

## SUCCESS STORY

## Emporio Armani

EA7 capturando la pasión por el deporte durante Río 2016

## CLIENTE

Giorgio Armani, patrocinador oficial del equipo olímpico italiano con la marca Emporio Armani 7, suministra todo el equipamiento para los atletas de los equipos Olímpicos Paralímpicos de Italia para los Juegos Olímpicos de 2016 en Río de Janeiro.



1.4 M  
IMPRESSIONS

+475 K  
VIDEO VIEWS

4.8 K  
TWEET ENGAGEMENT

-50%  
CPV FRANCE

## OBJETIVO

Armani tenía como objetivo principal generar brand awareness a través de un video de la marca patrocinando los Juegos

Olímpicos, tratando de llegar al máximo de personas interesadas en este evento deportivo durante un período de 10 días.

## ESTRATEGIA

Adglow enfocó la estrategia en Twitter con el fin de obtener

el mayor número de visualizaciones de video segmentando al evento Olimpiadas de Río de 2016, llegando así a todo los usuarios de Twitter los cuales estaban interactuando y por tanto más propensos a estar interesado en Armani EA7.

Gracias a la experiencia y el profundo conocimiento del mercado que posee Adglow, los países seleccionados para las campañas fueron Alemania, Francia y Reino Unido.

En este caso, se lanzó un Tweet de vídeo promocionado de manera simultánea en los países target, siendo la clave durante la campaña su continua supervisión y optimización de las pujas y el target.

