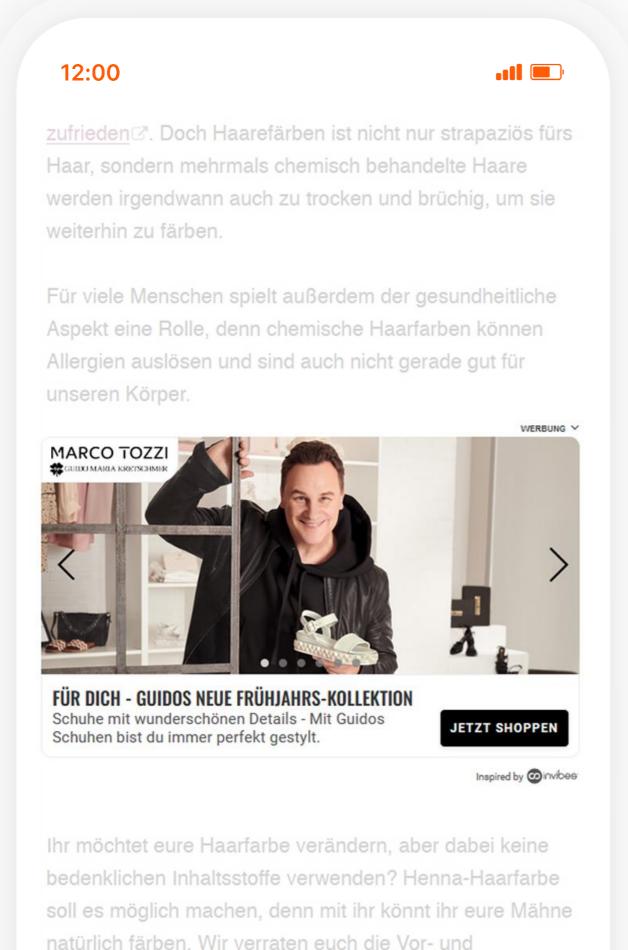
MARCO TOZZI collection with Guido Maria Kretschmer stands out with an innovative campaign by Invibes



Nachteile

von Henna-Haarfarbe, wie sie angewendet

Henna-Haarfarbe kaufen: Welche ist die beste?

Insgesamt ist das Endergebnis beim Färben mit Henna

immer abhängig von der Naturhaarfarbe und der

chemischen Färben oder Blondieren kann das

Farbergebnis anders ausfallen als erwartet.

Haarstruktur. Sind die Haare bereits sehr porös vom

wird und was ihr dabei beachten solltet.

Context and Challenge

MARCO TOZZI, one of the biggest brands from the renowned Wortmann Group, has collaborated with passionate designer Guido Maria Kretschmer for the 2022 spring/summer and wedding collections. Invibes helped draw attention to Guido's latest shoe collection, MARCO TOZZI by Guido Maria Kretschmer, and MARCO TOZZI shoes in general, by launching their first collaborative campaign.

Following the launch of the elegant collection, MARCO TOZZI and Crossmedia wanted to take the same approach with their digital campaign and commissioned Invibes to promote their products.

Invibes' solution

To generate interest in the MARCO TOZZI by Guido Maria Kretschmer spring/summer and wedding collections, as well as MARCO TOZZI shoes, Invibes ran three different Invibes Swipe in-feed ads.

Each ad featured a carousel photo gallery of the new collection, which allowed users to actively scroll through the ad. The spring/summer and wedding collections ads also featured photos of Guido Maria Kretschmer with some of his new designs. This interactive carousel ad increased brand engagement and allowed users to view the products and the designer himself.

The campaign was broadcast throughout Germany from March 21st to April 24th, 2022.



Results

Thanks to the innovative format developed by Invibes, the ads performed excellently.

The digital campaign recorded an average viewability of 81%, which is well above the 65-70% initially expected by the client. In addition, the achieved engagement rate of 2.23% also exceeded the original expectations of 0.25-1.5%.

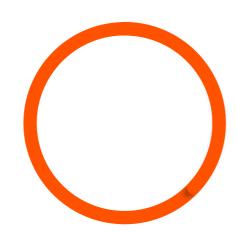
Invibes' interactive **swipe** format was the ideal ad style to capture users' interest and raise awareness of MARCO TOZZI and Guido Maria Kretschmer's shoe collections.



81%

Viewability

vs. expected 65-70%



2.23%

Engagement Rate

vs. expected 0.25-1.5%

12:00



<u>zufrieden</u> ☑. Doch Haarefärben ist nicht nur strapaziös fürs Haar, sondern mehrmals chemisch behandelte Haare werden irgendwann auch zu trocken und brüchig, um sie weiterhin zu färben.

Für viele Menschen spielt außerdem der gesundheitliche Aspekt eine Rolle, denn chemische Haarfarben können Allergien auslösen und sind auch nicht gerade gut für unseren Körper.



FÜR DICH - GUIDOS NEUE WEDDING COLLECTION Egal, ob du die Braut bist oder ein Gast: diese Schuhe, sind perfekt für jede Hochzeitsfeier.

JETZT SHOPPEN

Inspired by invibes

Ihr möchtet eure Haarfarbe verändern, aber dabei keine bedenklichen Inhaltsstoffe verwenden? Henna-Haarfarbe soll es möglich machen, denn mit ihr könnt ihr eure Mähne natürlich färben. Wir verraten euch die Vor- und

Henna-Haarfarbe kaufen: Welche ist die beste?

Insgesamt ist das Endergebnis beim Färben mit Henna immer abhängig von der Naturhaarfarbe und der Haarstruktur. Sind die Haare bereits sehr porös vom chemischen Färben oder Blondieren kann das Farbergebnis anders ausfallen als erwartet.

Our collaboration with Invibes was exactly what we had in mind. Their knowledge and intuition of the digital advertising market is hard to beat, and we were always impressed by their professionalism and efficiency. Invibes' swipe format was the perfect way to showcase our new collections and successfully introduce them to a wider audience.

Vanessa Christina Schäfers

Head of Marketing & E-Commerce, Marco Tozzi

I'm thrilled that MARCO TOZZI's campaign was once again able to prove the effectiveness of Invibes In-Feed formats and achieve such great results. We couldn't be any prouder to work with such a brand. I'm happy that our team was able to exceed their expectations and increase awareness of the new collections.

Alex Oeschger
COO, Invibes Advertising



in-feed your brand