

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED - GENNAIO 2021

POWERED BY



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.

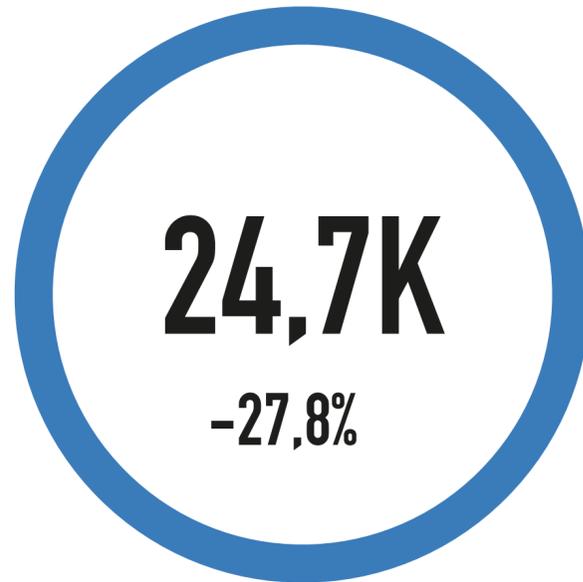




**Post sponsored
quale scenario a Gennaio 2021?**

Gennaio

I post nati da collaborazione brand/influencer



Numero post



Interazioni generate

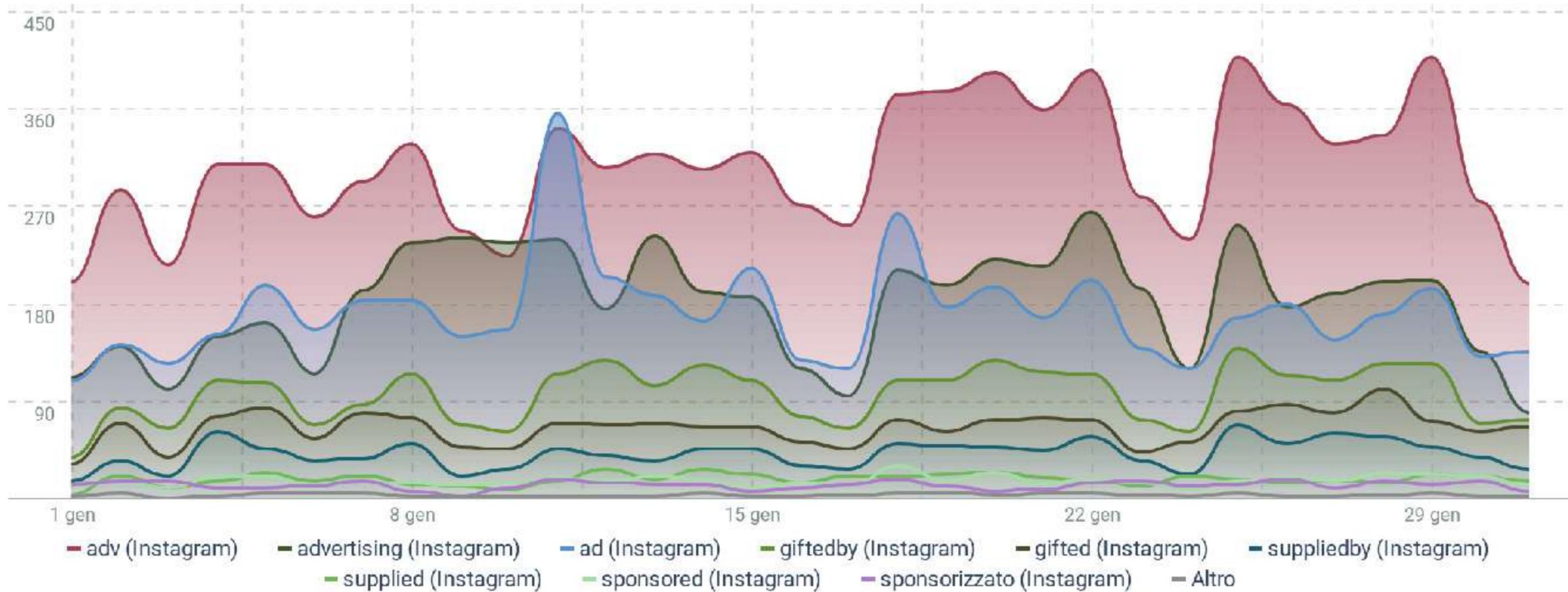
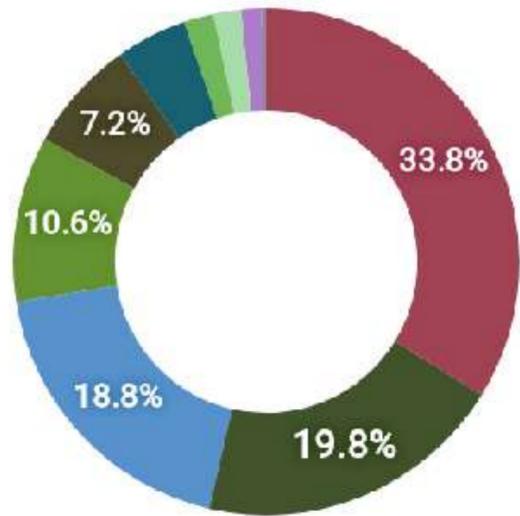


Interazioni per post



Gennaio

L'andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag



- 26% adv (Instagram)
- 1% advertising (Instagram)
- 48% ad (Instagram)
- 18% giftedby (Instagram)
- 37% gifted (Instagram)
- 10% suppliedby (Instagram)
- 10% supplied (Instagram)
- 16% sponsored (Instagram)
- 19% sponsorizzato (Instagram)
- 59% Altro



Gennaio

Gli hashtag compliant più utilizzati

9,5K

Menzioni

-26,4%

#adv

5,4K

Menzioni

-3,6%

#advertising

5,4K

Menzioni

-47,1%

#ad

	28 dic	4 gen	11 gen	18 gen	25 gen
adv (Instagram)	700	2K	2.1K	2.4K	2.3K
advertising (Instagram)	352	1.3K	1.2K	1.4K	1.2K
ad (Instagram)	374	1.2K	1.4K	1.3K	1.1K
giftedby (Instagram)	185	614	718	708	750
gifted (Instagram)	138	459	435	446	545
suppliedby (Instagram)	71	276	268	303	345
supplied (Instagram)	33	108	142	132	119
sponsored (Instagram)	36	107	106	122	128
sponsorizzato (Instagram)	43	65	85	85	90
Altro	5	17	16	25	18

Gennaio

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

5,3M
Interazioni
-67,5%

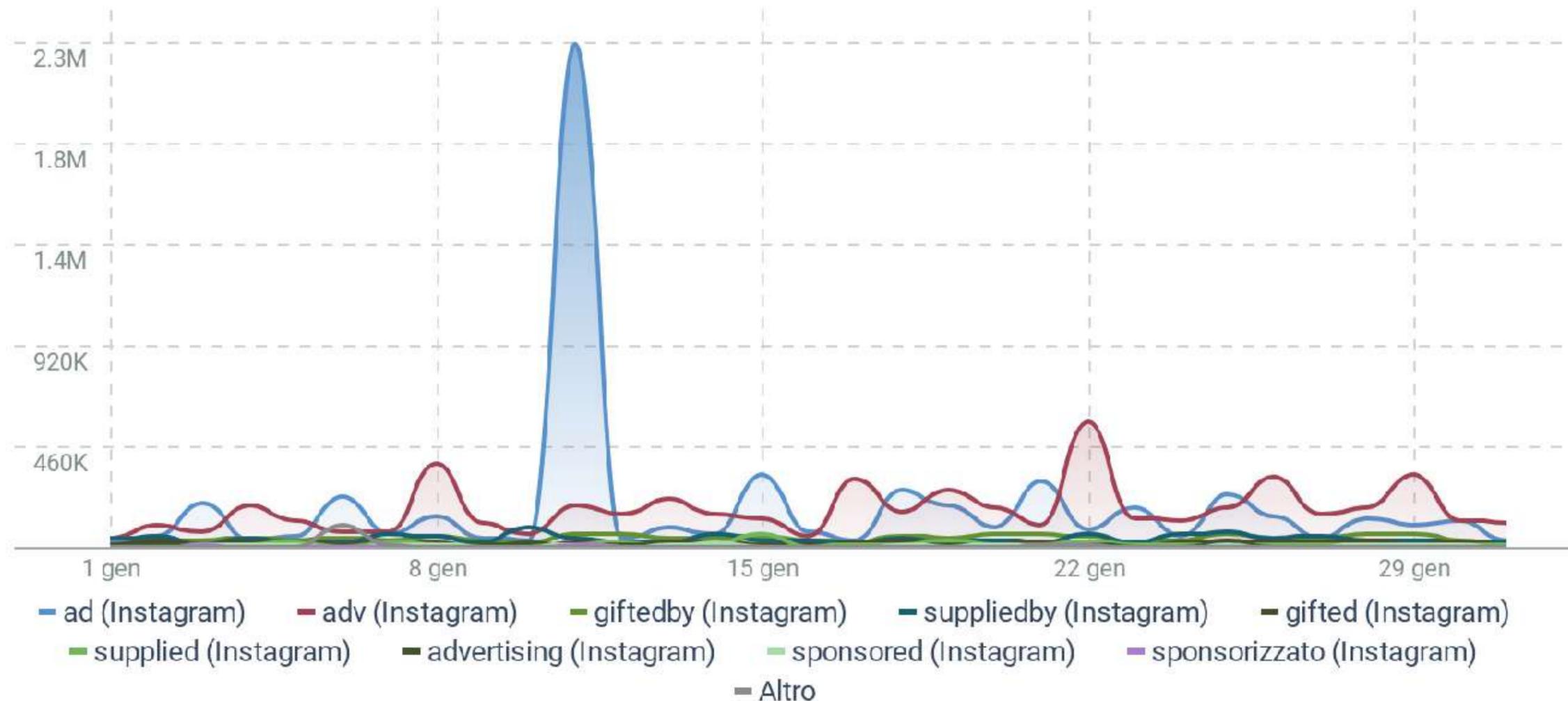
#adv

5,7M
Interazioni
-40,6%

#ad

182,3K
Interazioni
-4,7%

#advertising



Gennaio registra un calo importante in tutte le principali metriche, numero di post sponsored compresi, spiegabili con il post Festività Natalizie.



Quasi 10.000 in meno i post nati da collaborazioni a Gennaio, sintomo evidente dell'impatto del post periodo natalizio e di un mese, Gennaio, solitamente più tranquillo lato budget.

Calano in modo importante anche le interazioni totali e, soprattutto quelle medie, a segnare un mese certamente meno rilevante per i brand e le attività di IM.

Meno qualità e attenzione sono probabilmente alla base di questo minor impatto sugli utenti.





**I post sponsored
con maggiori interazioni**



Gennaio

I post sponsored più performanti



METRICHE

367.6K

N/D

0/10

366K 'Mi piace' di Instagram, 1.5K Commenti



METRICHE

157.7K

N/D

0/10

106K 'Mi piace' di Instagram, 51.7K Commenti



Gennaio

I post sponsored più performanti



METRICHE

145.3K

N/D

0/10

145K 'Mi piace' di Instagram, 287 Commenti



METRICHE

128.2K

N/D

0/10

106.7K 'Mi piace' di Instagram, 21.4K Commenti

Gennaio

I post sponsored più performanti



METRICHE

127K

N/D

0/10

124.7K 'Mi piace' di Instagram, 2.3K Commenti



METRICHE

105.9K

N/D

0/10

105.6K 'Mi piace' di Instagram, 361 Commenti



Gennaio

I post sponsored più performanti



valentinavignali • Segui
Rome, Italy

valentinavignali • Decisamente il più comodo della collezione 😊
@victoriassecretitaly
#victoriassecret
#incollaborationwith

3 sett.

marianna_emme 😍 Stupenda
3 sett. Piace a 4 persone
— Visualizza le risposte (1)

alberto.ayr Coddio...
3 sett. Piace a 8 persone
— Visualizza le risposte (4)

👍 🗨️ 📌
Piace a francescopicchioni e altri 110.738
8 GENNAIO

I commenti su questo post sono stati limitati.

METRICHE

101K

N/D

0/10

100.6K 'Mi piace' di Instagram, 355 Commenti



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

dilettaeotta • Il tepore del sole invernale è ancora più avvolgente quando indosso la mia giacca @u.power_official #trovaluomoupower #ad

2 sett.

jack_sene85 Pensando al turco...
2 sett. Piace a 347 persone
Rispondi

— Visualizza le risposte (29)

safadigno Mi sa che Can Yaman ha già fatto tripletta
2 sett. Piace a 313 persone
Rispondi

👍 🗨️ 📌
Piace a eliafrontani e altri 228.951
15 GENNAIO

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

METRICHE

100.7K

N/D

0/10

100K 'Mi piace' di Instagram, 708 Commenti



Gennaio

I post sponsored più performanti



sespo • Segui

sespo Sono felicissimo di iniziare il 2021 annunciandovi che sono entrato ufficialmente a far parte della grande famiglia di @adidasita! 🔥 Vedere che stanno credendo in me e nel mio lavoro... beh, è una grandissima soddisfazione e mi fa pensare che sto lavorando nella direzione giusta! 🍀❤️#adv

2 sett.

valespo_nei_miei_sogni Aooo

2 sett. Piace a 8 persone
Rispondi

Piace a enry.95 e altri 103.002

13 GENNAIO

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

METRICHE

100.3K

N/D

0/10

99.3K 'Mi piace' di Instagram, 941 Commenti



vallibeatrice • Segui

vallibeatrice Oggi io e il Marchini ci siamo goduti un pranzetto in compagnia del panetto di @philadelphiaitalia che da oggi è ancora più cremoso! Ormai non può mancare nel nostro frigo 🍷 Il Marchini ne fa sempre una bella scorta durante le sue infinite spedizioni al supermercato 🍷

Non potevamo non usare questi piatti super cool, scoprite come vincerli sul sito dedicato! #Staycremoso #ADV

2 g

Piace a francesca.frasconi e altri 125.492

2 GIORNI FA

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

METRICHE

96.5K

N/D

0/10

96.4K 'Mi piace' di Instagram, 142 Commenti

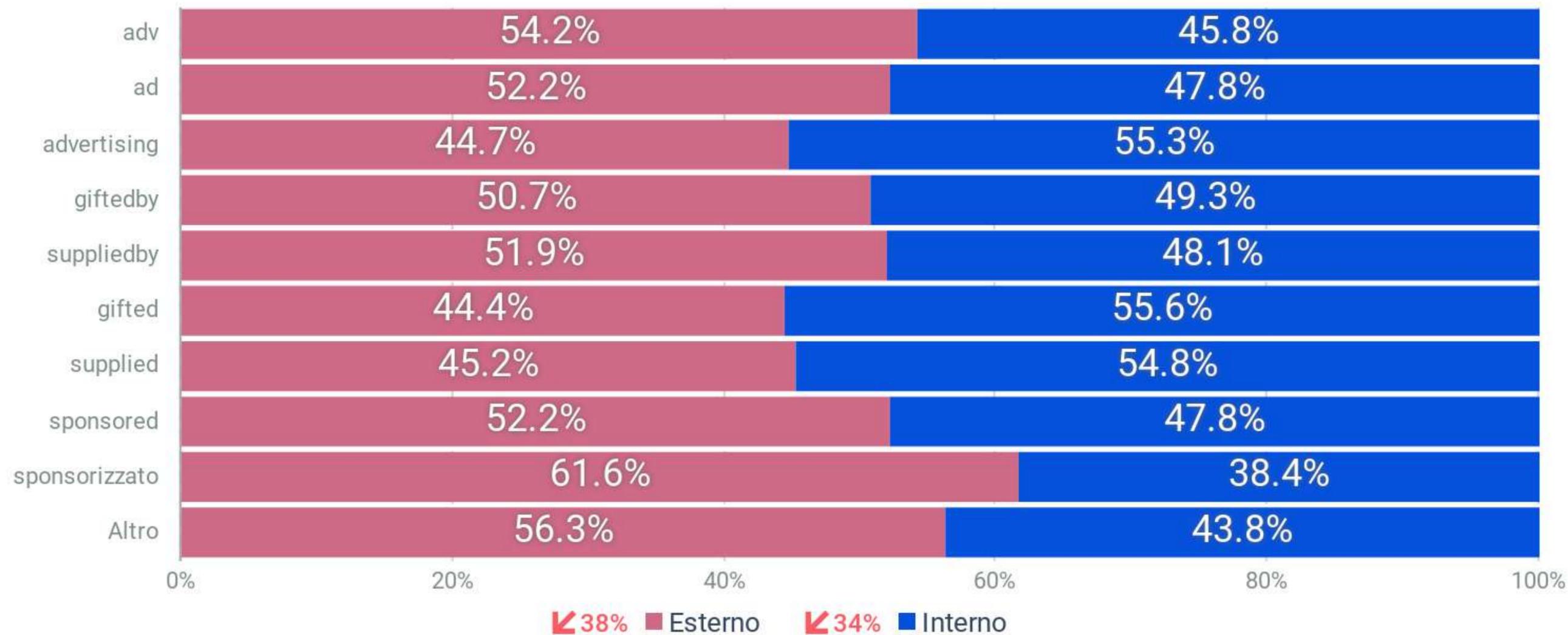




Analisi dei contenuti

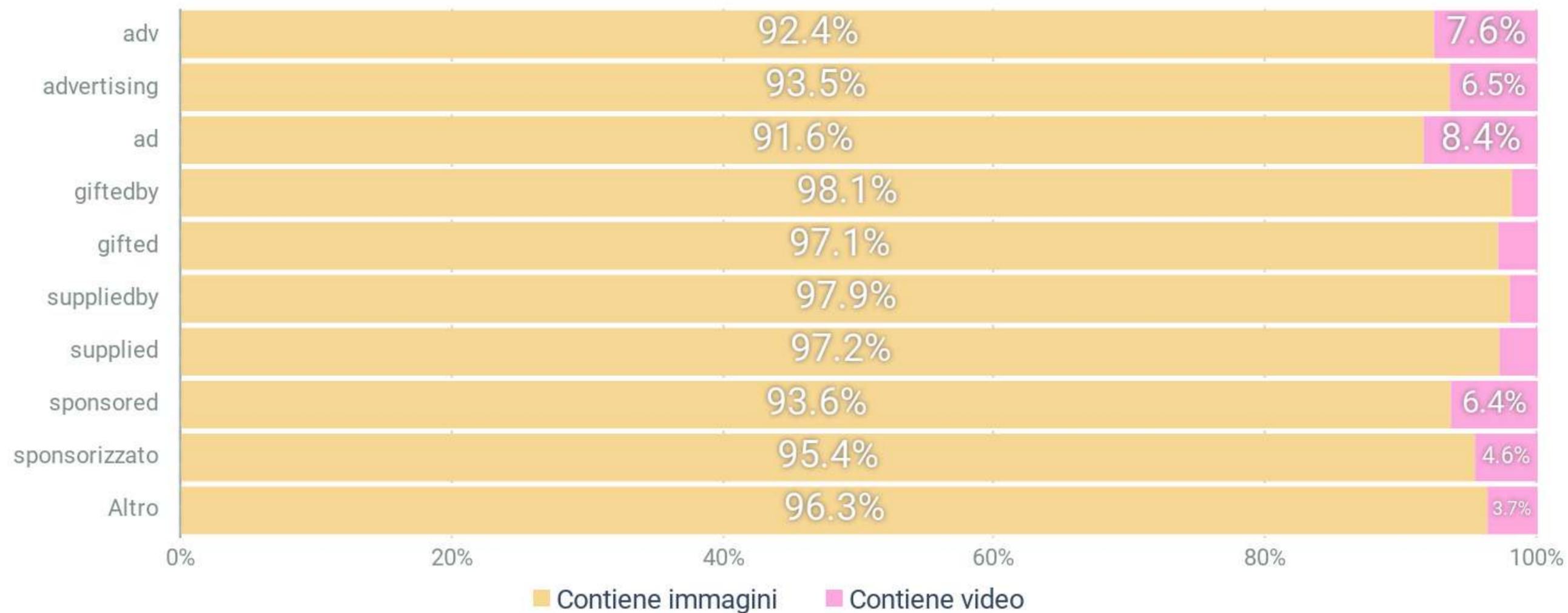
Gennaio

Analisi immagini



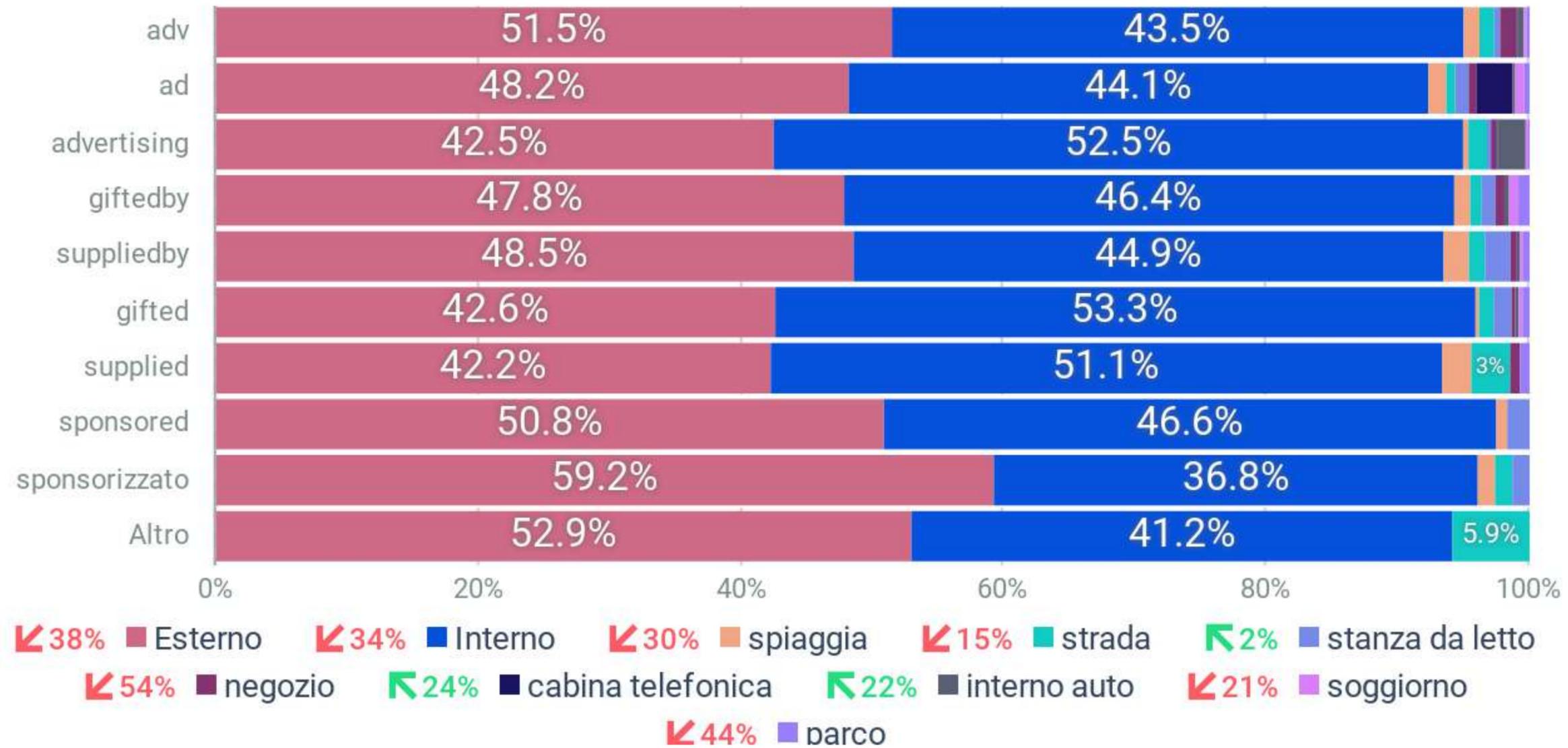
Gennaio

Analisi immagini



Gennaio

Analisi immagini



Gennaio

Analisi immagini



Un mese anomalo anche nella top ten dei creator, estremamente varia rispetto al solito e con la forte presenza di influencer giovani. Le immagini restano i contenuti più utilizzati.



A livello di topic, gli sponsored post registrano una sostanziale vicinanza ai temi “classici”, senza particolari evidenze o particolarità. L’ampio utilizzo della keyword **CODICE** testimonia l’attivazione di campagne pro conversione.

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

Tra i creator più performanti interessante la presenza di figure molto giovani e dalla forte presenza anche in **TikTok**.





Key Insight

Conclusioni

Come preventivabile dai record a livello quantitativo registrati a Dicembre sulla spinta del Natale, con gennaio, **lo scenario delle collaborazioni è tornato su standard più usuali.**

Un calo che **non ha favorito l'impatto qualitativo degli sponsored post**, estremamente in calo anche dal punto di vista delle interazioni.

Anche a livello di topic torna una **sostanziale "normalità"**, con qualche evidenza come, ad esempio, la forte presenza di tematiche legate a campagna con codice sconto.

Tra i top creator si registra una **maggiore trasversalità** e, accanto a volti più classici legati al mondo televisivo, la presenza di **creator digitali giovani** e soprattutto fortemente **attivi anche in TikTok.**





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



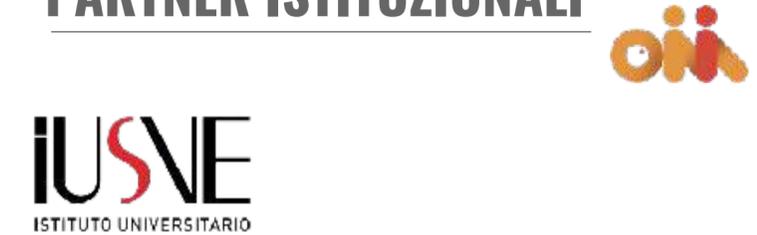
PARTNER



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)"