

## Pressemelding

# Annonser som skaper positiv oppmerksomhet(attention)

Invibes sin unike tilnærming til effektiv annonsering med in-feed bygger på naturlig engasjement.

**Oslo, 30. mai 2023 - Invibes Advertising (Invibes), et internasjonalt teknologiselskap spesialisert på digital annonse innovasjon, avslører sin unike oppskrift for å bringe merkevarer effektiv reklame som skaper positiv oppmerksomhet.**

Siden begynnelsen har Invibes hatt troen på at ekte effektiv annonsering kommer fra annonseopplevelser som naturlig engasjerer brukerne. Dette førte til utvikling og lansering av Invibes teknologiplattform som kombinerer kraften i stort datavolum, innovative in-feed formater, bred rekkevidde og AI for å levere effektiv in-feed annonser for merkevarer å nå forbrukerne. Beslutningen om å fokusere utelukkende på in-feed kom fra kunnskapen om at for å faktisk forbedre brukeropplevelsen måtte annonsen være:

- i flyten av innhold
- ikke-intrusiv
- identifiserbar
- synlig

Disse grunnleggende elementene utgjør ikke bare Invibes unike format, men også de synlige ingrediensene som er nødvendige for å oppnå positiv oppmerksomhet fra forbrukerne. I henhold til bransjens mål for oppmerksomhet, inkludert view rate, oppholdstid og oppmerksomhetstid, er Invibes in-feed annonser bevist å generere **4 ganger mer oppmerksomhet enn standard displayannonser og 8 ganger mer oppmerksomhet enn sosiale medieannonser<sup>1</sup>.**

Gjennom plassering i artikkel flyten hos premium publisister, som er muliggjort gjennom Invibes' omfattende nettverk og direkte integrasjon med premium publisister, er annonsene ikke bare relevante for forbrukerne, men smart målrettet for å koble merker direkte med deres viktigste demografi. Å være i flyten av skriftlig innhold reduserer også enhver forstyrrelse av brukeropplevelsen, da brukerne kan fortsette å scrolle forbi annonsen og unngå behovet for ytterligere interaksjoner, for eksempel å lukke en pop-up, som kan påvirke merkevareoppfatningen negativt.

Invibes' annonser er designet for å være umiddelbart identifiserbare for forbrukerne, med merkets logo som vises tydelig i løpet av det første sekundet av annonsen. I motsetning til andre ad partnere, samarbeider Invibes' Creative Lab-team med byråer

---

<sup>1</sup> Lumen Attention Audit - mars 2022

og merkevarer for å optimalisere kreative løsninger for å **maksimere merkevareoppmerksomhet med opptil 40 %**<sup>2</sup>. Det store, sentrerte annonseformatet er også designet for å umiddelbart fange brukerens oppmerksomhet, med en bibliotek av 80+ innovative annonseformater som deretter fanger brukerens oppmerksomhet gjennom en rekke engasjerende video- og displayfunksjoner.

En annen viktig faktor for å forbedre annonse effektiviteten gjennom positiv oppmerksomhet er kunnskapen om at en mer effektiv annonse er en mer bærekraftig annonse. Å servere annonser til riktig publikum, i riktig miljø og ved bruk av riktig format gir en høyere ytelse for kampanjen, og i Invibes' tilfelle, har det potensial til **å øke salg med opptil 40%**<sup>3</sup>. Å benytte færre annonsevisninger for å oppnå de samme kampanjemålene, reduserer ikke bare den totale annonsekostanden, men genererer også mindre CO2-utslipp. Til tross for at Invibes kampanjeutslipp allerede er blant de laveste i bransjen med et **gjennomsnitt på 96% mindre CO2 enn bransjestandarden** 4<sup>4</sup>, ønsket Invibes å gå enda lenger ved å tilby 100% karbonnøytrale annonser med introduksjonen av det Carbon-neutral merket.

" Vi er utrolig glade for å se at bransjen slutter seg til oss og anerkjenner viktigheten av oppmerksomhet for kampanje effektiviteten, ikke bare fra et verdiperspektiv, men også fordi miljøpåvirkningen er betydelig. Vi tror sterkt på at ved å tilby annonsering som skaper positiv oppmerksomhet, vil vi bidra med å forbedre bransjen ved å tilby en helhetlig løsning som gir fordeler for forbrukere, merkevarer og planeten." - **Kris Vlaemynck og Nicolas Pollet, co-CEO-er - Invibes Advertising.**

## **Om Invibes Advertising**

Invibes Advertising (Invibes) er et internasjonalt teknologiselskap som spesialiserer seg på digital innovasjon innen annonsering.

Grunnlagt på filosofien om at effektivitet kommer fra å være virkelig innovativ og naturlig engasjerende for brukere, har Invibes utviklet en integrert teknologiplattform for merkevarer for å nå forbrukere gjennom effektiv in-feed annonsering.

Invibes leverer annonsering som skaper positiv oppmerksomhet ved å utnytte kraften til big data, innovative in-feed formater, bred rekkevidde og teknologi.

Som banebrytende innen bærekraftig annonsering tilbyr Invibes også en unik løsning for å kompensere for kampanjeutslipp gjennom sin Carbon-Neutral merke.

For å samarbeide med noen av de største merkene i verden, som Amazon, Bacardi, Dell, IKEA og Toyota, er vi avhengig av de fantastiske folkene i Invibes. Hos oss streber vi etter å opprettholde et energisk, åpent miljø som fremmer en idékultur, vekst og #GoodVibes, som skinner rett gjennom til våre kunder.

---

<sup>2</sup> Rippl brand- og salgsøkning - Invibes-kampanje - september 2022

<sup>3</sup> Rippl brand- og salgsøkning - Invibes-kampanje - september 2022

<sup>4</sup> ESG-sertifisering, revisjon av miljøinformasjonssystemet til Invibes Advertising - ESG Score

<sup>4</sup> Studien "The Hidden Cost of Digital Advertising" utført av Ebiquity

Vil du høre mer om Invibes? Besøk: [www.invibes.com](http://www.invibes.com)  
Invibes Advertising er notert på Euronext-børsen (Ticker: ALINV – ISIN:  
BE0974299316)

**Les v re siste pressemeldinger på:**

<https://www.invibes.com/no/no/investors.html>

**Følg de siste nyhetene om INVIBES ADVERTISING på:**

**LinkedIn** @Invibes Advertising **Twitter** @Invibes\_adv

**PR-kontakter:**

**Hege Lorvik**

Country Director Norway

+47 934 13 395

[hege.lorvik@invibes.com](mailto:hege.lorvik@invibes.com)

**Kris Vlaemynck**

co-CEO

[kris.vlaemynck@invibes.com](mailto:kris.vlaemynck@invibes.com)

**Audrey Mela**

Investor Relations

[audrey.mela@invibes.com](mailto:audrey.mela@invibes.com)