

## Persbericht

# Begin van een nieuw tijdperk van reclame-advertenties voor reizen en toerisme met de innovatieve oplossingen van Invibes

**Gent, 26 november 2024** – Invibes Advertising (kortweg Invibes), een leider in de innovatie van digitaal adverteren, versterkt zijn toewijding aan de reis- en toerisme-industrie met innovatieve advertentieoplossingen die zijn ontworpen om reizigers bij elke stap van hun reis te betrekken.

Alleen al in het afgelopen jaar heeft Invibes met succes meer dan 300 reiscampagnes uitgevoerd, waarmee het bewijst over de nodige expertise te beschikken voor het leveren van impactvolle advertentieoplossingen die zijn afgestemd op de diverse doelstellingen van merken in de reis- en toerismesector. Vertrouwd door meer dan 80 reis- en toerismemerken, waaronder *Emirates*, *Club Med* en *easyJet*, heeft Invibes voor klanten over de hele wereld meer dan 1.500 creatieve oplossingen met grote impact ontworpen.

De belangrijkste resultaten van recente campagnes zijn:

- **22% meer merkbekendheid:** door verbeterde zichtbaarheid en herinnering van het merk.
- **20% meer koopintenties:** dus hogere kans op boekingen.
- **23% meer overweging:** door verhoogde interesse bij potentiële klanten.
- **55% meer herinnering van de advertentie:** verbeterde gedenkwaardigheid en betrokkenheid.<sup>1</sup>

Nu de vraag naar reizen het niveau van vóór de pandemie voorbijschiet, met een verwachte toename van 110% van het aantal reserveringen tegen het einde van 2024<sup>2</sup> en een gelijkaardige toename in 2025, is Invibes de koploper in de ondersteuning van de merken om volop van deze groei gebruik te maken. Via het eigen ID-netwerk maakt Invibes gebruik van nauwkeurige datamapping en intelligente publiek-creatie om segmenten zoals frequente binnenlandse reizigers, zakenreizigers en vrijetijdsreizigers slim en gericht te bereiken. Invibes voert ook campagne-voorbereidende enquêtes en analyses van gelijkaardige doelgroepen uit, om het bereik ervan uit te breiden via de identificatie van nieuwe gebruikers die vergelijkbare

kenmerken delen met hoogwaardige klanten, om zo de prestaties en de schaal van de campagnes te optimaliseren.

In een recente samenwerking met PHD Media en luchtvaartmaatschappij La Compagnie, heeft Invibes deze eigen Smart Targeting-oplossing ingezet om het imago van het merk op te poetsen en frequente reizigers effectief te betrekken in de promotie van de exclusieve business-class-vluchten tussen Noord-Italië en New York. Door gebruik te maken van het grootschalige ID-netwerk, analyseerde Invibes de locatiegeschiedenis en reisfrequentie om potentiële klanten te identificeren. De eerste campagne in Italië leverde sterke resultaten op, waardoor kwalitatieve sessies werden gestimuleerd en de zichtbaarheid met 30% werd verbeterd in vergelijking met beschikbare referentiegegevens.<sup>3</sup>

Naast deze Smart Targeting-oplossing beschikt Invibes over een bibliotheek van meer dan 80 gespecialiseerde advertentieformaten die individueel zijn afgestemd op de unieke behoeften van elke branche. Enkele van de meest populaire formaten voor reis- en toerismemerken zijn:

- **Invibes AirTicket:** interactieve advertenties in de vorm van vliegtickets, en gepersonaliseerd via geolocatie voor meer relevantie.
- **Invibes Weatherbreaker:** weerberichtvergelijkingen in realtime, die aanzetten tot spontane reisesjes naar zonnige bestemmingen.
- **Invibes Play Reel:** dynamische reportageformaten die bestemmingen presenteren door middel van boeiende video's.

De formaten van Invibes integreren naadloos met meer dan 2.000 premium uitgevers via niet-opdringerige, boeiende en voor elke doelgroep op maat gemaakte advertentie-ervaringen. Door gebruik te maken van de reisgegevens van bestaande klanten en geavanceerde segmentatietools, stelt Invibes merken in staat om de juiste doelgroep op het perfecte moment te bereiken. Door samen te werken met gerenommeerde uitgevers zoals *Condé Nast Traveler* en *easyVoyage*, zorgt Invibes ervoor dat de advertenties in merkveilige omgevingen worden gepubliceerd, waardoor de zichtbaarheid en betrokkenheid voor gebruikers die actief op zoek zijn naar reisinspiratie en hun volgende avontuur plannen, worden verbeterd.

Nu de industrie zich steeds meer richt op duurzaamheid, loopt Invibes voorop door campagnes te leveren die 96% minder CO<sub>2</sub> produceren dan het branchegemiddelde<sup>4</sup>. Door duurzame praktijken te integreren met geavanceerde oriëntering en creatieve uitmuntendheid, zet Invibes een nieuwe standaard in reis- en toerismereclame.

Bent u klaar om de mogelijkheden te heroverwegen en uw merk naar een nieuw level te hijsen? Contacteer ons via [sales@invibes.com](mailto:sales@invibes.com) of bezoek [www.invibes.com](http://www.invibes.com)

- 
1. Resultaten van de meet- en Happydemics-enquêtes van Invibes - okt 2022 - sep 2024
  2. The state of Fashion 2024 - BoF, McKinsey & Company - nov 2024
  3. Gegevens over de Invibes-campagne voor La Compagnie - mrt 2023
  4. Gegevens van Invibes en The State of Sustainable Advertising - Scope3 - dec 2023



## Over Invibes Advertising

Bij Invibes is het onze missie om positieve merkimpact en bedrijfsresultaten te stimuleren door prioriteit te geven aan het unieke karakter van elke advertentiemogelijkheid met waardevolle reclameoplossingen.

Invibes eigen technologie maakt gebruik van GenAI-oplossingen om het potentieel van campagnes te vergroten met branchespecifieke creative- en targetingopties. Door hypergepersonaliseerde creatives en targeting te combineren, zorgt Invibes ervoor dat campagnes sterk aanslaan bij consumenten, wat ongeëvenaarde efficiëntie en blijvende waarde oplevert voor adverteerders.

Om te kunnen samenwerken met internationale topbedrijven als Amazon, Danone, LVMH, LEGO en Toyota, vertrouwen we op uitzonderlijke mensen. Bij Invibes cultiveren we een energieke, open omgeving die ideevorming, groei en #GoodVibes stimuleert, wat uitstraalt naar onze klanten.

## Rethink Possibilities

[www.invibes.com](http://www.invibes.com)

Invibes Advertising is genoteerd aan de Euronext Stock Exchange  
(Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316)

## Lees onze laatste persberichten op:

<https://www.invibes.com/investors.html>

## Volg het laatste nieuws over INVIBES ADVERTISING op:

[LinkedIn](#) @Invibes Advertising [X](#) @Invibes\_adv

## PR-contactpersonen:

### Amber Hicks

Group Head of Brand & Communications

[amber.hicks@invibes.com](mailto:amber.hicks@invibes.com)

## Investeerdersrelaties:

### Kris Vlaemynck

co-CEO

[kris.vlaemynck@invibes.com](mailto:kris.vlaemynck@invibes.com)