

La collezione di MARCO TOZZI by Guido Maria Kretschmer si distingue grazie a una campagna innovativa Invibes

12:00



[zufrieden](#). Doch Haare färben 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 FRÜHJAHR-S-KOLLEKTION
Schuhe mit wunderschönen Details - Mit Guidos Schuhen bist du immer perfekt gestylt.

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 [Nachteile](#) von Henna-Haarfarbe, wie sie angewendet wird und was ihr dabei beachten solltet.

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.

Contesto e sfida

MARCO TOZZI, uno dei più grandi brand del rinomato Wortmann Group, ha collaborato con l'appassionato designer Guido Maria Kretschmer per le collezioni spring/summer e wedding 2022. Invibes ha contribuito ad attirare l'attenzione sull'ultima collezione di scarpe di MARCO TOZZI firmata Guido Maria Kretschmer, e sulle calzature MARCO TOZZI in generale, con l'uscita della loro prima campagna in collaborazione. Dopo il lancio dell'elegante collezione, MARCO TOZZI e Crossmedia hanno affidato ad Invibes la promozione dei loro prodotti per quanto riguarda la campagna digital.

Soluzione Invibes

Per suscitare l'interesse verso le collezioni spring/summer e wedding di MARCO TOZZI by Guido Maria Kretschmer, così come per le calzature MARCO TOZZI, Invibes ha pubblicato tre diversi in-feed ad con il formato Invibes Swipe.

Ogni annuncio ha presentato una galleria fotografica a carosello della nuova collezione, che ha permesso agli utenti di scorrere attivamente sull'ad. Le creatività scelte hanno anche mostrato foto di Guido Maria Kretschmer con alcuni dei suoi nuovi design. Questo carosello interattivo ha aumentato l'engagement verso il brand e ha permesso agli utenti di vedere sia i prodotti che lo stilista stesso.

La campagna è stata erogata in Germania dal 21 marzo al 24 aprile 2022.

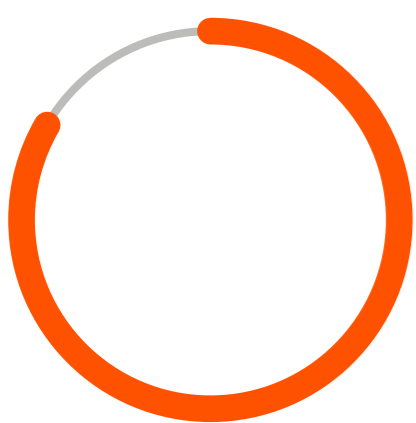


MARCO TOZZI®

Risultati

Grazie al formato innovativo sviluppato da Invibes, gli ad hanno avuto un'ottima performance. La campagna digital ha registrato una viewability media dell'81%, ben superiore al 65-70% inizialmente previsto dal cliente. Inoltre, l'engagement rate raggiunto, pari al 2,23%, ha superato le aspettative iniziali dello 0,25-1,5%.

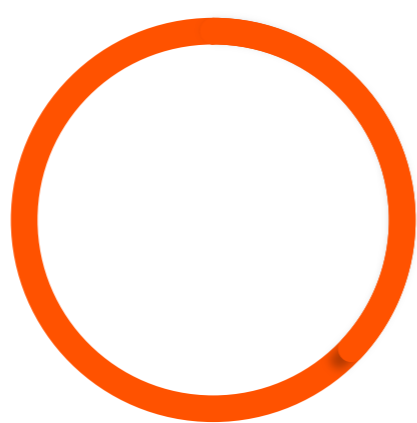
Il formato interattivo Swipe di Invibes è stato lo stile pubblicitario ideale per catturare l'interesse degli utenti e far conoscere le collezioni di scarpe MARCO TOZZI by Guido Maria Kretschmer.



81%

Viewability

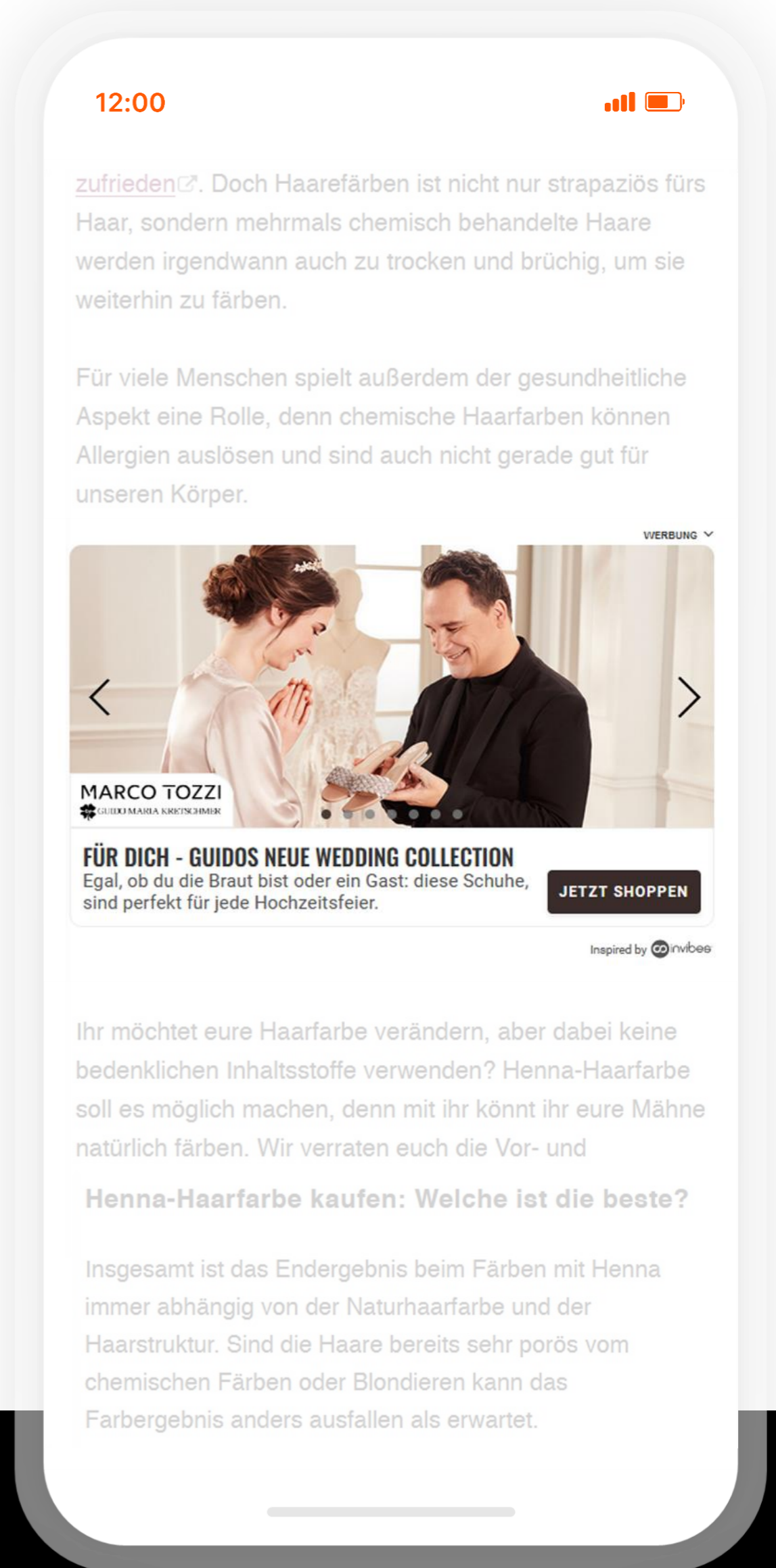
vs. 65-70% previsto



2.23%

Engagement Rate

vs. 0.25-1.5% previsto



“ *La collaborazione con Invibes è stata esattamente quella che stavamo cercando. La loro conoscenza e intuizione del mercato del digital advertising è difficile da superare, e siamo rimasti molto colpiti dalla loro professionalità ed efficienza. Il formato Swipe di Invibes è stato perfetto per presentare le nostre nuove collezioni e farle conoscere con successo a un pubblico più vasto.* ”

Vanessa Christina Schäfers

Head of Marketing & E-Commerce, Marco Tozzi

“ *Sono contento che la campagna di MARCO TOZZI sia stata in grado di dimostrare ancora una volta l'efficacia dei formati in-feed Invibes e di ottenere risultati così importanti. Non potremmo essere più orgogliosi di lavorare con un brand del genere. Sono felice che il nostro team sia riuscito a superare le aspettative e ad aumentare l'awareness per le nuove collezioni.* ”

Alex Oeschger

COO DACH, Invibes Advertising



in-feed your brand