

Pressmeddelande

Reklam som skapar positiv uppmärksamhet.

Invibes unika inställning till effektiv in-feed-annonsering bygger på naturligt engagemang

Stockholm, 30 maj 2023 - Invibes Advertising (Invibes), ett internationellt teknikföretag som specialiserat sig på digital reklaminnovation, avslöjar sitt unika recept för att ge varumärken effektiv reklam som skapar positiv uppmärksamhet.

Sedan starten har Invibes haft övertygelsen att sann effektivitet inom reklam kommer från annonsupplevelser som naturligt engagerar användare. Detta ledde till utvecklingen och lanseringen av Invibes teknikplattform, som kombinerar kraften av big data, innovativa in-feed-format, omfattande räckvidd och intellektuella tjänster för att leverera effektfulla in-feed annonsering för varumärken att nå konsumenter. Beslutet att enbart fokusera på in-feed annonsering härstammar från insikten om att för att annonseringen faktiskt skulle förbättra användarupplevelsorna måste det vara:

- I flödet av innehåll
- Icke påträngande
- Identifierbar
- Synlig

Dessa grundläggande faktorer utgör inte bara designen av Invibes unika format, utan också de synliga ingredienserna som krävs för att uppnå positiv uppmärksamhet från konsumenter. I enlighet med branschens mått på uppmärksamhet, som omfattar visningsfrekvens, uppehållstid och uppmärksam tid spenderad har Invibes in-feed-annonser har visat sig generera 4X gånger mer uppmärksamhet än vanliga displayannonser och 8X gånger mer uppmärksamhet än annonser i sociala medier¹.

Genom placering av in-feed annonsering inom högkvalitativ online media, möjliggjord genom Invibes omfattande datanätverk och direkta integration med premium-utgivare, är annonser inte bara relevanta för konsumenter, utan också smart riktade för att ansluta varumärken direkt till deras målgrupp. Att vara i flödet av skriven innehåll minskar också störningar för användarupplevelsen, eftersom användare kan fortsätta att scrolla förbi annonsen, vilket minskar behovet av ytterligare interaktioner som att stänga en pop-up som kan påverka varumärkesuppfattningen negativt.

Invibes annonser är utformade för att omedelbart vara identifierbara för konsumenter, med varumärkets logotyp tydligt synlig inom den första sekunden av annonsens vising. Till skillnad från andra annonspartners arbetar Invibes Creative Lab-team med byråer och varumärken för att optimera kreativiteten och maximera varumärkeslyftet med upp till 40%². Det stora, centralt placerade annonsformatet är också utformat för att

¹ Lumen Attention Audit - March 2022

² Rippl brand & sales uplift - Invibes campaign - September 2022

omedelbart fånga användarens uppmärksamhet, med en bibliotek av över 80 innovativa annonsformat som sedan fortsätter att fånga användarens uppmärksamhet ytterligare genom en mängd engagerande video- och displayfunktioner.

En annan nyckelfaktor för att förbättra reklameffektiviteten genom positiv uppmärksamhet är kunskapen om att en mer effektiv annons är en mer hållbar annons. Att leverera annonser till rätt publik, i rätt miljö och med rätt format ger en högre presterande kampanj och kan, i Invibes fall, öka försäljningslyftet med upp till 40%³. Genom att behöva färre annonsvisningar för att uppnå samma kampanjmål minskar inte bara den totala annonskostnaden, utan också produktionen av koldioxidutsläpp. Trots att Invibes kampanjutsläpp redan är några av de lägsta i branschen och producerar i genomsnitt 96% mindre koldioxid än branschstandard⁴. Ville Invibes gå ett steg vidare genom att erbjuda 100% koldioxidneutrala annonser med introduktionen av Carbon-Neutral etiketten.

"Vi är otroligt glada över att se att branschen ansluter sig till oss i att erkänna vikten av uppmärksamhet för kampanjeffektiviteten, inte bara ur ett värdeperspektiv, utan också för att påverkan på miljön är betydande. Vi tror starkt att genom att erbjuda reklam som skapar positiv uppmärksamhet kommer vi att hjälpa till att förbättra reklambranschen genom att erbjuda en helhetslösning som gynnar konsumenter, varumärken och planeten." - **Kris Vlaemynck och Nicolas Pollet, co-CEOs - Invibes Advertising**

About Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) är ett internationellt teknikföretag, specialiserade på digital annonseringsinnovation.

Grundat på filosofin att effektiv annonsering kommer från att vara sannerligen innovativ och naturligt engagerande för användare, har Invibes utvecklat en integrerad teknikplattform för brands att nå konsumenter genom effektiv in-feed annonsering.

Invibes levererar annonsering som skapar positiv uppmärksamhet genom att utnyttja kraften i stora datamängder, innovativa in-feed-format, bred räckvidd och omfattande intelligens-tjänster.

Som pionjär inom "Sustainable Advertising" erbjuder Invibes även en unik lösning för att motverka utsläpp från kampanjer genom sin Carbon-Neutral-etikett.

För att kunna samarbeta med några av världens största varumärken, som Amazon, Bacardi, Dell, IKEA och Toyota, förlitar vi oss på ännu större människor. På Invibes strävar vi efter att upprätthålla en energifull och öppen miljö som främjar en kultur av idériedom, tillväxt och #GoodVibes, vilket lyser rakt igenom till våra kunder.

Vill du höra mer om Invibes? Besök: www.invibes.com

³ Rippl brand & sales uplift - Invibes campaign - September 2022

⁴ ESG Certification, Audit of the environment information system of Invibes Advertising - ESG Score

⁴ The Hidden Cost of Digital Advertising study, Ebiquity and Scope3 - November 2022 and Invibes data

Invibes Advertising är listat på Euronext-börsen (Ticker: ALINV - ISIN: BE0974299316).

Läs våra senaste pressreleaser här:

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

Följ de senaste nyheterna om Invibes Advertising på:

LinkedIn @Invibes Advertising **Twitter** @Invibes_adv

Financial & Corporate Contacts:

Daniel Friberg

Country Director Sweden & Denmark

+46 (0)70 200 08 73

daniel.friberg@invibes.com

Kris Vlaemynck

co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com

Audrey Mela

Investor Relations

audrey.mela@invibes.com