OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

IL RUOLO DI TIKTOK PER INFLUENCER & CREATOR

POWERED BY the fool DATA DRIVEN VALUE Tikanalytics

TikTok un canale per creator

Il digitale e il mondo dei social media ci hanno abituato, per la loro stessa natura, ad una forte **dinamicità**, portando le diverse piattaforme (e non solo) a cambiare ed evolvere in modo repentino, irrefrenabile.

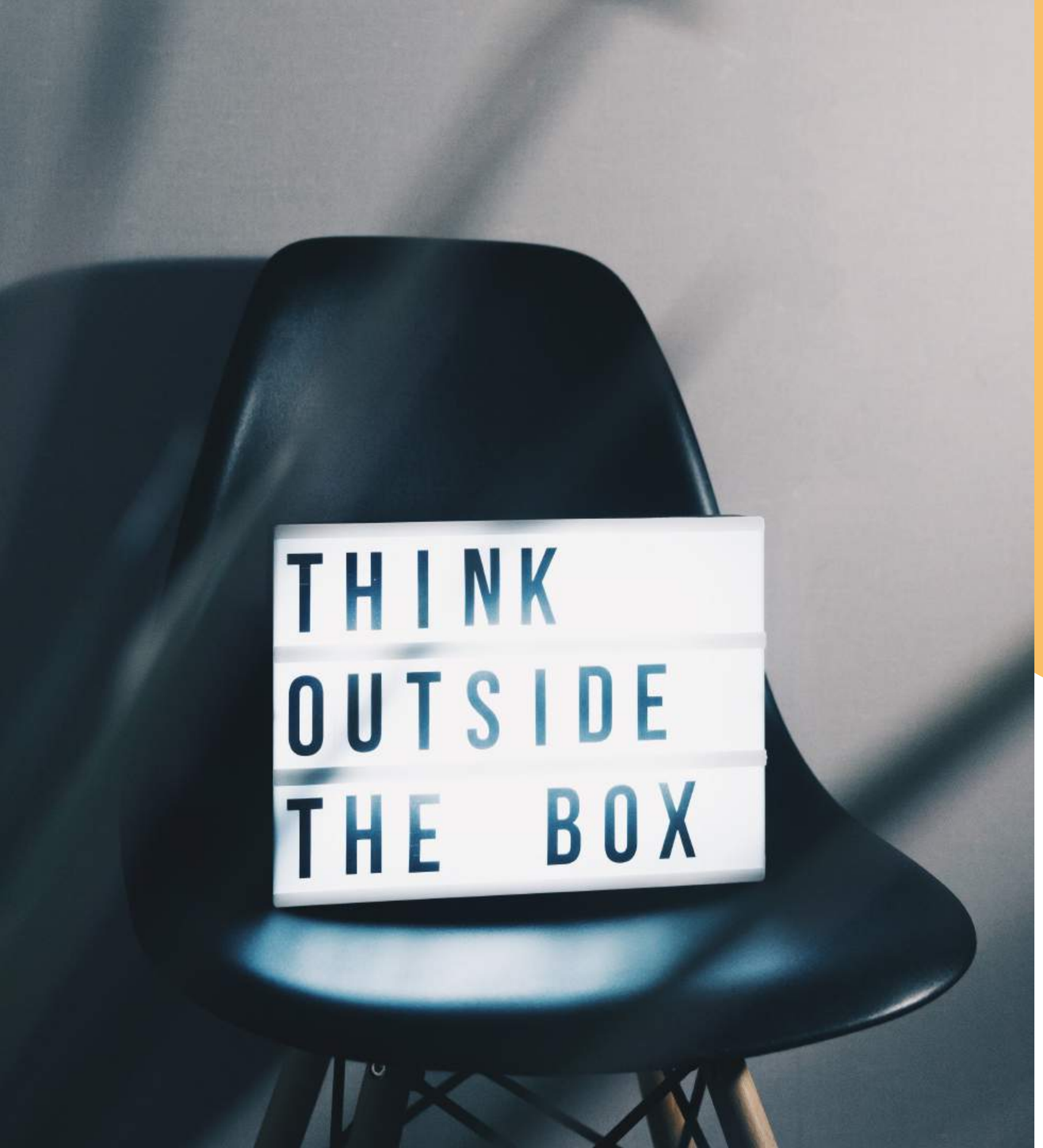
Nuove features, trend, canali a cui gli utenti sono esposti e che, in molti casi, tra successi ed insuccessi, diventano a volte certezze quotidiane per gli utenti, passando da semplice novità a qualcosa di più profondo e radicato.

TikTok è in tal senso un perfetto esempio, passando in un breve lasso di tempo da curiosità a canale verticale e, negli ultimi mesi, a piattaforma di ampio utilizzo, sfruttando un grande trend a livello di visibilità.

Un canale, per caratteristiche, sin dagli inizi estremamente adatto ai ***creator***, grazie alle funzionalità messe a disposizione e alla caratteristiche stesse di utilizzo.

In mezzo al ***buzz*** generato da TikTok è quindi fondamentale capire, dati alla mano, **il reale rapporto tra creator e TikTok in Italia,** supportandone così una maggiore conoscenza e consapevolezza di utilizzo.

Matteo Pogliani
Founder Osservatorio Nazionale Influencer Marketing



Chi siamo

L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di **informare e fare divulgazione** sui temi legati all'**Influencer Marketing**, proponendo best practice e dati sulla situazione del mercato italiano.

Una realtà di supporto a tutti gli stakeholder di settore, aperta e partecipativa.

È possibile fare richiesta di adesione su www.onim.it

TikTok, audience sui generis?

Struttura dell’analisi

Lo studio vuole analizzare l’audience italiana di **TikTok,** al fine di identificarne le principali peculiarità.

Al fine di osservare l’audience d’interesse nel giusto contesto, gli **utenti che dichiarano di utilizzare TikTok** mensilmente sono stati messi a confronto con gli **utenti che utilizzano qualsiasi social network** almeno una volta al mese.

TIMEFRAME
T4 2019

ITALIA

Target audience a confronto

TikTok e social network, utenti a confronto

L’età media degli utenti TikTok è notevolmente inferiore rispetto a chi usa un generico socialnetwork. **3 utenti TikTok su 10 hanno tra i 16 e i 24 anni** e **l’età media si aggira attorno ai 34 anni,** 7 in meno degli utenti social.

Gli utenti TikTok sono più interessati al **fashion** e alla **fotografia**, lasciando letteratura e news in secondo piano.

Chi usa TikTok tende ad essere **molto interessato ai videogiochi e al beauty**; utilizzando i social per condividere foto, video e i dettagli della vita di tutti i giorni.

Le pubblicità online sono fondamentali per scoprire nuovi brand. Navigando, prestano molta attenzione alla loro privacy e si servono di strumenti di ad-block.

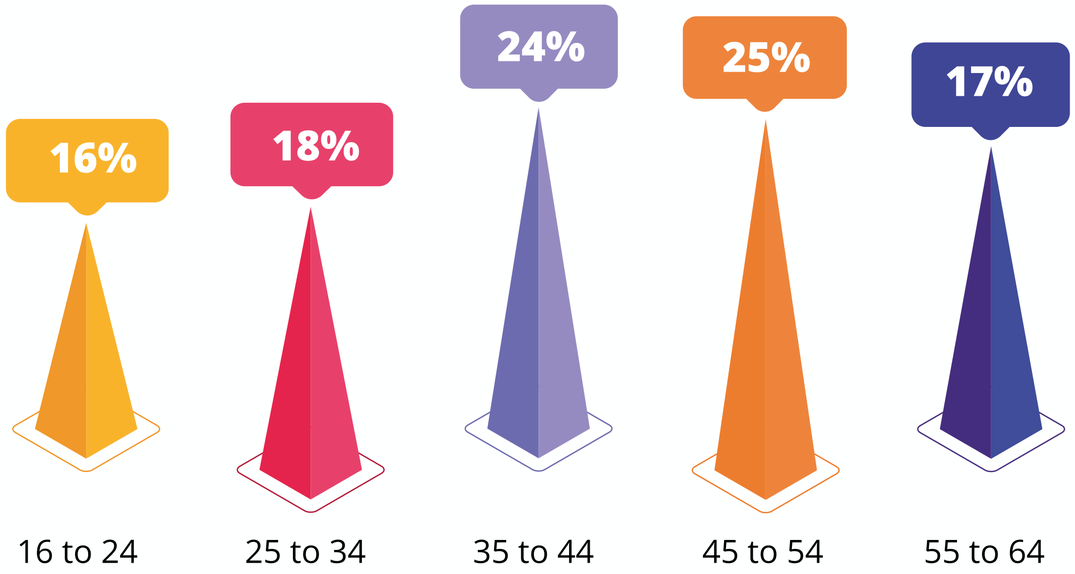
Gli utenti tendono ad **investire molto su se stessi e puntano ad ottenere sempre di più dalla vita**.

Tiktok e social network, utenti a confronto nel tempo

TikTok, 1 utente su 3 ha tra i 16 e i 24 anni, l'età media su TikTok è di 34 anni, mentre quella degli altri social è 40 anni

PERIODO DI ANALISI **T4 2019** **4.560 Utenti**

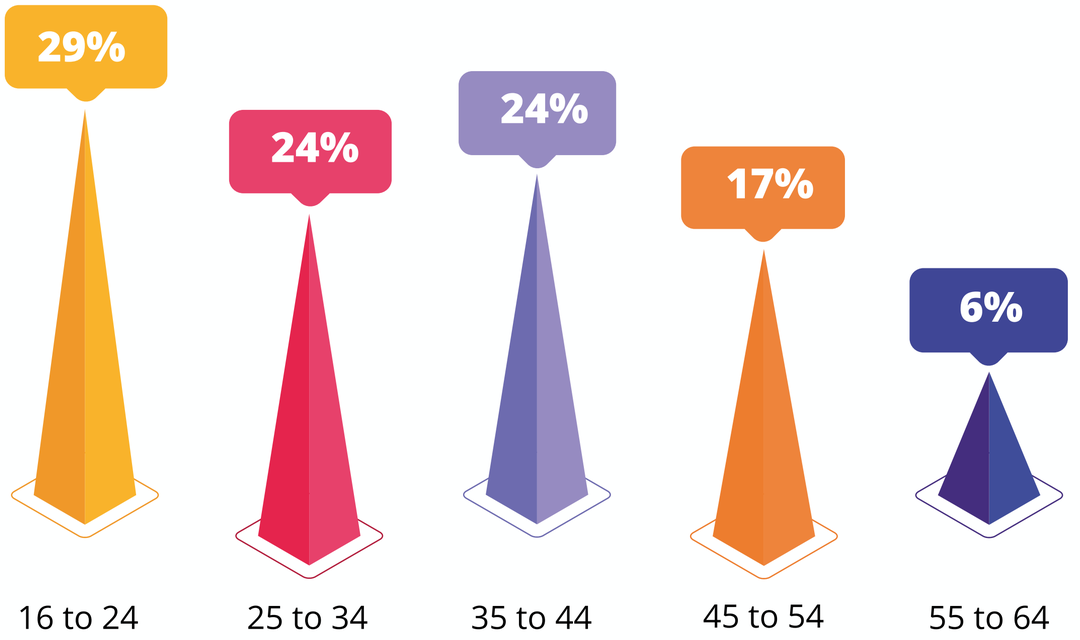
GENERE **52%** **48%**



SOCIAL NETWORK

PERIODO DI ANALISI **T4 2019** **725 Utenti**

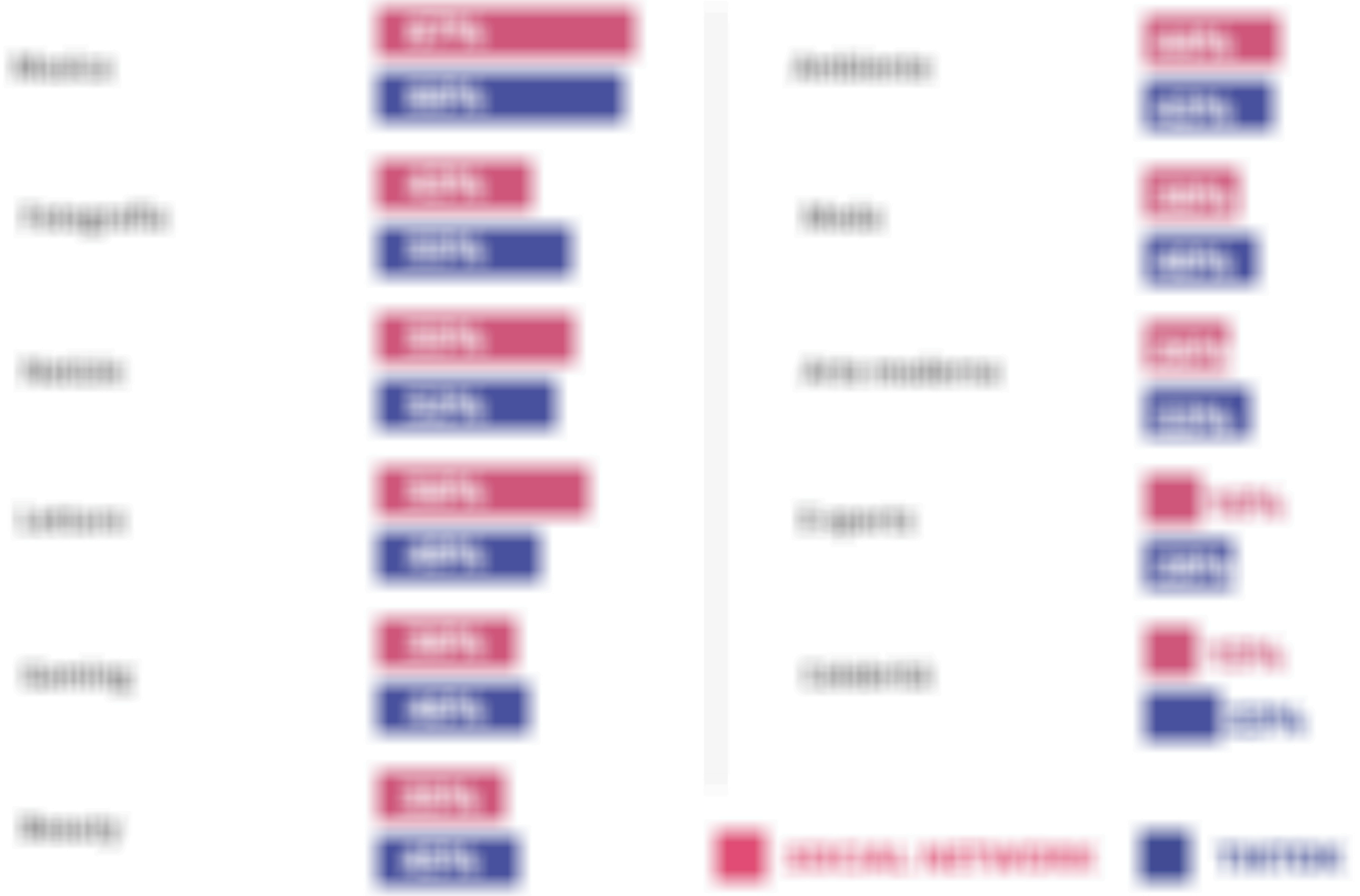
GENERE **57%** **43%**



TIKTOK

***Fonte**: Global Web Index; country: Italia; età: 16-64*

Utenti TikTok hanno il 29% di probabilità in più di essere interessati ai videogiochi e curano molto la propria immagine



Tiktok e social network, utenti a confronto

I social sono il luogo dove interagire con conoscenti e amici, ma anche seguire role models e celebrities

% utenti che seguono gruppi sui social media

60% Amici/conoscenti

50% Cantanti/brand

45% Brand d'interesse

43% Attori

63% Amici/conoscenti

38% Cantanti/brand

33% Brand d'interesse

27% Attori

39% Blogger

36% Comici

33% Star dello sport

28% Vloggger

21% Blogger

24% Comici

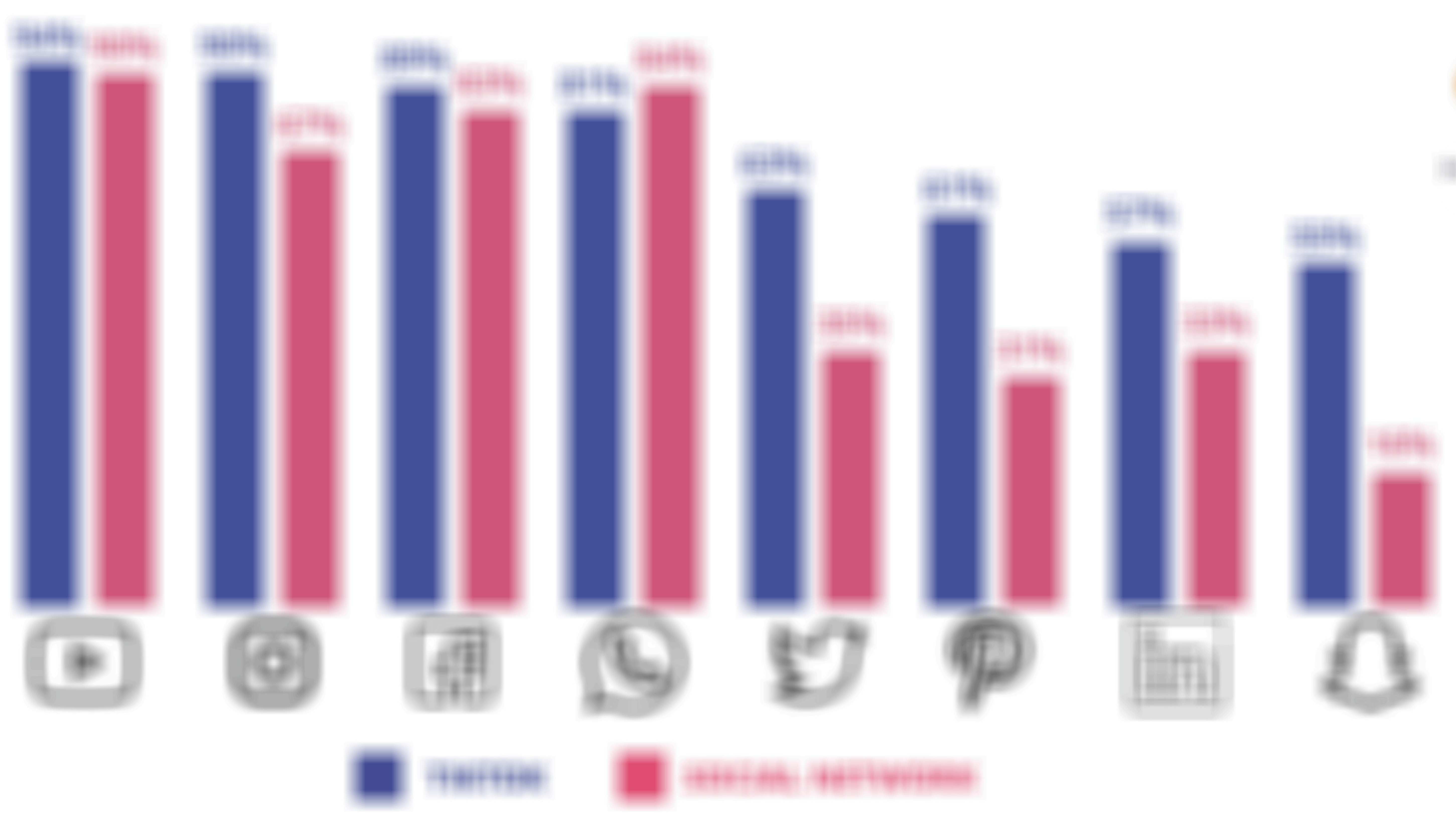
21% Star dello sport

13% Vlogger

**Fonte: Global Web Index; country: Italia; età: 16-64*

SOCIAL NETWORK TIKTOK

Le pubblicità online e sui social sono componente essenziale per la scoperta di nuovi prodotti



Tiktok e social network, utenti a confronto

Utenti TikTok investono su se stessi e non apprezzano le pubblicità online

UTENTI TIKTOK TOLLERANO MENO LA PUBBLICITÀ

Utenti che utilizzano Block ads nel loro PC

TIKTOK	SOCIAL NETWORK
295	1725

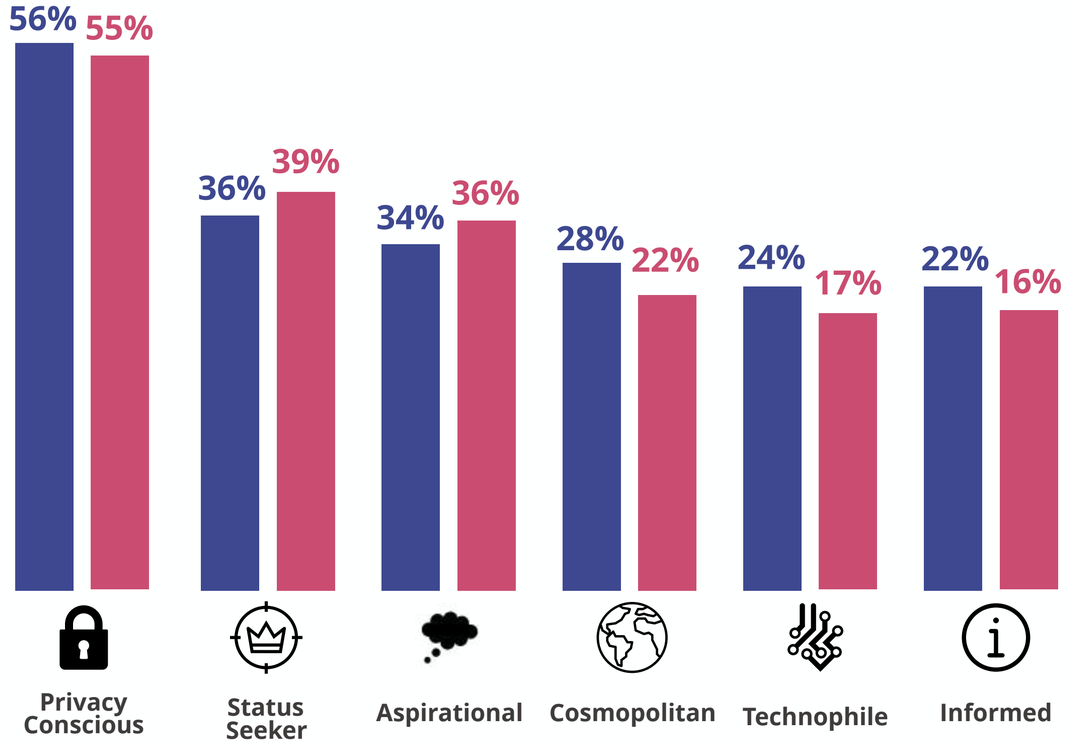
LA VITA È UN COSTANTE VIAGGIO VERSO LA PERFEZIONE

% utenti che concordano con le seguenti affermazioni

	TIKTOK	SOCIAL NETWORK
È importante continuare a migliorare le mie capacità	77%	79%
Dovresti cogliere le opportunità che incontri	76%	81%
È importante volere sempre di più dalla vita	70%	66%
Amo le sfide e spingere ad essere migliore	59%	49%
Mi prendo cura del mio aspetto	69%	66%
Ho molto a cuore la mia carriera	57%	42%

ATTENTI ALLA PRIVACY E CONCENTRATI SU SE STESSI

Utenti che utilizzano Block ads nel loro PC



*Fonte: GlobalWebIndex; country: Italia; età: 16-64

Tiktok e i social network, ebbri e confronto

Utenti TikTok investono su se stessi e non apprezzano la pubblicità online

Usano più prodotti e preferenze i loro dati personali

% sugli intervistati che suggeriscono ciascun miglioramento

Consentirmi i cookie che funzionano	38%	33%
Diffondere la modalità di navigazione in incognito	38%	45%
Usano un "Virtual Private Network" (VPN) in modo privato	33%	21%

Si preoccupano della pubblicità che riferiti consentano un uso privato?

% sugli intervistati a cui pubblicità per ciascun motivo

Le pubblicità sono troppo invasive	63%	59%
È uno troppo pubblicità online	37%	32%
Le pubblicità spesso contengono virus o bug	38%	19%
Le pubblicità promuovono troppo spesso	24%	14%
Rallentano il tempo di upload della pagina	23%	14%
Le app possono compromettere la mia privacy online	23%	13%

Base: Stati Uniti, 2021, 1.000 adulti | Fonte: YPD

Tiktok | Social network

Appendici

ALTRUIST: gli utenti che credono sia importante contribuire alla comunità in cui vivono e che gli individui dovrebbero lottare per l'eguaglianza. Inoltre pagherebbero di più per un prodotto sostenibile

ASPIRATIONAL: individui che vogliono il massimo dalla vita. Dichiarano di essere fortemente orientati alla carriera; credono sia importante migliorarsi continuamente, apprezzano le sfide e spingono se stessi ad essere la miglior versione di se stessi. Spesso credono che il denaro sia la miglior misura del successo e che sia importante non farsi sfuggire nessuna opportunità

COSMOPOLITAN: utenti interessati alle altre culture, amano essere circondati da persone provenienti da altre parti del mondo, con diverse idee e stili di vita. Amano viaggiare ed esplorare il mondo, mangiano regolarmente cibi proveniente da altri Paesi e gli piacerebbe vivere e lavorare in altre Nazioni

INFORMED: user che credono sia importante restare in aggiornati su quello che succede nel giorno. Si informano sui prodotti che comprano e cercano le opinioni di esperti prima degli acquistare, evitando il più possibile le decisioni d'impulso

PRIVACY CONSCIOUS: persone che preferiscono rimanere anonimi su internet e si preoccupano di come le aziende usino i dati personali

STATUS SEEKER: utenti che tendono a comprare le versioni «premium dei prodotti», che considerano di grande importanza il giudizio dei propri cari e vogliono ottenere il massimo dalla vita

TECNOPHILE: individui che considerano di grande importanza possedere gli ultimi prodotti tecnologici. Sono costantemente connessi online. Apprezzano internet perché li aiuta a farli sentire più vicini alle persone

Conclusioni

Utente TikTok

Attento ai trend, riconosce l’importanza dei social nella vita di tutti i giorni

Gli utenti di TikTok mostrano caratteristiche diverse dagli utenti dei social network; **sono mediamente più giovani e spendono più tempo online**.

Su TikTok troviamo un’**audience giovane**, costantemente connessa online. I social fanno ormai parte della loro vita di tutti i giorni e sono uno **strumento per restare in contatto con amici e conoscenti**, ma anche un luogo dove si ricercano informazioni sui prodotti da acquistare.

Nonostante siano sempre connessi, prestano **molta attenzione alla privacy online**. È più probabile che utilizzino VPN o proxy per proteggere i dati personali e trovano che le pubblicità online siano troppo invasive.

Per loro la vita è un **continuo percorso che punta al miglioramento di se stessi**. Apprezzano le sfide e cercano di ottenere il più possibile da ogni situazione.

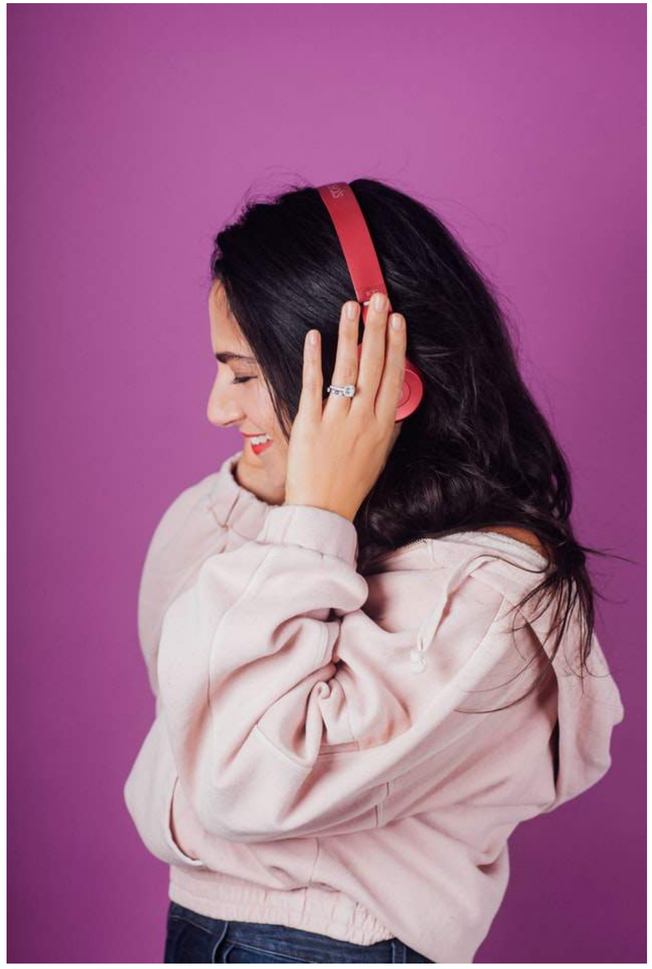
Tikanalytics

I top TikTokers italiani per follower

I top 12 TikTokers italiani

PER FOLLOWER

1. Luciano Spinelli
2. Kessy&Mely
3. Marco Cellucci
4. Virginia Montemaggi
5. Elisa Maino
6. Jessica Brugali
7. Marta Losito
8. Er Gennaro
9. Martina Picardi
10. Gabriele Vagnato
11. Gianmarco Rottaro
12. Vincenzo Tedesco



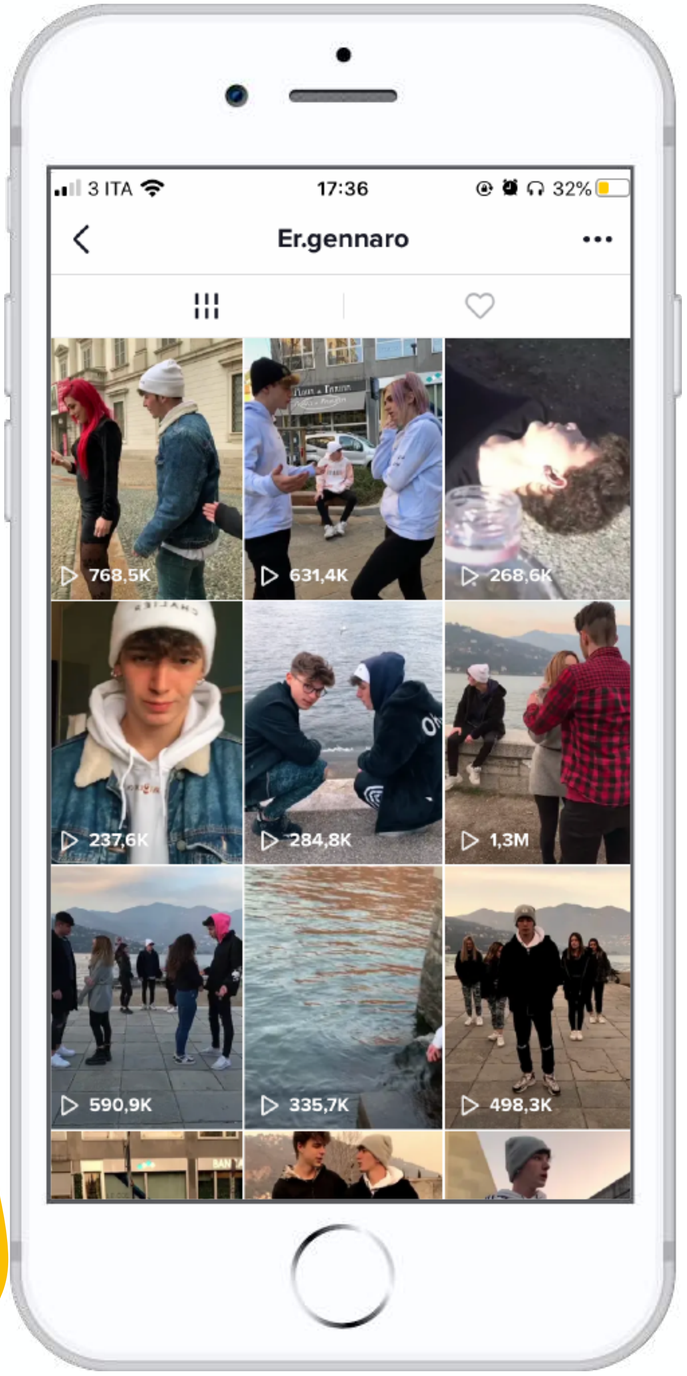
PER ENGAGEMENT RATE E CRESCITA

1. Er Gennaro
2. Gianmarco Rottaro
3. Marta Losito
4. Gabriele Vagnato
5. Vincenzo Tedesco
6. Martina Picardi
7. Jessica Brugali
8. Kessy&Mely
9. Virginia Montemaggi
10. Elisa Maino
11. Marco Cellucci
12. Luciano Spinelli

Tikanalytics

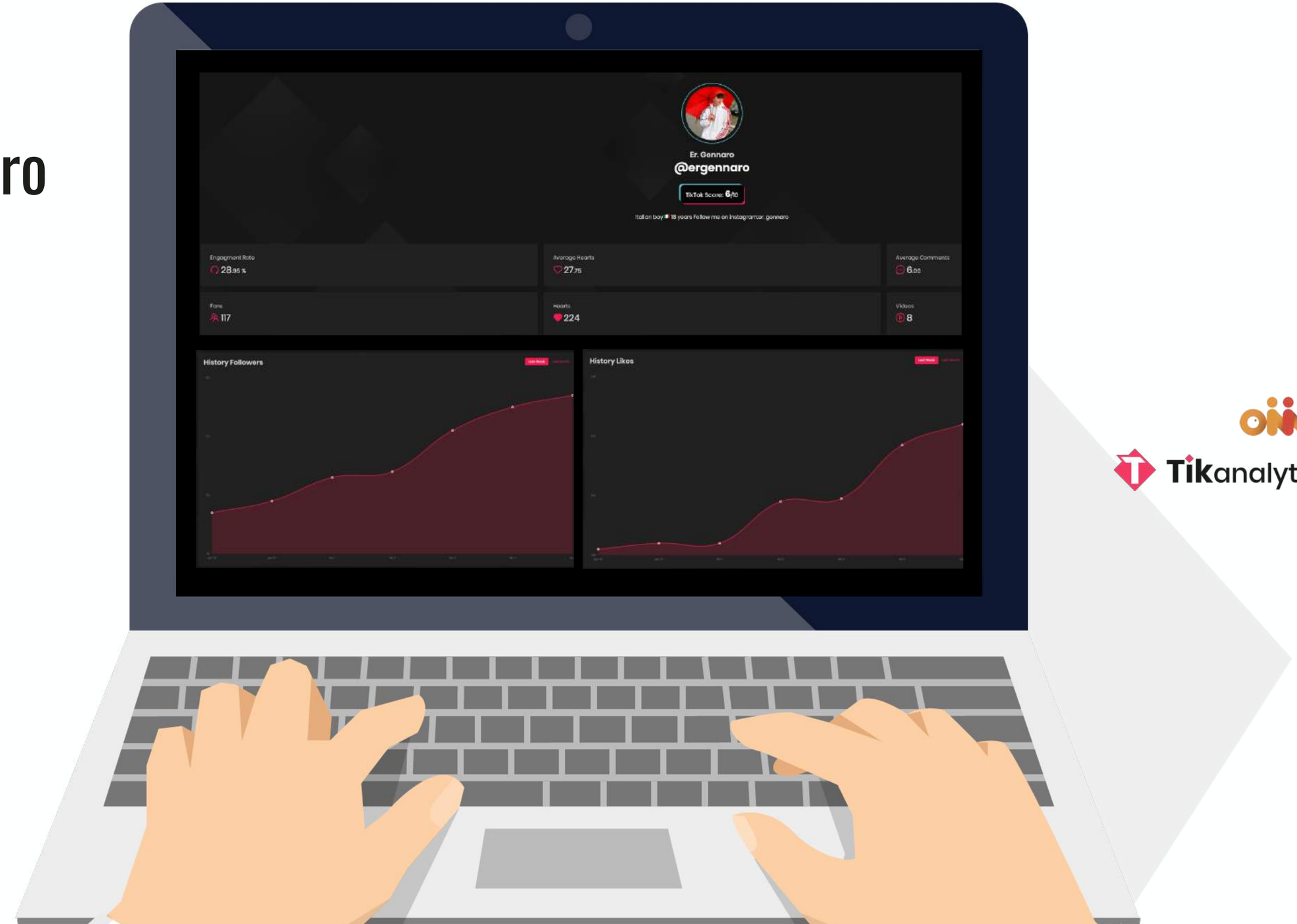
1 Er Gennaro

Gennaro e i suoi **2,6 milioni di followers** non si fanno parlare dietro.
Soli 18 anni ed ottiene giorno dopo giorno migliaia di like e visualizzazioni che lo portano ad entrare in classifica tra i migliori TikTokers italiani.
Si posiziona al primo posto della classifica per engagement e crescita con un **engagement rate** del **29%**.



Tikanalytics

1 Er Gennaro

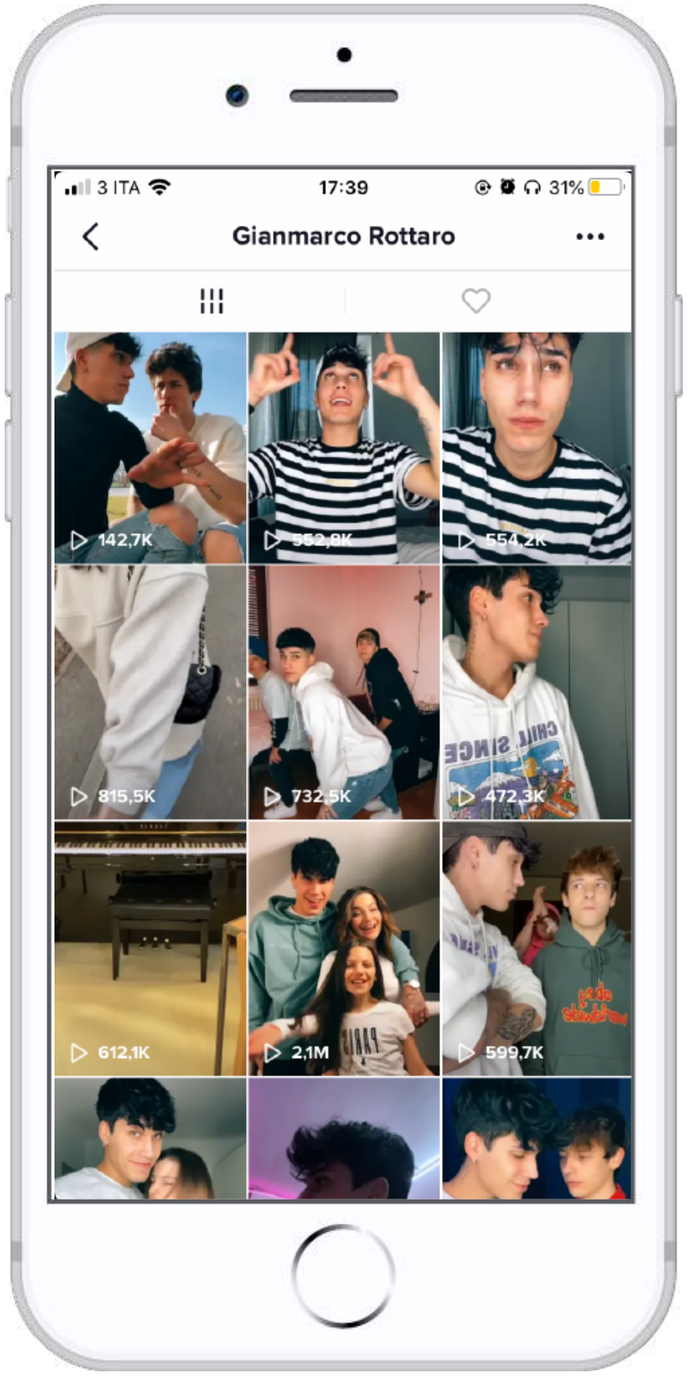


Tikanalytics

***Fonte**: TikAnalytics*

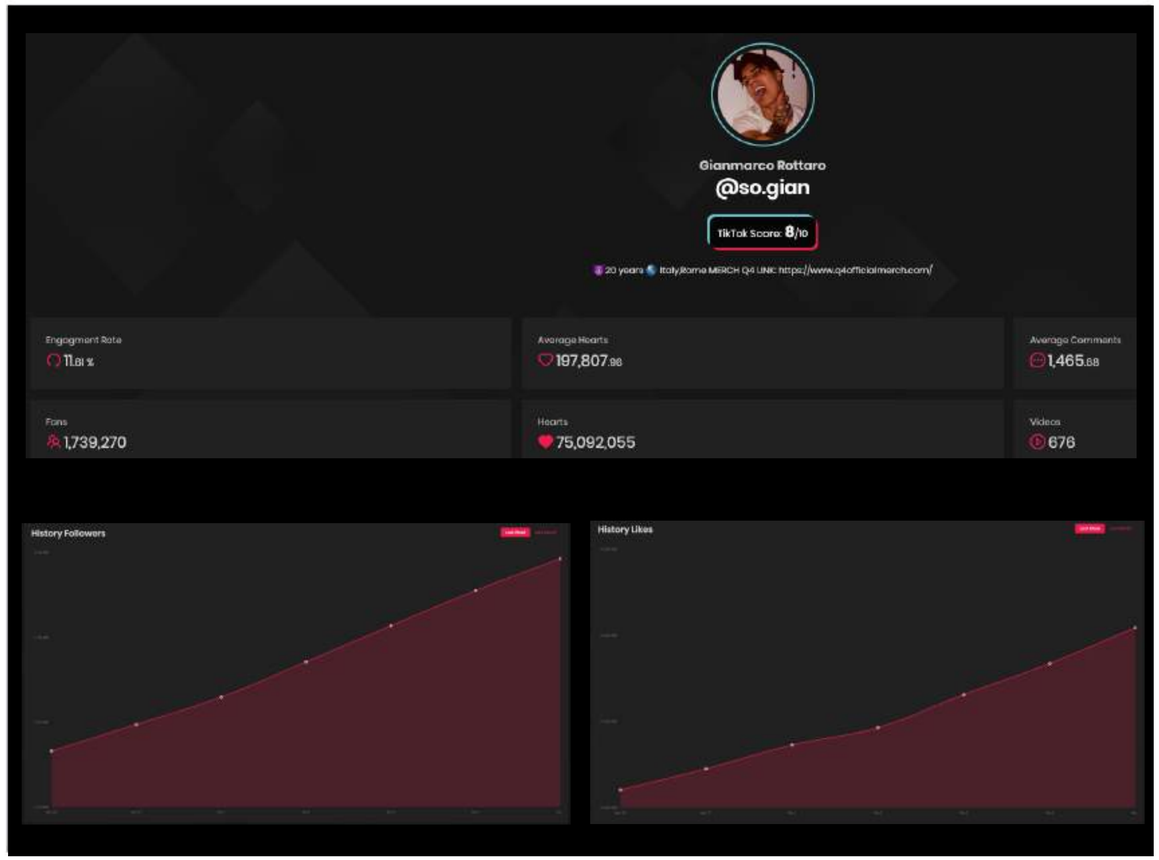
2 Gianmarco Rottaro

Il nostro ventenne romano negli ultimi giorni ha registrato una continua crescita, raggiungendo **1,7 milioni di followers** e un **engagement rate** dell'**11%.**



Tikanalytics

2 Gianmarco Rottaro

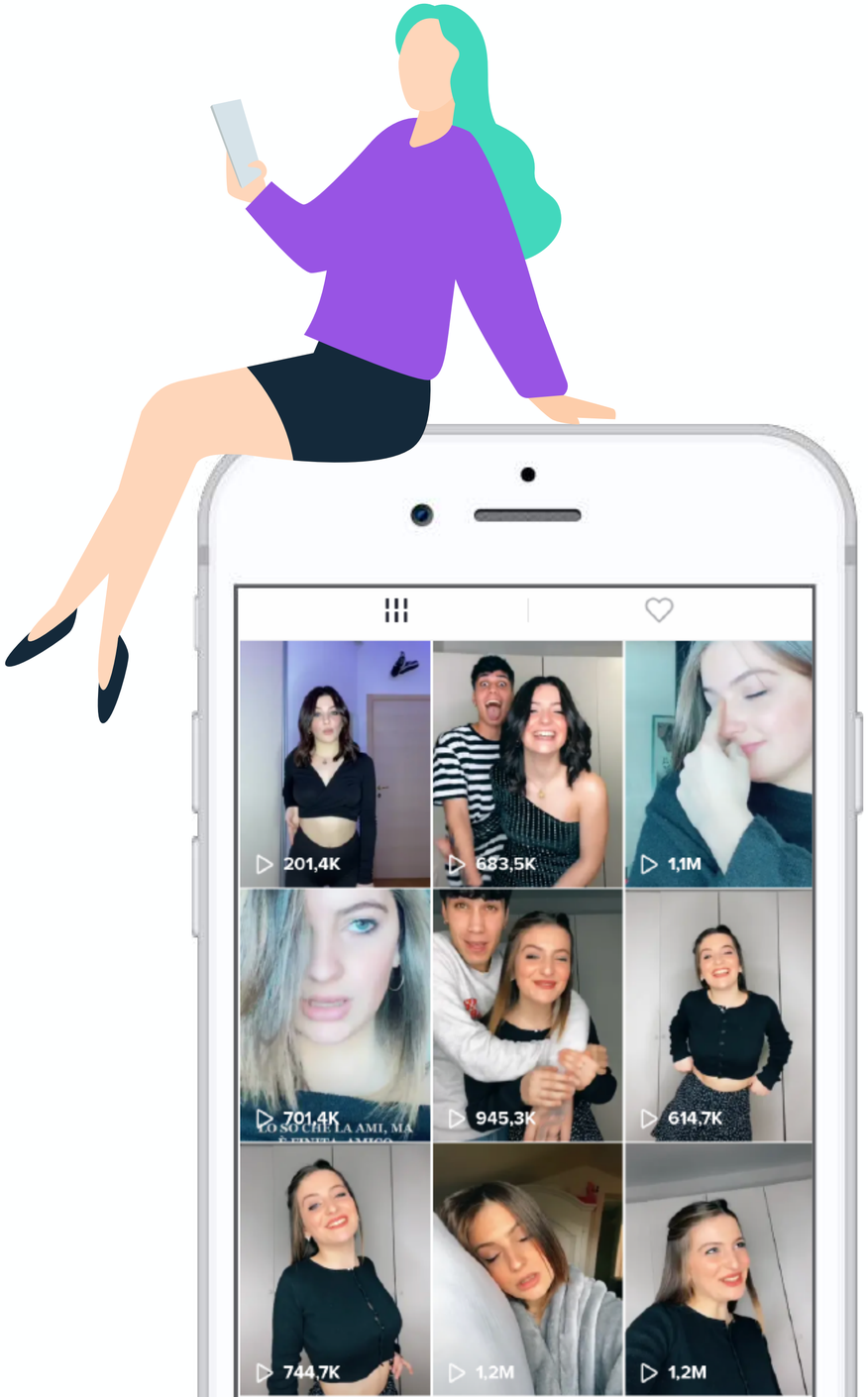


Tikanalytics

*Fonte: TikAnalytics

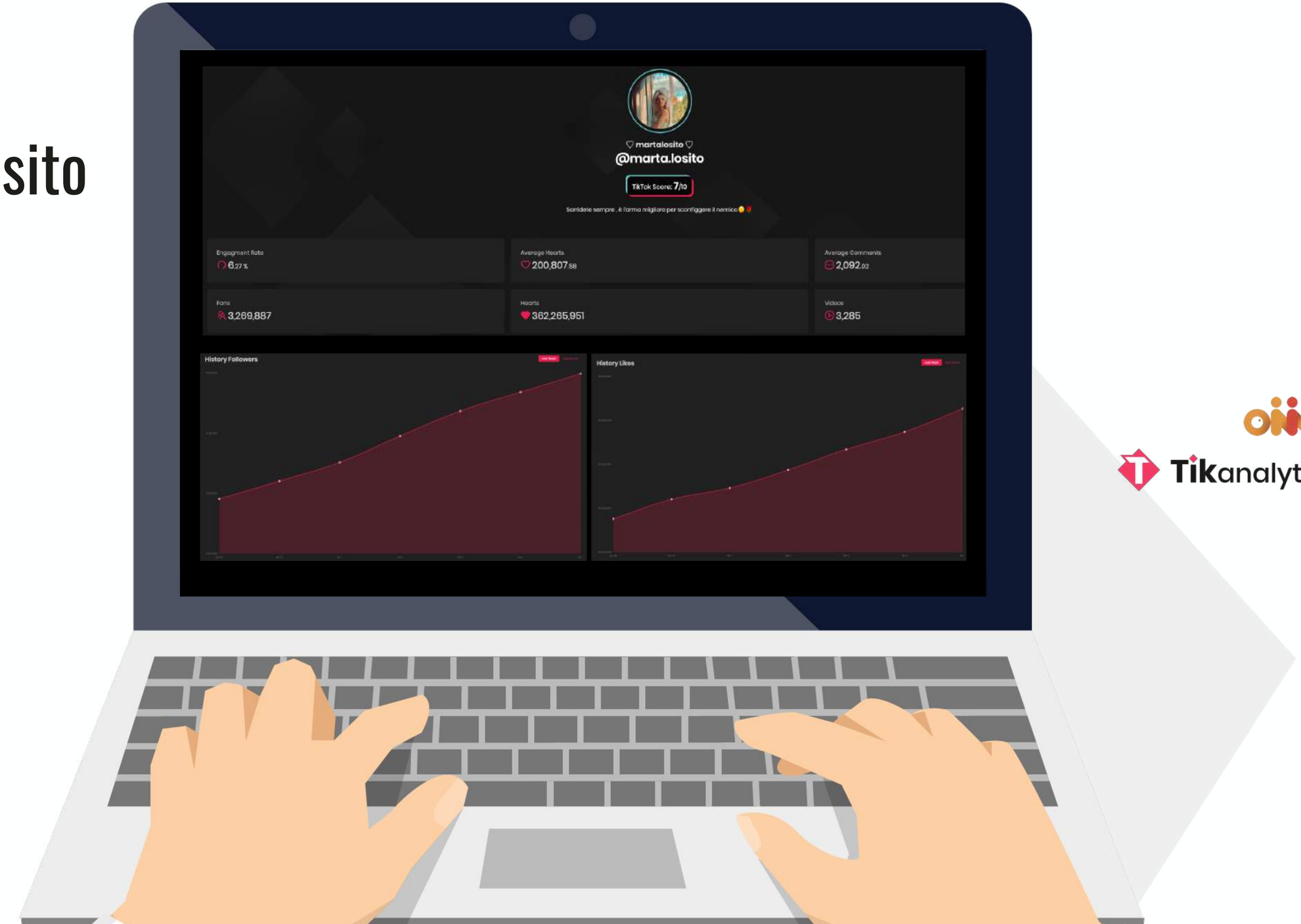
3 Marta Losito

Marta ha un seguito di **3,3 milioni di followers**, e ne conta circa 100mila nuovi ogni mese.
Un **engagement rate** (**6,27%**) da capogiro a soli 16 anni: ha sfruttato la nuova piattaforma social per farsi conoscere e ci è riuscita: talenti crescono!



Tikanalytics

3 Marta Losito

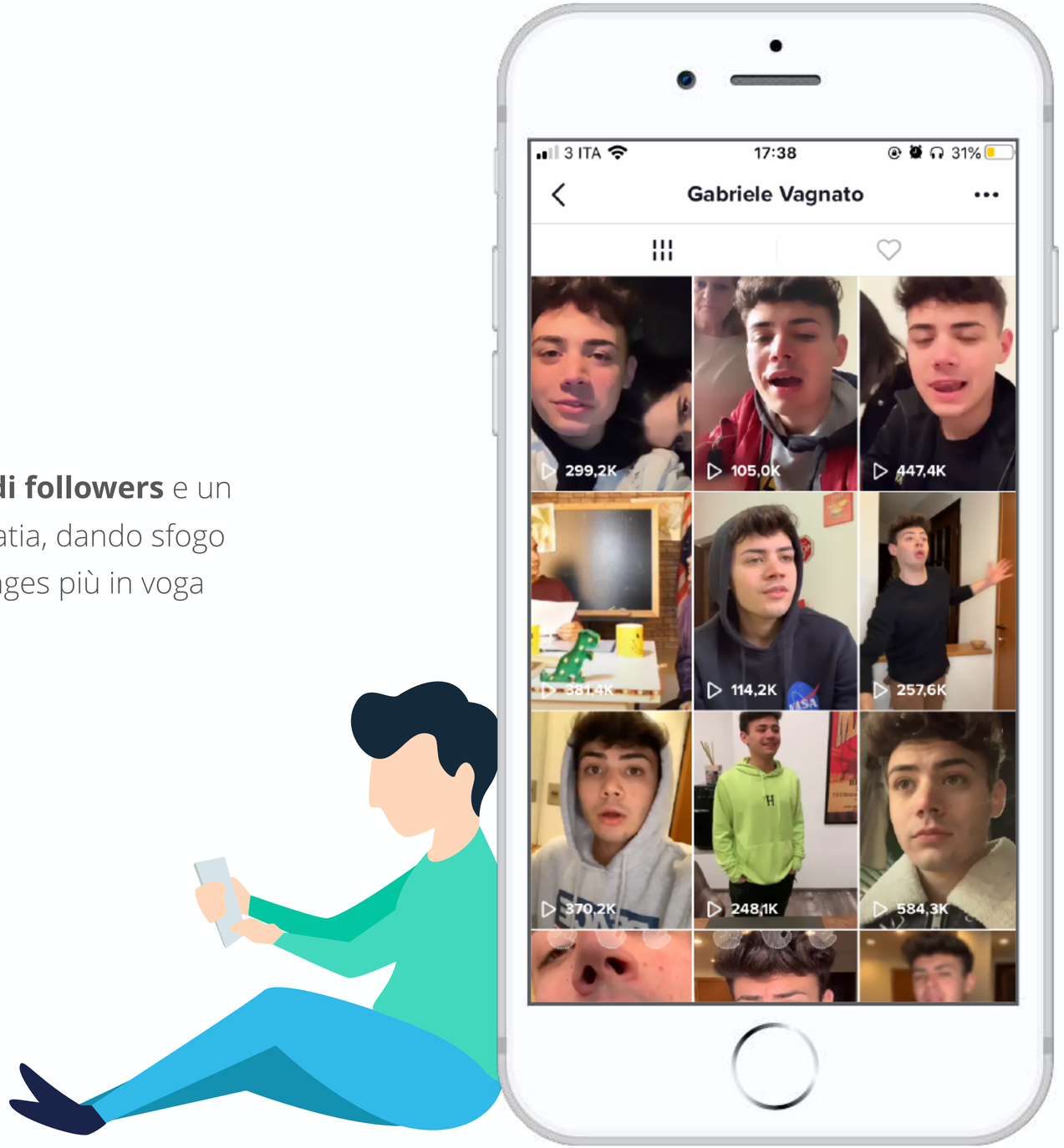


Tikanalytics

**Fonte*: TikAnalytics

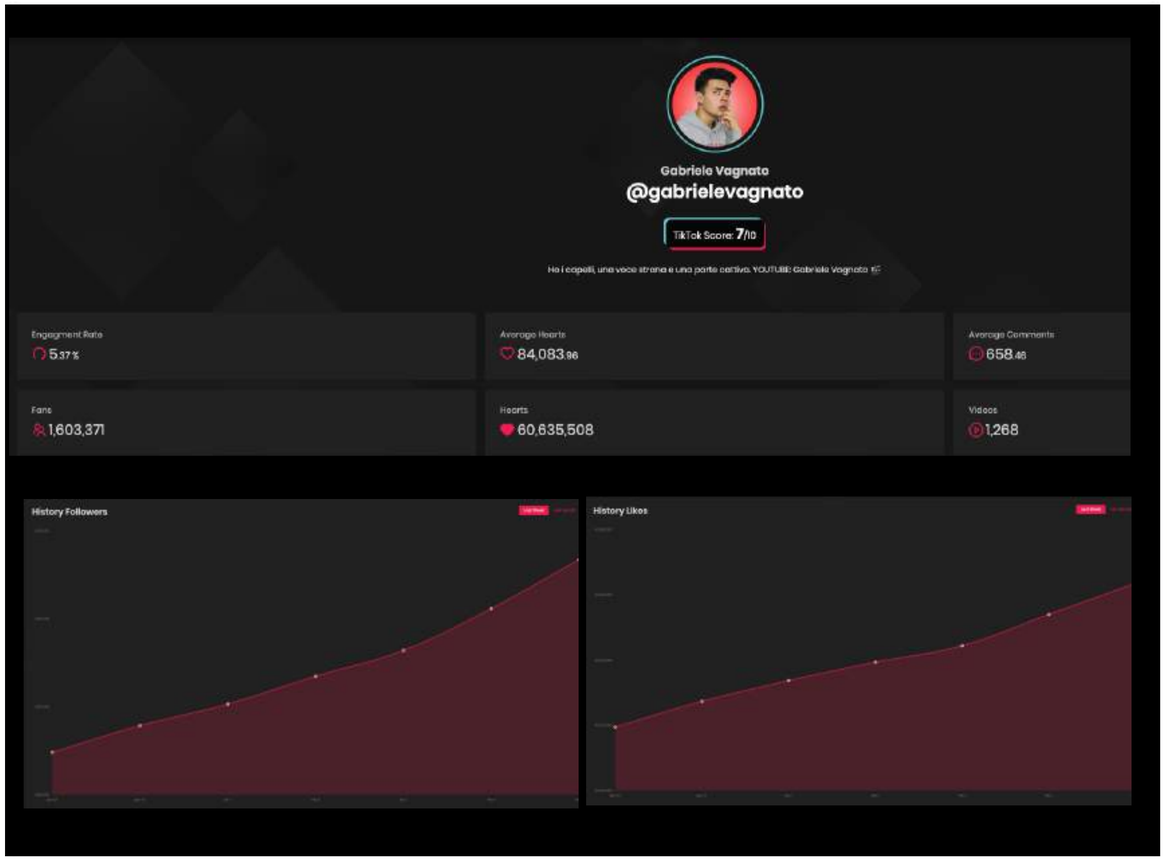
4 Gabriele Vagnato

Gabriele raggiunge i suoi quasi **1,6 milioni di followers** e un **engagement rate del 5%** tra risate e simpatia, dando sfogo alla sua creatività e partecipando alle challenges più in voga del momento.



Tikanalytics

4 Gabriele Vagnato

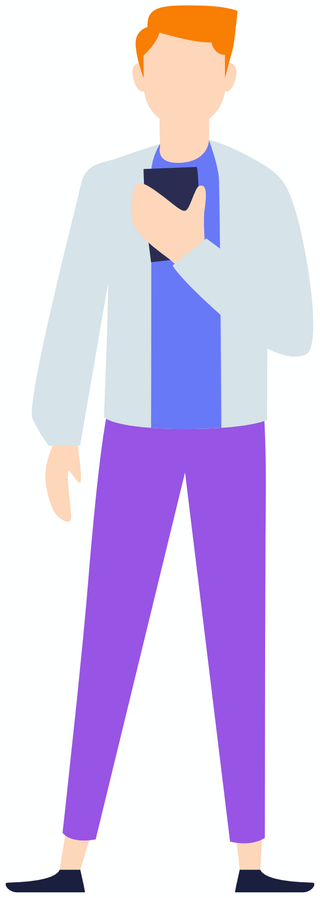


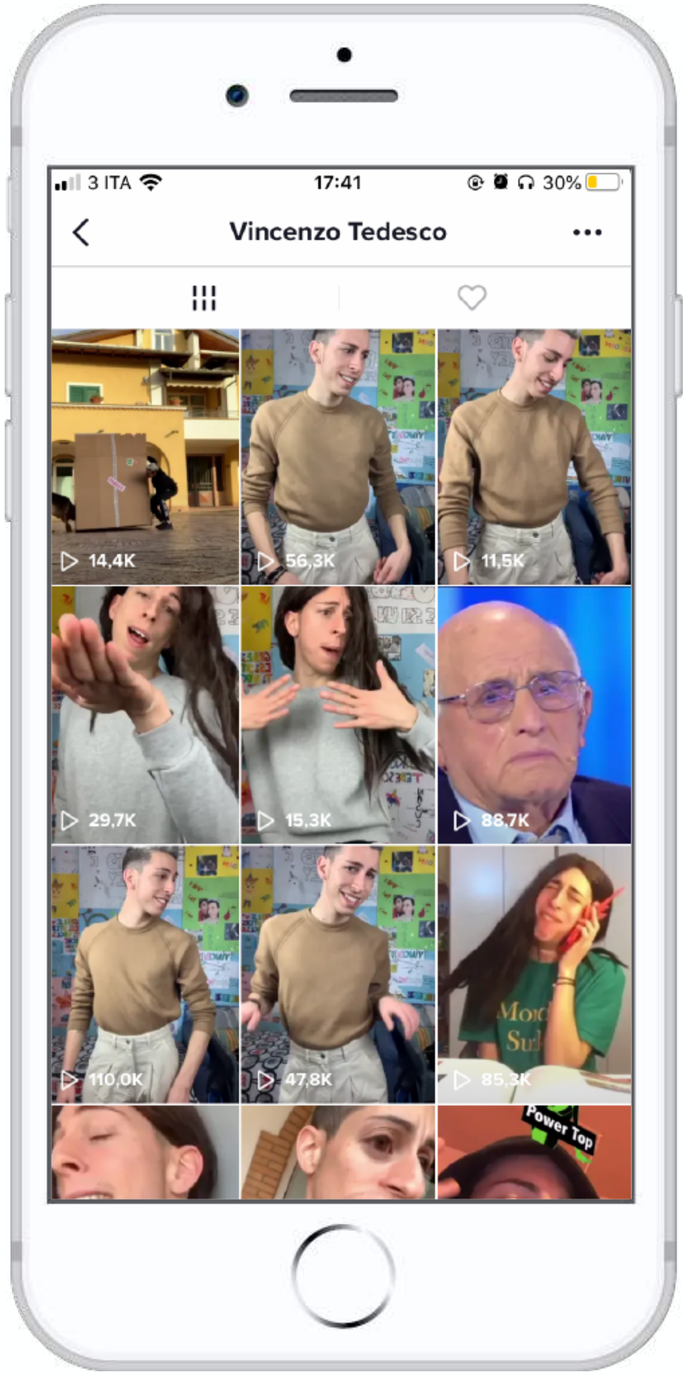
Tikanalytics

***Fonte**: TikAnalytics*

5 Vincenzo Tedesco

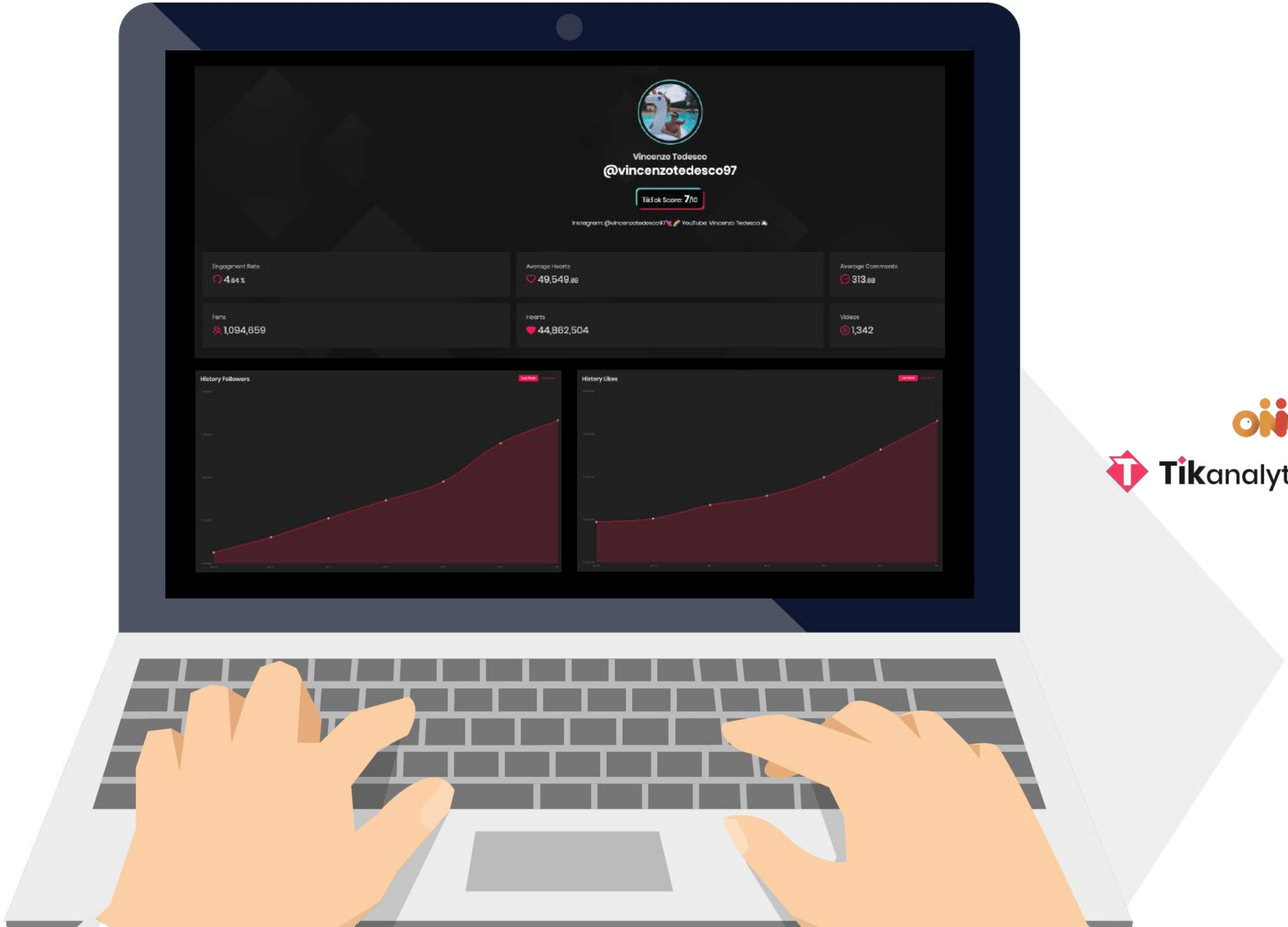
Ha da poco raggiunto **1,1 milioni di follower.**
Sempre sul pezzo e coinvolgente, ha registrato una crescita da capogiro.





Tikanalytics

5 Vincenzo Tedesco

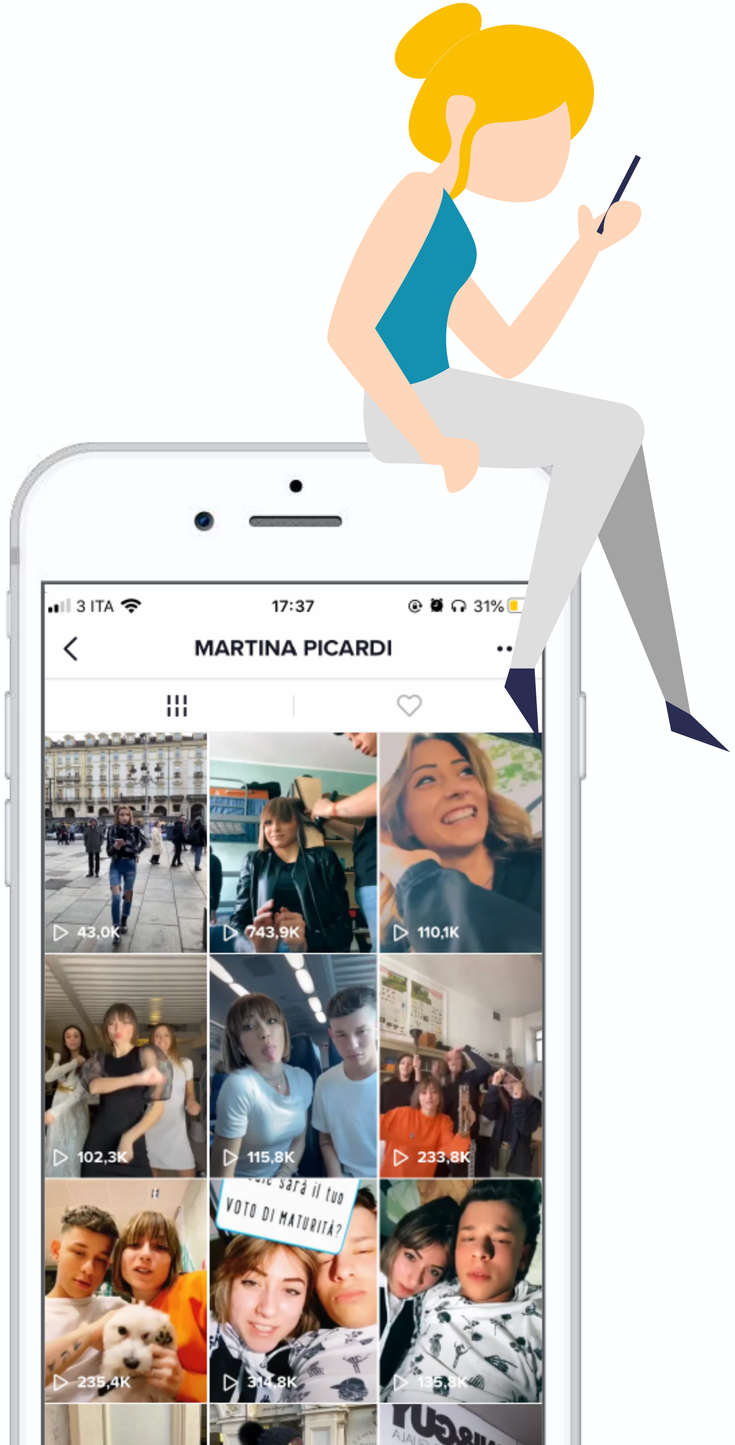


Tikanalytics

***Fonte**: TikAnalytics*

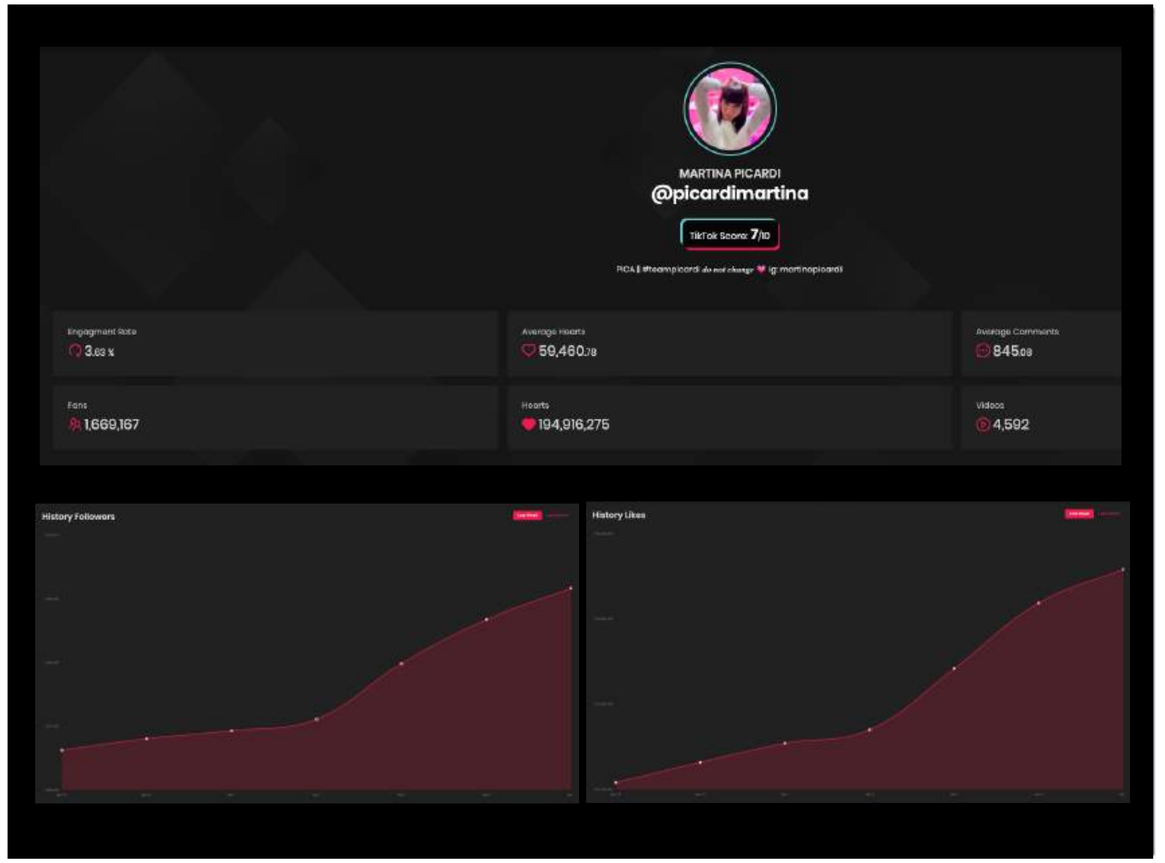
6 Martina Picardi

Martina ha un seguito di **1,7 milioni di followers** ed è un'altra stella in continua ascesa.
Una creator eclettica e versatile: balla, recita, canta e si diverte.



Tikanalytics

6 Martina Picardi

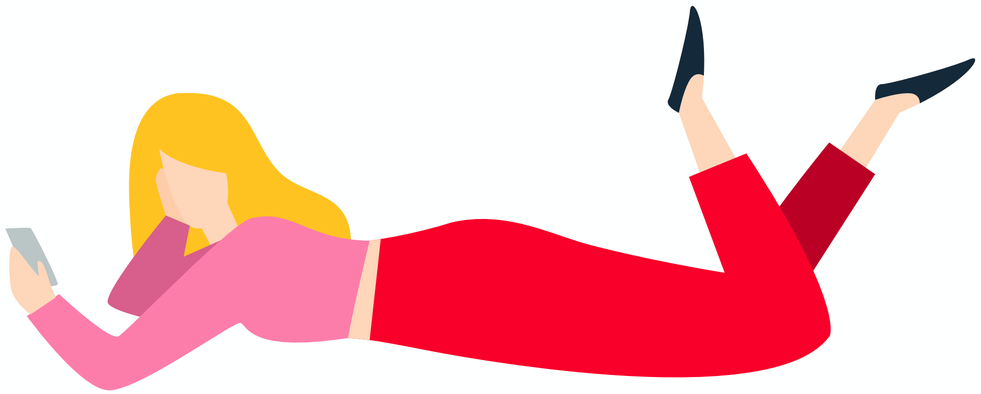


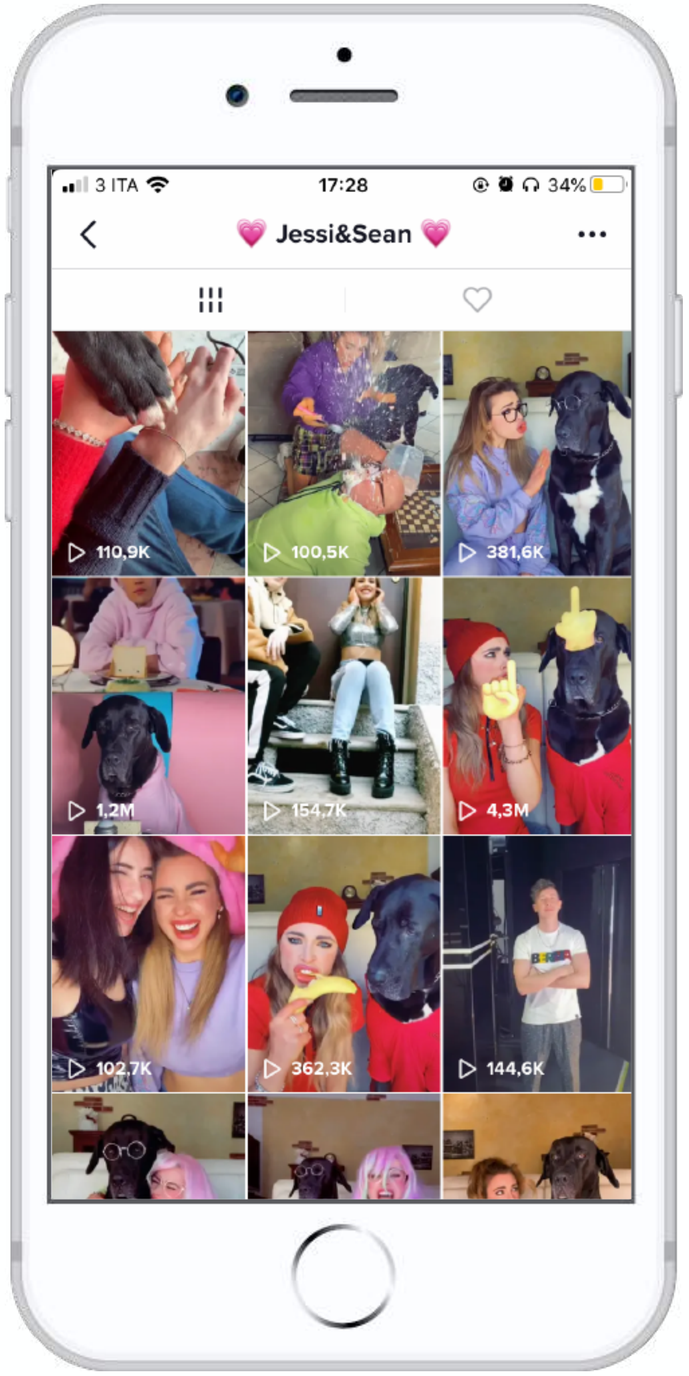
Tikanalytics

*Fonte: TikAnalytics

7 Jessica Brugali

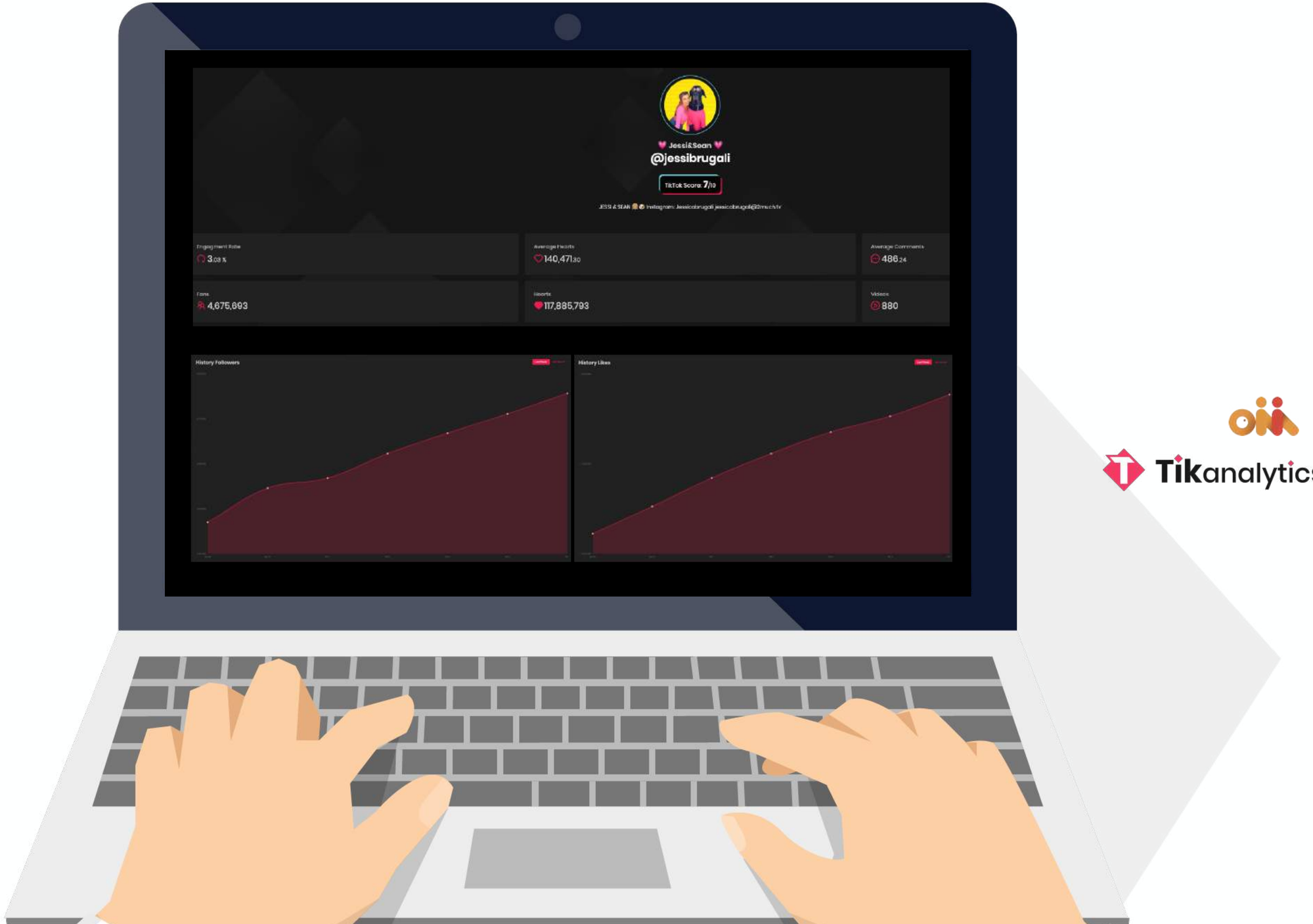
4,7 milioni di follower per la bionda Jessica che rende sempre il suo amato cane Sean protagonista di molti dei suoi video.
Simpatia e divertimento sono le parole d'ordine delle sue challenges.





Tikanalytics

7 Jessica Brugali



Tikanalytics

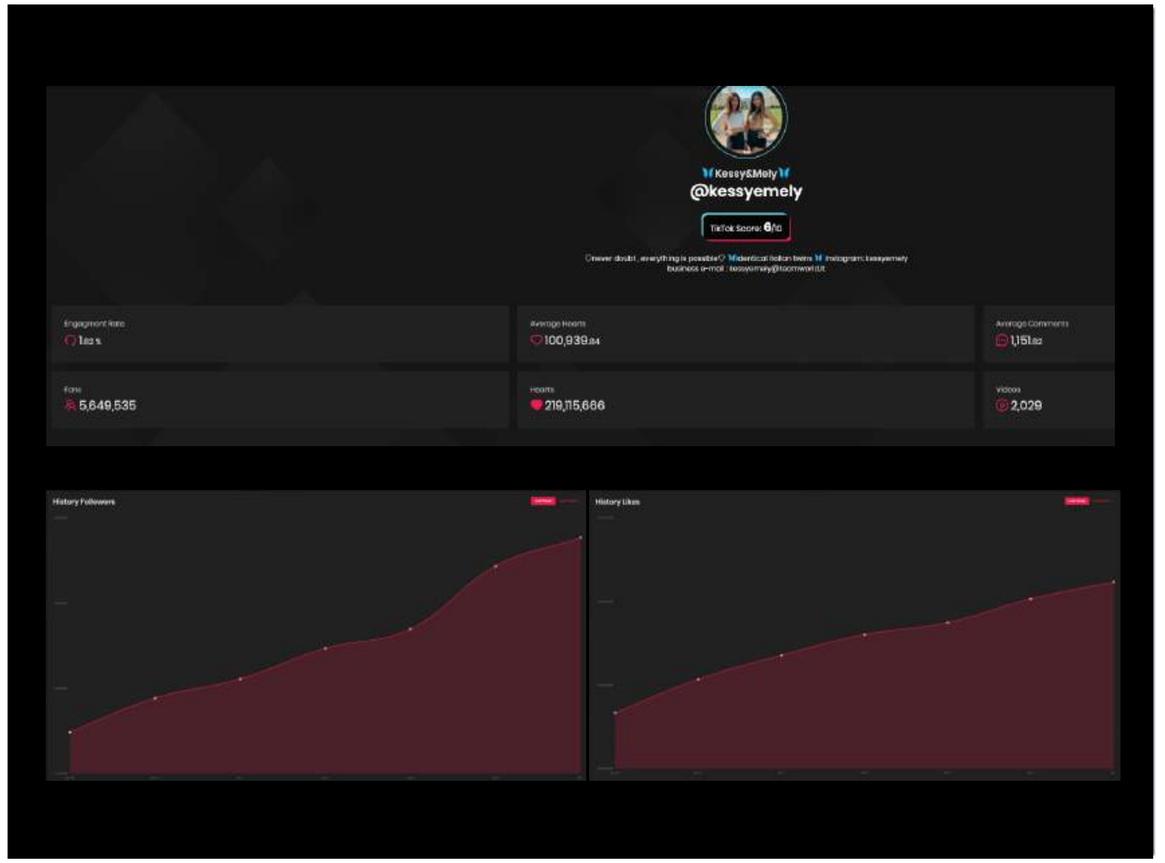
***Fonte**: TikAnalytics*

8 Kessy&Mely

Le due gemelline italiane si posizionano all'ottavo posto per engagement e crescita e al secondo posto per follower con un seguito di **5,7 milioni di followers**.
Il loro è un vero e proprio profilo di coppia, difficile vedere un video in cui non sono insieme, coordinate nei movimenti e spesso anche nell'abbigliamento!

Tikanalytics

8 Kessy&Mely

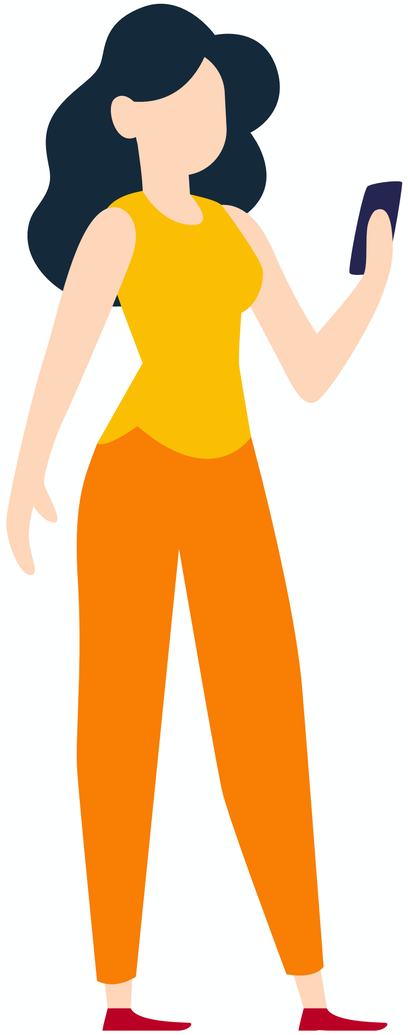


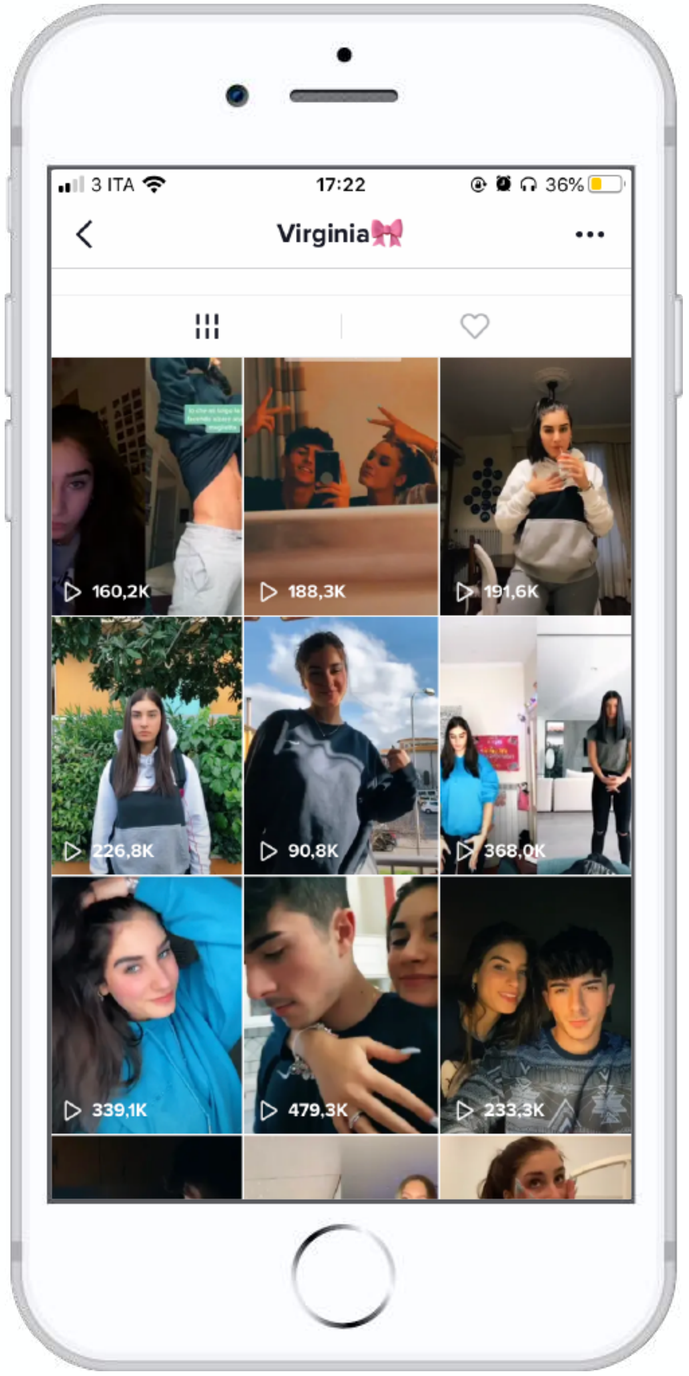
Tikanalytics

*Fonte: TikAnalytics

9 Virginia Montemaggi

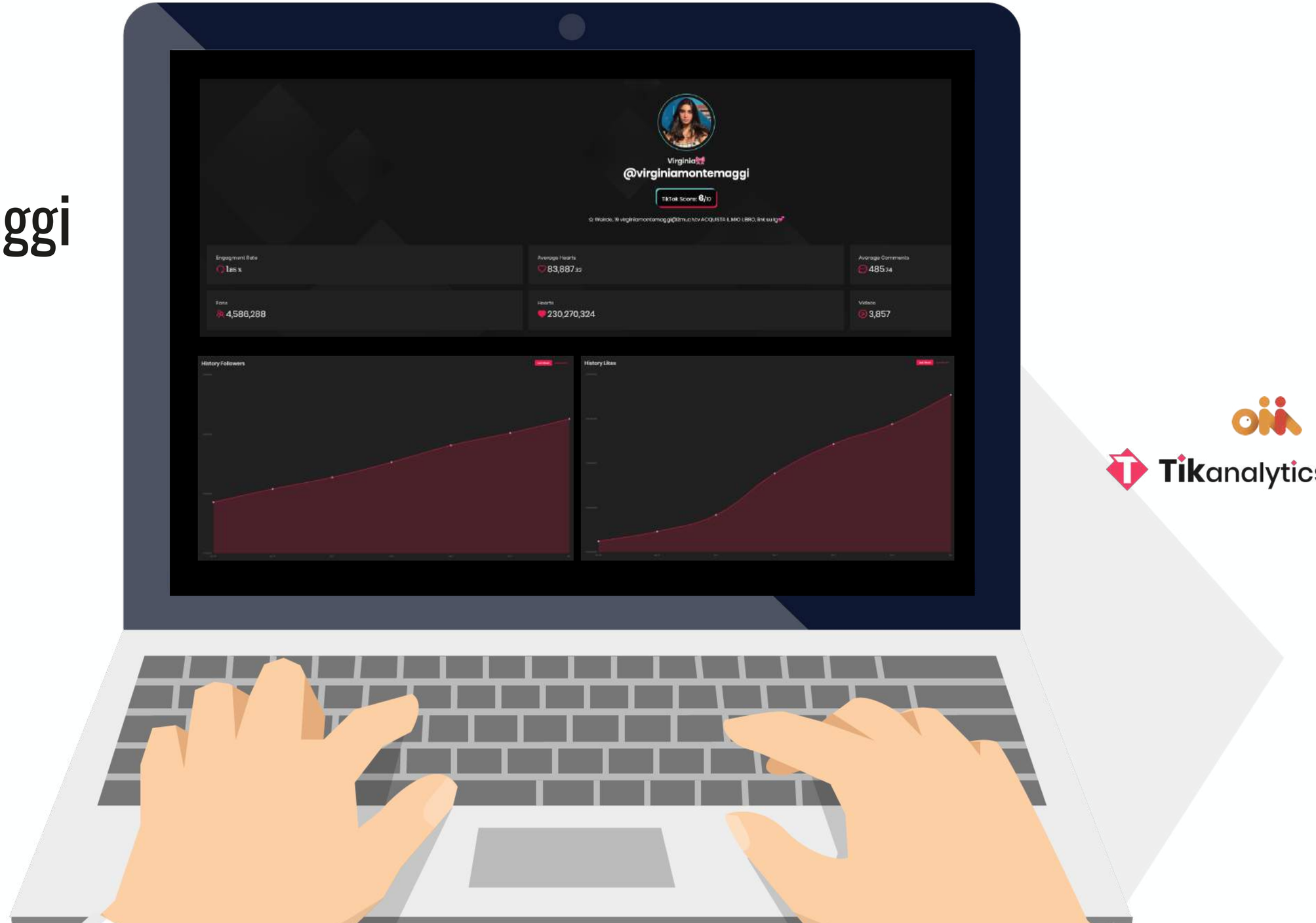
Virginia conta più di **4,6 milioni di followers**.
Ha 18 anni ed è tra le creators più seguite
del momento, piccoli guadagni che le permettono
di togliersi qualche sfizio.





Tikanalytics

9 Virginia Montemaggi

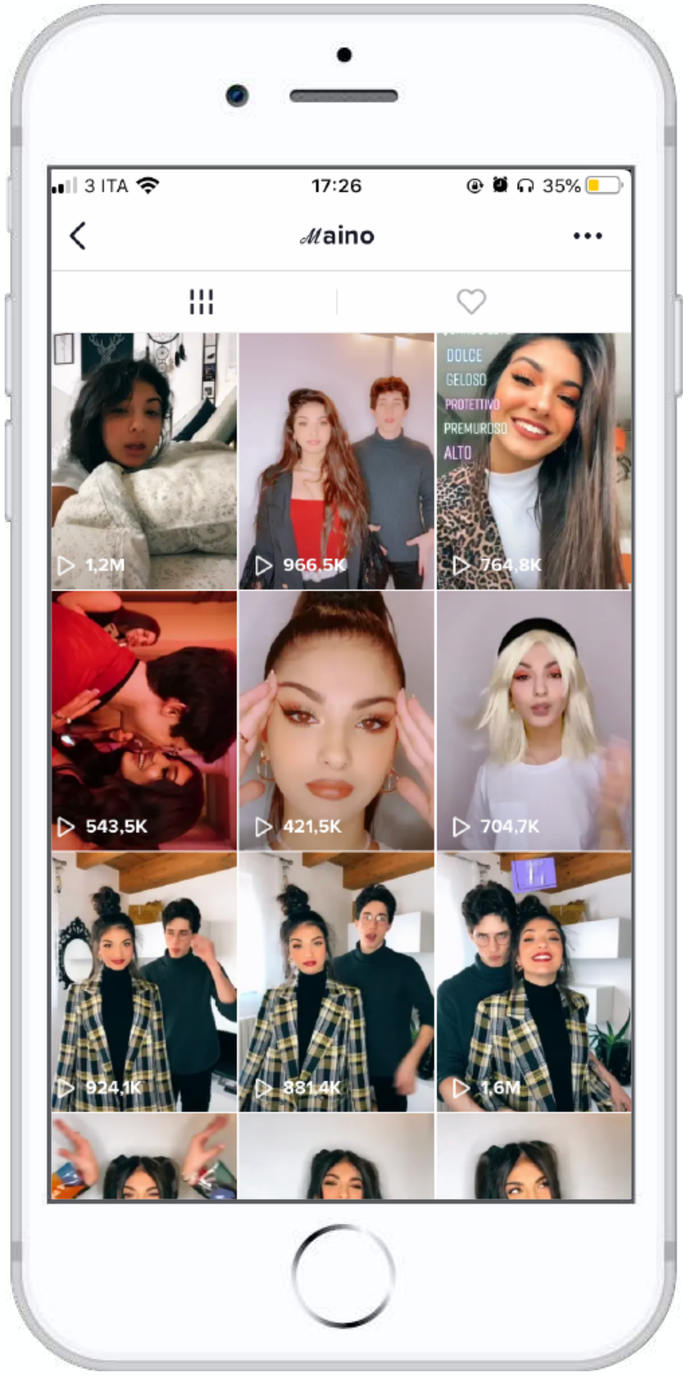


Tikanalytics

*Fonte: TikAnalytics

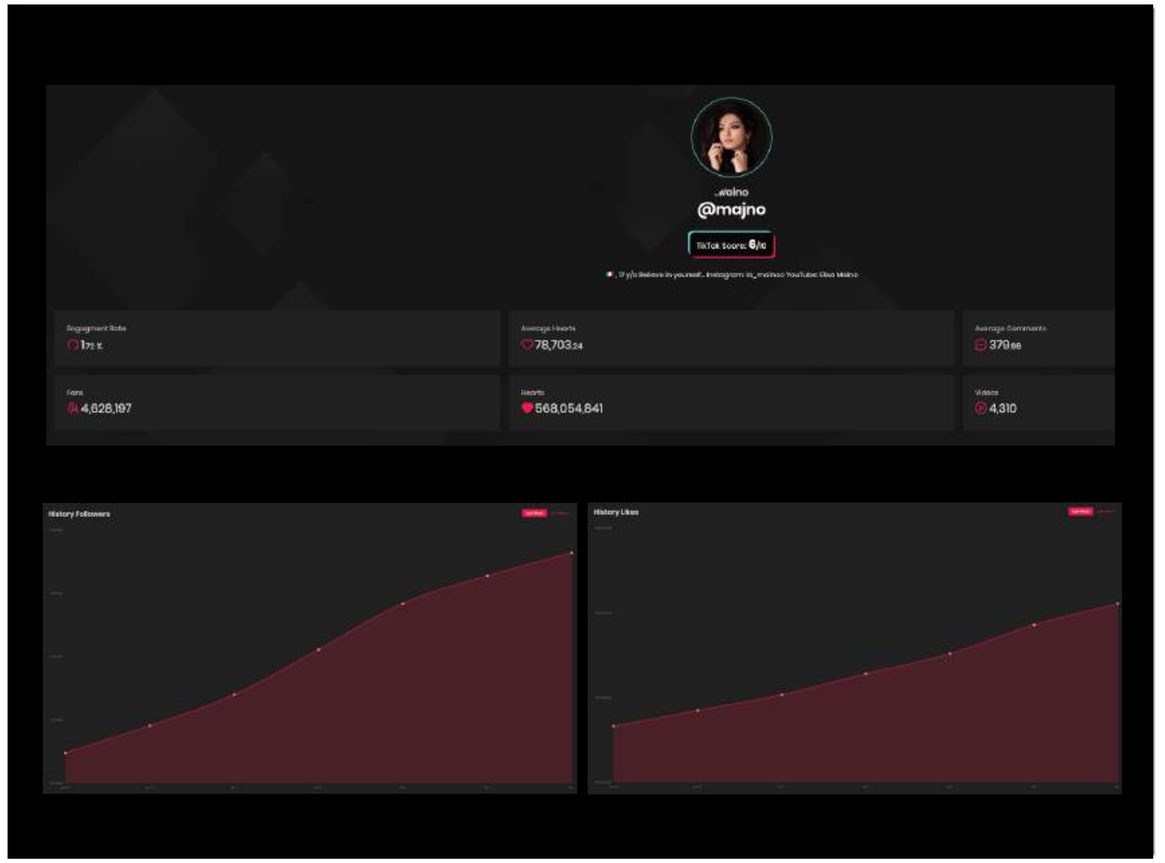
10 Elisa Maino

E’ davvero una star: si diletta in balli e challenges del momento ottenendo migliaia di visualizzazioni. Elisa conta ben **4,6 milioni di follower.**



Tikanalytics

10 Elisa Maino

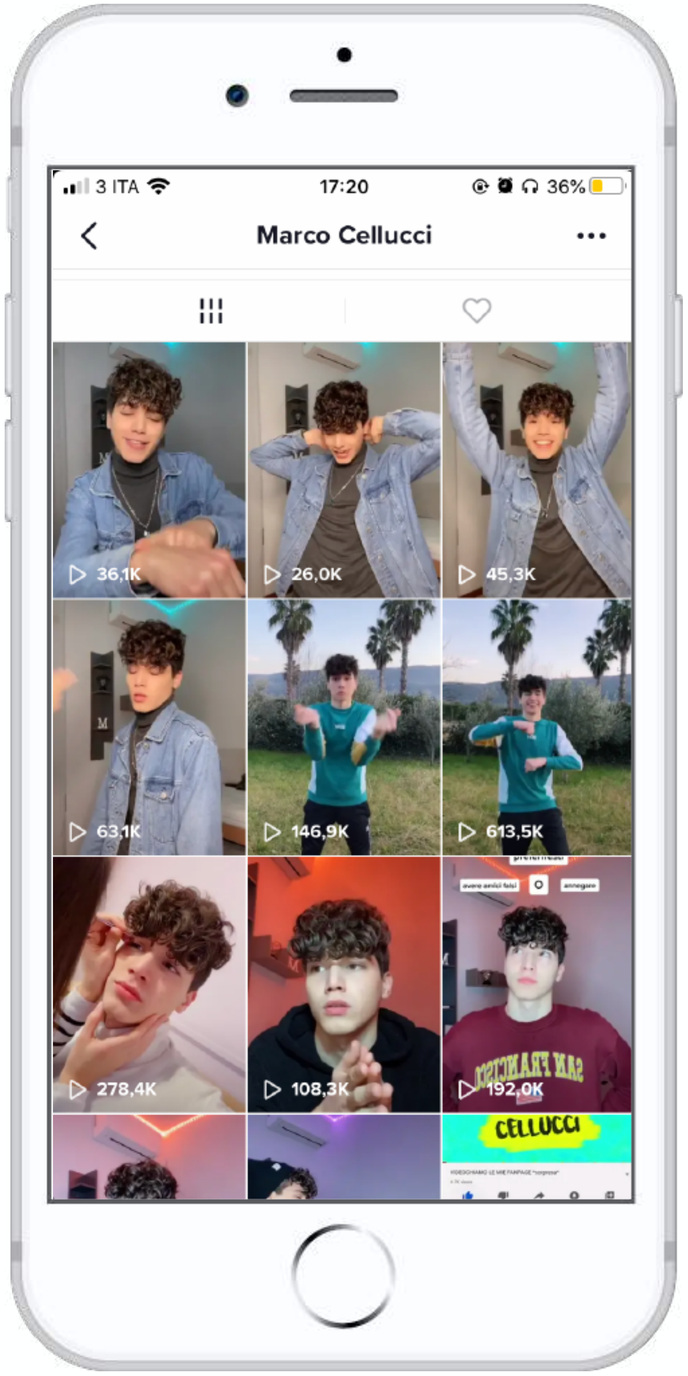


Tikanalytics

***Fonte**: TikAnalytics*

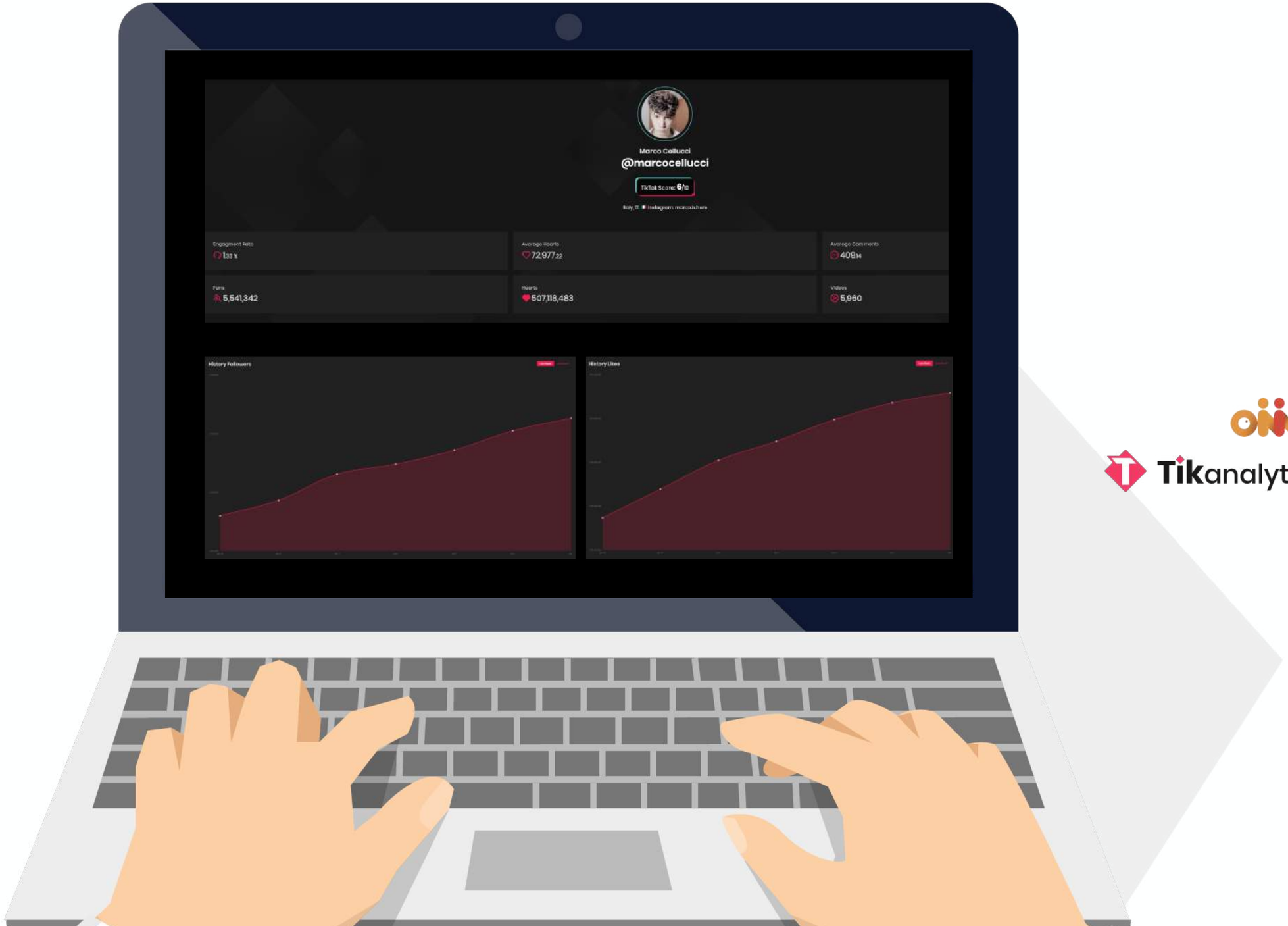
11 Marco Cellucci

Un altro TikToker che si fa notare, a quanto pare anche l'Italia può contare personaggi dai grandi numeri.
Ha solo 17 anni ma sembra già essere una piccola star attorno alla quale ruotano **più di 5 milioni di followers**.



Tikanalytics

11 Marco Cellucci

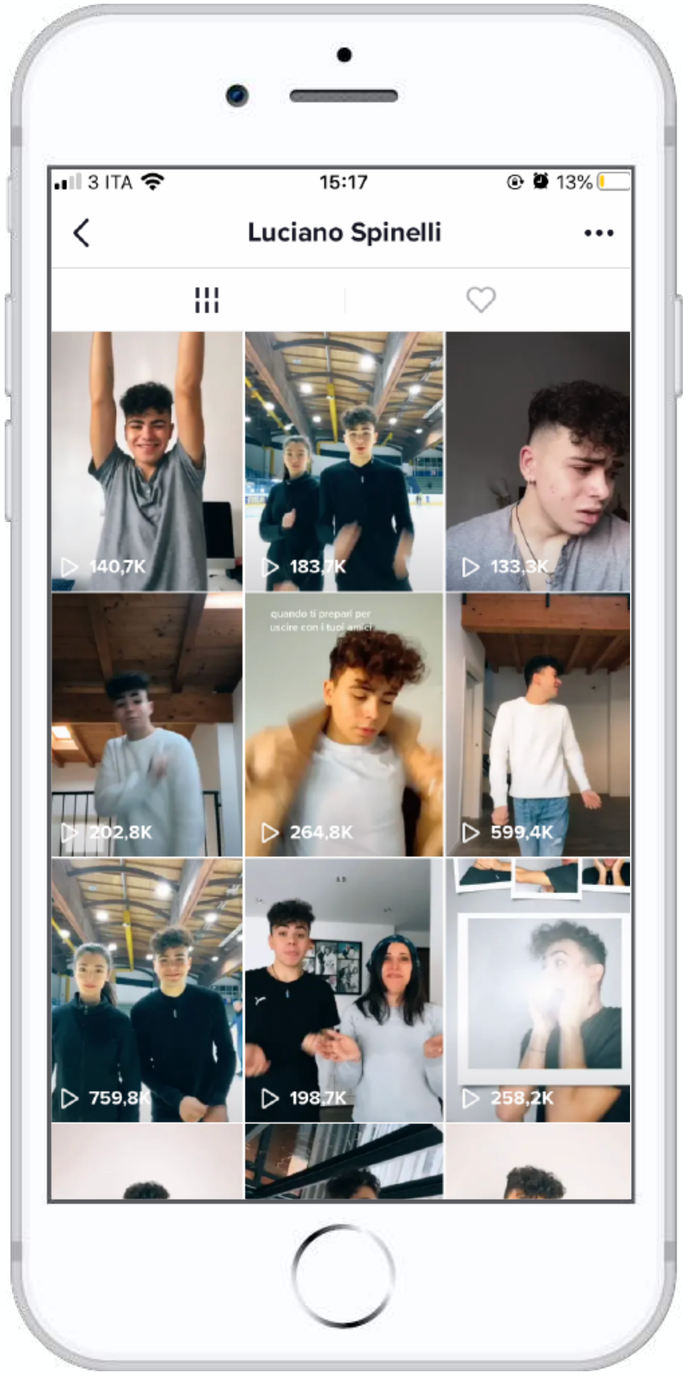


Tikanalytics

***Fonte**: TikAnalytics*

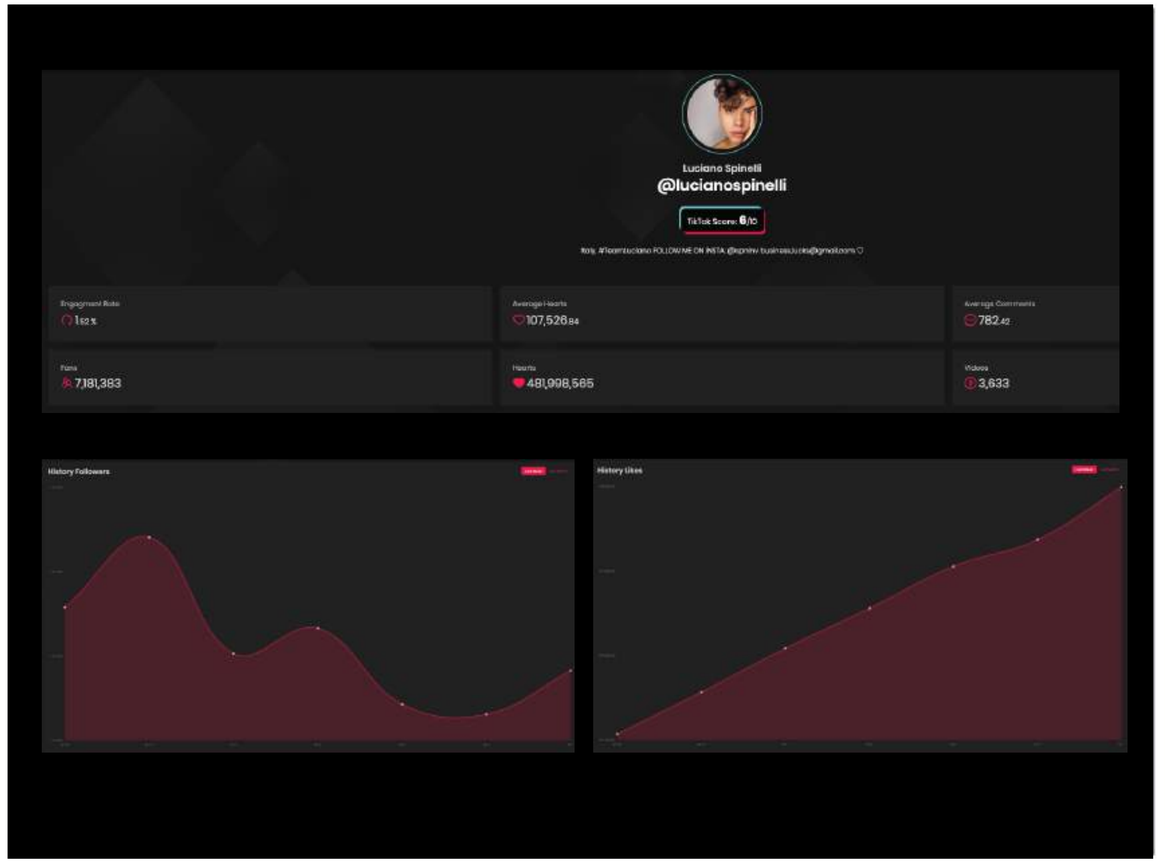
12 Luciano Spinelli

Il nostro caro Luciano ha più di **7 milioni di follower**.
Un seguito da capogiro, sempre sul pezzo e pronto a nuovi TikTok al passo con i trend.



Tikanalytics

12 Luciano Spinelli



Tikanalytics

***Fonte**: TikAnalytics*

FOUNDER

OPENBOX

PARTNER

vidoser · Tikanalytics · viralbeat · friendz · This MARKETERS Life — Be Curious · MARKETERs academy · GHIARONI&MUSIANI PUBLIC RELATIONS

PARTNER TECNOLOGICI

talkwalker · blogmeter INTEGRATED SOCIAL INTELLIGENCE · the fool DATA DRIVEN VALUE · semrush · DOING

PARTNER ISTITUZIONALI

IUSVE ISTITUTO UNIVERSITARIO

ASSOCIATI

PULSE ADVERTISING · BUZZOOLE · immille digital heroes · BLOGGERITALIA · SOCIAL WARNING · L'ECO DELLA STAMPA LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE

Brad&K Productions · &love. · Openinfluence · fattoremamma

CONTATTI

OSSERVATORIO NAZIONALE INFLUENCER MARKETING

INFO@ONIM.IT | WWW.ONIM.IT

Tutti i contenuti del presente report sono distribuiti sotto la licenza
"Attribuzione Condividi allo stesso modo 3.0 Italia (CC BY-SA 3.0 IT)"