OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST *SPONSORED* - FEBBRAIO 2021

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 Febbraio 2021?

Febbraio

I post nati da collaborazione brand/influencer

Numero post

Interazioni generate

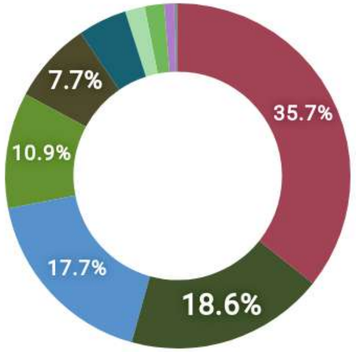
Interazioni per post

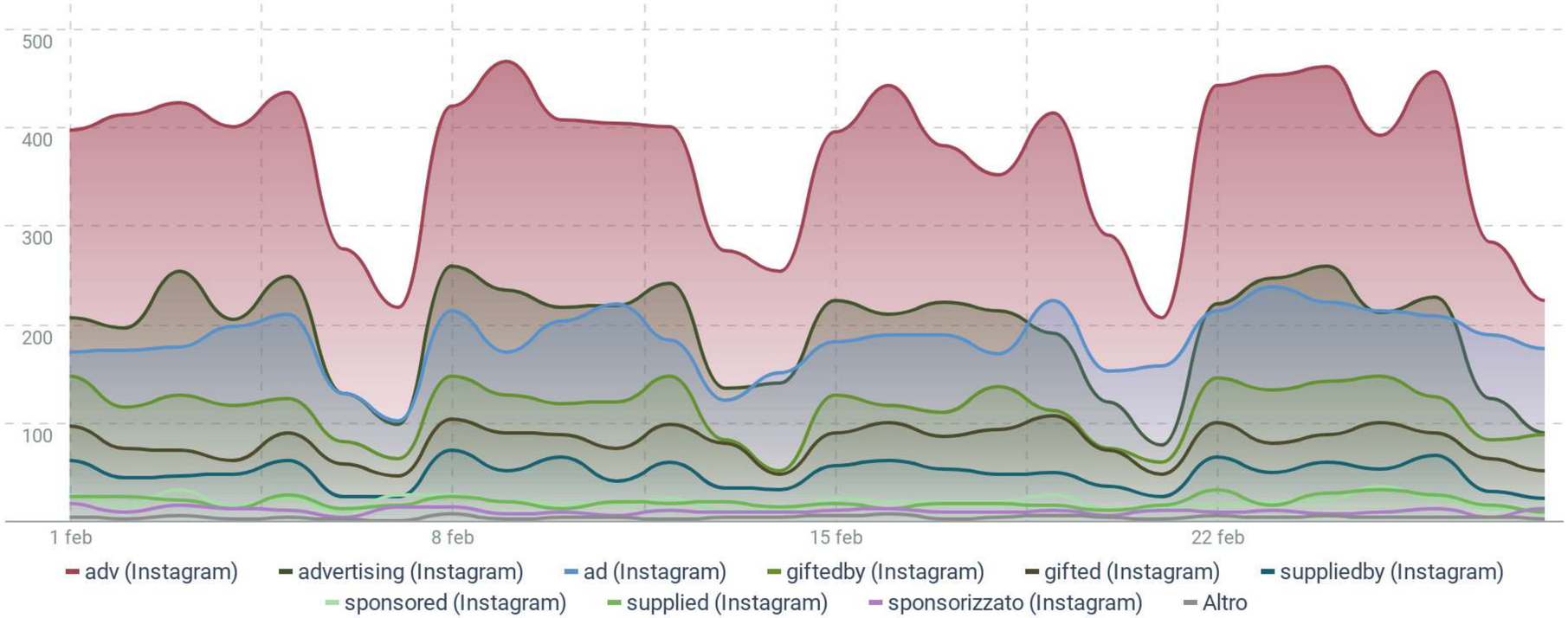
Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

L’andamento e le differenze di utilizzo degli hashtag





- 18% adv (Instagram)
- 4% advertising (Instagram)
- 4% ad (Instagram)
- 13% giftedby (Instagram)
- 18% gifted (Instagram)
- 11% suppliedby (Instagram)
- 16% sponsored (Instagram)
- 5% supplied (Instagram)
- 15% sponsorizzato (Instagram)
- 25% Altro

Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

Gli hashtag compliant più utilizzati

10,4K
Menzioni
+9,5%

#adv

5,4K
Menzioni
0%

#advertising

5,3K
Menzioni
-1,9%

#ad

	1 feb	8 feb	15 feb	22 feb
adv (Instagram)	2.6K	2.6K	2.5K	2.7K
advertising (Instagram)	1.3K	1.4K	1.3K	1.4K
ad (Instagram)	1.2K	1.3K	1.3K	1.5K
giftedby (Instagram)	773	794	736	860
gifted (Instagram)	494	578	592	568
suppliedby (Instagram)	308	350	327	343
sponsored (Instagram)	146	123	131	139
supplied (Instagram)	137	127	106	157
sponsorizzato (Instagram)	83	61	68	62
Altro	17	24	28	26

***Fonte**: Talkwalker*

Talkwalker

Febbraio

Le interazioni prodotte dai diversi hashtag e la distribuzione nel mese

8M
Interazioni
+50,9%

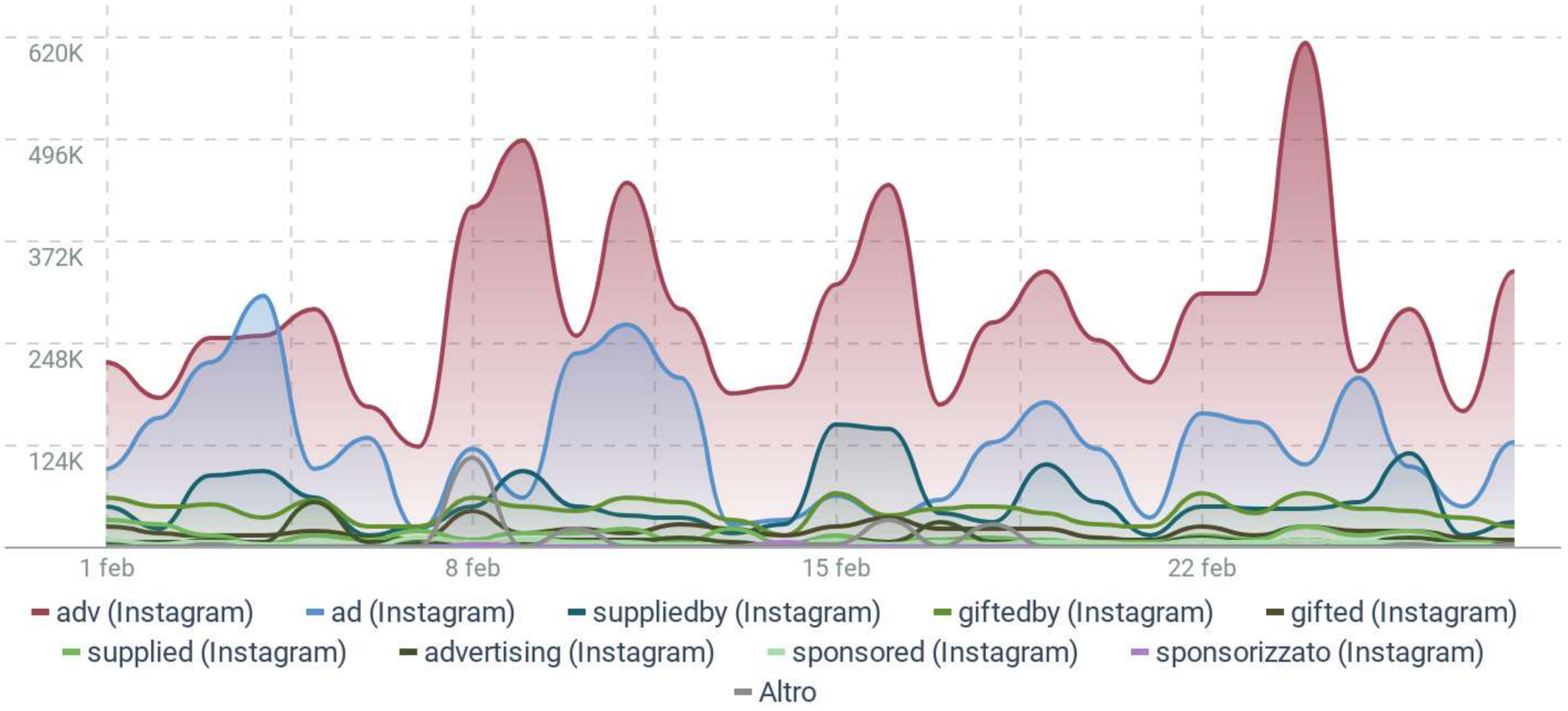
#adv

3,5M
Interazioni
-38,6%

#ad

235,2K
Interazioni
+29%

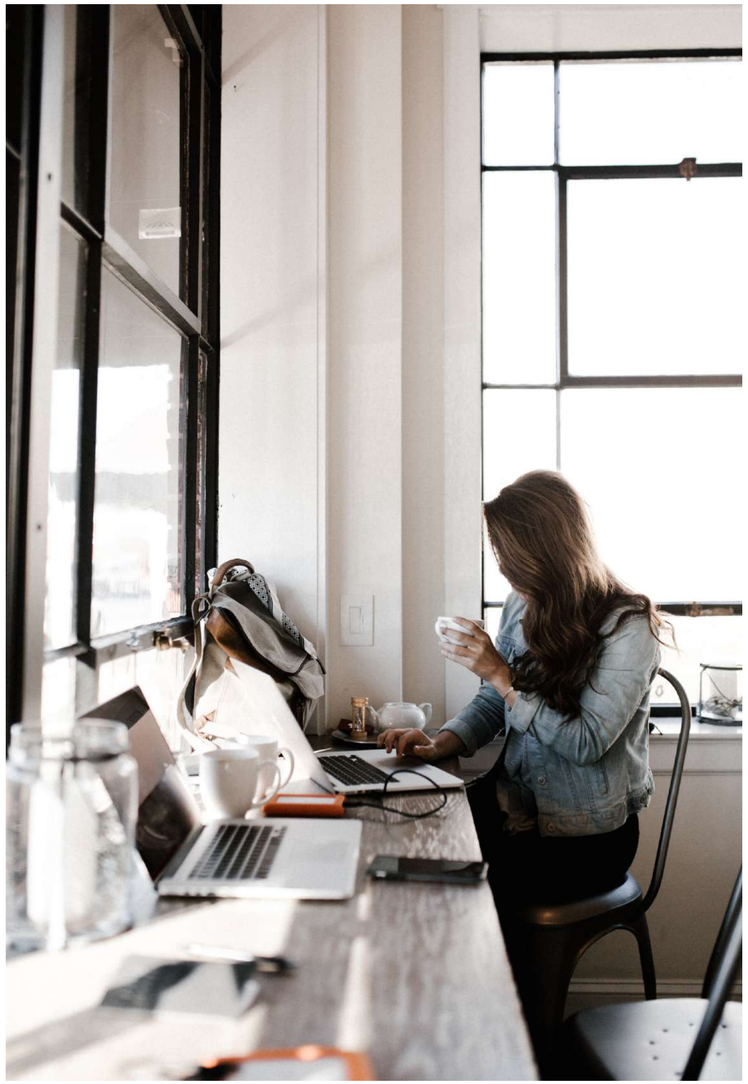
#advertising



Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Il numero di post sponsored torna a salire dopo la flessione di Gennaio. Il focus soprattutto nel periodo centrale del mese, influenzato dalla ricorrenza di San Valentino.



Un **aumento del 3,6%** quello di febbraio che porta i post nati da collaborazione **oltre quota 25mila**.

Salgono anche le **interazioni** e, soprattutto, le interazioni medie per post a consolidare l'impatto delle attività realizzate da creator e influencer.

La parte centrale del mese risente dell'influsso di una ricorrenza fortemente commerciale come **San Valentino** che ha spinto molti brand a realizzare progetti e coinvolgere creator.

Talkwalker

I post *sponsored* con maggiori interazioni

Febbraio

I post sponsored più performanti

METRICHE 355.1K N/D 0/10

351.7K 'Mi piace' di Instagram, 3.4K Commenti

METRICHE 176.4K N/D 0/10

176K 'Mi piace' di Instagram, 447 Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

I post sponsored più performanti

METRICHE 152.7K N/D 0/10

152.3K 'Mi piace' di Instagram, 417 Commenti

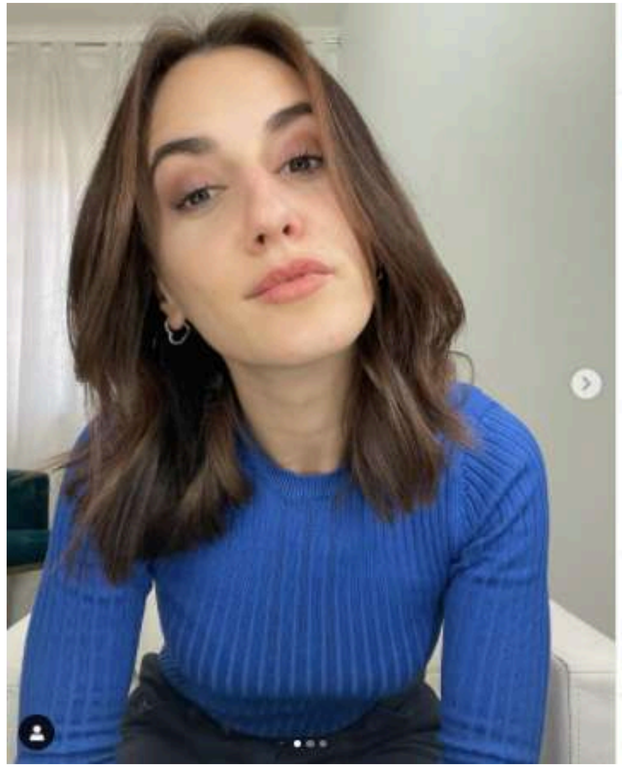
METRICHE 136.7K N/D 0/10

136.2K 'Mi piace' di Instagram, 457 Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

I post sponsored più performanti



valeriangione • Segui

valeriangione Da winter cool quale sono mi sembrava giusto cambiare colore di capelli.
Ho preso spunto dai capelli di Emily in Paris.
Da oggi chiamatemi pure VALERY IN NAPLES.
Grazie @lorealpro e @gaudino_maurizio per avermi dato questo nuovo LUC 👩‍🦰✨
Nelle storie potete vedere tutti i prodotti usati💙
#smokyhair #steampoditaly #adv

2 sett.

Piace a **francesca.frasconi** e altri **144.082**

9 FEBBRAIO

Aggiungi un commento... Pubblica

METRICHE **125.5K** N/D 0/10

124.2K 'Mi piace' di Instagram, **1.3K** Commenti

calciatoribrutti • Segui

calciatoribrutti Una tomaia in pelle con rilievi 3D touch pulse e cuscinetti interni in schiuma che tengono il piede ben saldo all'interno della scarpa. Fino ad arrivare al pezzo forte, la suola, che presenta:
- Una nuova diversa tipologia di tacchetti in grado di garantire velocità, grip e stabilità;
- Una tamarrissima cromatura in oro che permetterà in Agosto di passare dalla partita di calcetto ad una serata al Bay Club di Sanremo senza dover cambiare le scarpe.
Queste le caratteristiche della nuova Copa Sense di @adidasita.
Voto: SI.
LINK IN BIO per vedere quanto costano 'sti gioielli

Piace a **mariano13izco** e altri **123.472**

16 FEBBRAIO

Aggiungi un commento... Pubblica

METRICHE **124.1K** N/D 0/10

123.4K 'Mi piace' di Instagram, **727** Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

I post sponsored più performanti

marta.losito • Segui
Milan, Italy

marta.losito San Valentino è alle porte ♥penso sia il momento perfetto per celebrare non solo l'amore ma anche le amicizie, soprattutto quelle speciali. Festeggiate anche voi il Galentine's Day, i gioielli @theofficialpandora della collezione Pandora Me sono perfetti per fare un regalo prezioso alla vostra amica del cuore. #Pandora #SomethingAboutYou #adv #PandoraMe #VoicesofPandora

2 sett.

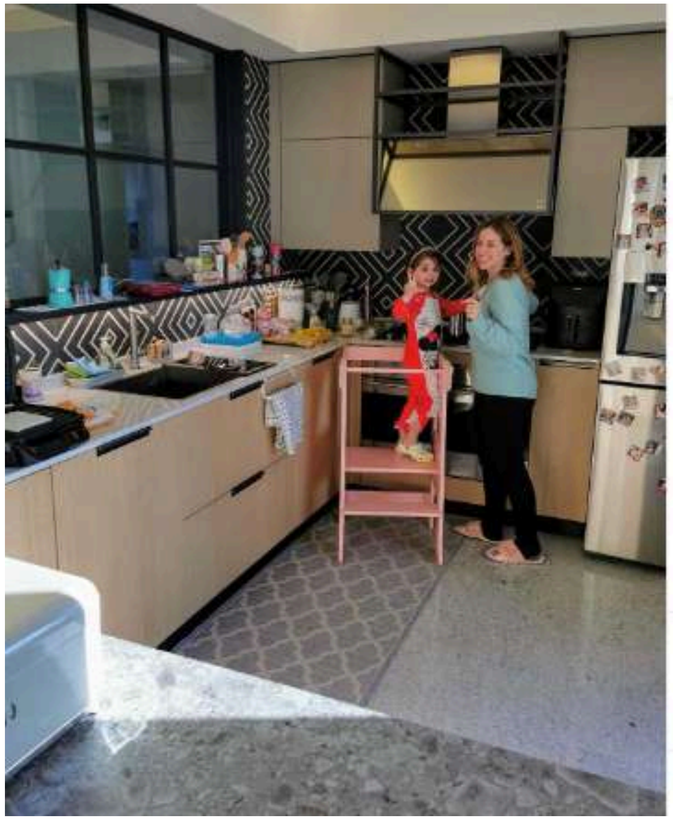
Piace a pj_bcn e altri 129.662

9 FEBBRAIO

Aggiungi un commento... Pubblica

METRICHE 120.5K N/D 0/10

119.1K 'Mi piace' di Instagram, 1.4K Commenti



cliomakeup_official • Segui

cliomakeup_official Vi presento la MIA nuova super cucina... MIA, creata da @Scavolini in collaborazione con lo Chef Carlo Cracco Credevo fosse compreso anche lui nel pacchetto...ma per adesso ho una Sous-Chef d'eccezione che, diciamocelo, è il TOP del TOP! E voi? Chi/cosa vi aiuta ogni giorno in cucina?

#scavolini60 #MIAbyCarloCracco #kitchen #lapiùamatadagliitaliani #suppliedby

1 sett.

Piace a baicu_andreea e altri 117.042

15 FEBBRAIO

Aggiungi un commento... Pubblica

METRICHE 117.4K N/D 0/10

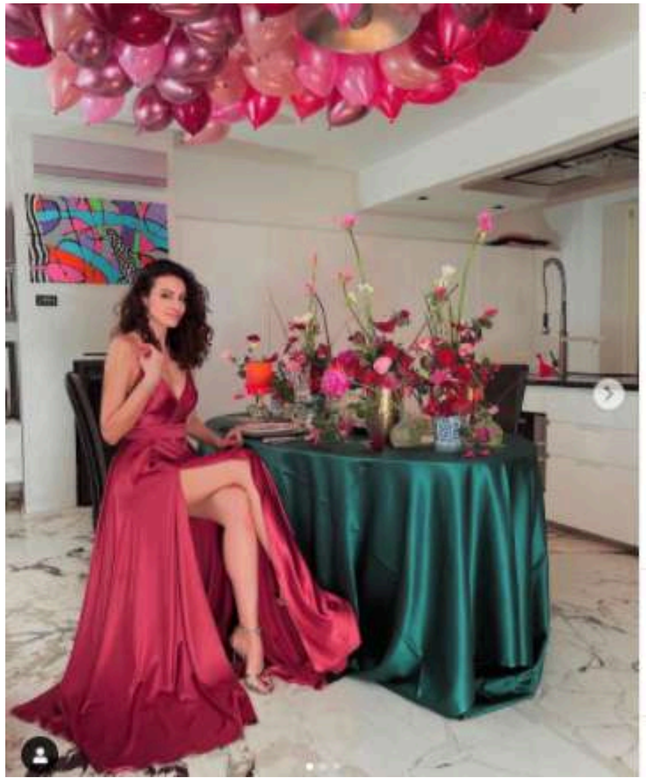
116.6K 'Mi piace' di Instagram, 830 Commenti

Talkwalker

***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

I post sponsored più performanti



paolaturani • Segui

paolaturani La nostra romantica cena di ieri sera 💘L'abito indossato è della nuova collezione di @atelierеme #atelierеme #adv

1 sett.

__meggola Bellissimiii 😍 l'abito ti sta d'incanto

1 sett. Piace a 19 persone Rispondi

Visualizza le risposte (1)

saralunacanola Splendidi! ❤️

1 sett. Piace a 19 persone Rispondi

Piace a francesca.frasconi e altri 148.197

15 FEBBRAIO

Aggiungi un commento... Pubblica

METRICHE 113.8K N/D 0/10

113.5K 'Mi piace' di Instagram, 354 Commenti

vallibeatrice • Segui

vallibeatrice Il carnevale quest'anno è stato un po' diverso dal solito e per far felici i miei bimbi mi sono inventata di tutto😂🎊🎉#suppliedby @febalcasa_official @electrolux.italia

1 sett.

gaiaofficial_ismylife Siete bellissimi❤️❤️❤️❤️

1 sett. Piace a 7 persone Rispondi

Visualizza le risposte (1)

ifiglidellesorellevalli Bellii❤️

Piace a beatricebucciantini e altri 112.895

16 FEBBRAIO

Aggiungi un commento... Pubblica

METRICHE 112.9K N/D 0/10

112.7K 'Mi piace' di Instagram, 252 Commenti

***Fonte**: Talkwalker*

Analisi dei contenuti

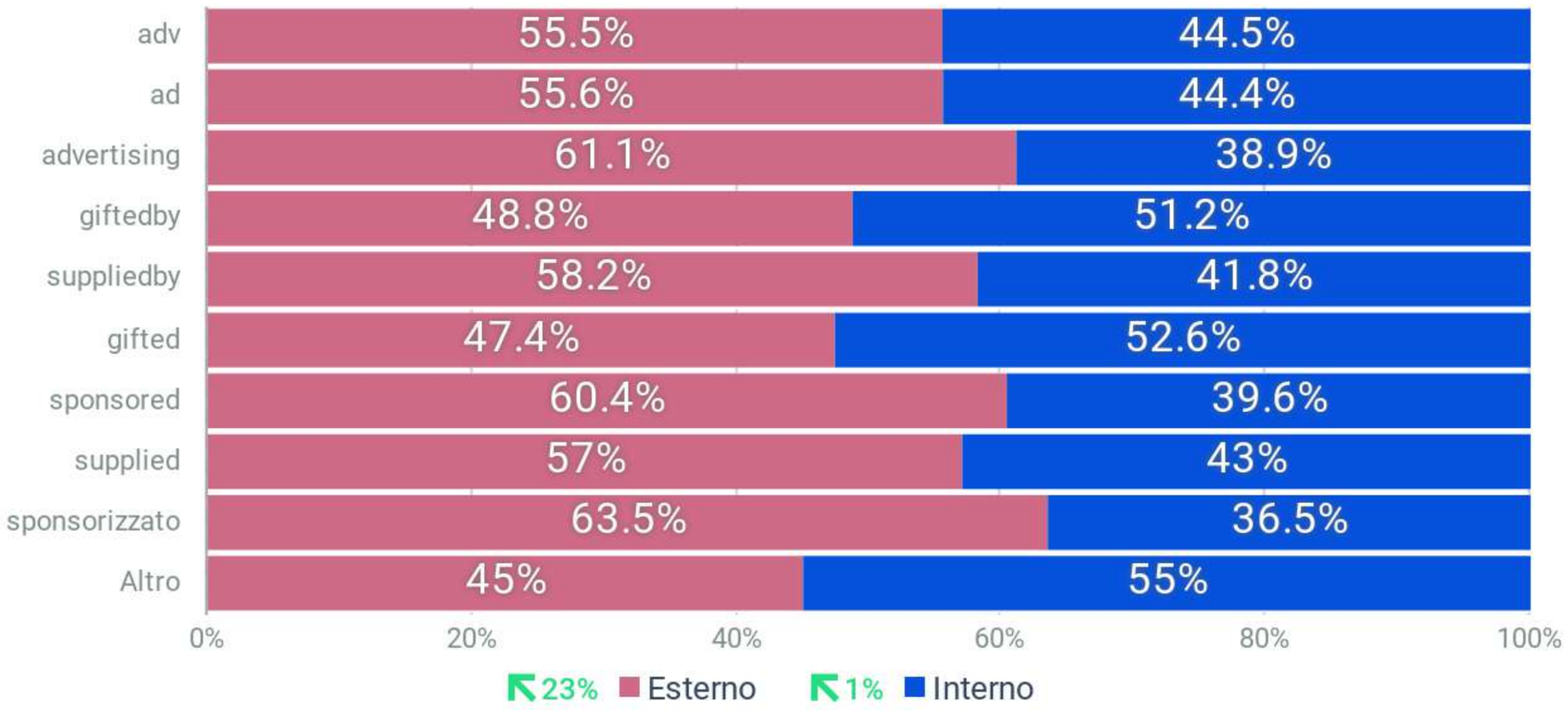
Febbraio

Keyword, hashtag ed emoji più utilizzate nei post #adv

***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

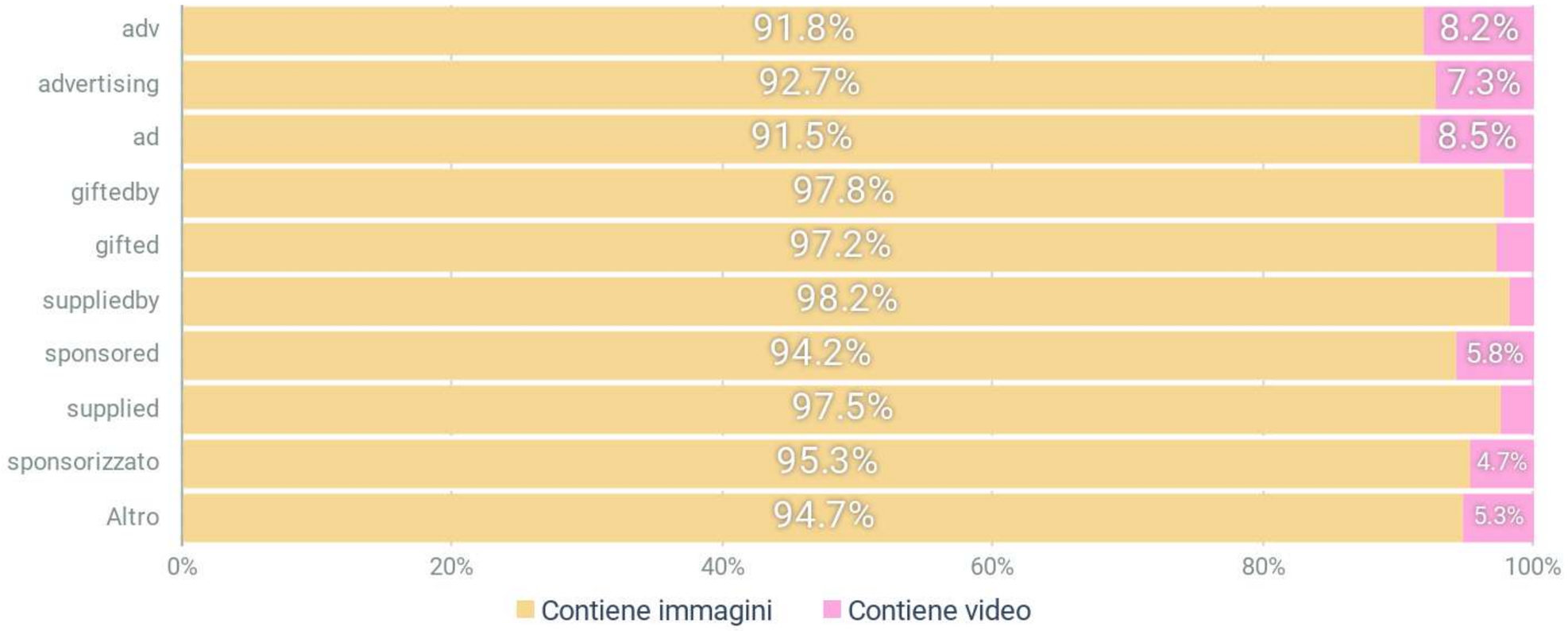
Analisi immagini



***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

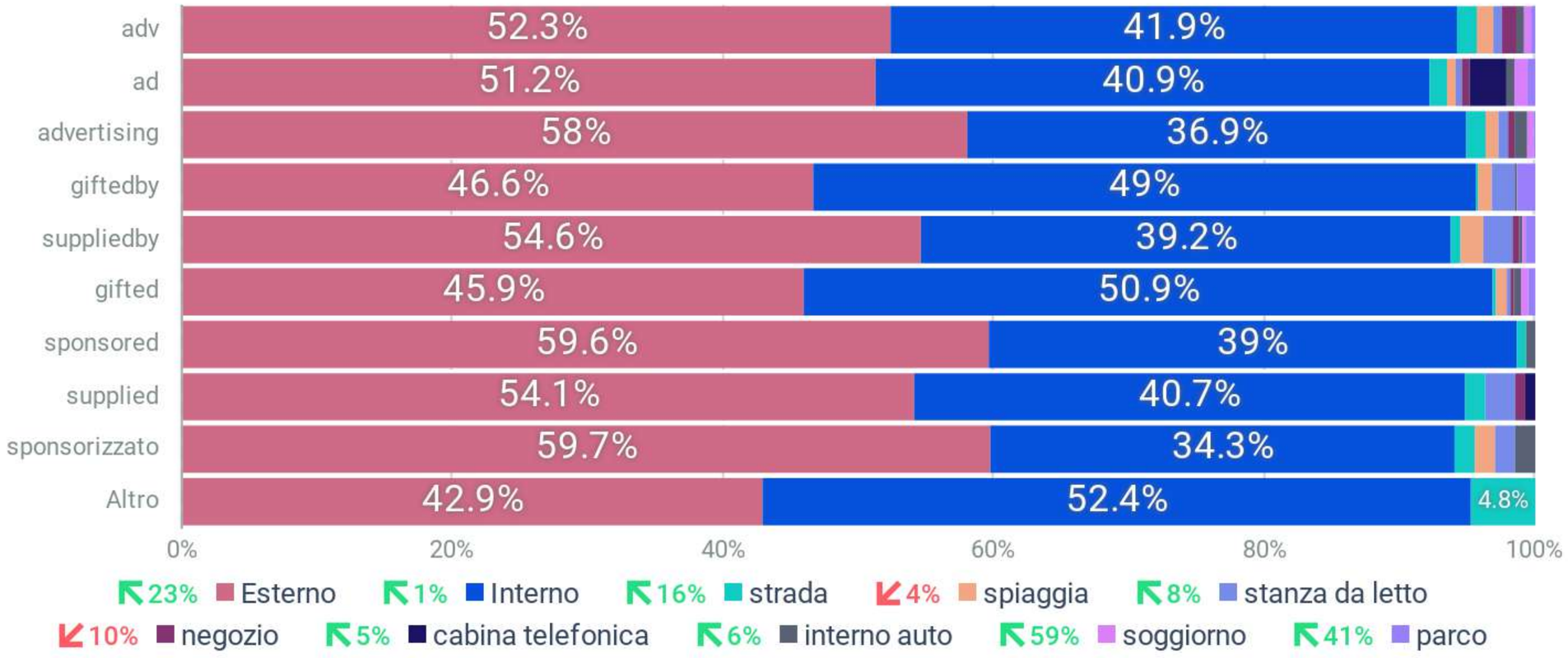
Analisi immagini



***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

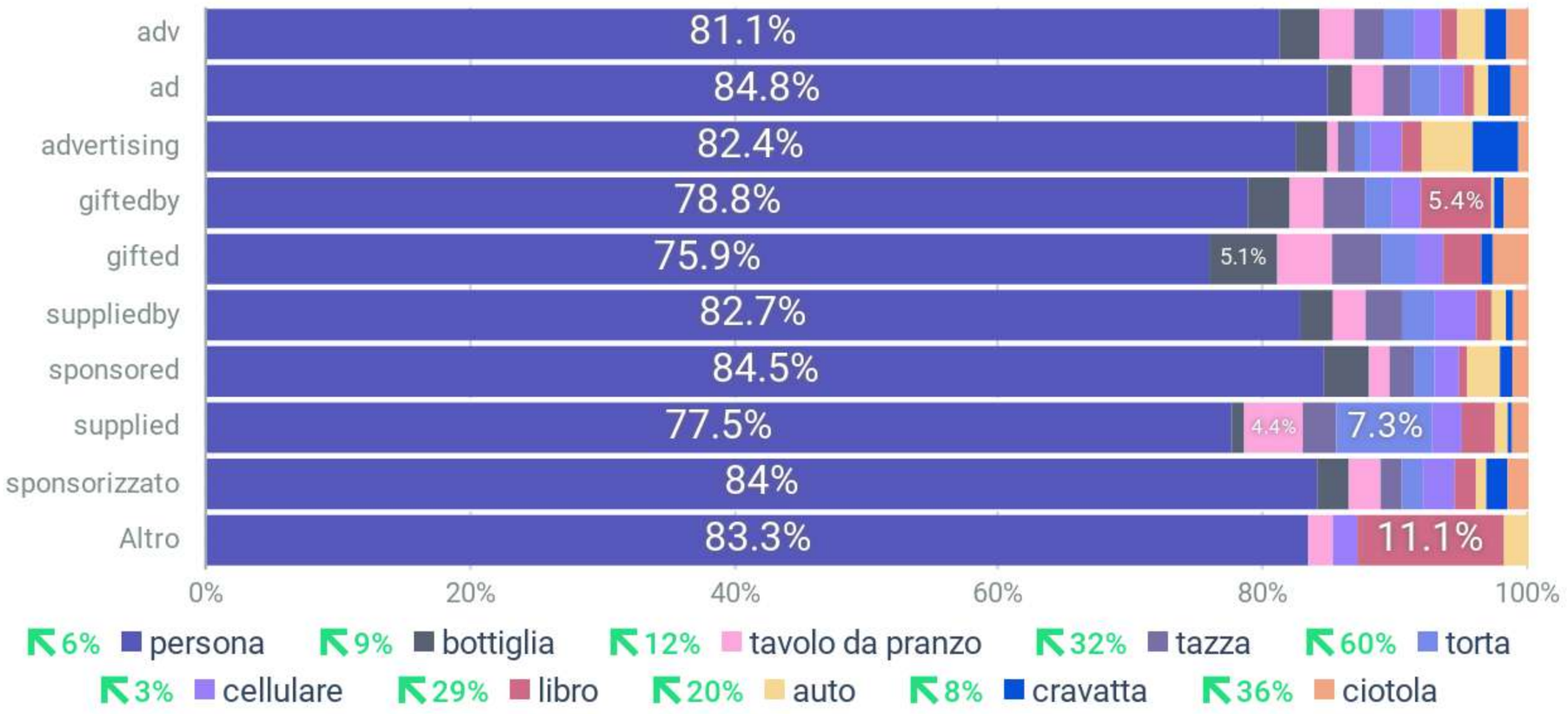
Analisi immagini



***Fonte**: Talkwalker*

Febbraio

Analisi immagini



***Fonte**: Talkwalker*

Un mese ancora decisamente al femminile lato top creator e dai topic fortemente connessi a San Valentino. Le immagini si confermano il contenuto più utilizzato.

A livello di topic, i post sponsored post registrano una sostanziale vicinanza ai temi “classici”, con una leggera **influenza dei temi connessi a tematiche sentimentali vista la ricorrenza di San Valentino**.

Interessante, lato top creator, la presenza di un **profilo community** (Calciatori Brutti), non certo una novità lato impatto, ma che conferma il valore di questa particolare tipologia di creator.

Diverse campagne presenti tra i contenuti top, quelle di **Scavolini** e di **Atelier Emé**.

Le **immagini restano la tipologia di contenuto più utilizzata**, con una fortissima connotazione umana.

Key Insight

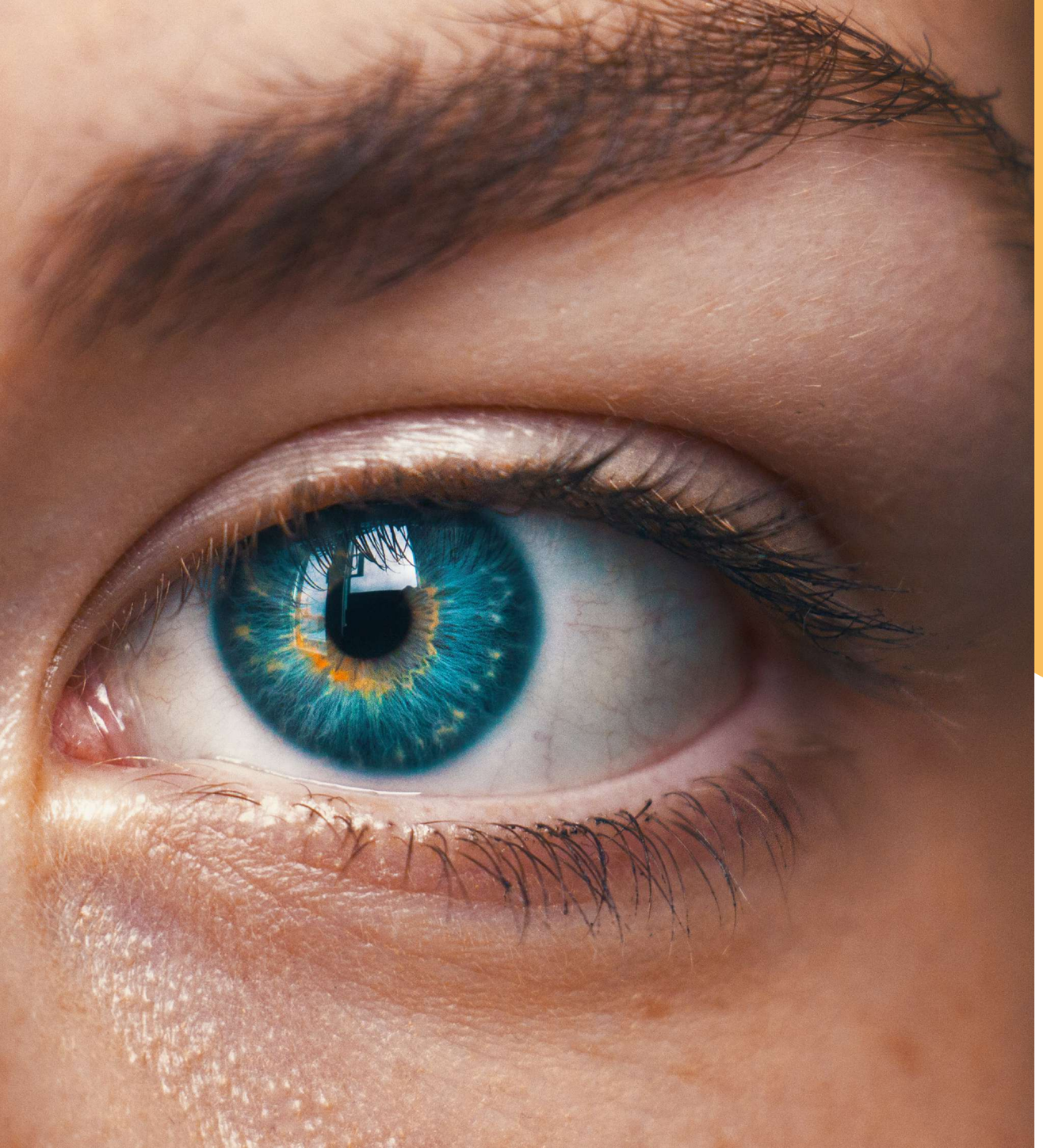
Conclusioni

Un influencer marketing che torna ad una **“normalità”** di utilizzo dopo la forte crescita nei mesi finali all’anno e la leggera flessione di Gennaio.

Una diminuzione di collaborazione che incide su un **miglioramento della qualità** e delle interazioni generate.

I temi di **San Valentino** influenzano l’andamento mensile, con una forte attività nella settimane centrali.

Tra i top creator spicca la presenza di una **community**, interessante esempio della **forte crescita e dell’impatto** di questi particolari creator,



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 · OSSERVATORIO BRANDED ENTERTAINMENT · 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 · 2MUCH.TV

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)"