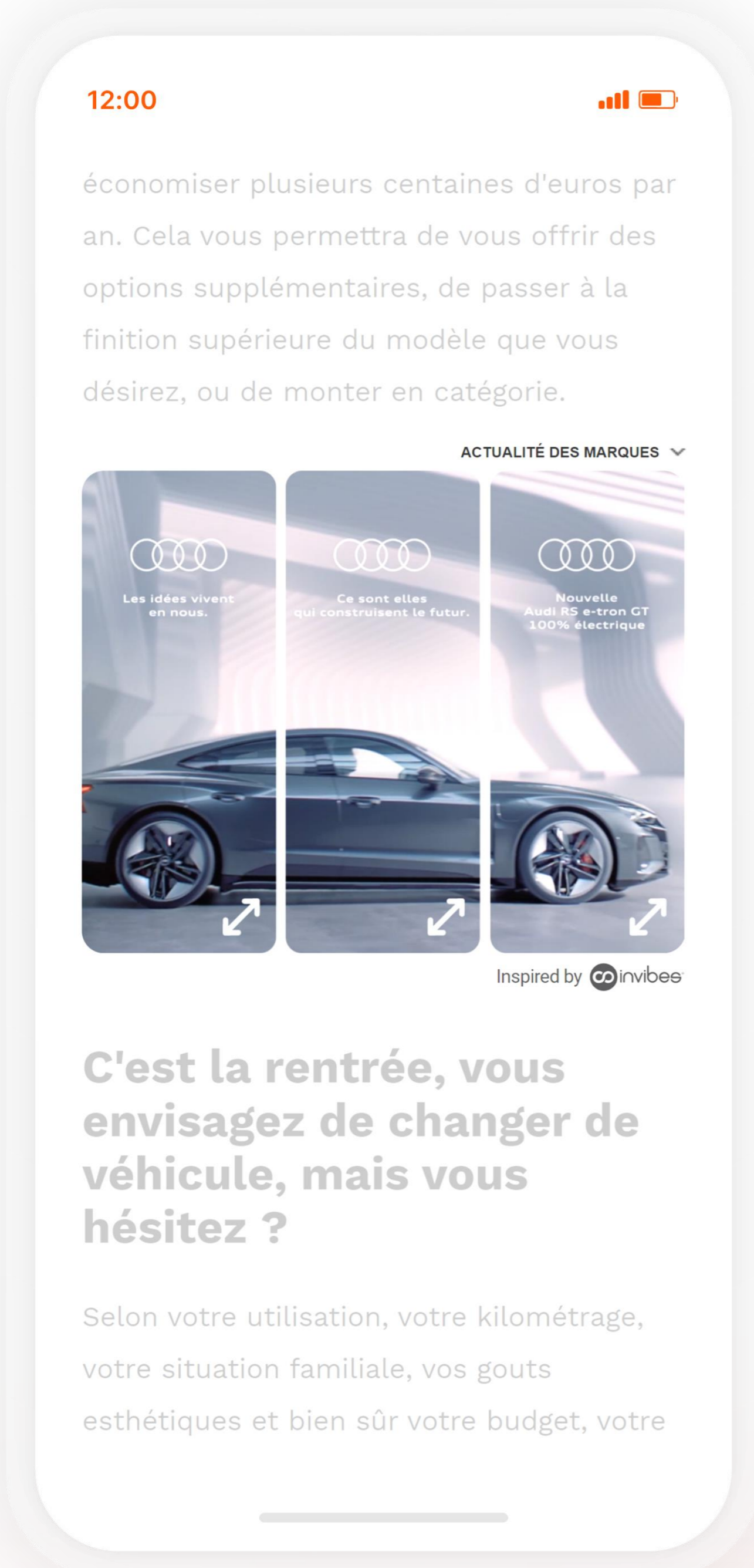


Invibes genera engagement per Audi con i suoi formati innovativi

Per l'uscita della nuova Audi RS e-tron GT, Invibes ha utilizzato formati innovativi in-feed che riflettono la prodezza tecnologica e l'estetica del brand. Questi formati estremamente eye-catching hanno contribuito a sviluppare awareness ed engagement nei confronti di Audi.



Contesto

Il 24 febbraio 2021 Audi ha lanciato un nuovo veicolo 100% elettrico: l'Audi RS e-tron GT. Oltre ad essere un nuovo modello, l'Audi RS e-tron GT unisce il DNA innovativo del brand con l'ambizione di costruire il futuro della mobilità premium.

La sfida per la campagna digital sviluppata da Invibes è stata quella di affermare questa identità innovativa e orientata al futuro attraverso formati in-feed impattanti e attention-grabbing che riflettessero lo stile del brand.

Obiettivi: awareness ed engagement

Per affrontare questa sfida, Audi e Invibes si sono posti l'obiettivo di aumentare brand awareness e user engagement nei confronti di questo nuovo modello attraverso formati disruptive:

- Due ad interattivi Invibes Stories.
- Due ad immersivi Invibes Cube.
- Un ad video Play Creative.

I formati interattivi Invibes Stories e Invibes Cube sono stati progettati per immergere l'utente nel mondo Audi, sfruttando i contenuti della piattaforma del brand e la firma della nuova Audi e-tron GT quattro.

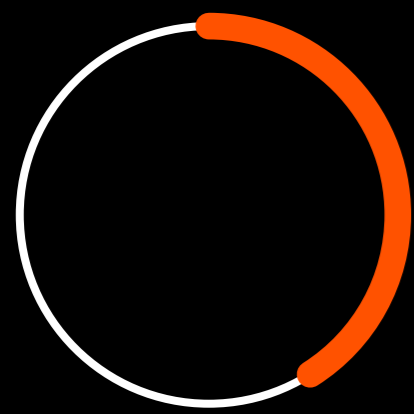
Il formato video Play Creative, invece, incarna lo spirito del brand e sottolinea la visione forward-looking della mobilità Audi.

Risultato: una campagna creativa di successo

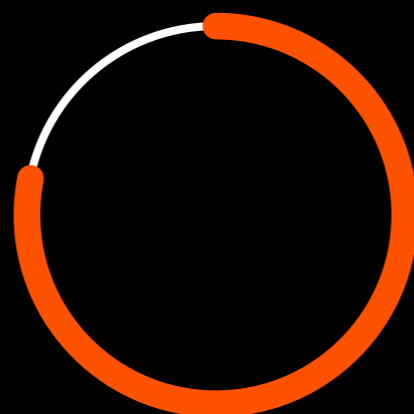
Grazie a formati innovativi ed efficaci, Invibes e Audi hanno raggiunto il loro obiettivo. I formati Invibes Cube e Invibes Stories hanno generato un CTR dello 0.4%, mentre la viewability ha raggiunto il 78%, ben al di sopra del benchmark di riferimento.

Per quanto riguarda il Play Creative, il CTR è stato dello 0,4%, mentre la viewability ha raggiunto l'82% (ancora una volta superando il benchmark). Il VTR è stato eccezionalmente alto: 79% rispetto a un minimo del 50% in media per un video di 15 secondi.

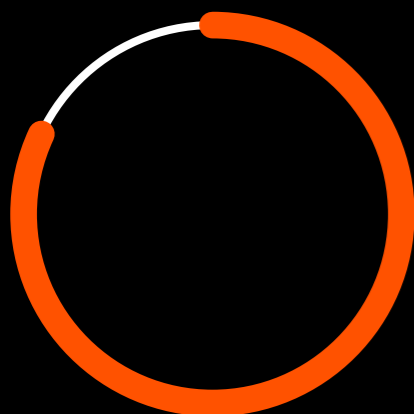
Questi risultati confermano l'aumento dell'awareness e dell'engagement nei confronti di Audi grazie alla scelta di formati innovativi e eye-catching che riflettono l'immagine del brand.



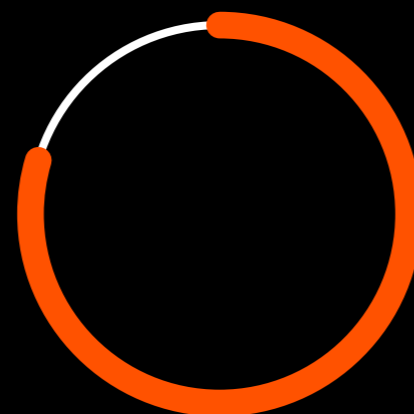
0.4%
CTR



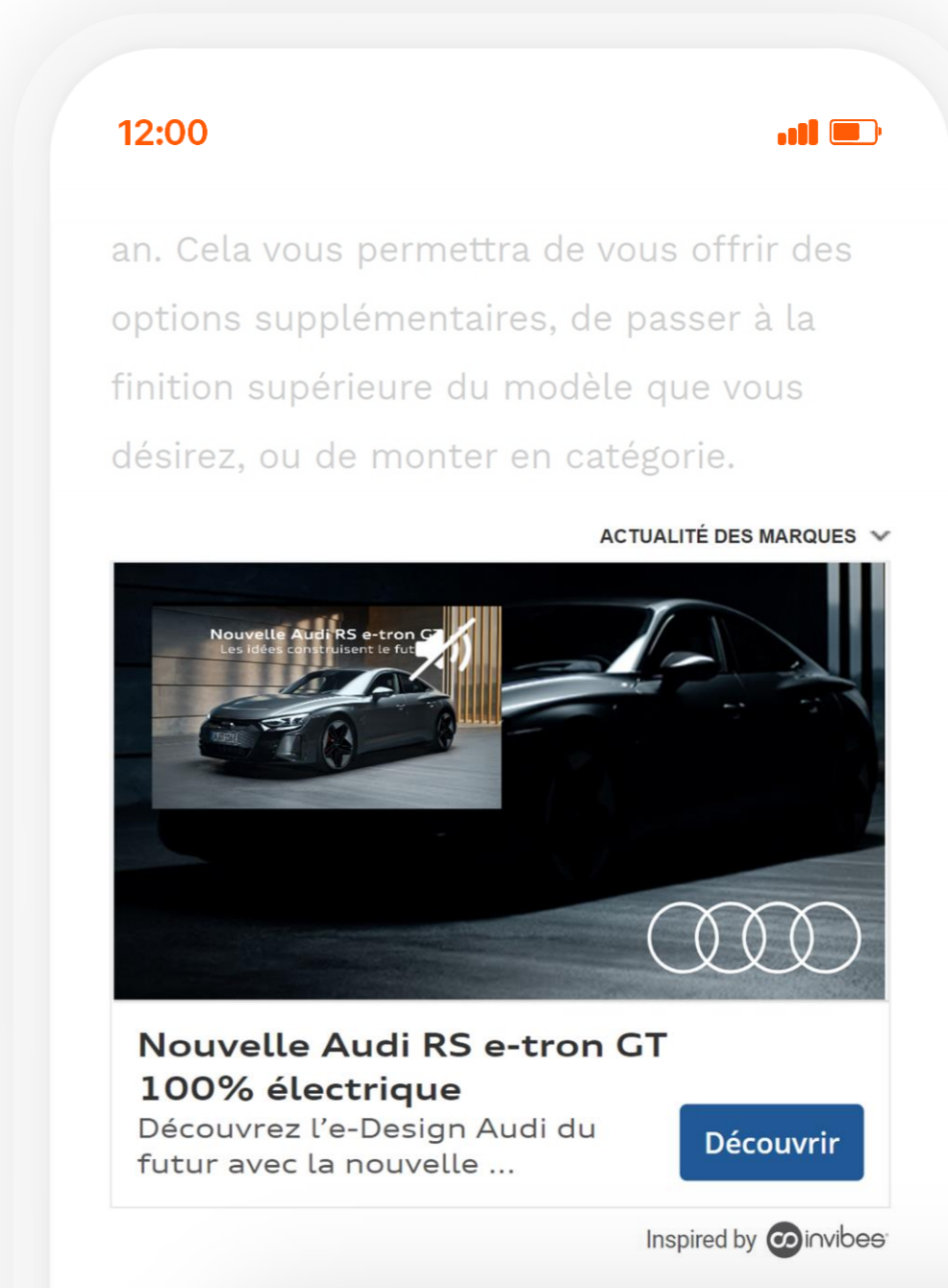
78%
IAS Viewability
rate per
campagna CPM



82%
IAS Viewability
rate per campagna
CPVV



79%
VTR



in-feed your brand