

Door de innovatie formats genereert Invibes meer engagement voor Audi

Voor de release van de nieuwe Audi RS e-tron GT heeft Invibes innovatieve in-feed formaten ingezet die de technologische kracht en de esthetiek van het merk weerspiegelen. Deze verrijkte formaten hielpen bij het ontwikkelen van bewustzijn en betrokkenheid bij Audi.

Het verhaal

Op 24 februari 2021 lanceerde Audi een nieuwe 100% elektrische auto: de Audi RS e-tron GT. Meer dan alleen een nieuw model; de Audi RS e-tron GT verenigt het innovatieve DNA van het merk met zijn ambitie om te bouwen aan de toekomst van premium mobiliteit.

De uitdaging voor de online campagne was om deze innovatieve, toekomstgerichte identiteit te bevestigen door de nieuwe en innovatieve stijl van het merk te weerspiegelen. Aan Invibes de taak om dit zo goed mogelijk te doen.

Doelstellingen: Branding awareness en engagement

Om de awareness en de engagement onder de consument te verhogen, hebben Audi en Invibes gekozen voor drie innovatieve formaten:

- Twee interactieve *Invibes Stories* ads
- Twee meeslepnde *Invibes Cube* ads
- Eén *Play Invibes* video ad

De interactieve formaten *Invibes Stories* en *Invibes Cube* zijn ontworpen om de gebruiker onder te dompelen in de wereld van Audi, met name door te verwijzen naar de website van Audi of naar de handtekening van de nieuwe Audi e-tron GT quattro.

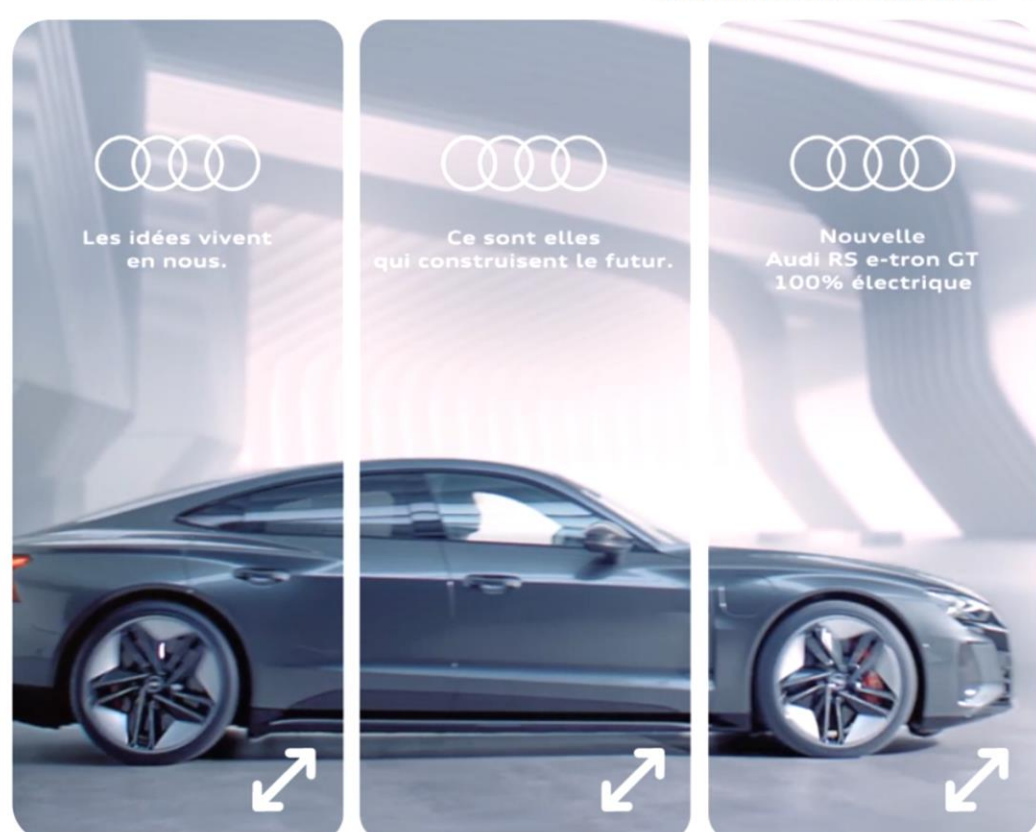
Het videoformaat *Play Creative* daarentegen, belichaamt de geest van het merk en onderstreept de toekomstgerichte visie op de mobiliteit van Audi.

12:00



économiser plusieurs centaines d'euros par an. Cela vous permettra de vous offrir des options supplémentaires, de passer à la finition supérieure du modèle que vous désirez, ou de monter en catégorie.

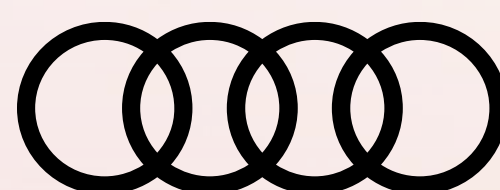
ACTUALITÉ DES MARQUES



Inspired by invibes

C'est la rentrée, vous envisagez de changer de véhicule, mais vous hésitez ?

Selon votre utilisation, votre kilométrage, votre situation familiale, vos goûts esthétiques et bien sûr votre budget, votre



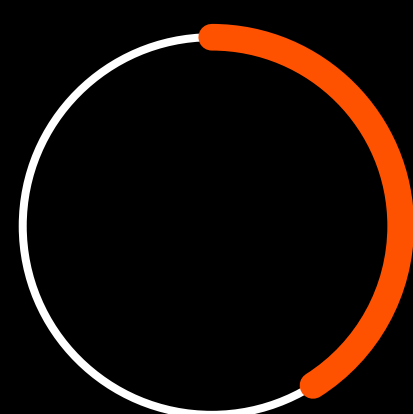
Het Resultaat: een succesvolle esthetische campagne

Dankzij de innovatieve en effectieve formaten hebben Invibes en Audi samen hun doel bereikt.

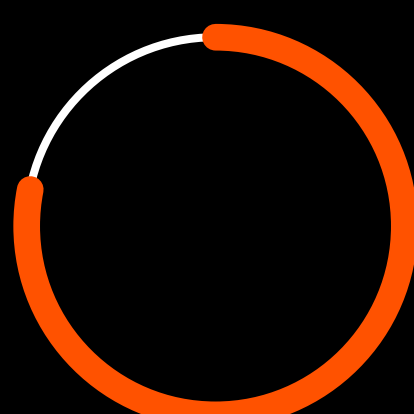
De formaten Invibes Cube en Invibes Stories genereerden een CTR van 0,40%, terwijl de IAS viewability rate 78% bereikte, ruim boven de gemiddelde benchmark viewability rate.

Wat de Play Creative betreft, bedroeg de CTR 0,40% en de IAS viewability rate 82% (opnieuw hoger dan de benchmark). De VTR was uitzonderlijk hoog: 79% vergeleken met een minimum van 50% voor een gemiddelde video van 15 seconden.

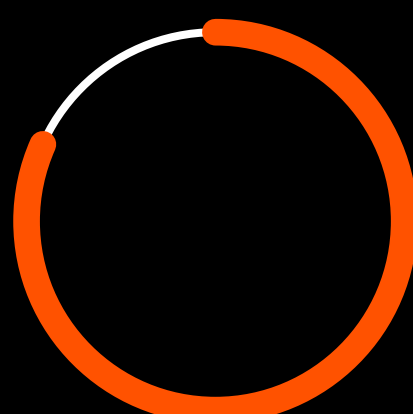
Deze resultaten bevestigen de toegenomen bekendheid en betrokkenheid bij Audi dankzij de innovatieve en esthetische formaten die het merkimage weerspiegelen.



0.4%
CTR



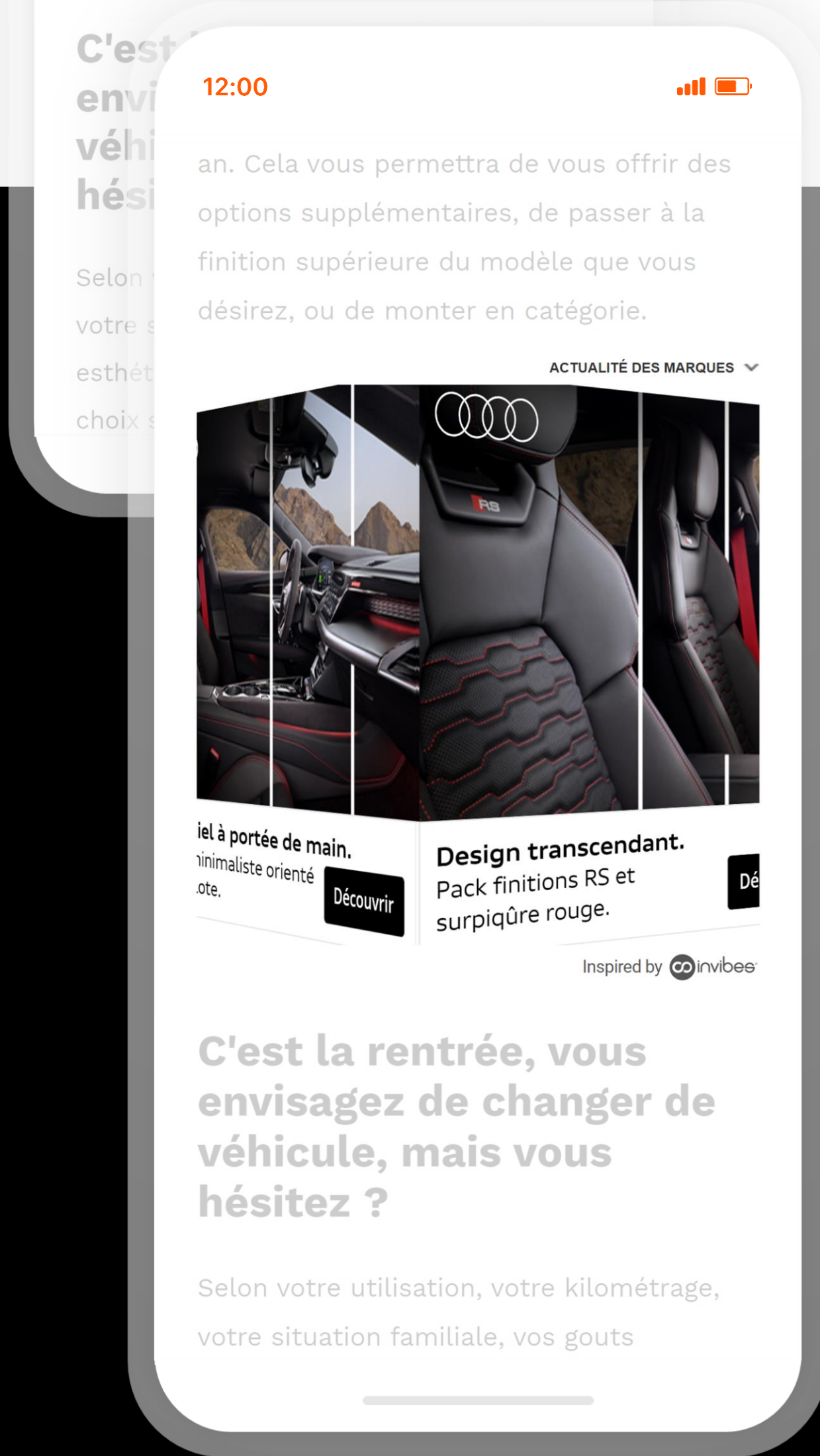
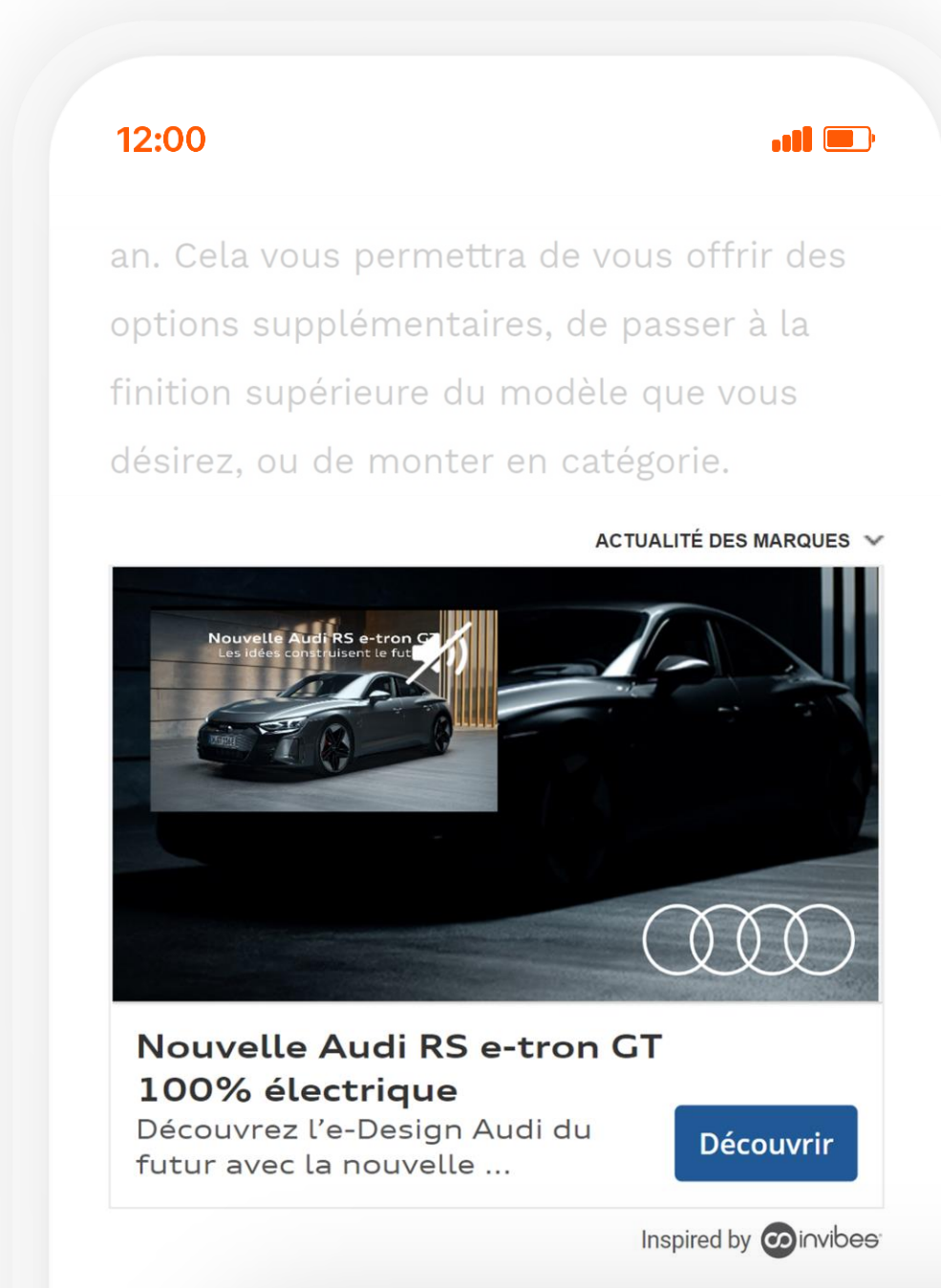
78%
Viewability rate
voor de display
campagne



82%
Viewability rate
voor de video
campagne



79%
VTR



in-feed your brand