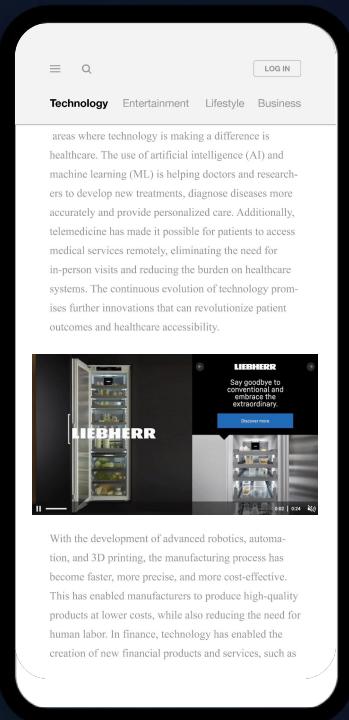


SUCCESS STORY

Liebherr électroménager réinvente le storytelling vidéo et capte l'attention des audiences américaines grâce à Onyx



Introduction

“ Avec le lancement du réfrigérateur OpenDrawer, notre objectif était de permettre aux utilisateurs de découvrir cette nouveauté grâce à un format vidéo innovant. La collaboration avec Brand Studio nous a permis d'intégrer des expériences interactives à nos créas, conçues pour attirer l'attention et engager une audience premium exigeante.”

- Jonathan Barfell, Head of Marketing, Appliance Division, Liebherr USA, Co.

Résultats

+20%

d'attention vs.
benchmarks vidéo

79%

de visibilité

38%

de taux d'engagement

Le défi

Leader dans la fabrication de réfrigérateurs et congélateurs haut de gamme, Liebherr conçoit une large gamme d'appareils destinés aussi bien à un usage domestique que professionnel. Grâce à des technologies innovantes de préservation de la fraîcheur des aliments et à l'utilisation de matériaux de haute qualité, les appareils électroménagers de cette marque haut de gamme se distinguent par leur efficacité énergétique, leur design élégant, et leur exceptionnelle longévité. Avec le lancement de son réfrigérateur OpenDrawer sur le marché américain, Liebherr avait besoin de toucher et d'engager une audience exigeante, passionnée de design et de technologie, et en quête des meilleurs appareils électroménagers. Pour aller au-delà de la simple visibilité, la marque souhaitait enrichir sa campagne vidéo avec des éléments interactifs afin d'offrir une expérience immersive, capable de retenir l'attention et de renforcer l'engagement au moment clé.

Solution

Brand Studio a traduit ce brief en une série de quatre créas vidéo sur-mesure, développées spécifiquement pour le format vidéo Contextual Pre-Roll. Grâce à un ciblage contextuel et géolocalisé, chaque design offrait aux utilisateurs différents niveaux d'interaction, visant à attirer leur attention et la transformer en engagement réel. Combiner fonctionnalités interactives, storytelling créatif, et animations au swipe de l'utilisateur a permis de générer une attention forte sur la plateforme Onyx, avec chaque créa atteignant des taux d'engagement supérieurs à 30%.

Insights

- **Vidéo:**

La différence de taux d'engagement entre les vidéos de 15 et 24 secondes était minime, démontrant que des audiences et des environnements premium offrent un espace idéal pour un storytelling immersif en long format.

- **Conçu pour l'engagement :**

Le format « Expanded » s'est révélé être la créa la plus performante, combinant un taux de clic (CTR) élevé, un excellent taux de compléTION vidéo, et un taux d'engagement remarquable. Les éléments au sein des créas, enrichies par du contenu interactif, étaient tous déclenchés par les utilisateurs. Cette approche créative démontre qu'une audience engagée et pertinente est prête à passer de la prise de conscience à la considération dans une seule expérience rich media immersive.

Témoignage

 L'objectif de cette campagne était de générer une notoriété de marque et une attention utilisateur authentiques pour notre nouveauté haut de gamme. Les résultats exceptionnels en matière d'engagement et de compléTION vidéo ont démontré la capacité de cette expérience immersive et de son environnement de diffusion à captiver et engager pleinement notre audience cible.”

– Tatiana Zhemaytis, Online Marketing Manager, Leica