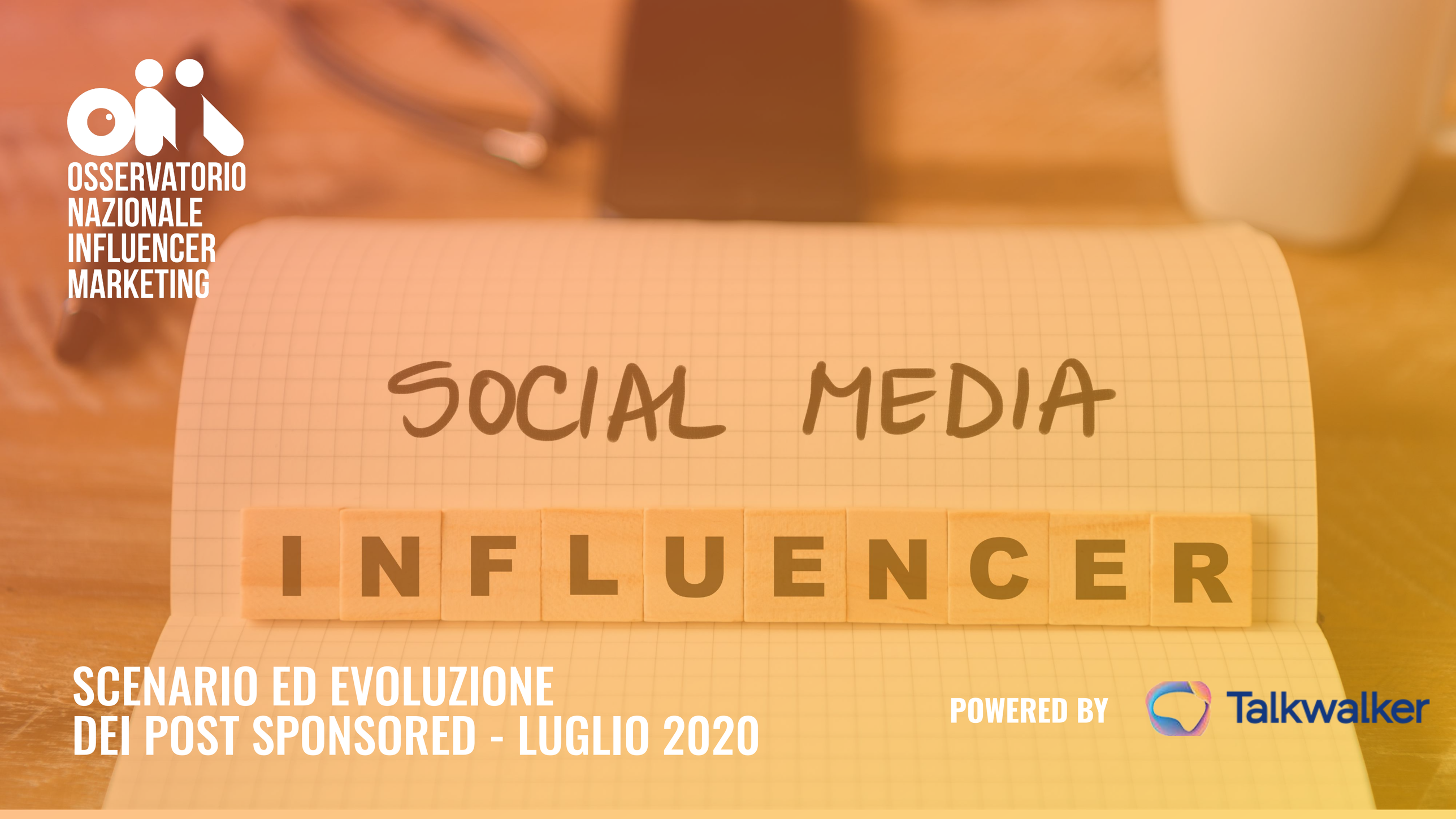
OSSERVATORIO NAZIONALE INFLUENCER MARKETING



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED - LUGLIO 2020

POWERED BY Talkwalker

Un report mensile

Quanti sono e come evolvono le **collaborazioni e i post nati dalle partnership tra influencer e brand**? Insight rilevante perché capace di darci un'istantanea sull'**utilizzo e l'attivazione** di campagne di influencer marketing in Italia.

Grazie alla collaborazione del nostro partner **Talkwalker**, ogni mese rilasceremo questo **report** capace di presentarci i dati riguardo i post Instagram contrassegnati dagli hashtag compliant.

Volume, ***interazioni***, ***topic*** ed i **post *sponsored più performanti*** per comprendere sempre meglio le dinamiche legate ai contenuti sponsorizzati.

Matteo Pogliani

Founder Osservatorio Nazionale Influencer Marketing

Metodologia

Tutti i dati utilizzati nelle analisi mensili, provengono dalla suite di **Talkwalker**, tool dedicato all'analisi delle conversazioni online e delle social performance di profili di brand o di influencer.

L'analisi è realizzata mediante una mappatura su Instagram delle **keyword di interesse, inerenti agli hashtag da utilizzare nelle collaborazioni tra brand e influencer** (come da ***Digital Chart*** dello **IAP**).

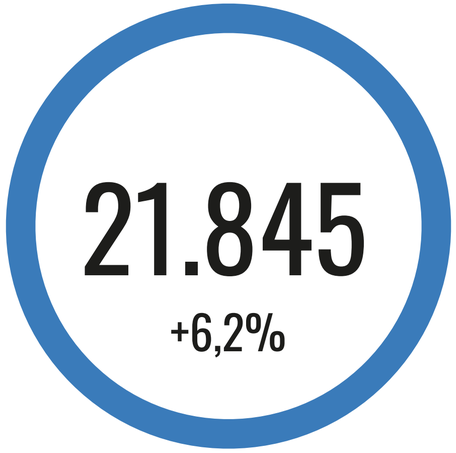
Di seguito gli hashtag analizzati: **#ad #adv #advertising #sponsored #sponsoredby #giftedby #sponsorizzato #suppliedby #supplied**

I risultati sono poi "puliti" attraverso l'isolamento e la disambiguazione dei contenuti trovati in fase di analisi.

Post sponsored quale scenario a Giugno 2020?

Giugno

I post nati da collaborazione brand/influencer



Numero post

Interazioni generate

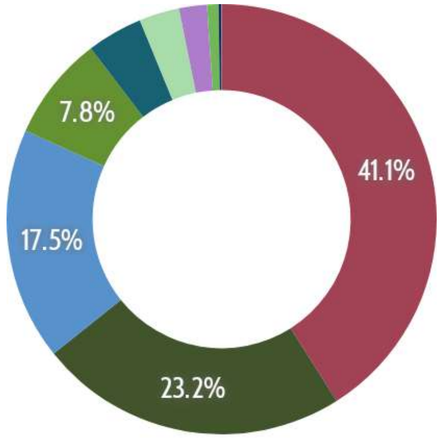
Interazioni per post

Talkwalker

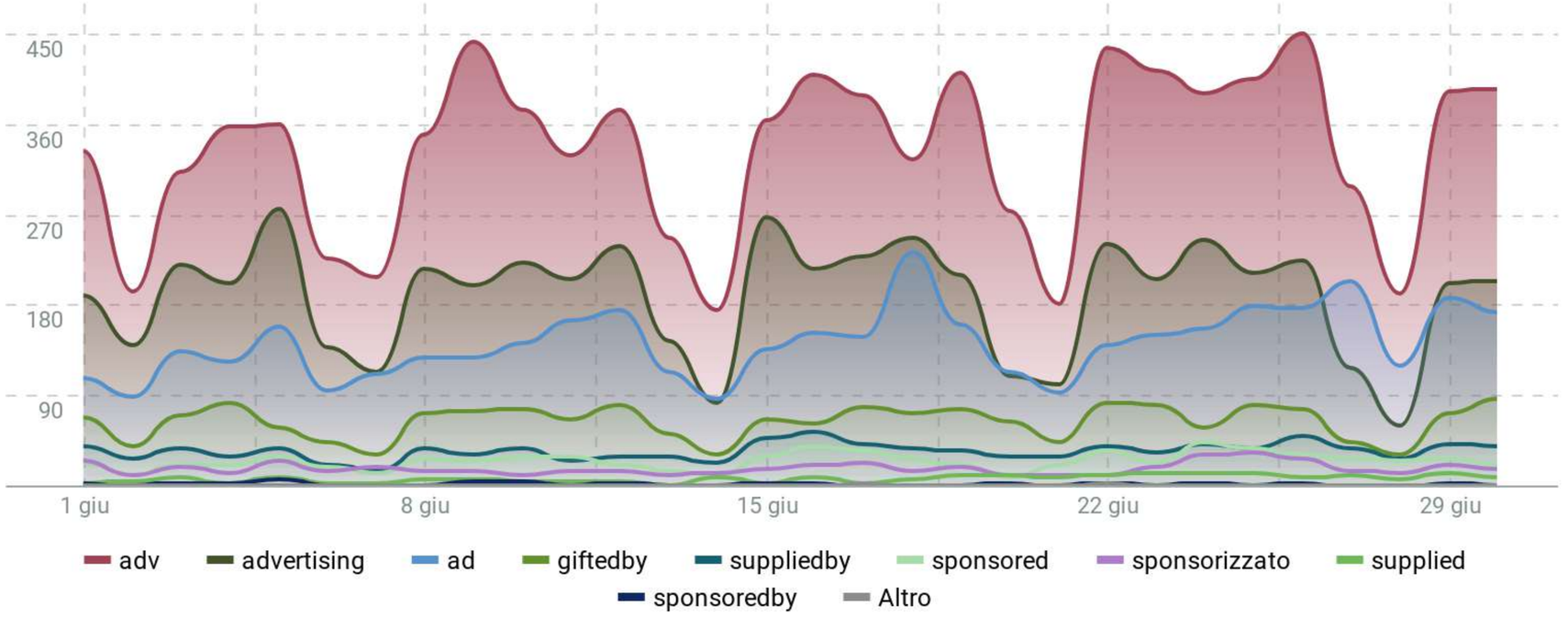
***Fonte**: Talkwalker*

Giugno

L’andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



↗ 17.1%	adv
↙ 7.4%	advertising
↗ 1.4%	ad
↗ 25.6%	giftedby
↗ 39.7%	suppliedby
↗ 12.5%	sponsored
↗ 49%	sponsorizzato
↗ 115.3%	supplied
↗ 14%	sponsoredby
↗ 200%	Altro



Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Giugno

Gli hashtag compliant più utilizzati

10.002
Menzioni
+12,7%

#adv

5.668
Menzioni
-10,5%

#advertising

4.267
Menzioni
-1,6%

#ad

	1 giu	8 giu	15 giu	22 giu	29 giu
adv	2K	2.3K	2.4K	2.6K	788
advertising	1.3K	1.3K	1.4K	1.3K	405
ad	814	934	1K	1.1K	361
giftedby	389	452	462	451	158
suppliedby	204	207	268	264	81
sponsored	135	153	180	220	48
sponsorizzato	121	92	114	146	38
supplied	31	36	50	73	21
sponsoredby	15	13	9	9	3
Altro	0	1	2	3	0

***Fonte**: Talkwalker*

Talkwalker

Giugno

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

10,3M
Interazioni
+45,1%

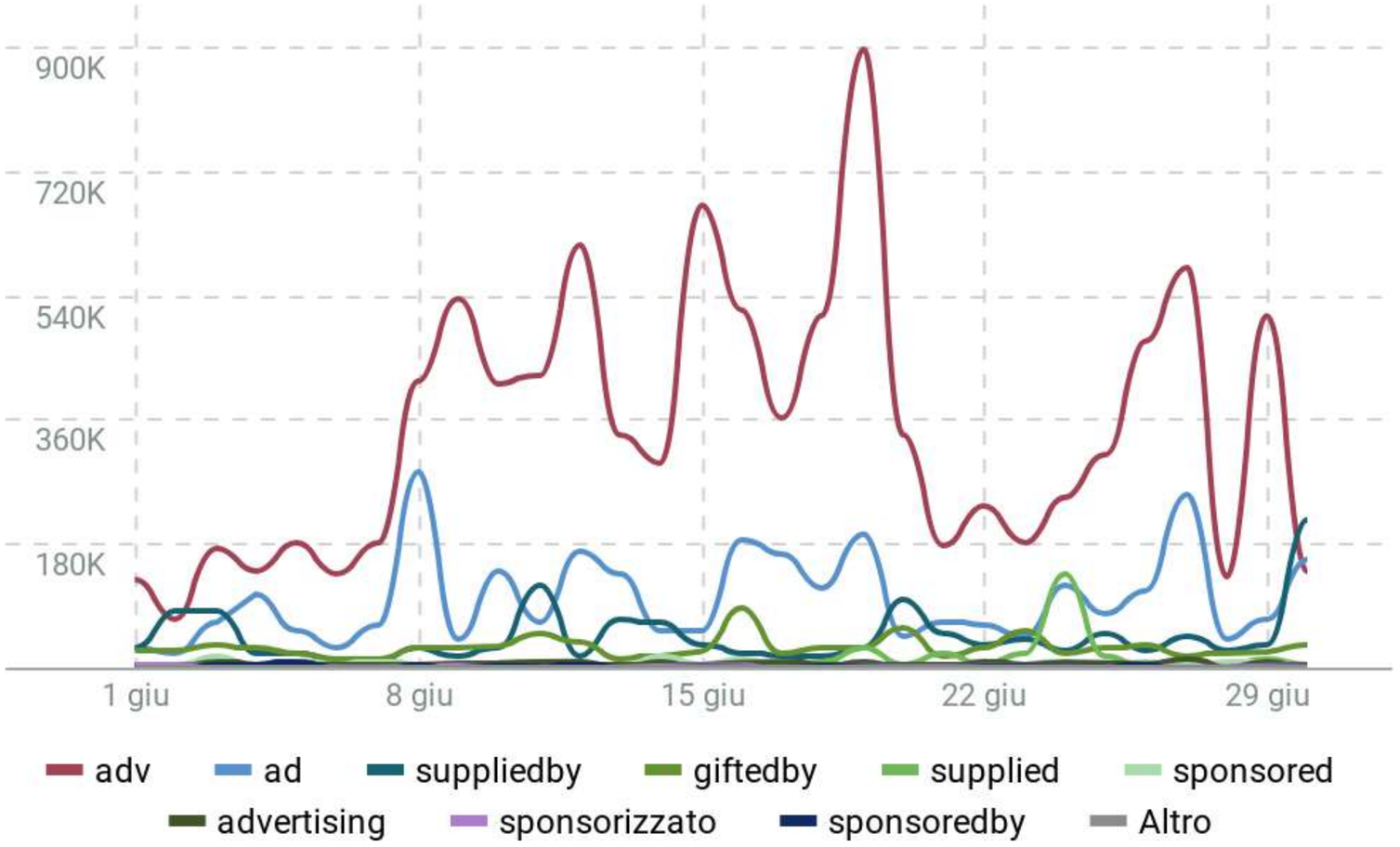
#adv

3M
Interazioni
-9,1%

#ad

176,4K
Interazioni
+3,7%

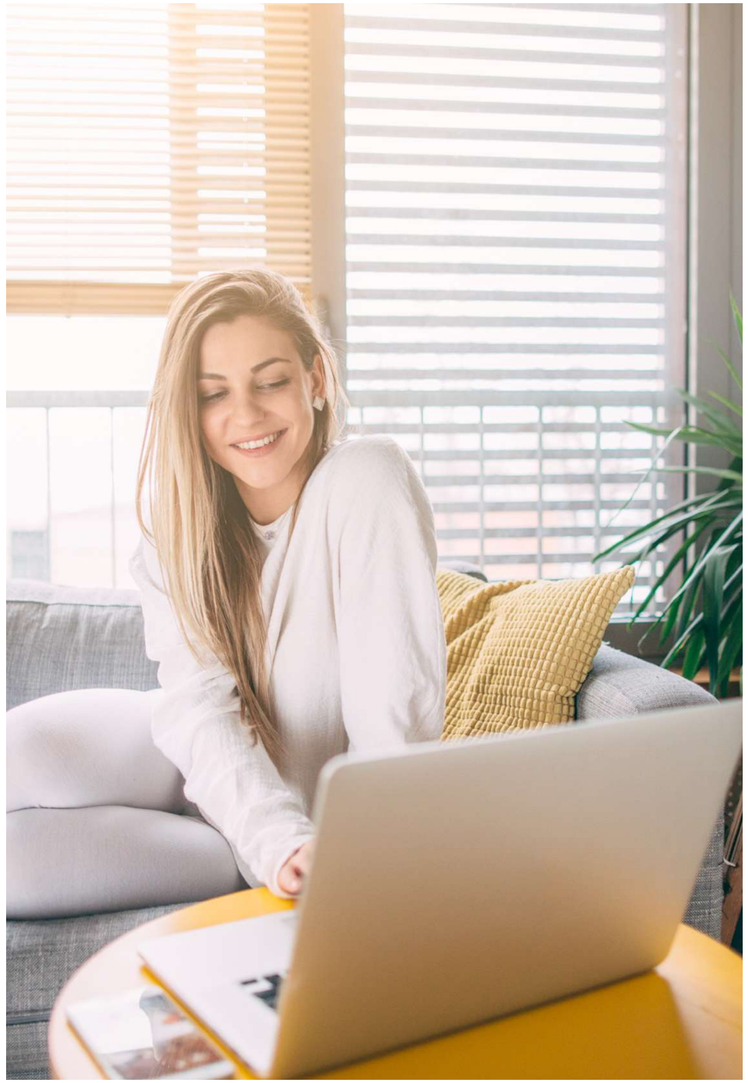
#sponsored



***Fonte**: Talkwalker*

Talkwalker

L’attività sponsored degli Influencer continua la sua crescita post Covid, registrando un netto aumento delle collaborazioni rispetto ai mesi precedenti (+6,2%)



Che le collaborazioni brand-influencer fossero in netta ripresa era già **dimostrato dall’attività di Maggio e dal +24% di post** nati da collaborazione. Un trend che **prosegue anche a Giugno con un +6,2%**, sintomo di una ritrovata volontà/necessità dei brand di comunicare e di come, l’intermediazione dei creator, sia oggi una scelta primaria.

Ancora più evidente **l’aumento delle interazioni prodotte (+32,3%)**, possibile dimostrazione di un maggior impatto degli Influencer nel post lockdown.

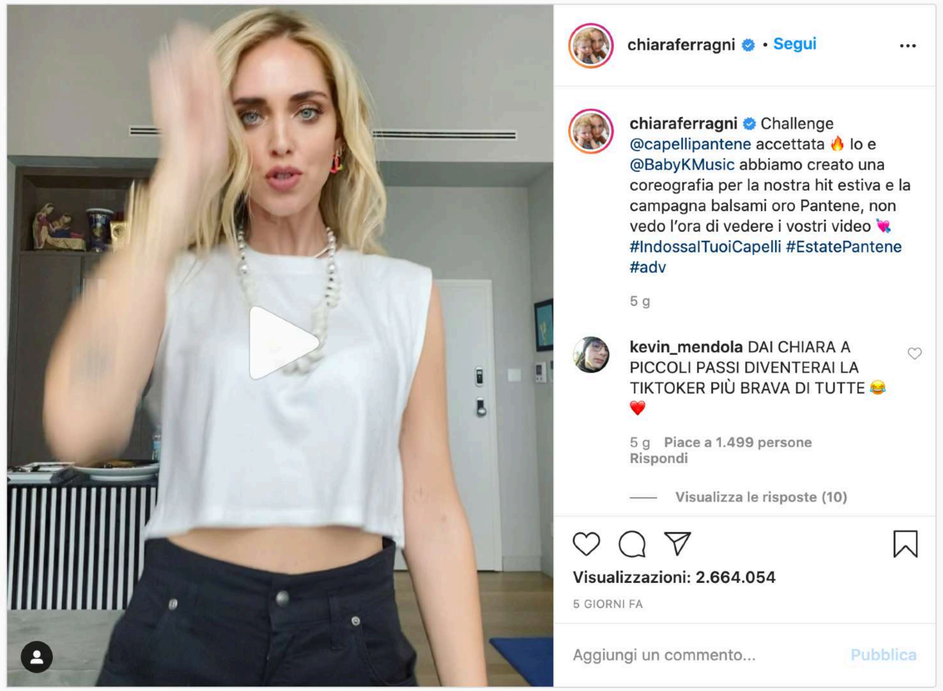
#adv, **#advertising** e **#ad** restano gli hashtag compliant più utilizzati dai creator.

Talkwalker

I post sponsored con maggiori interazioni

Giugno

I post sponsored più performanti



METRICHE 247.2K N/D 0/10

245.7K 'Mi piace' di Instagram,
1.6K Commenti

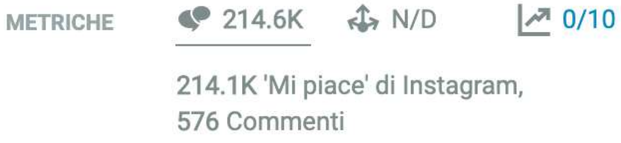
METRICHE 217.1K N/D 0/10

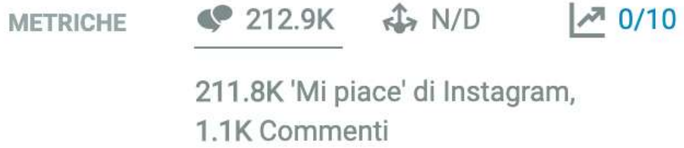
216.1K 'Mi piace' di Instagram,
990 Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Giugno

I post sponsored più performanti





***Fonte**: Talkwalker*

Talkwalker

Giugno

I post sponsored più performanti

METRICHE 197.1K N/D 0/10

195.6K 'Mi piace' di Instagram,
1.5K Commenti

METRICHE 190K N/D 0/10

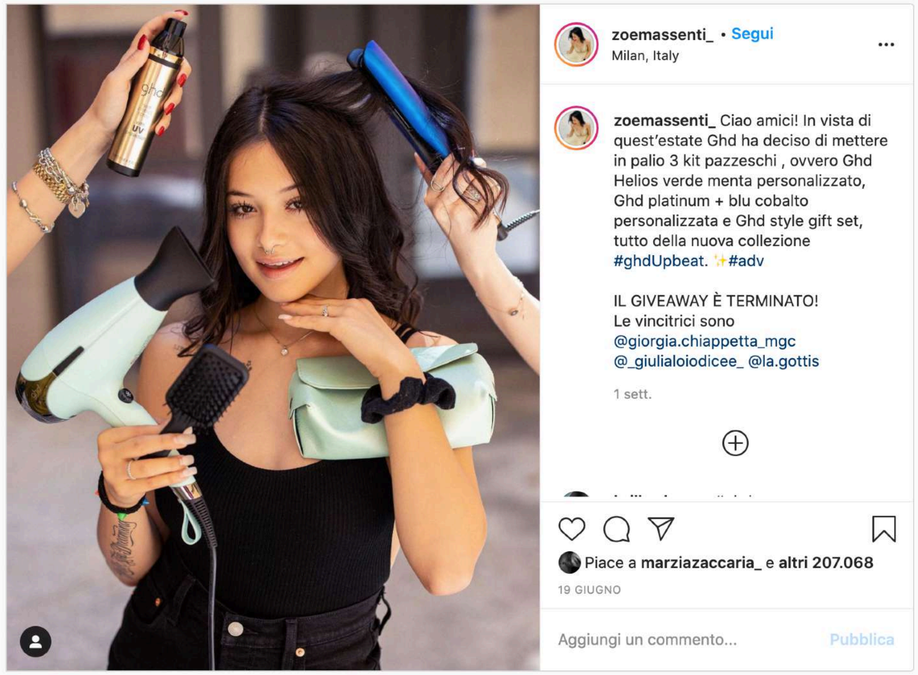
188.9K 'Mi piace' di Instagram,
1.1K Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Talkwalker

Giugno

I post sponsored più performanti



METRICHE 174.5K N/D 0/10

164.3K 'Mi piace' di Instagram,
10.3K Commenti

METRICHE 174K N/D 0/10

172.7K 'Mi piace' di Instagram,
1.3K Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Giugno

I post sponsored più performanti

METRICHE 171.3K N/D 0/10

170.9K 'Mi piace' di Instagram,
339 Commenti

METRICHE 167.4K N/D 0/10

166.9K 'Mi piace' di Instagram,
456 Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Analisi dei contenuti

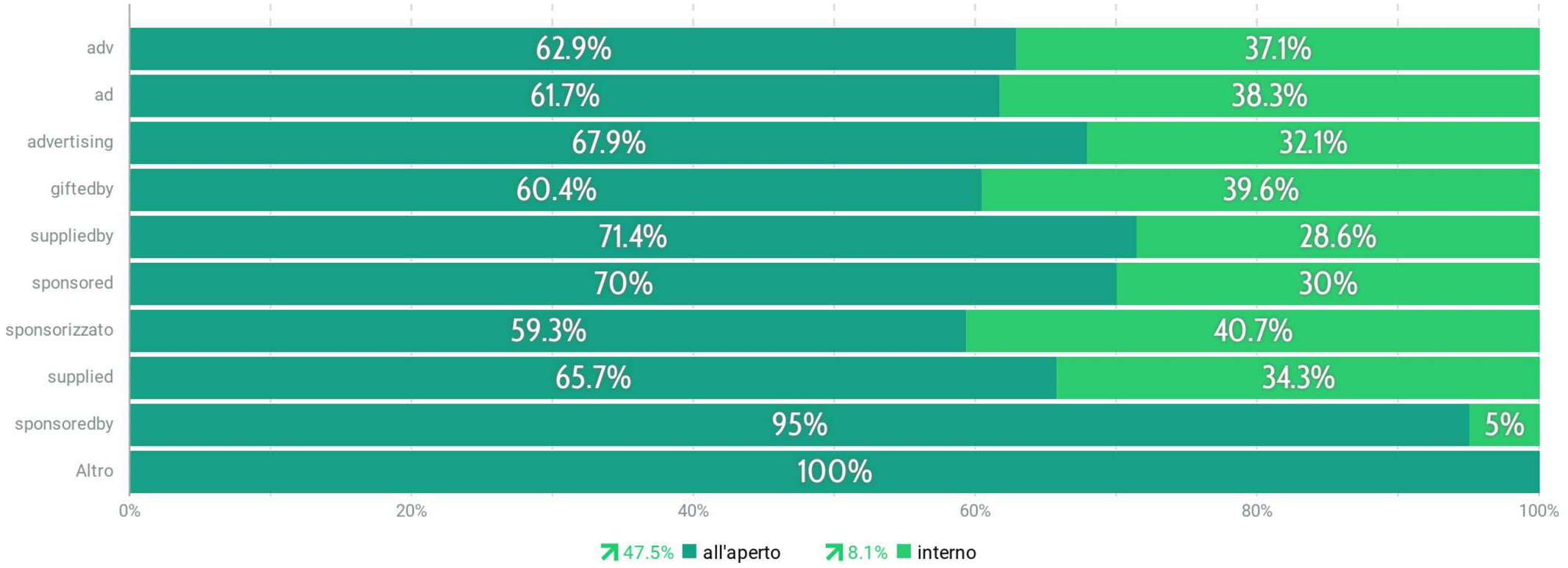
Giugno

Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate nei post #adv

***Fonte**: Talkwalker*

Giugno

Analisi immagini

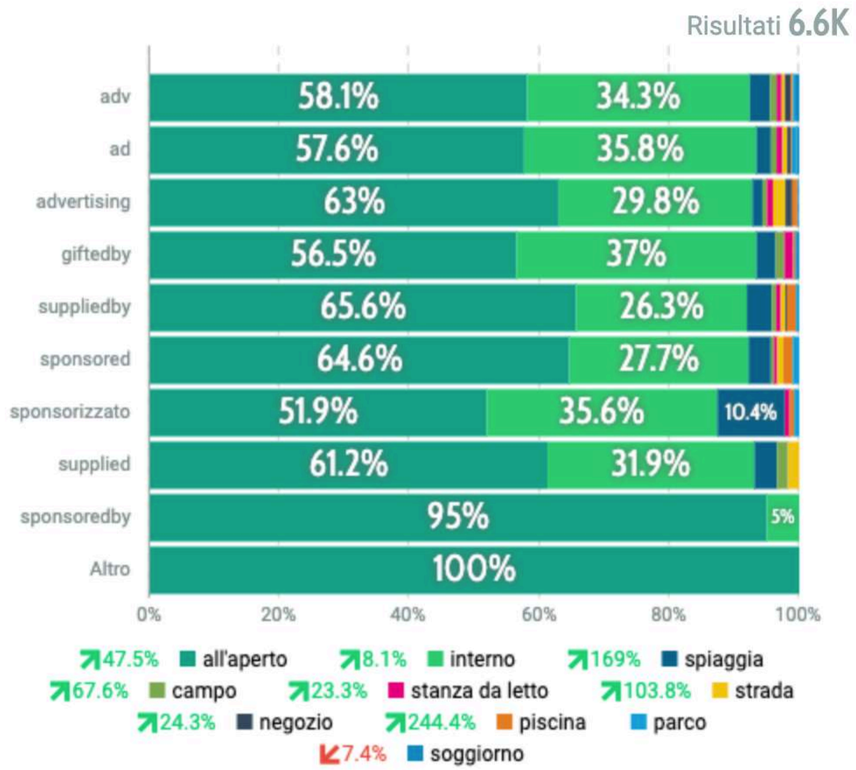


***Fonte**: Talkwalker*

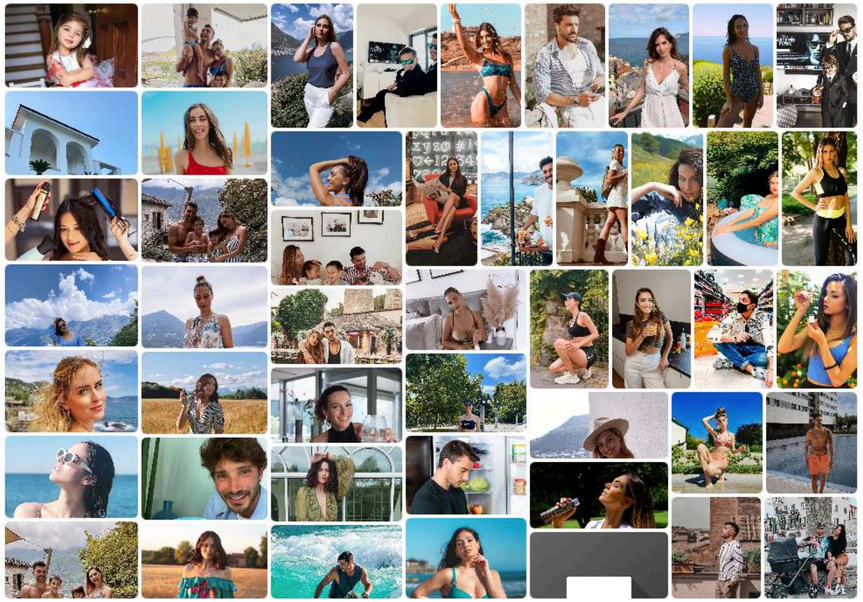
Giugno

Analisi immagini

TOP SCENE



I MESSAGGI PIÙ COINVOLGENTI - SCENE



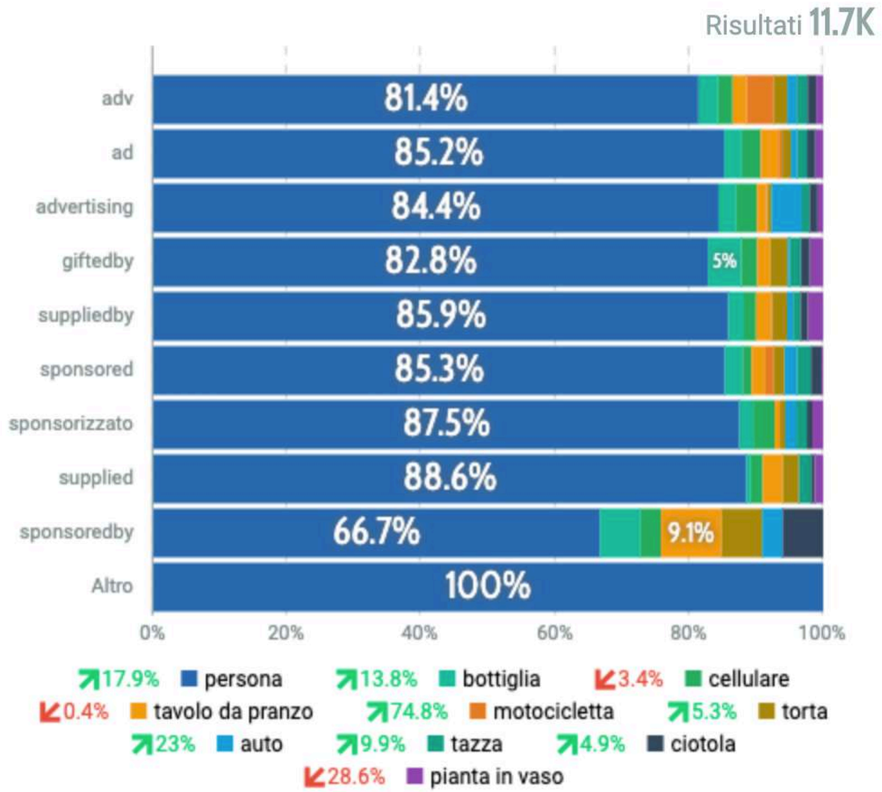
Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

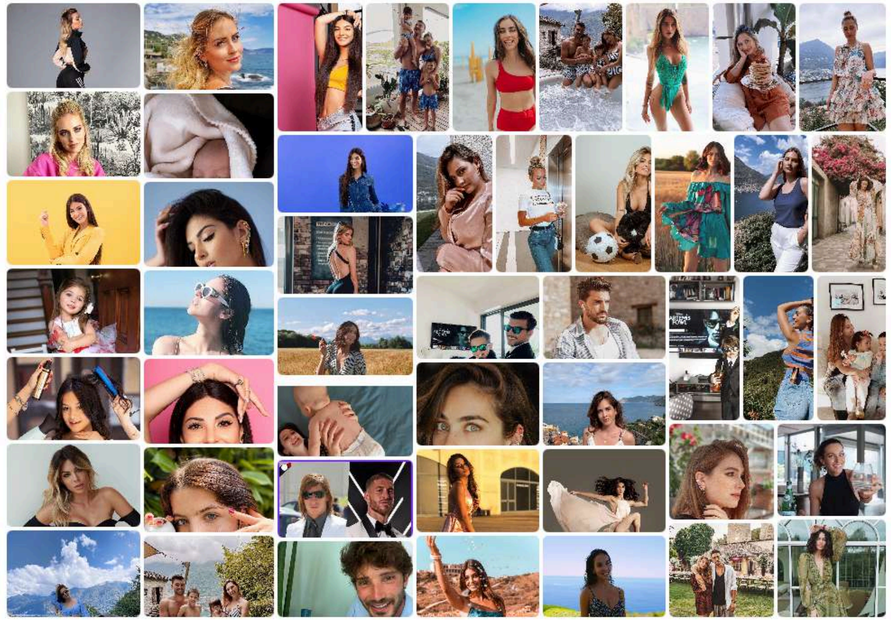
Giugno

Analisi immagini

TOP OGGETTI



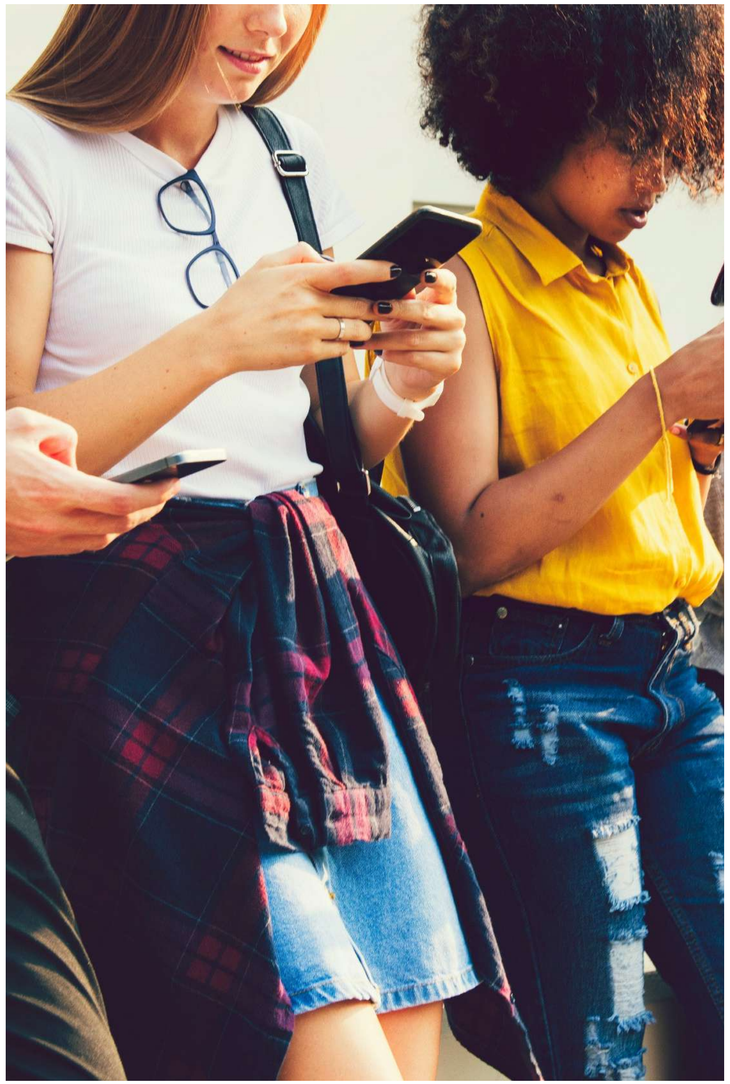
I MESSAGGI PIÙ COINVOLGENTI - OGGETTI



Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Anche a livello di tematiche si evidenzia un forte ritorno alla “normalità” pre Covid-19



Keywords e topic dei post *sponsored* vanno nella direzione delle classiche collaborazioni pre lockdown.

L’arrivo dell’estate e la possibilità, ritrovata, di uscire hanno ovviamente condizionato gli scenari dei post. È infatti netta la **predominanza dei contenuti realizzati all’aperto**.

Non mancano hashtag e keyword strettamente connessi alla vendita come ***codice*** e ***link*** ad esempio.

Torna in evidenza un brand con ***#naimaloggers***, campagna di *ambassadoring* del brand Naima.

Key Insight

Conclusioni

Prosegue, anche a Giugno, un processo di normalizzazione che riporta le collaborazioni tra Influencer e band a numeri e caratteristiche pre Covid.

Le collaborazioni sono aumentate (+6,2%), ma ancor di più notiamo a livello di **topic e hashtag** una predominanza delle tematiche più “business”.

Per **l’estetica dei post**, si torna a contenuti più “costruiti”, meno spontanei e intimi. Da segnalare anche la netta predominanza, a livello di scenario, dei post realizzati all’aperto.

Lo stile dei creator pare nella direzione di gusto e necessità degli utenti tanto da far registrare **una netta crescita a livello di interazioni prodotte**.

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

FOUNDER

OPENBOX

PARTNER

vidoser · Tikanalytics · viralbeat · friendz · ThisMARKETERsLife Be Curious · MARKETERs academy · GHIARONI&MUSIANI PUBLIC RELATIONS

PARTNER TECNOLOGICI

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

PARTNER ISTITUZIONALI

IUSVE ISTITUTO UNIVERSITARIO

ASSOCIATI

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

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

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)"