filmen "House of Gucci" för Universal Pictures

För denna speciala händelse användes tre exklusiva format, inklusive ett hittills opublicerat format som utformats speciellt för bio



Sammanhang och mål

Mot slutet av 2021, i en djupt konkurrensutsatt marknad, var det avgörande för distributörerna att erbjuda maximal tillgänglighet för nya filmpremiärer.

Detta är sammanhanget för vilket Universal Pictures vände sig till Invibes-teamet och deras erfarenhet av in-feed-material.

I samarbete med KR Wavemaker genomförde Invibes en kreativ, dynamisk och engagerande kampanj för att maximera synligheten för filmen.

En interaktiv och innovativ kampanj.

För att garantera framgång för kampanjen använde Invibes 3 produkter:

- *Invibes Countdown* för att skapa allmänhetens intresse fram till filmpremiären.
- *Invibes Cinema*, ett format som är 100% dedikerad till biografindustrin för att förbättra filmtrailers.
- *Invibes Reel* för att visa upp den all-star casting som filmen hade.

Resultat: En kampanj som övertäffade förväntningarna!

Genom att mobilisera alla resurser från Invibes mediateknikplattform - Creative Lab, Campaign Manager, Delivery och Data Analyst - uppnåddes och överträffades Universal Pictures mål.

- En slutförandehastighet på **upp till 80%**
- En CTR större än de observerade benchmarksen

Framgångsfaktorerna Innovation & Samarbete

Innovationen: genom att aktivera Creative Labs senaste product – Invibes Cinema, ett format som är 100% dedikerat till filmindustrin som prioriterar ursprung och reklamminne samtidigt som det prioriterer engagemanget hos filmälskaren.

Samarbetet: Smidigheten och kvaliteten på utbytet mellan KR Wavemake och Invibes, inclusive valet av produkter, planeringen av lanseringen och valet av mediawebbplatser, bidrog alla till att uppnå målen.

Till slut möjliggjorde Invibes målinriktningsteknologi, baserad på data och algoritmer för beteendearikning, att annonsören kunde nå två typer av målgrupper:

Första prioriteringen:

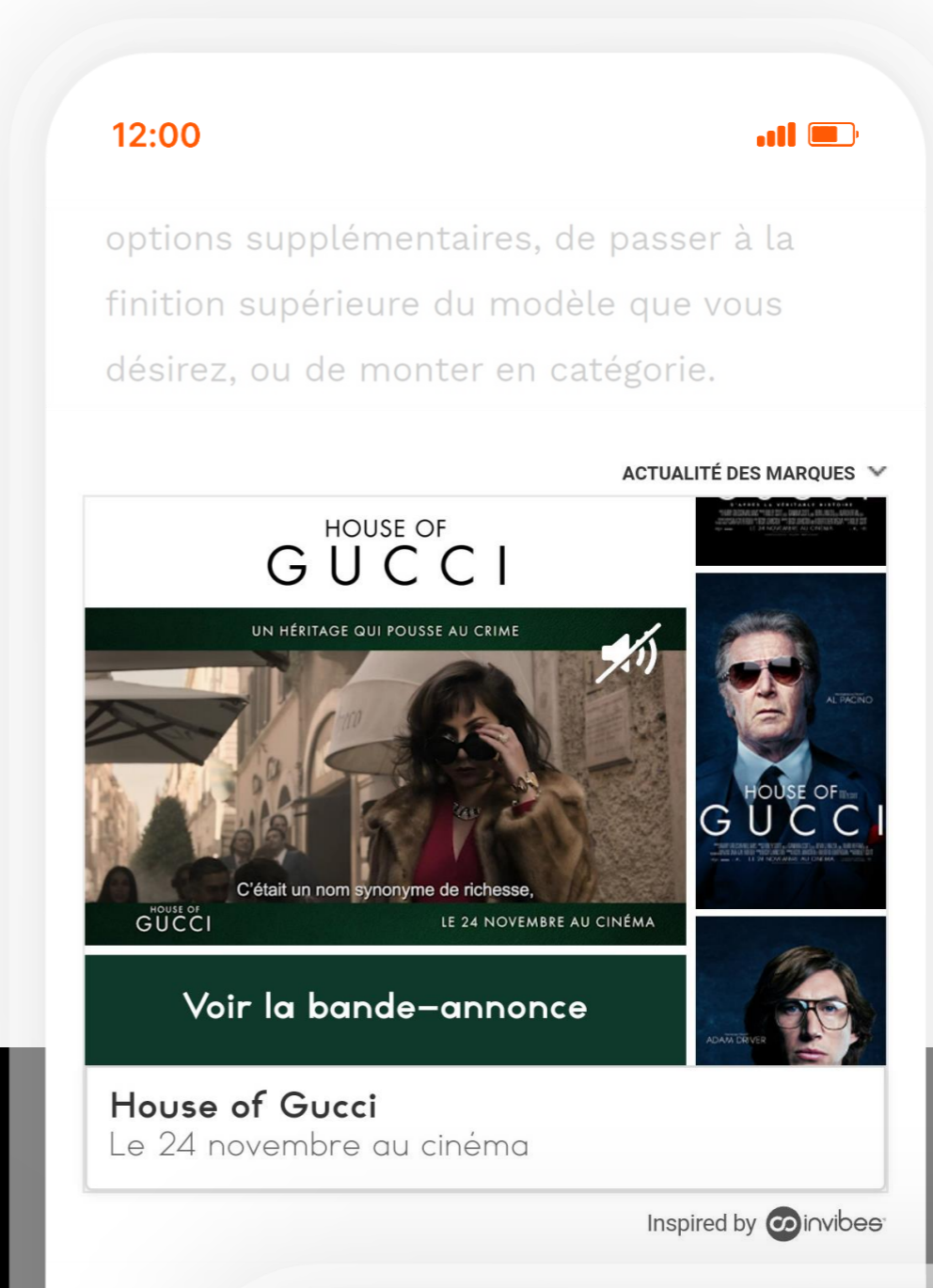
Dom som har sett trailer och retargeting liknande filmer.

Andra prioriteringen:

Thrillerentusiaster

fans av skådespelarna

av regissören



in-feed your brand