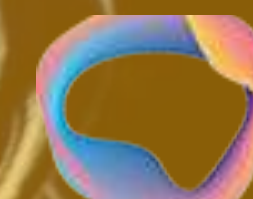


**SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED - AGOSTO 2020**

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.

Da oggi, 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

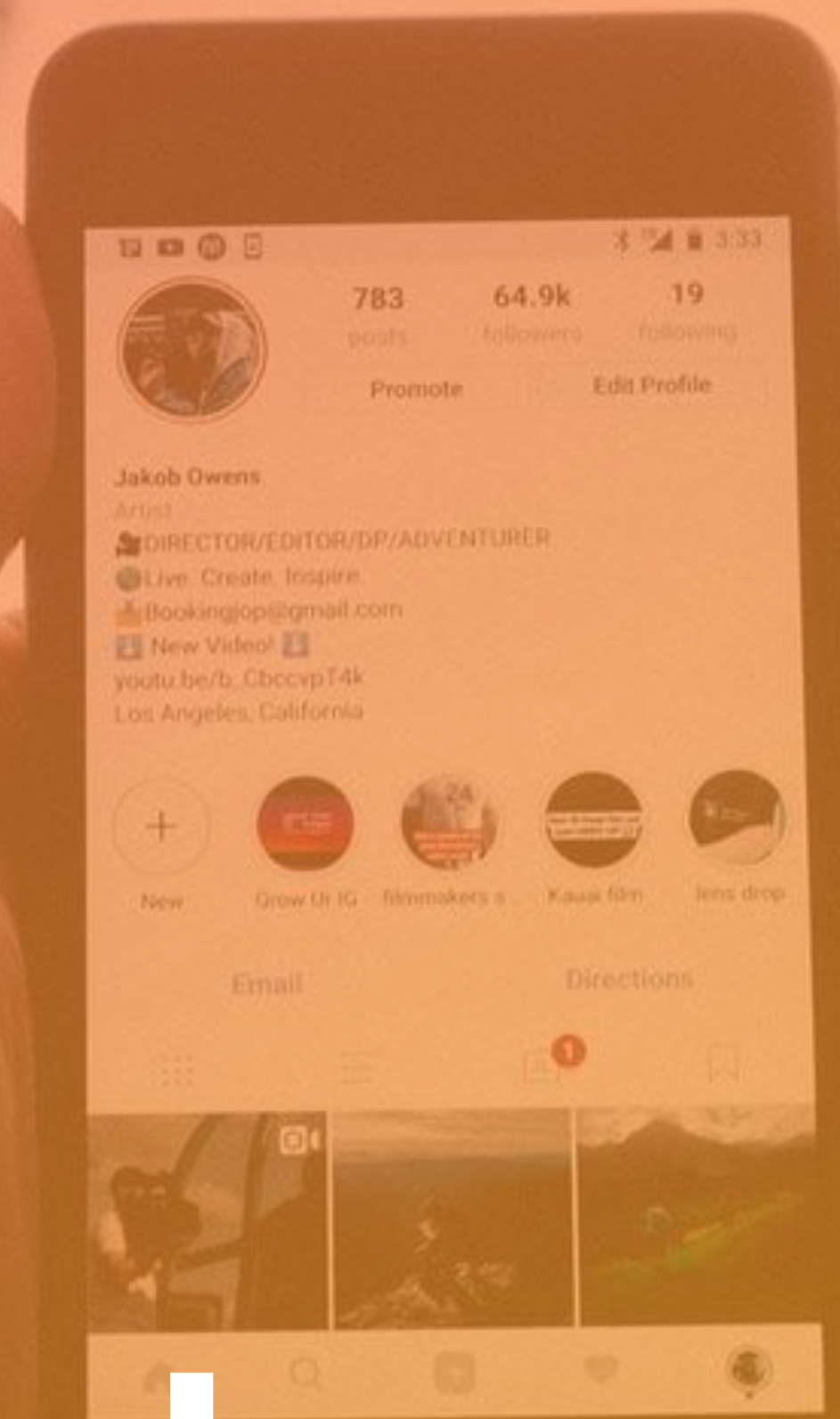
Tutti i dati utilizzati nelle analisi mensili, provengono dalla suite di **Talkwalker**, tool dedicato all'analisi delle conversazioni online e delle social performance di profili di brand o di influencer.

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 #spuppliedby #supplied**

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





**Post sponsored
quale scenario a Luglio 2020?**

Luglio

I post nati da collaborazione brand/influencer

23.607

+8,1%

Numero post

17M

+9%

Interazioni generate

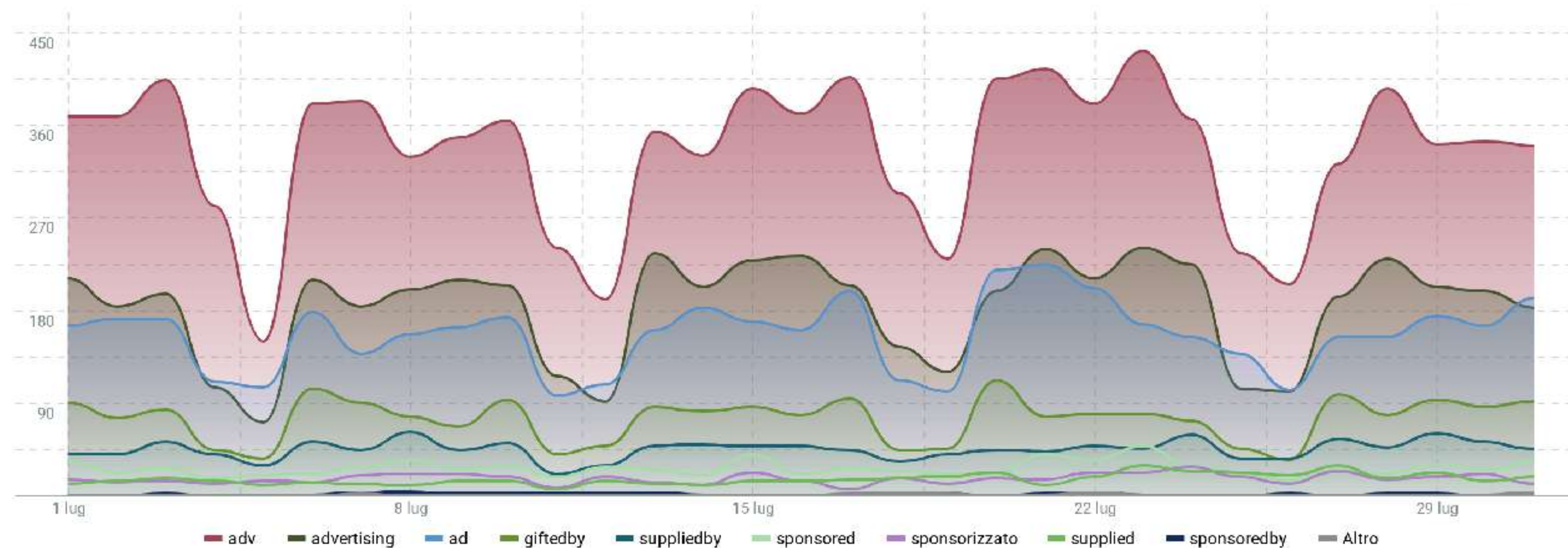
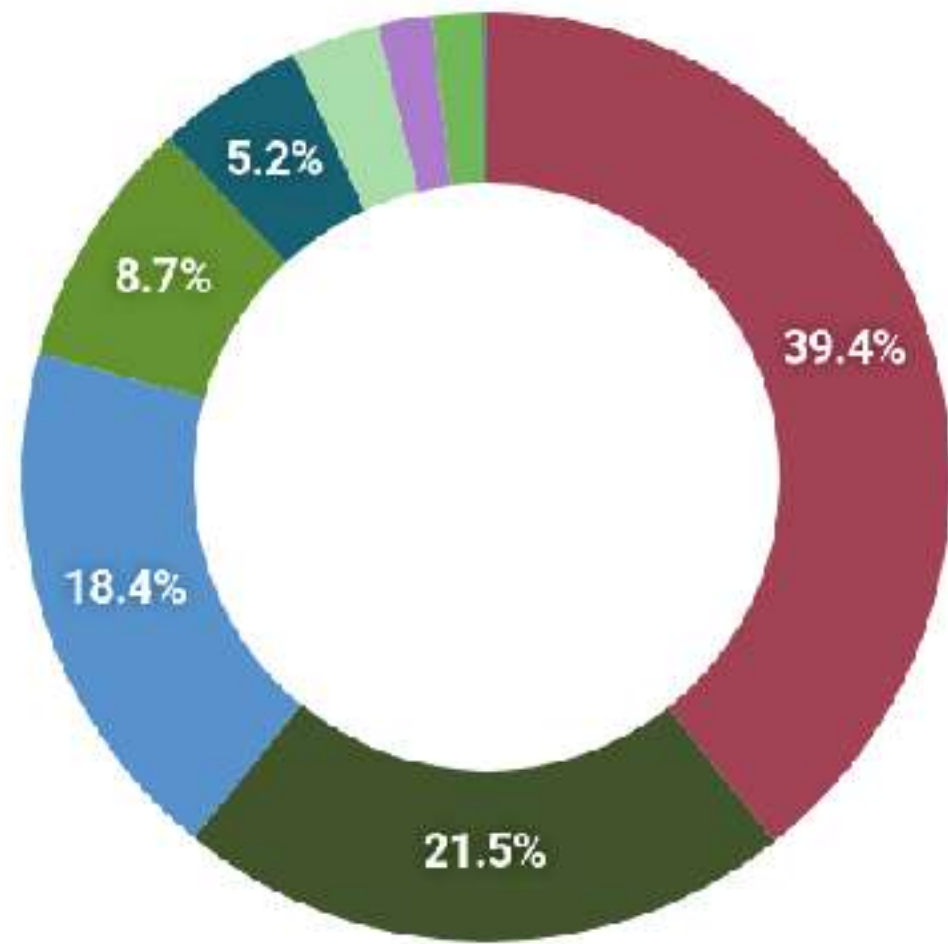
720,1

+0,8%

Interazioni per post

Luglio

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



Luglio

Gli hashtag compliant più utilizzati

10.374

Menzioni
+3,7%

#adv

5.669

Menzioni
+0,01%

#advertising

4.857

Menzioni
+14%

#ad

	29 giu	6 lug	13 lug	20 lug	27 lug
adv	1.6K	2.2K	2.4K	2.4K	1.7K
advertising	766	1.2K	1.4K	1.3K	1K
ad	722	1K	1.1K	1.2K	838
giftedby	328	515	511	497	446
suppliedby	199	297	305	306	257
sponsored	115	179	172	207	133
sponsorizzato	66	114	91	130	86
supplied	64	78	96	140	97
sponsoredby	1	10	3	4	3
Altro	0	1	3	2	2



Luglio

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

10,4M
Interazioni
+1%

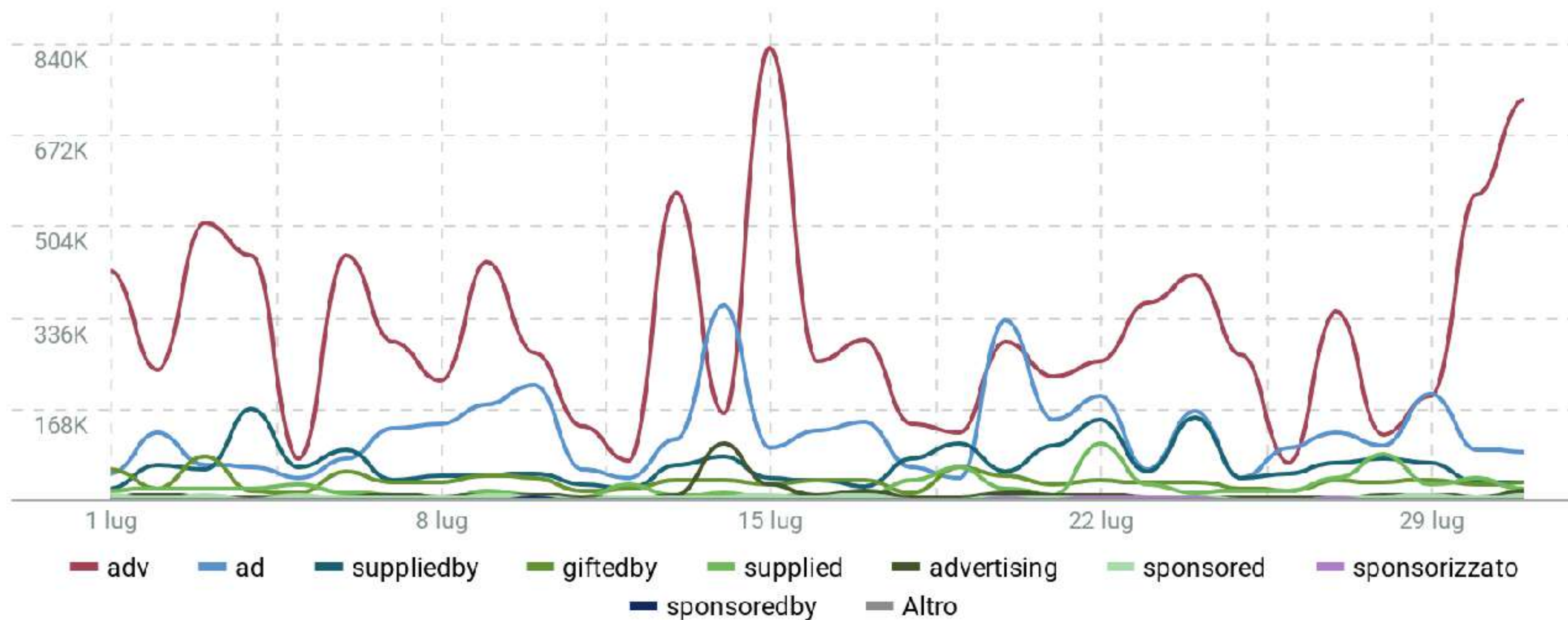
#adv

3,7M
Interazioni
+23,3%

#ad

316,1K
Interazioni
+74,7%

#advertising



L'attività sponsored degli Influencer ha continuato la sua crescita, sia in termini di post realizzati che, soprattutto, di interazioni generate



Oltre **23 Milioni i post realizzati a Luglio** in campagne di Influencer marketing, in crescita del 8,1% rispetto al mese precedente.

Il linea anche l'aumento delle interazioni prodotte (+9%), per un **totale di oltre 17 Milioni**. Un crescita di oltre 9 Milioni rispetto a Marzo, netta dimostrazione del miglioramento delle percezione da parte degli utenti sui post sponsored realizzati dai creator.

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



S A T A N
**WE LIKE YOU,
TOO :)**



**I post sponsored
con maggiori interazioni**

Luglio

I post sponsored più performanti



Instagram post by dilettaleotta. The image shows a woman with blonde hair and a red headband sitting on a white chair outdoors, wearing a black dress and grey sneakers with orange laces. The post has 515,171 likes and 11,500 comments. The caption reads: "Oggi ho il pollice verde! E con @u.power_official sto senza pensieri 🌻🌻🌻 #adv".

METRICHE
514.2K
N/D
0/10
502.7K 'Mi piace' di Instagram, 11.5K Commenti



Instagram post by cliomakeup_official. The image shows a woman in a blue dress and a young girl in a white dress standing in front of gold balloons that say "HAPPY BIRTHDAY". The post has 334,243 likes and 2,600 comments. The caption reads: "Da 3 anni all'adolescenza è un attimo 🥳 E alla fine sul vestitino ha vinto lei ... come sempre! 🥰 @monnalisa_official #acv".

METRICHE
336.8K
N/D
3/10
334.2K 'Mi piace' di Instagram, 2.6K Commenti



Luglio

I post sponsored più performanti



giulialellis103 • Segui
Forte dei Marmi

giulialellis103 .. Guarita giusto in tempo per godermi l'ultimo giorno 🌸 E voi come state? ieri vi leggevo, mi fate sempre tanto bene al cuore! #GDL#adv

2 g

tezenisofficial
2 g Piace a 488 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (37)

veronicaferraro Guapaaa
2 g Piace a 165 persone
Rispondi

Piace a maribanto5 e altri 374.285

7 GIORNI FA

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

METRICHE

331.3K

N/D

0/10

330.4K 'Mi piace' di Instagram, 862 Commenti



la_mainoo • Segui

la_mainoo Sapete quanto sia importante per me avere sempre le labbra perfette. Con il Lipgloss Ek di Chrissie Cosmetics riesco ad avere colore, idratazione, e grazie allo specchietto e alla luca incorporata è perfetto anche per uscire la sera! @chrissie.cosmetics.official #adv

2 sett.

elisaaxqueen si ma il lipgloss rosso ti sta da dio aiuto 😍

2 sett. Piace a 57 persone
Rispondi

il_per.sempre_di_lu cire "stupenda" è poco

Piace a giada_pizzignach e altri 204.680

13 LUGLIO

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

METRICHE

196.9K

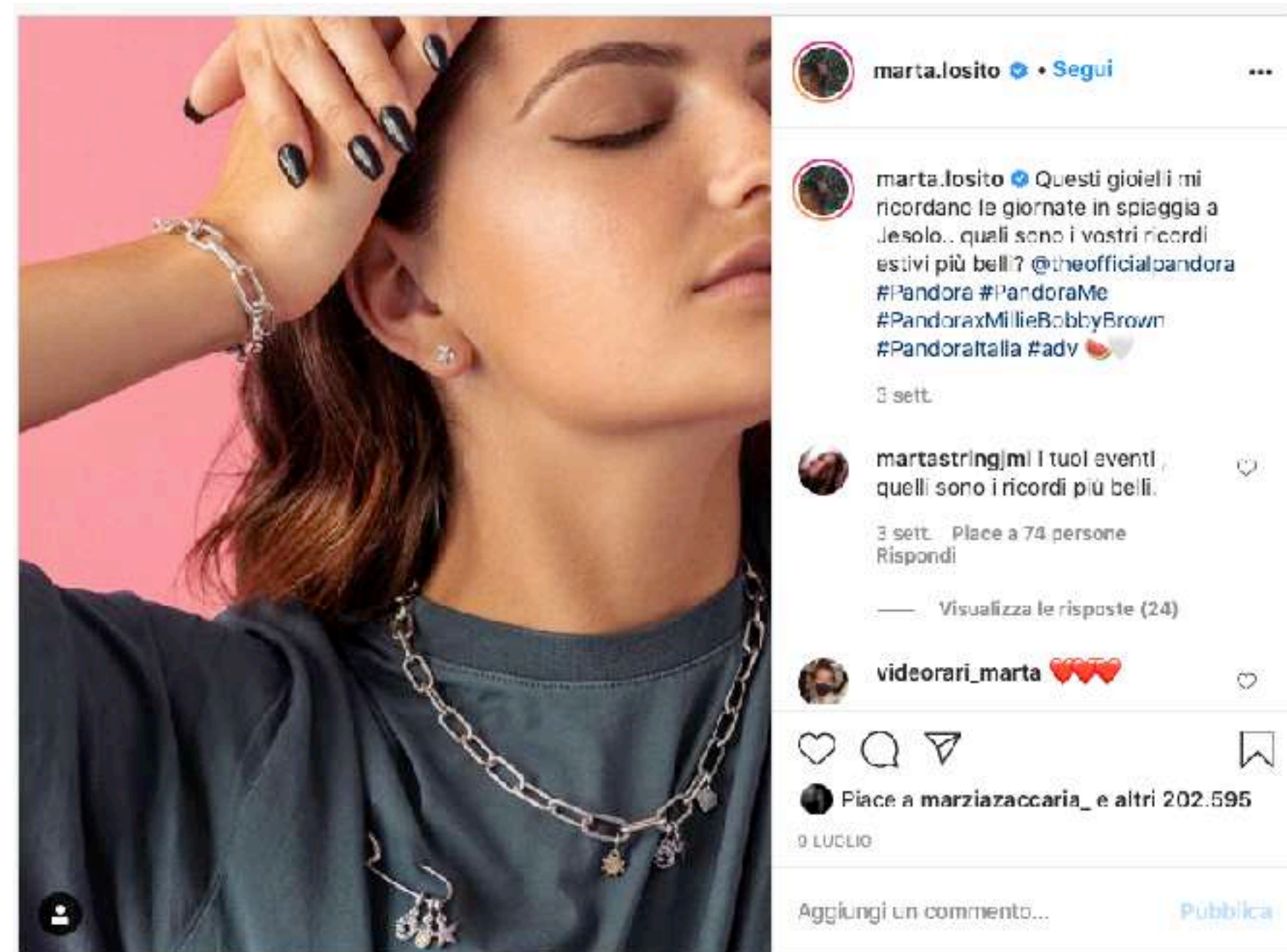
N/D

0/10

196.2K 'Mi piace' di Instagram, 698 Commenti

Luglio

I post sponsored più performanti



METRICHE

197.1K N/D 0/10

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



METRICHE

180.6K N/D 0/10

177.6K 'Mi piace' di Instagram, 2.9K Commenti

Luglio

I post sponsored più performanti



METRICHE

179.3K

N/D

0/10

178.5K 'Mi piace' di Instagram, 808 Commenti



METRICHE

152.9K

N/D

0/10

151.8K 'Mi piace' di Instagram, 1.1K Commenti



Luglio

I post sponsored più performanti



sespo • Segui

Regazzuoli.. Sapete perché sorrido? Perché ho appena finito di vedere un episodio della mia serie preferita! Fate come me, se comprate un MatePad Pro entro fine agosto, @huaweimobileit vi regala tre mesi di abbonamento a #HuaweiVideo e non è l'unica super offerta della Summer Promo. Mi raccomando date un'occhiata!! #HuaweiMatePadPro #adv

1 sett.

rosalba Mio

1 sett. Piace a 1.863 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (29)

Piace a giada_pizzignach e altri 140.973

23 LUGLIO

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



fede_nargi • Segui
Ostuni

"Siamo nati per essere come i raggi del sole. Liberi e senza confini" ☀️
#nicla #adv #summertime
@niclaofficial ☀️

3 sett.

robinfacemaker Sei più bella tu de la natura e ho detto tutto 😊😊

3 sett. Piace a 18 persone
Rispondi

Visualizza le risposte (2)

monicaesposti Super be lissimaaa 😊😊

Piace a mala8282 e altri 148.522

10 LUGLIO

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)



METRICHE

147.7K

N/D

0/10

137.1K 'Mi piace' di Instagram, 10.6K Commenti

METRICHE

139.8K

N/D

0/10

139.5K 'Mi piace' di Instagram, 275 Commenti

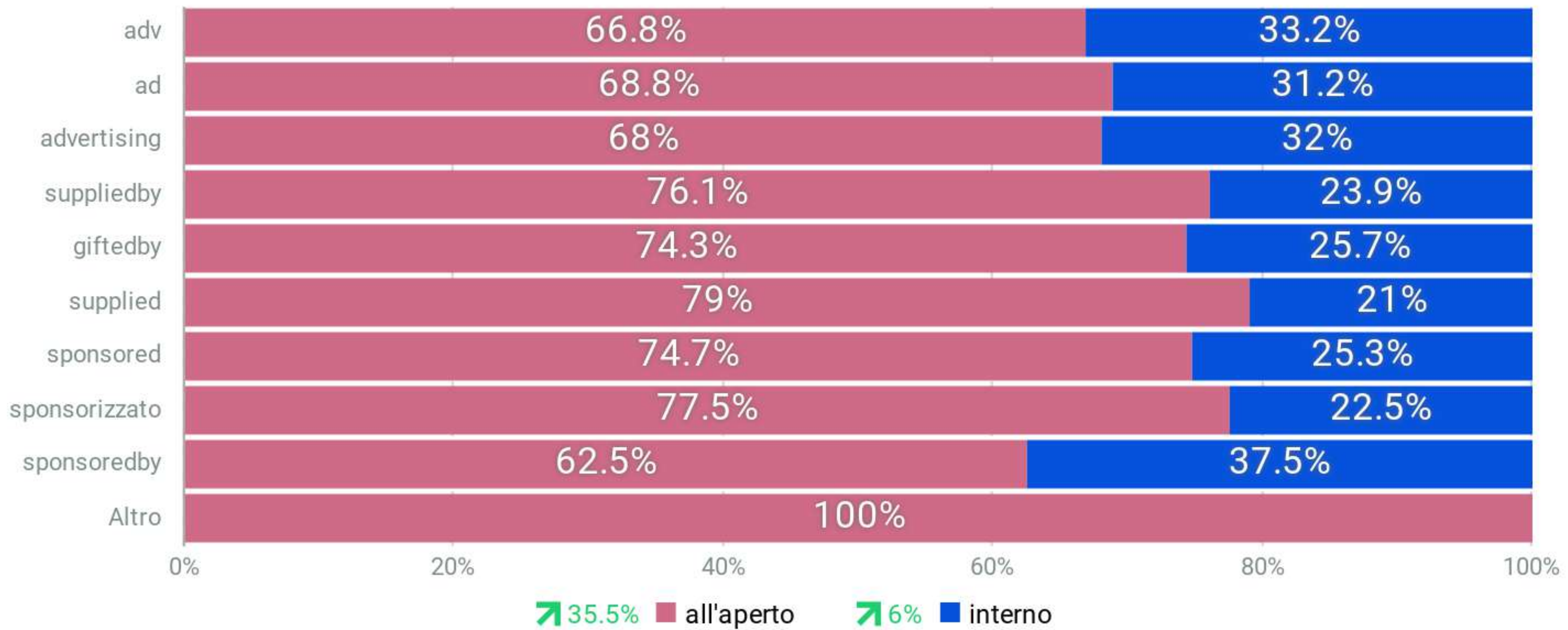


Data has a better

Analisi dei contenuti

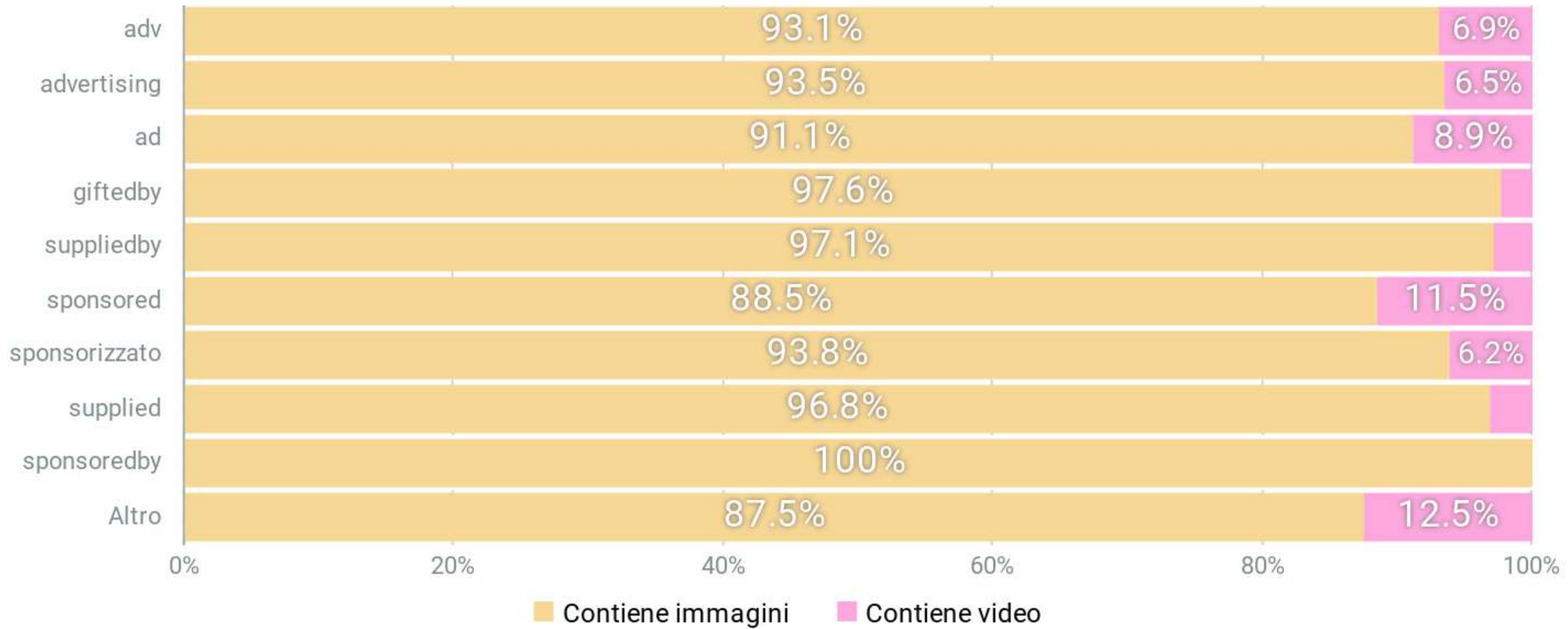
Luglio

Analisi immagini



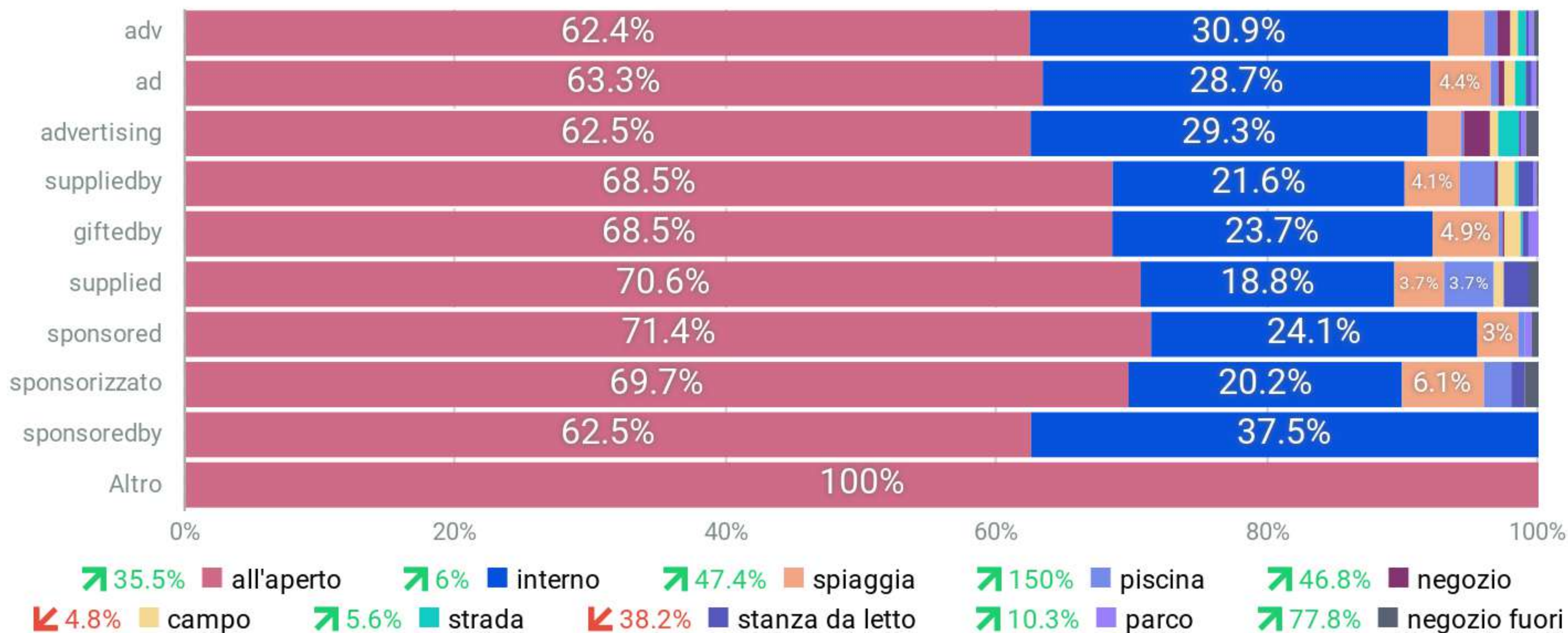
Luglio

Analisi immagini



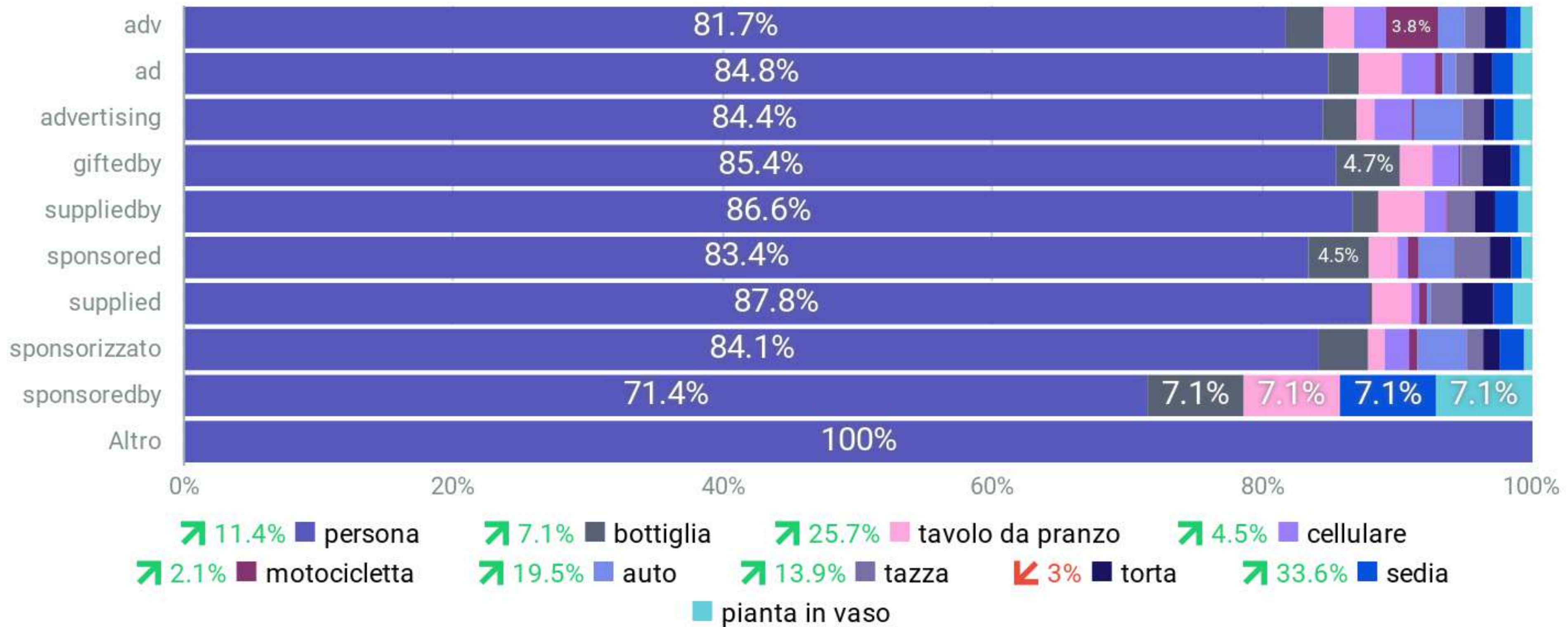
Luglio

Analisi immagini



Luglio

Analisi immagini



//
A livello Instagram,
i topic e l'estetica
delle immagini
realizzate
trasmettono un
totale ritorno alla
normalità



Keywords e topic dei post *sponsored* confermano un ritorno totale alla quotidianità e alle caratteristiche delle partnership pre lockdown.

La stagione estiva condiziona nettamente gli scenari delle immagini: la **predominanza dei contenuti è infatti realizzata all'aperto**.

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

Continua la presenza della campagna **#naimalogs**, realizzata dalle ambassador del brand Naima.

Le immagini sono ancora il contenuto più utilizzato.



Key Insight



Conclusioni

Lo scenario, almeno in Instagram, racconta una realtà che ha totalmente superato (forse dimenticato) il lockdown, riproponendo una quotidianità e contenuti strettamente in linea con i canoni e l'estetica del canale.

Le collaborazioni sono ancora aumentate (8,1%), ma a salire in modo netto sono le interazioni, segno di un maggiore impatto dei contenuti dei creator e di un crescente apprezzamento degli utenti.

Tra i top creator emergono talent della **Generazione Z** come **Maino, Losito e Sespo**, dominanti a livello di performance in TikTok, ma ormai riferimento anche su Instagram. Un passaggio di consegna importante, dimostrazione di un approccio **cross channel** sempre più strutturato.

L'estetica dei post torna ad essere più **costruita**, in stile campagna. Un cambio che però non pare avere impatto negativo sulle interazioni medie.





Chi siamo

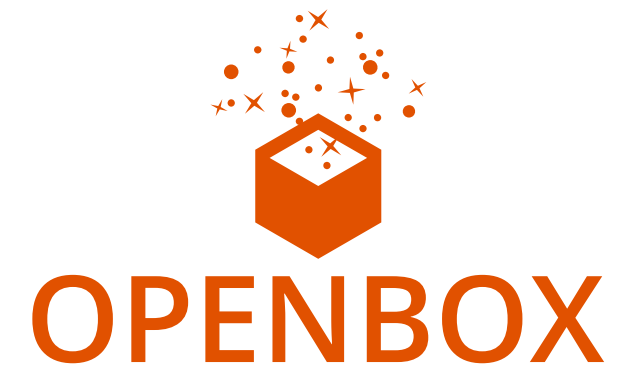
L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di **informare e fare divulgazione** sui temi legati all'**Influencer Marketing**, proponendo best practice e dati sulla situazione del mercato italiano.

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

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



FOUNDER



PARTNER



PARTNER TECNOLOGICI



PARTNER ISTITUZIONALI



ASSOCIATI



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)"