

Levi's trova la
soluzione perfetta
per la sua
campagna di
influencer
raggiungendo quasi
900k clienti



Situazione

Levi's desiderava incrementare la visibilità del proprio brand e migliorare le conversioni grazie agli influencer giusti

Nessuna azienda conosce il mondo del denim meglio di Levi's, il pioniere dei jeans. Il team aveva l'obiettivo di sviluppare una campagna di influencer dinamica, mirata ad accrescere la brand awareness e a stimolare le conversioni in occasione del Black Friday. Per raggiungere questo obiettivo, Levi's ha definito tre obiettivi per la sua campagna:

1. Informare i clienti sui propri prodotti, evidenziare la distintiva identità del brand e presentare i prodotti in un modo accessibile.
2. Posizionare Levi's come il capo d'abbigliamento must-have per un vasto pubblico americano.
3. Indirizzare un traffico qualificato direttamente al sito web di Levi's in occasione del Black Friday, con l'obiettivo di incrementare le vendite.

Chi siamo

Levi's

Fondata nel 1853, Levi Strauss, il visionario dietro Levi's, insieme al sarto Jacob Davis crearono il primo paio di blue jeans. Oggi Levi's è una delle più grandi aziende di moda a livello mondiale ed è leader globale nella produzione di jeans su misura per tutti.



La nostra soluzione

Sfruttare i contenuti generati dagli utenti (UGC) per creare un ambiente promozionale durante il Black Friday

Levi's necessitava di un metodo efficace per trovare gli influencer idonei per la sua campagna legata al Black Friday. Utilizzando il [Marketplace](#) di impact.com, il brand ha collaborato con sette influencer di alta qualità provenienti dagli Stati Uniti, con l'obiettivo di generare contenuti personalizzati volti a mettere in luce la versatilità dei suoi jeans.

Agli influencer reclutati sono state fornite chiare linee guida per creare contenuti originali da condividere sui loro blog, profili Instagram e nelle Storie. Per assicurare una preparazione completa degli influencer, sono stati forniti loro diversi outfit Levi's, con l'obiettivo di mostrare ai consumatori come indossare i jeans in varie occasioni, passando dal look da giorno a quello per la sera e mostrando varie opzioni di outfit completamente in denim. Gli influencer sono stati incoraggiati a includere l'hashtag #LiveInLevis nei loro post, mettendo in risalto i jeans come capo d'abbigliamento irrinunciabile.

@alexismaymcmullin

La nostra soluzione

Sfruttare i contenuti generati dagli utenti (UGC) per creare un ambiente promozionale durante il Black Friday

Il team di Levi's ha concesso agli influencer la piena libertà creativa nell'esprimere il loro stile personale unico indossando il brand. Questa libertà ha favorito la creazione di contenuti autentici che hanno riscosso grande successo tra il pubblico. La call to action includeva l'indirizzamento diretto dei consumatori al sito web di Levi's, offrendo loro un codice promozionale del 40%.



Risultato

Una campagna di influencer realizzata su misura con risultati eccezionali

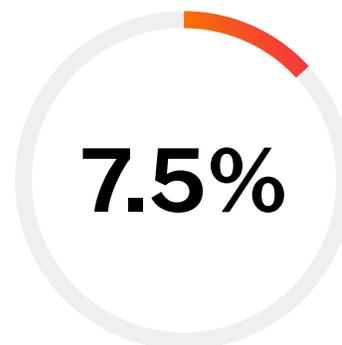
La campagna influencer di Levi's ha ottenuto un notevole successo grazie a impact.com. Il brand è riuscito a selezionare i migliori influencer in linea con i suoi valori, raggiungendo il pubblico statunitense attraverso contenuti che hanno riscosso un grande successo. Levi's ha anche avuto piena trasparenza sulle performance della campagna, consentendogli di identificare le strategie più efficaci per ottimizzare la spesa pubblicitaria.

Il team di Levi's ha raggiunto gli obiettivi di generare brand awareness e di portare traffico al suo sito web, tra cui:

- Quasi 900.000 contatti
- 17 contenuti UGC unici
- Oltre 2,500 clic totali sul sito Levi's
- 7.5% di tasso medio di coinvolgimento dei post Instagram
- Un ritorno medio sulla spesa pubblicitaria (ROAS) superiore al 20%



Oltre 2,500 clic totali sul sito di Levi's



tasso medio di coinvolgimento dei post Instagram



ritorno medio sulla spesa pubblicitaria (ROAS)