

INVIBES ADVERTISING S'APPUIE SUR HAPPYDEMICS POUR MESURER L'IMPACT RÉEL DES CAMPAGNES IN-FEED

Paris, mercredi 6 mai 2020 – INVIBES ADVERTISING, entreprise spécialisée dans la diffusion de campagnes publicitaires online in-feed s'appuie désormais sur la société d'études marketing Happydemics pour mesurer l'impact de ses campagnes sur les internautes.

Depuis 2011, la conviction d'Invibes est que la publicité sur internet est efficace si elle est innovante et naturellement engageante auprès des internautes. En choisissant l'intégration au cœur de contenus éditoriaux de qualité et le développement de formats innovants, **Invibes assure ainsi aux annonceurs une meilleure visibilité**, synonyme d'optimisation de leurs KPI's.

En choisissant de travailler aux côtés de Happydemics, **Invibes est aujourd'hui en mesure de transformer cette conviction en démonstration chiffrée** grâce à une mesure précise de l'impact de la campagne. La technologie de Happydemics permet en effet de cibler simplement les personnes exposées à une campagne et de les interroger sur leur smartphone dans les applications qu'elles utilisent. Happydemics est ainsi capable d'analyser la performance des messages véhiculés à une cible, et de comprendre les perceptions et intentions suscitées par la publicité.

Plusieurs annonceurs de premier plan, parmi lesquels Samsung, Essity, Reckitt et les Laboratoires Expanscience ont d'ores et déjà pu bénéficier de résultats probants suite à la diffusion de campagnes in-feed programmées par Invibes.

En moyenne, les campagnes Invibes affichent des résultats particulièrement élevés par rapport aux campagnes display « classiques ». Les scores **d'attribution et de mémorisation sont environ 30% supérieurs** au pool « benchmark », tandis que **les niveaux d'intention d'achat sont 42% supérieurs** à ceux de campagnes classiques.

Pour **Stève Saleyron, Head of Sales INVIBES France** : « *Les annonceurs et leurs conseils exigent à juste titre des analyses et des mesures de plus en plus fines de l'impact de leurs campagnes, en particulier lorsqu'ils investissent dans des formats innovants. Happydemics leur apporte une évaluation rigoureuse de l'apport des solutions offertes par Invibes* ».

Diane Massenet, Customer Success Manager chez Happydemics, le confirme : « *Nous sommes heureux d'accompagner une entreprise dynamique telle qu'Invibes Advertising et de leur fournir, via nos post-tests média, des réponses directes et authentiques qui sont précieuses pour confirmer l'émergence et l'efficacité de leur offre. Nous leur permettons de bénéficier de résultats simplement exploitables grâce à des bilans de qualité* ».

Pour en savoir plus sur la méthodologie et les possibilités d'études développées par Happydemics pour Invibes Advertising, rendez-vous sur www.invibes.com/fr/fr.

A propos d'INVIBES ADVERTISING

Créée en 2011, INVIBES ADVERTISING est une société technologique du secteur de la publicité digitale. Elle a développé une solution publicitaire non intrusive et efficace, qui s'appuie sur un format in-feed, intégré dans les contenus média, inspiré des réseaux sociaux et optimisé pour une diffusion sur un réseau fermé de sites média : Bertelsmann, Hearst, Axel Springer et beaucoup d'autres. Ses clients sont par ailleurs de grandes marques telles que Mercedes, Samsung, Air France et IBM.

INVIBES ADVERTISING est cotée sur Euronext Growth à Paris (Mnémonique : ALINV – ISIN : BE0974299316).

Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :

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

Suivez en direct les dernières actualités d'INVIBES ADVERTISING:

Linkedin: [@Invibes advertising](#) Twitter: [@Invibes_adv](#) Facebook: [@Invibes advertising](#)

Contacts Finance & Relations Publiques

INVIBES ADVERTISING

Kris VLAEMYNCK, CFO

kris.vlaemynck@invibes.com

ATOUT CAPITAL, Listing Sponsor

Rodolphe OSSOLA

rodolphe.ossola@atoutcapital.com

+33 (0)1 56 69 61 80

INVIBES ADVERTISING FRANCE

Sami BATTIKH

Country Manager INVIBES France

sami.battikh@invibes.com

+ 33 (0)6 09 17 46 98