



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST *SPONSORED* - DICEMBRE 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 #gifted #sponsorizzato #spuppliedby #supplied**

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

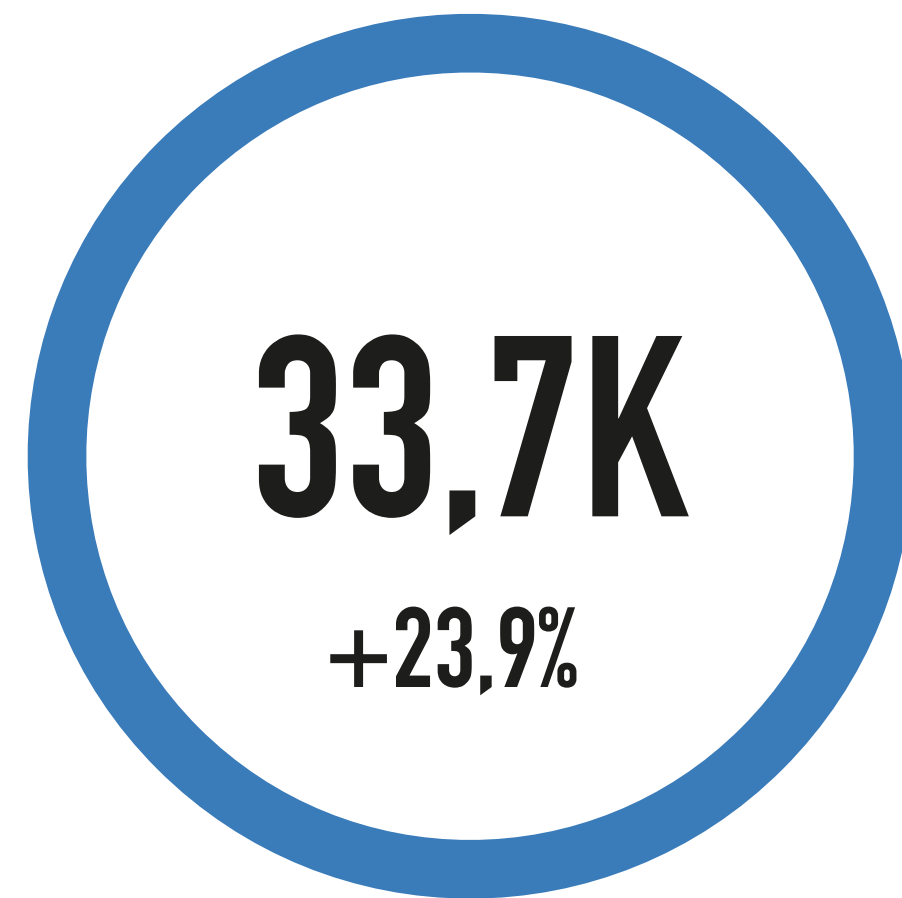




**Post *sponsored*
quale scenario a Novembre 2020?**

Novembre

I post nati da collaborazione brand/influencer



Numero post



Interazioni generate

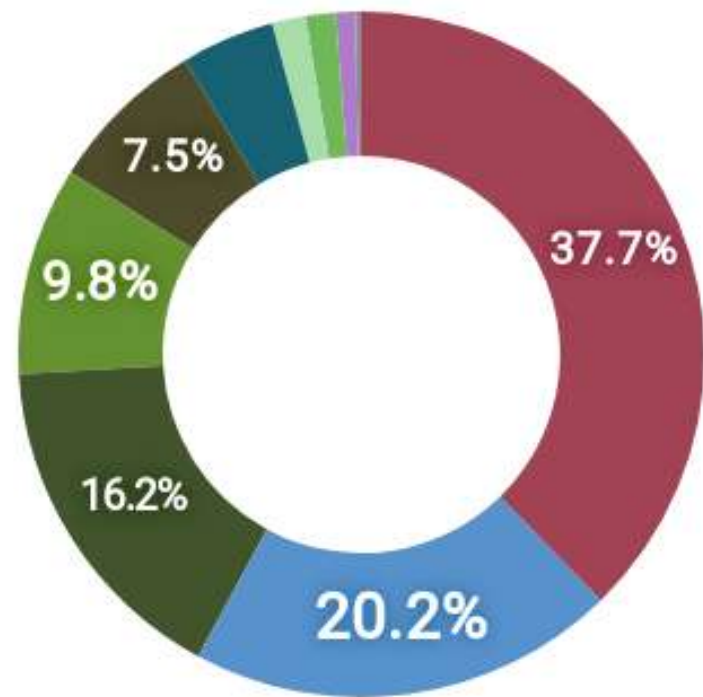


Interazioni per post

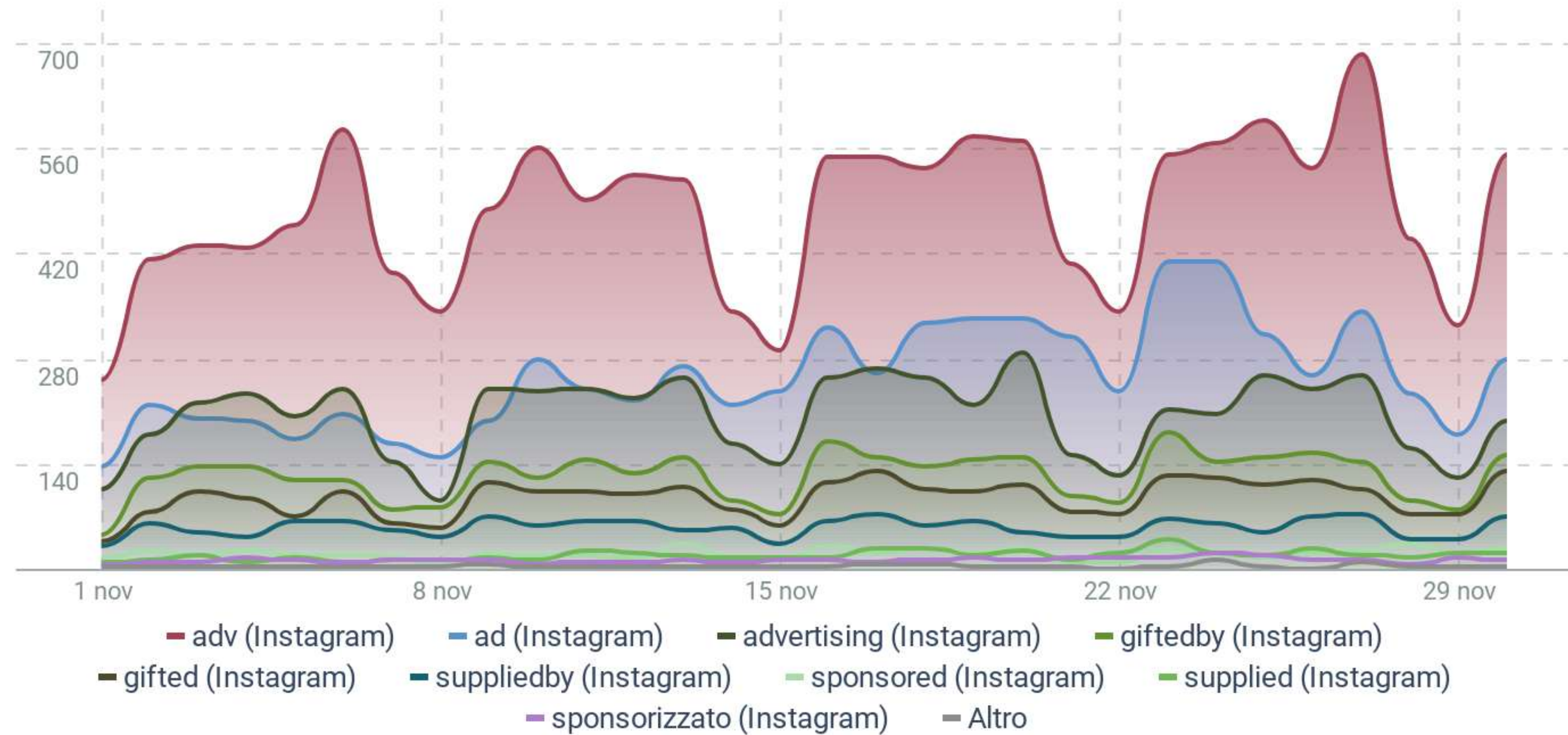


Novembre

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



- 23% ● adv (Instagram)
- 60% ● ad (Instagram)
- 9% ● advertising (Instagram)
- 37% ● giftedby (Instagram)
- 44% ● gifted (Instagram)
- 22% ● suppliedby (Instagram)
- 4% ● sponsored (Instagram)
- 45% ● supplied (Instagram)
- 17% ● sponsorizzato (Instagram)
- 18% ● Altro



Novembre

Gli hashtag compliant più utilizzati

14,2K
Menzioni
+18,3%

#adv

6,2K
Menzioni
+6,9%

#advertising

7,6K
Menzioni
+55,1%

#ad

	26 ott	2 nov	9 nov	16 nov	23 nov	30 nov
adv (Instagram)	253	3K	3.2K	3.5K	3.7K	552
ad (Instagram)	137	1.3K	1.7K	2.1K	2.1K	279
advertising (Instagram)	105	1.3K	1.5K	1.6K	1.5K	197
giftedby (Instagram)	46	790	848	937	941	152
gifted (Instagram)	35	564	667	716	727	131
suppliedby (Instagram)	30	375	391	393	402	71
sponsored (Instagram)	14	121	132	144	165	26
supplied (Instagram)	9	83	119	144	159	22
sponsorizzato (Instagram)	6	76	70	88	98	12
Altro	2	19	25	26	30	3

Novembre

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

18,8M

Interazioni
+33,3%

#adv

10,5M

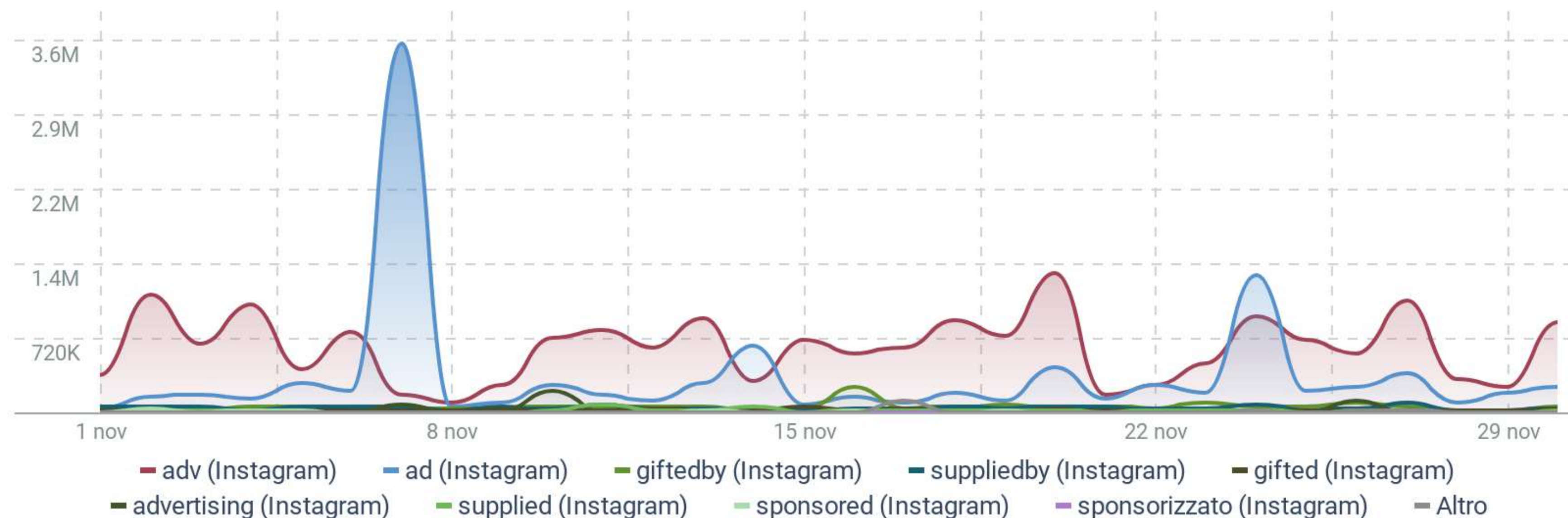
Interazioni
+98,1%

#ad

588,4K

Interazioni
+56%

#advertising



Continuano a crescere i contenuti nati in collaborazione. Nuovo picco a Novembre sia in termini di post realizzati che, soprattutto, di interazioni (totali e medie)



Continua **ininterrotta la crescita dei post *sponsored*** che toccano un nuovo picco dopo i record del mese scorso.

Oltre 33mila post (+23%) che evidenziano ancor di più il ruolo strategico dell'influencer marketing per i brand, in particolare con l'avvicinarsi delle **festività** e la concomitanza con momenti particolari lato business come il **Black Friday**.

In rapporto **aumentano ancor di più le interazioni (+50%)**, segno della costanza di impatto generata dai contenuti di creator ed influencer e di come questi restino di grande interesse per gli utenti.





I post *sponsored*
con maggiori interazioni



Novembre

I post sponsored più performanti



dilettaleotta • Segui
Partnership pubblicizzata con u.power_o...

dilettaleotta • Ragazzi grazie per l'aiuto che mi state dando per trovare l'Uomo U-Power, se ancora non sapete come fare, correte sul sito U-Power!
@u.power_official
#trovaluomoupower
#adv

4 sett.

il_bernaa si ma noi stiamo a fa la nnn

4 sett. Piace a 1.037 persone
Rispondi

— Visualizza le risposte (14)

kekko_agus_ Come fai a

Piace a oscar.eevan e altri 470.832

2 NOVEMBRE

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

METRICHE

456.3K

N/D

0/10

453.9K 'Mi piace' di Instagram, 2.4K Commenti



dilettaleotta • Segui

dilettaleotta • Il #CyberMonday è senza dubbio il miglior lunedì dell'anno! Fate un salto su mi.com/it troverete lì tutte le risposte 🚀🚀#LoSannoTutti #Mi10TPro5G #Mi10TFamily @xiaomi.Italia #adv

3 g

giagut 🐶🐶🐶

3 g Piace a 41 persone
Rispondi

lucafreccia Però pure Tu...
Annosta lo fai. Sono studiate a

Piace a eliafrontani e altri 403.187

3 GIORNI FA

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

METRICHE

403.8K

N/D

0/10

402.1K 'Mi piace' di Instagram, 1.7K Commenti



Novembre

I post sponsored più performanti



Instagram post by chiaraferragni (Milan, Italy). The image shows her in a pink top making a peace sign. The caption reads: "Ogni seccatura ha una sua soluzione. Per l'energia di casa c'è @nen.energia : 0% sbatti, 100% digitale. Per la pizza, beh... io ho fatto così: ho rigenerato la pizza 🍕 Voi come avreste risolto? Scrivetelo nei commenti, NeN commenterà i migliori 🤗 #SoluzioneNeN #NeNEnergia #adv". It also includes the quote: "This is my 'if life gives you lemons, make a lemonade' approach.. but with pizza 🍕 Think smart #adv". The post has 3.483.831 visualizations and was posted on 20 NOVEMBRE.

METRICHE

388.7K

N/D

0/10

386.6K 'Mi piace' di Instagram, 2.1K Commenti



Instagram post by dilettaeotta. The image shows her in a black sports outfit holding a smartphone and a boxing glove. The caption reads: "Finisco di allenarmi e faccio un salto a vedere che c'è di nuovo su mi.com/it, ci vediamo lì! 🍕🍕 #LoSannoTutti #Mi10TPro5G #Mi10TFamily @xiaomi.italia #adv". The post has 377.457 likes and was posted 6 GIORNI FA.

METRICHE

374K

N/D

0/10

372.6K 'Mi piace' di Instagram, 1.4K Commenti



Novembre

I post sponsored più performanti



dilettaleotta • Segui

Chi l'ha detto che il Single's day si festeggia solo in Cina? Sul portale mi.com/it oggi è un ottimo giorno per prendersi cura di sé e farsi un auto-regalo, fate come me: coccolatevi! 🌸🌸🌸
#singleday #Mi10TPro #Mi10TFamily #adv @xiaomi.italia

3 sett.

rossellina91 Adesso ti mando un po' di paste di mandorla che ti piacciono tanto

3 sett. Piace a 298 persone
Rispondi

— Visualizza le risposte (16)

👍🗨️📌

👤 Piace a oscar.eevan e altri 377.114

11 NOVEMBRE

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

METRICHE

363.4K

N/D

0/10

361.9K 'Mi piace' di Instagram, 1.5K Commenti



chiara ferragni • Segui
Milan, Italy

chiara ferragni #tbt to those office days 🙋 Oggi parte un concorso con @calzedonia e il premio è una videochiamata con me 😊 Se volete partecipare andate sul sito che vi ho linkato nelle stories 😊 #ChiaraWearsCalzedonia #calzedonia #adv

2 sett.

marinadiguardo Mozzafiato amore mio 🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸

2 sett. Piace a 187 persone
Rispondi

— Visualizza le risposte (1)

👍🗨️📌

👤 Piace a emilyntanga e altri 368.398

15 NOVEMBRE

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

METRICHE

350.3K

N/D

0/10

349.5K 'Mi piace' di Instagram, 822 Commenti



Novembre

I post sponsored più performanti



chiaraferragni • Segui
Milan, Italy

chiaraferragni Oggi dessert speciale e tutto italiano 🇮🇹 I Ravioli Dolci con Cioccolato in edizione limitata di @Giovannirana: per ogni confezione acquistata, Rana donerà due prodotti freschi al Banco Alimentare 🙏 #IlDessertCheNonTiAspetti #adv

2 sett.

alissmag Ormai sei una chef ❤️
2 sett. Piace a 106 persone
Rispondi

— Visualizza le risposte (35)

m.a.u.r.i.z.o.e.8 Ma dopo la foto li mangi o li dai a Matilda?
13 NOVEMBRE

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

Placed by pamelasarrini e altri 314.525

METRICHE

307.7K

N/D

0/10

306.6K 'Mi piace' di Instagram, 1.1K Commenti



dilettaeotta • Segui

dilettaeotta È giunto il momento di fare una lista dei desideri per questo Black Friday! 🛍️❤️ #Mi10TPro5G #Mi10TFamily @xiaomi.italia #blackfriday #adv

1 sett.

meledaniel Desidero poter baciare il tappeto sul quale sei seduta
1 sett. Piace a 8 persone
Rispondi

piero_bo Comprami 😍
24 NOVEMBRE

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

Placed a eliafrontani e altri 317.023

METRICHE

298.8K

N/D

0/10

297.7K 'Mi piace' di Instagram, 1.2K Commenti

Novembre

I post sponsored più performanti



chiaraferragni • Segui
Milan, Italy

chiara**ferragni** Ieri sera mi sono messa a riguardare alcune foto sul mio telefono fatte durante il lockdown per cercare questo scatto qui. "Life is made of small moments like this" è uno dei miei motti preferiti e un promemoria quotidiano di avere un approccio positivo e di apprezzare anche i piccoli momenti di quotidianità. Mi è tornato in mente perché l'avevo scattato dopo aver visto il video della campagna The New Humanity di @lavazzait Mi emoziona sempre 🌈 vi lascio il link nelle mie stories per vederlo 🙌 Lasciatemi nei commenti cosa ne pensate del video #adv 🇬🇧

Placce a francesca.frasconi e altri 303.939

3 NOVEMBRE

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

METRICHE

288.5K

N/D

0/10

287.9K 'Mi piace' di Instagram, 540 Commenti



chiaraferragni • Segui
Milan, Italy

chiara**ferragni** Non perdetevi la mia diretta con @douglasitalia oggi alle 18 qui su Instagram in cui, insieme a @manuelemameli, parleremo della mia capsule per @lancomeofficial #lancomexchiara**ferragni** #adv ❤️

4 sett.

douglasitalia Non vediamo l'ora 🙌🙌🙌

4 sett. Piace a 33 persone
Rispondi

— Visualizza le risposte (5)

manuelemameli Siiii 🤩

Placce a baicu_andreea e altri 248.266

4 NOVEMBRE

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

METRICHE

239.5K

N/D

0/10

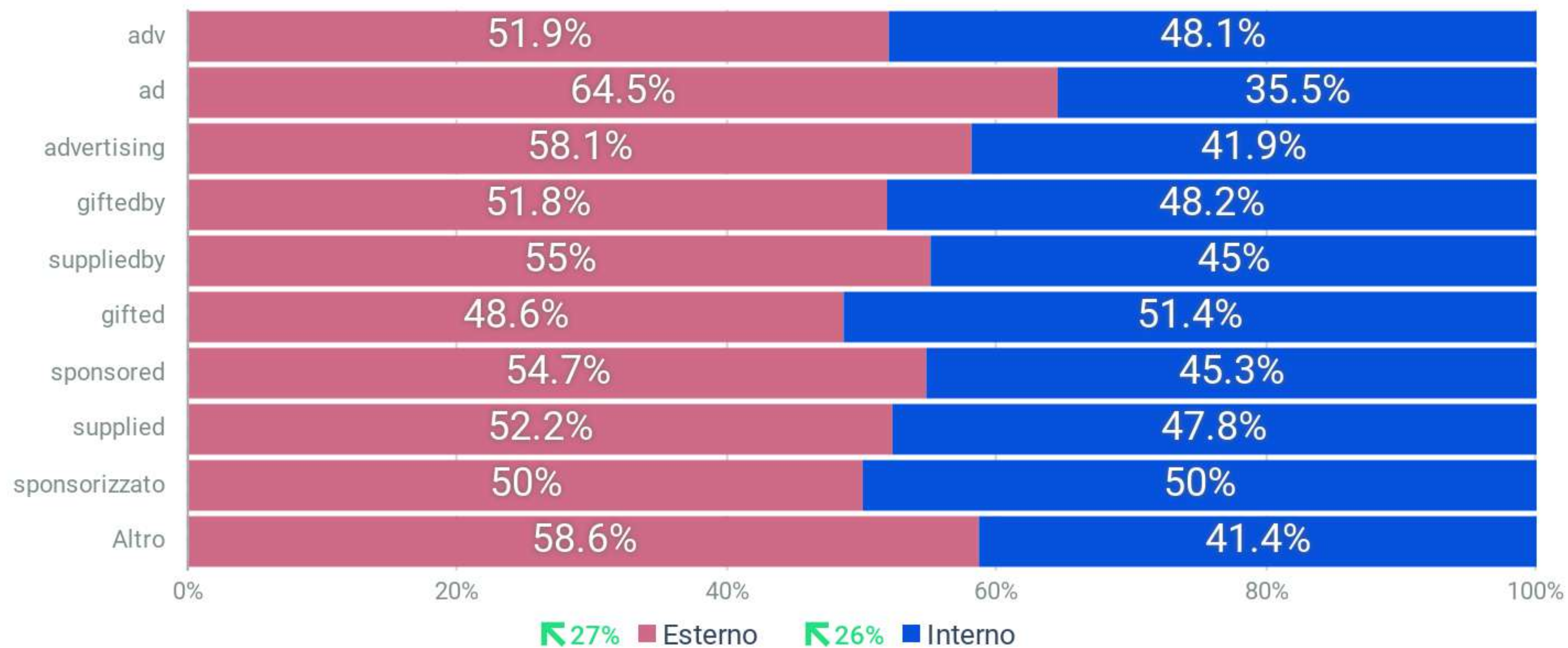
238.9K 'Mi piace' di Instagram, 646 Commenti

Analisi dei contenuti



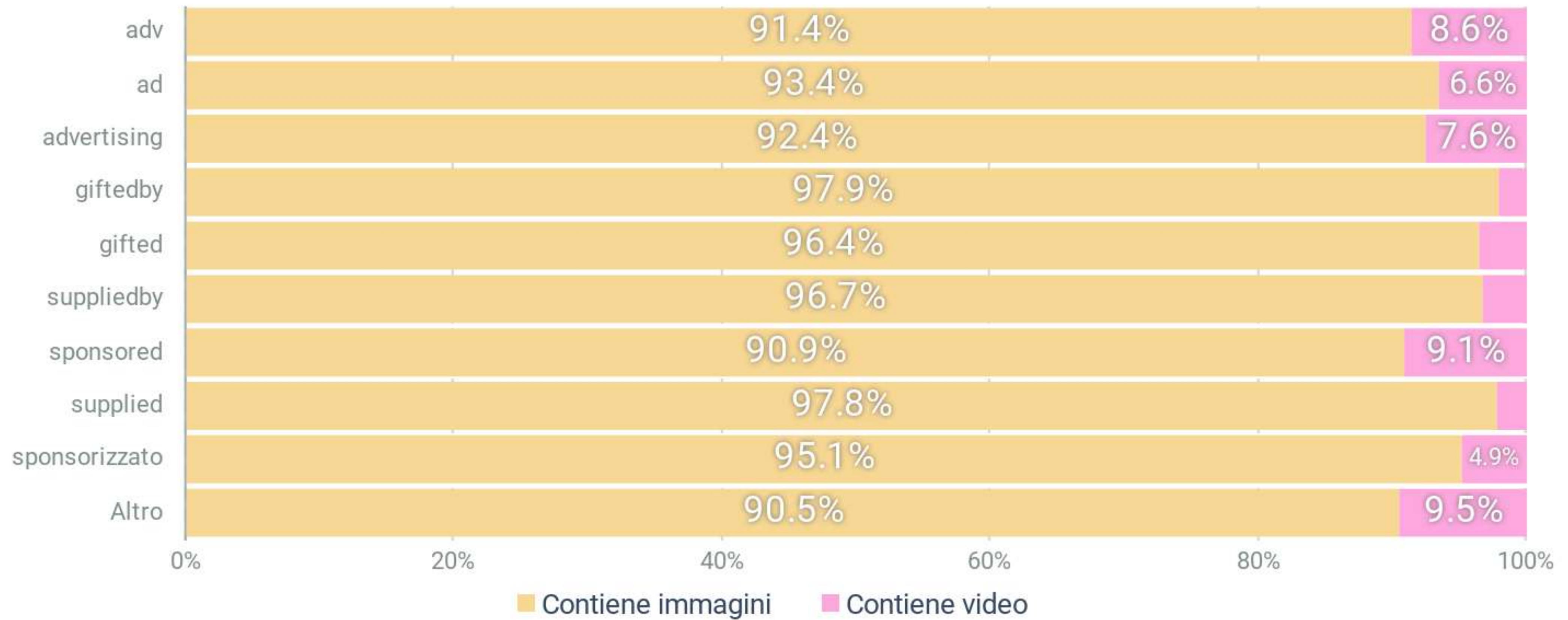
Novembre

Analisi immagini



Novembre

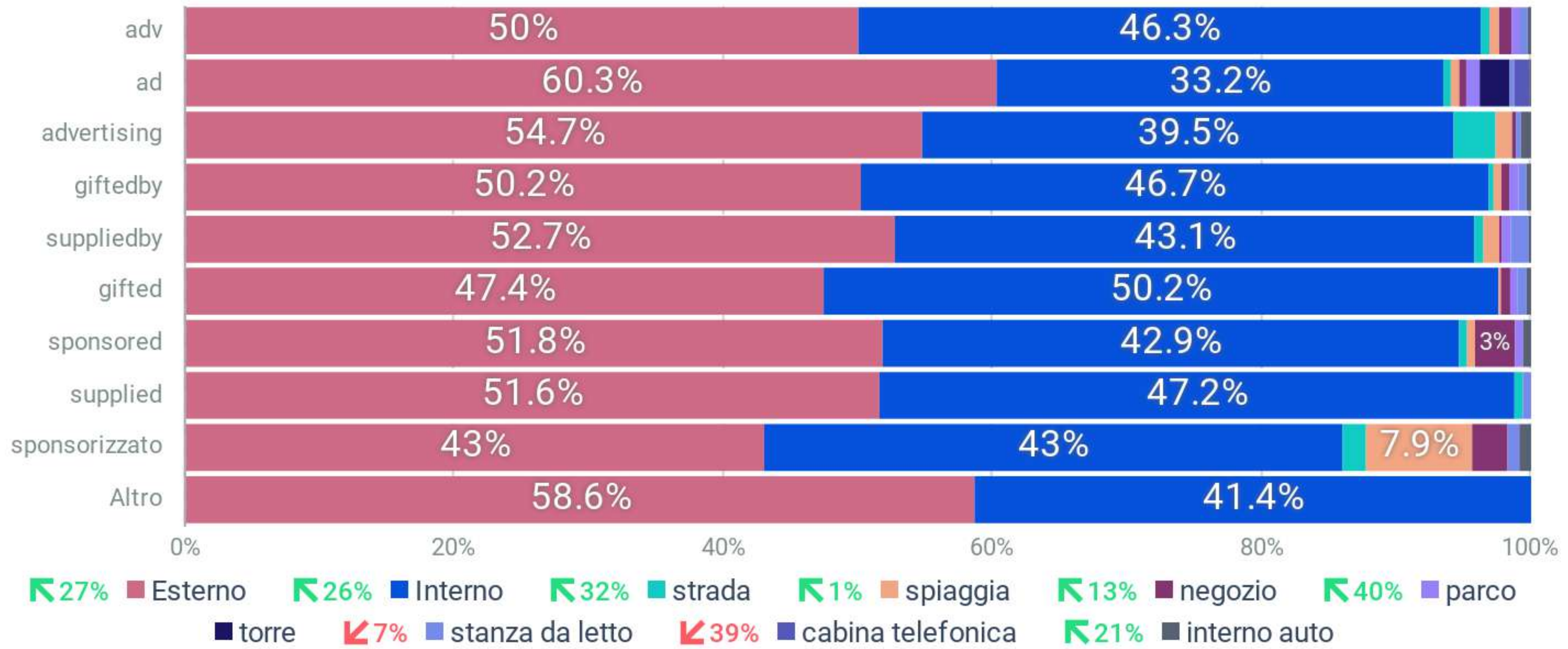
Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

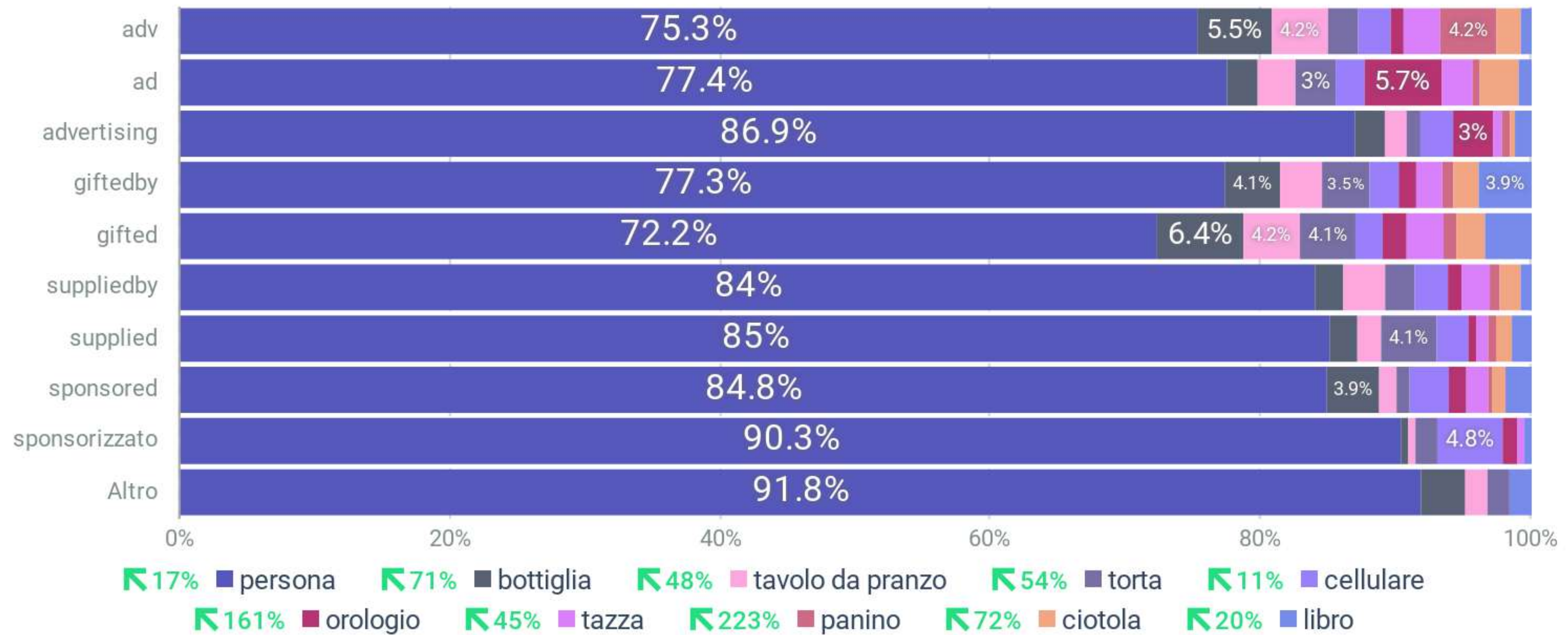
Novembre

Analisi immagini



Novembre

Analisi immagini



Fonte: Talkwalker

Una top ten di sponsored post tutta al femminile con Chiara Ferragni e Diletta Leotta. Contenuti lifestyle che si dimostrano i più trasversali e d'impatto.



A livello di topic emerge l'influenza del **Black Friday**, momento ormai chiave per i brand. Oltre all'hashtag **#blackfriday** ne troviamo infatti altri orientati come **#codice** e **#sconto**, estremamente connessi alle attività di marketing solitamente utilizzate per la promozione di questa giornata.

Le **immagini** restano la **tipologia di contenuto più utilizzata**, con una fortissima connotazione umana. **Le persone sono, infatti, il principale soggetto** dei post, sottolineando così il valore dato dalla presenza degli influencer e il loro rapportarsi con brand e prodotto.

A livello di scenario e ambientazione tornano centrali gli **interni**, fatto spiegabile con l'arrivo delle stagioni fredde e i lockdown dovuto al covid-19.





Key Insight

Conclusioni

Novembre ha visto un ulteriore impulso all'utilizzo dell'Influencer Marketing, registrando i **dati più alti dal post lockdown**.

Il rilevante numero di **interazioni** è sintomo di un ruolo sempre più centrale dei creator e della loro **capacità di relazionarsi** positivamente con gli utenti.

Il **Black Friday** ha fortemente influenzato post e attività, spingendo i brand ad aumentare le collaborazioni e, lato topic, a usare i creator come driver per **coupon** e **sconti**.

Una top ten, lato *sponsored* post, tutta al **femminile** e condivisa da soli due creator: **Diletta Leotta** e **Chiara Ferragni**, dimostrazione di quanto gli utenti italiani siano legati ai profili più *celeb*.





Chi siamo

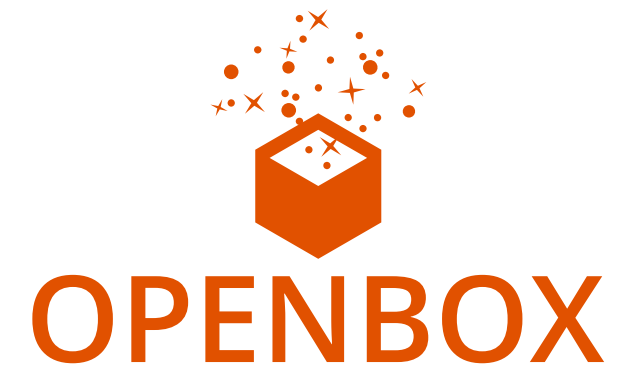
L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di **informare e fare divulgazione** sui temi legati all'**Influencer Marketing**, proponendo best practice e dati sulla situazione del mercato italiano.

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)"