



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK - GENNAIO 2022

POWERED BY



Il report TikTok



Dopo l'analisi mensile, attivata da tempo su Instagram, ONIM integra anche **TikTok**, con un altro report dedicato a comprendere numeri, caratteristiche e trend dei **video nati da collaborazioni tra creator e brand**.

Un'aggiunta in grado di contestualizzare ancora più in profondità lo scenario dell'**Influencer Marketing italiano**.

Anche in questo caso, il report nasce dalla collaborazione con il nostro partner **Talkwalker** e dalle potenzialità di analisi della suite.

Matteo Pogliani

Founder Osservatorio Nazionale Influencer Marketing





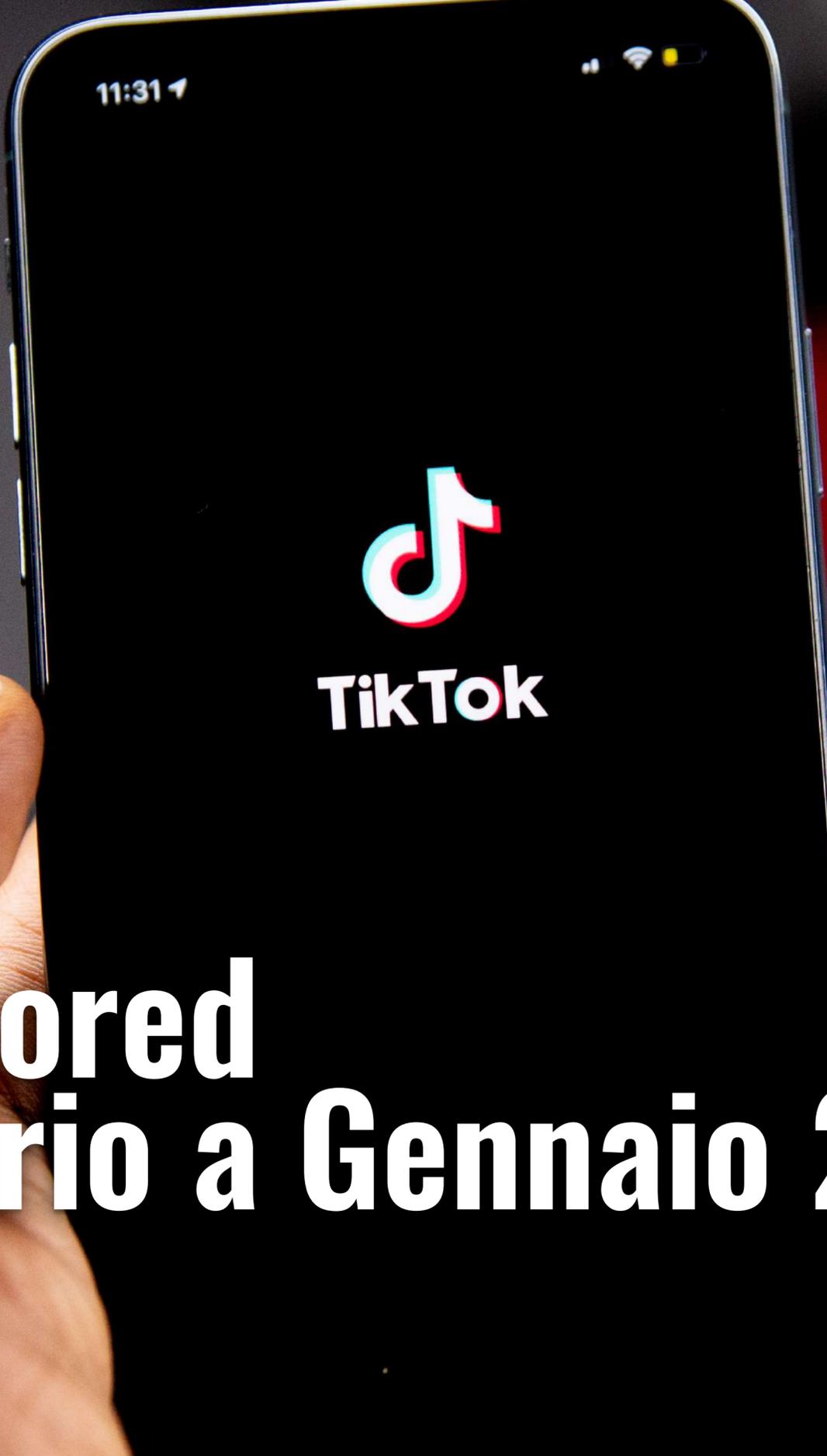
Metodologia

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 **TikTok** 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 #suppliedby #supplied**

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



**Video sponsored
quale scenario a Gennaio 2022?**



Gennaio

I video nati da collaborazione brand/influencer

32

Numero video

2.2M

Interazioni generate

31.7M

Views



Gennaio

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#portatuttiinho #14voltetiamo #transition
#fanpageit #SceglieLaMiaPelle #LV8 #ADV #satispay
#transformation #zalandoplus
#DigitalHolidays #pubblicità #adv
#saldighd
#Skincare #raccoltapunticolazione #Garnier
#ImparaConTikTok #mulinobianco #ad #spiaggia
#quirinale2022
#passaaho #soloalcinema #tiraccontolitalia



Gennaio

Brand menzionati nei video Sponsored

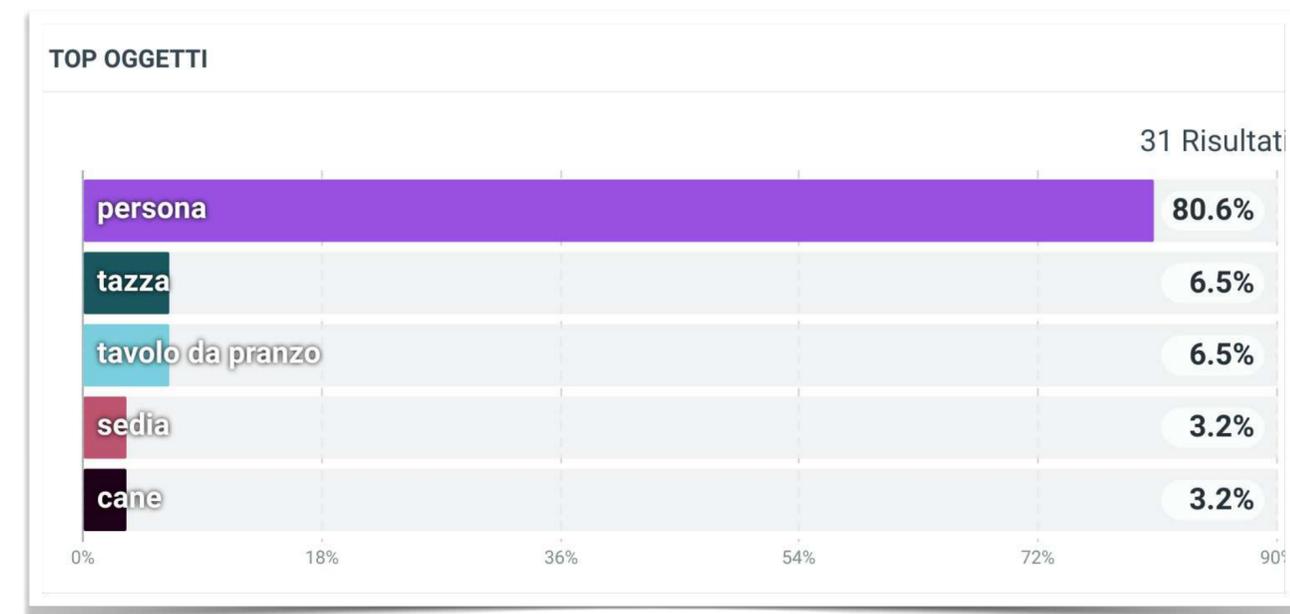
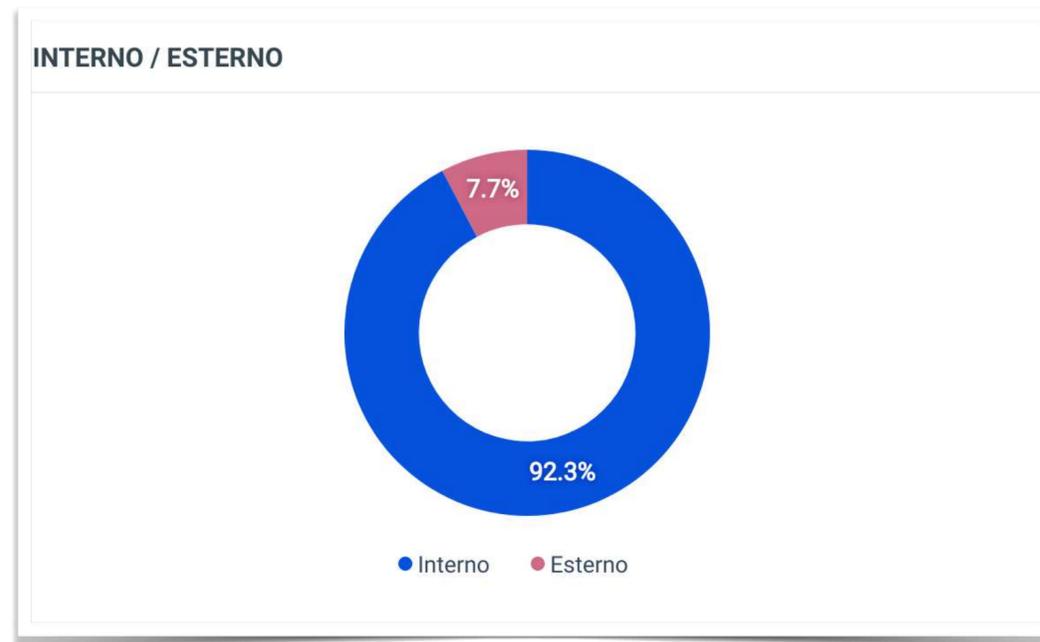
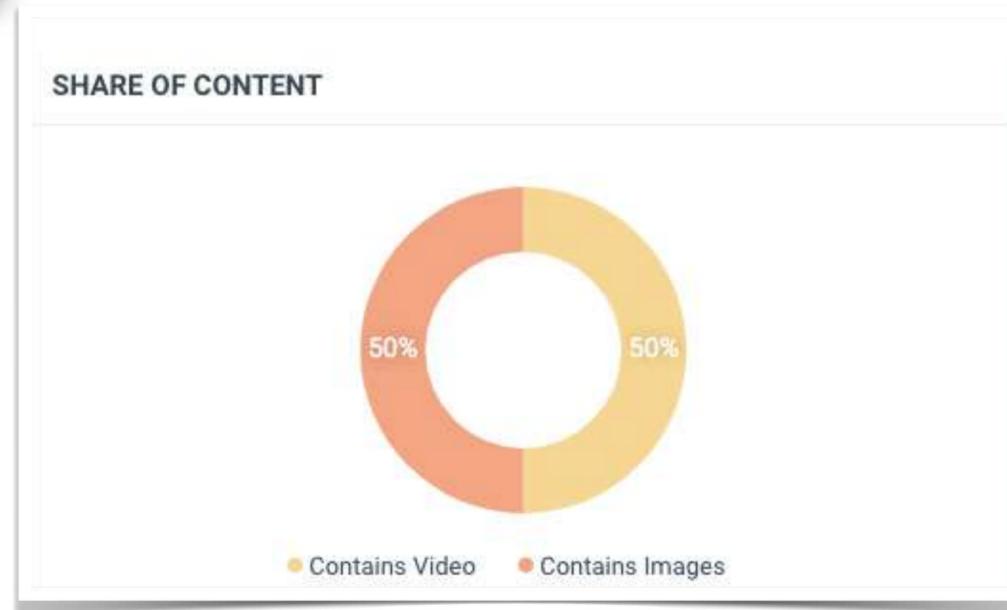
Garnier (azienda)

Indesit Company
Amazon.com
Max-A



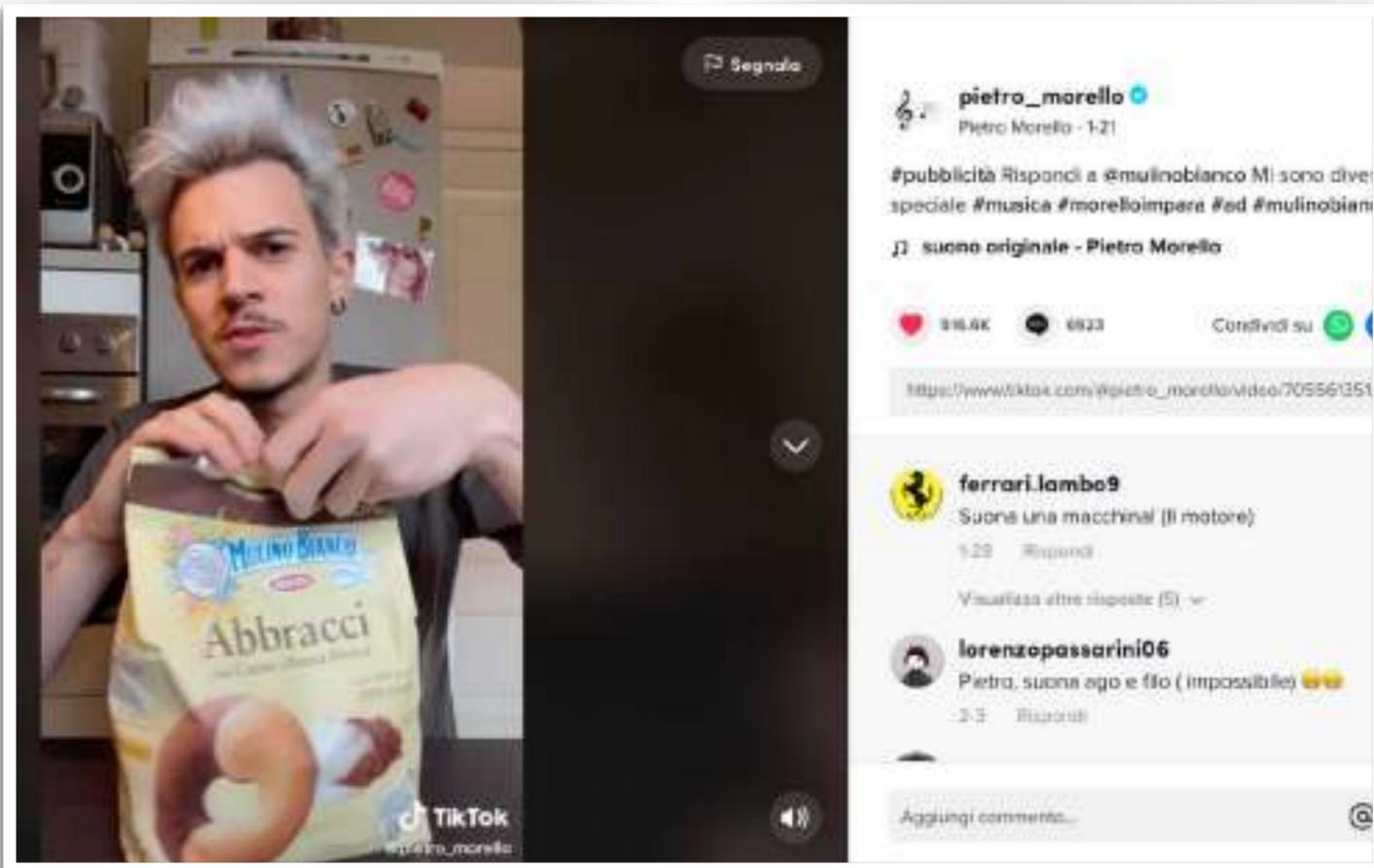
Gennaio

TikTok Analisi Visual



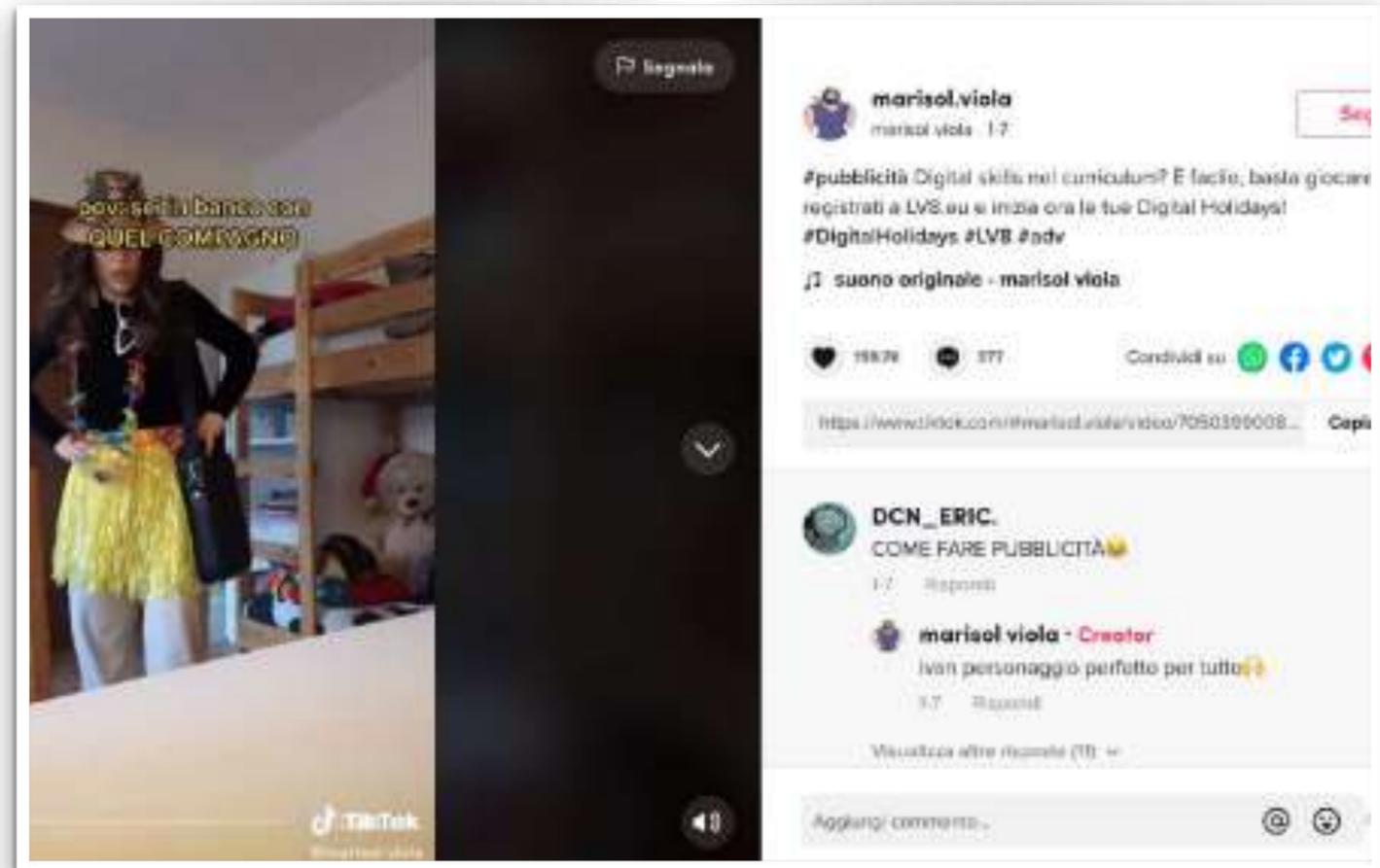
Gennaio

I video Sponsored più performanti



METRICHE 518.9K 1.9M N/D

6.9K Commenti, 510.3K Mi Piace,
1.7K Condivisioni, 3M Visualizzazioni



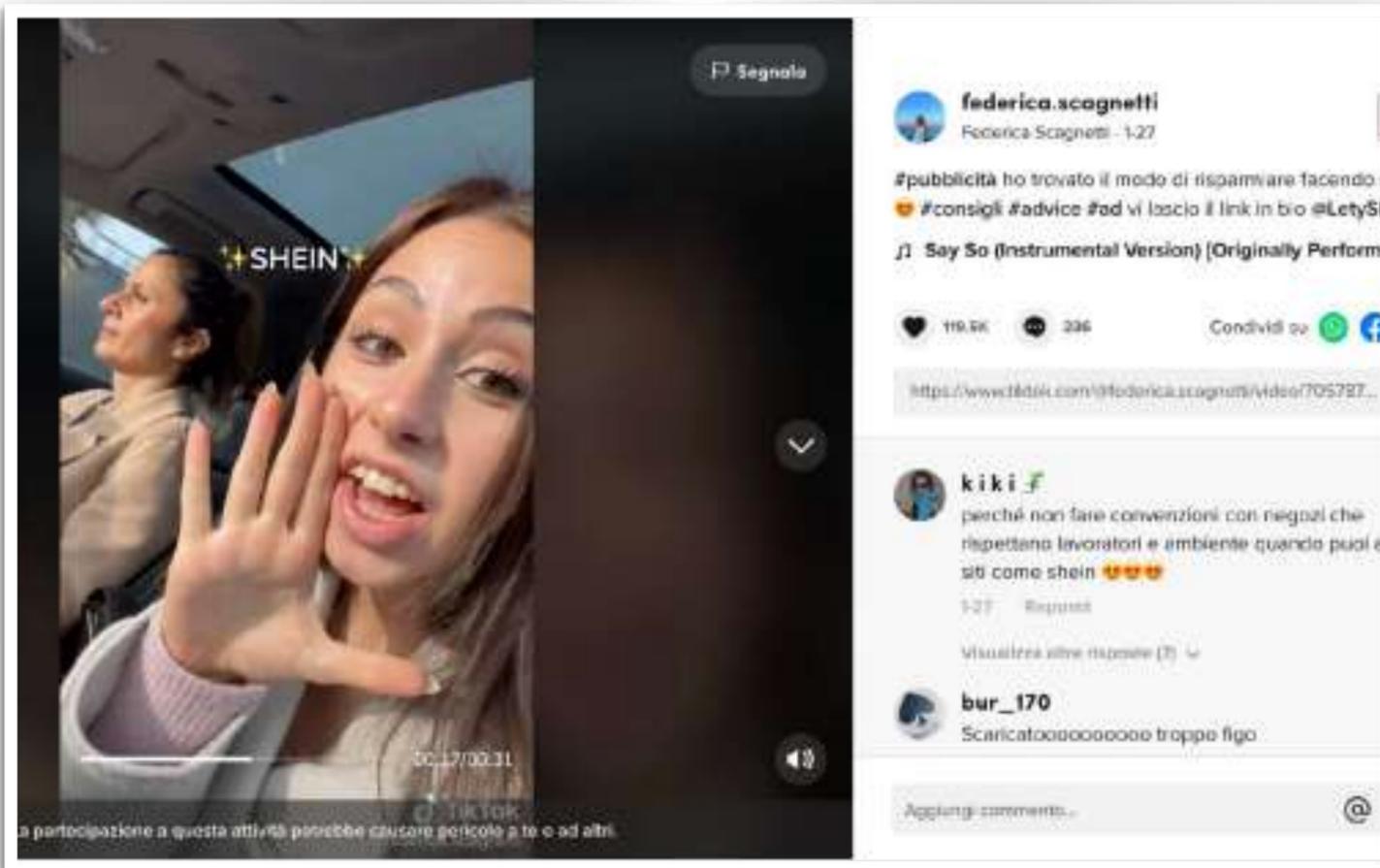
METRICHE 151.8K 768.4K N/D

360 Commenti, 151K Mi Piace,
457 Condivisioni, 4.3M Visualizzazioni



Gennaio

I video Sponsored più performanti



METRICHE 120.1K 1.8M N/D

236 Commenti, 119.4K Mi Piace,
438 Condivisioni, 1.1M Visualizzazioni

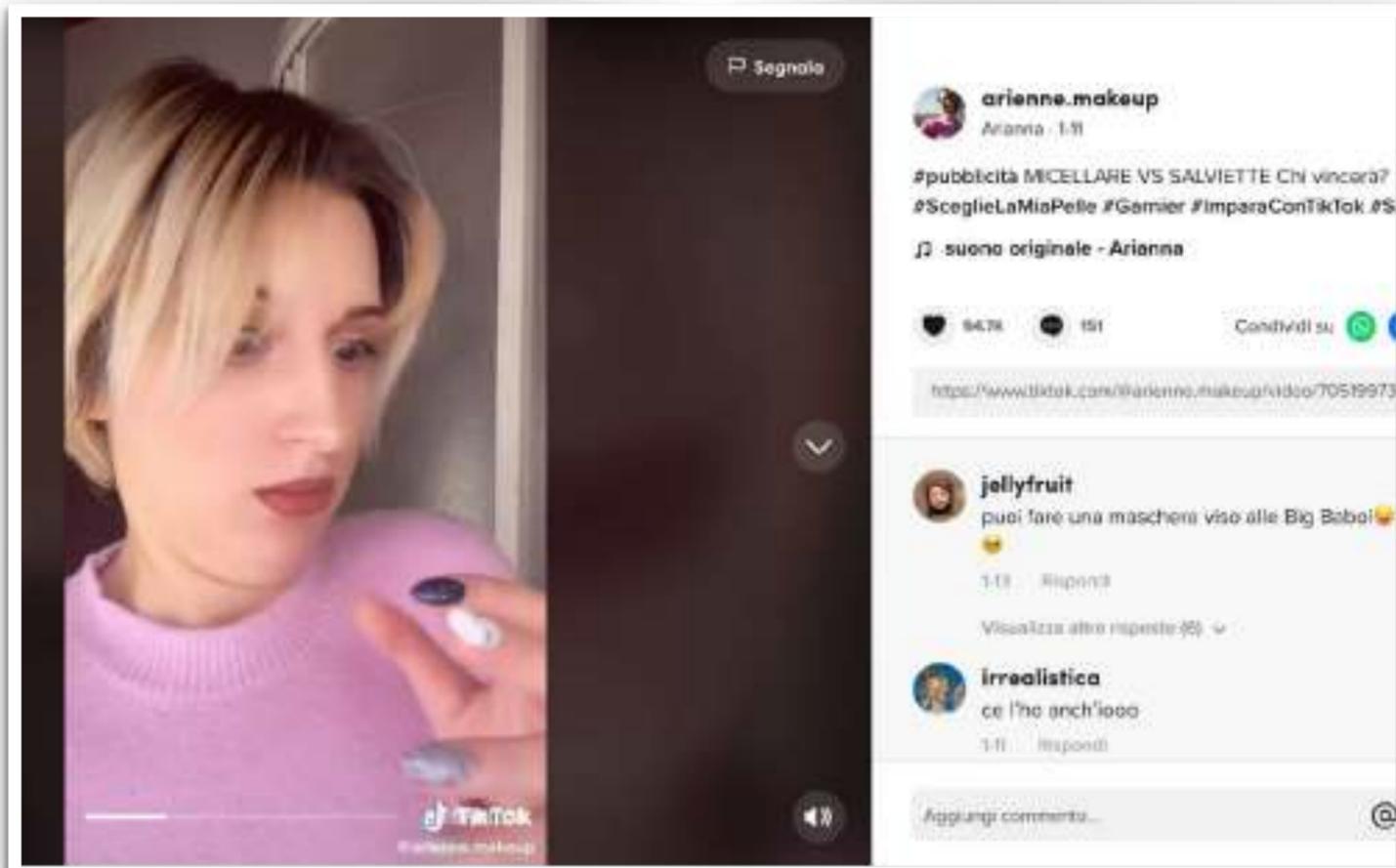


METRICHE 106.2K 1.1M N/D

293 Commenti, 105.7K Mi Piace,
104 Condivisioni, 1.2M Visualizzazioni

Gennaio

I video Sponsored più performanti



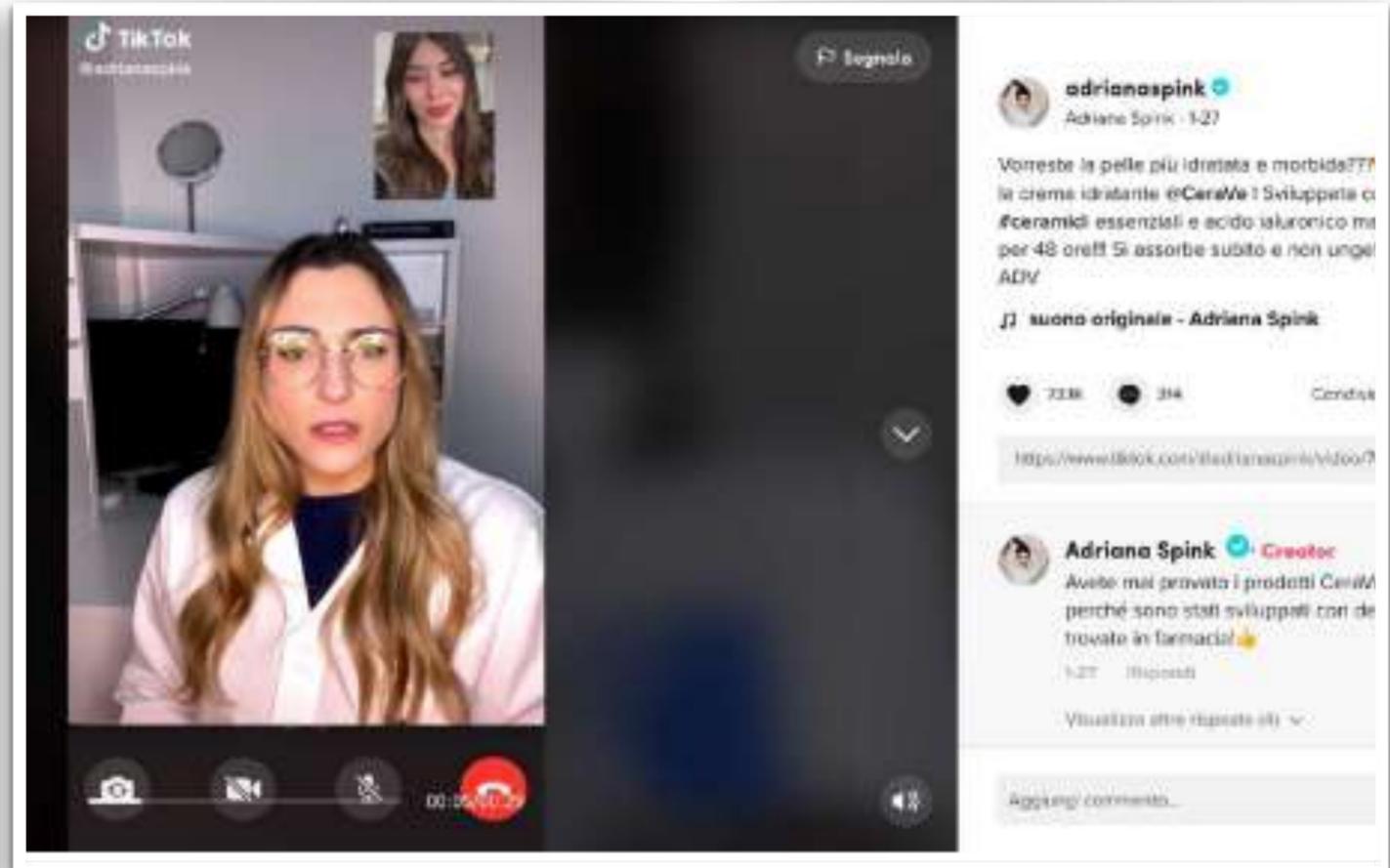
METRICHE

93.2K

1.8M

N/D

144 Commenti, 93K Mi Piace, 63 Condivisioni,
4.6M Visualizzazioni, 1.8M Follower del profilo



METRICHE

73.8K

476.9K

N/D

314 Commenti, 73.1K Mi Piace, 400 Condivisioni,
10.2M Visualizzazioni, 476.9K Follower del profilo



Talkwalker

Gennaio

I video Sponsored più performanti

andreafratino
ANDREA FRATINO · 1-19

#pubblicità Noi @asiabusciantellaricci @Douglas_1 #14voltetiamo #adv

suono originale - ANDREA FRATINO

74.1K 388

https://www.tiktok.com/@andreafratino/video/7054969106...

asiabusciantellaa ✓
Patato
1-19 Rispondi
Visualizza altre risposte (13)

Bintiaa.00
Ma solo io ho sentito amo
1-19 Rispondi
Visualizza altre risposte (41)

Sonia
amorii
1-19 Rispondi

m
ma quindi state insieme?
1-19 Rispondi

Aggiungi commento...

METRICHE

63.1K

739.8K

N/D

387 Commenti, 62.5K Mi Piace, 199 Condivisioni,
392.5K Visualizzazioni, 739.8K Follower del profilo

federica.scagnetti
Federica Scagnetti · 1-19

#pubblicità quando ho bisogno delle giust
#oceanspart.it con il codice SCAGNETTI
in omaggio #ad #change #transition #tran

suono originale - Federica Scagnetti

51.6K 118

https://www.tiktok.com/@federica.scagnetti/video/7054969106...

Aurora e brisida
Pk non fai più mi prepari con voi?
1-19 Rispondi
Visualizza altre risposte (6)

Francesca Meoni
Complimenti a mamma e papà per
hai Federica. 🇮🇹
1-19 Rispondi

Aggiungi commento...

METRICHE

51.6K

1.8M

N/D

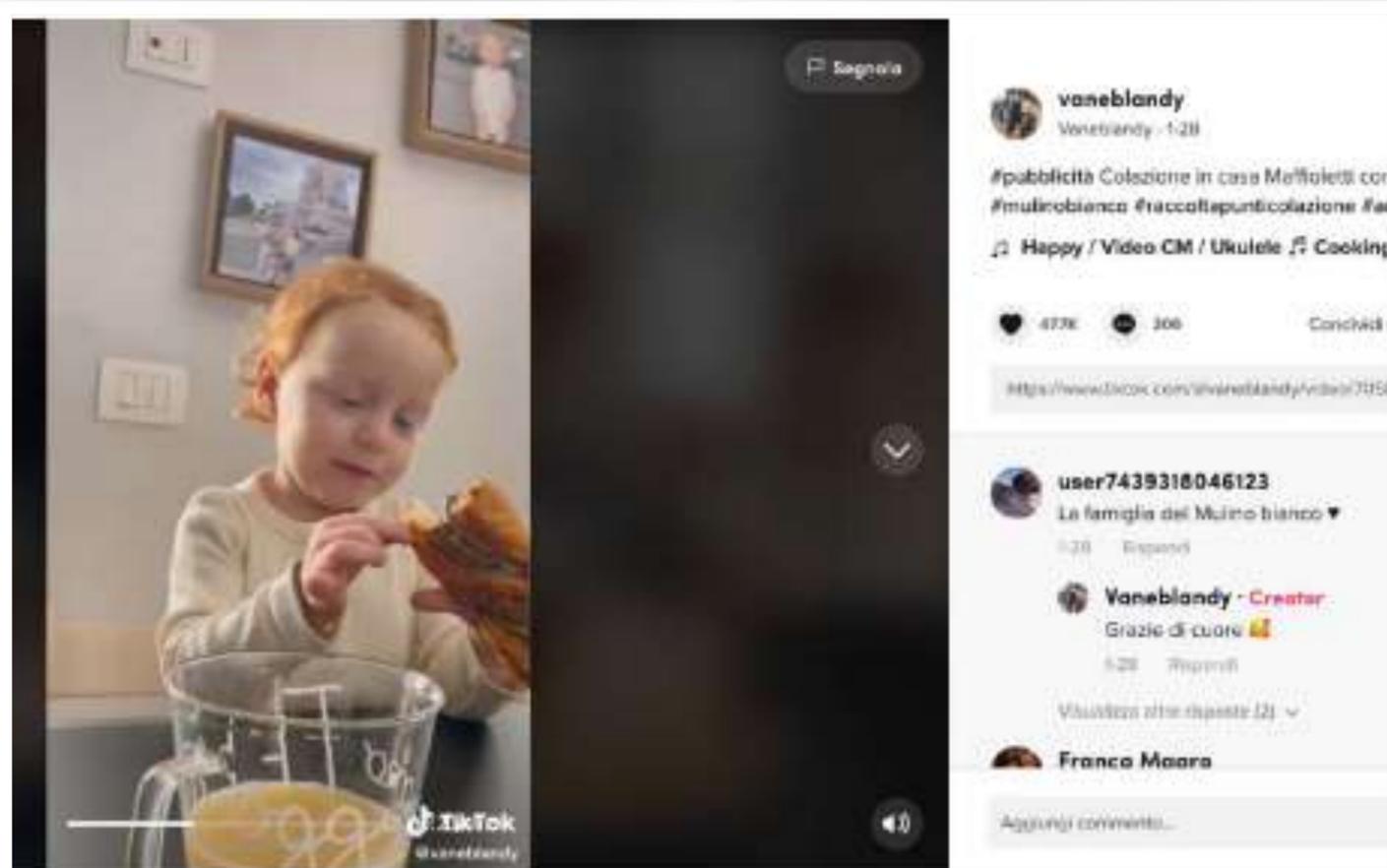
135 Commenti, 51.4K Mi Piace, 90 Condivisioni,
943.5K Visualizzazioni, 1.8M Follower del profilo



Talkwalker

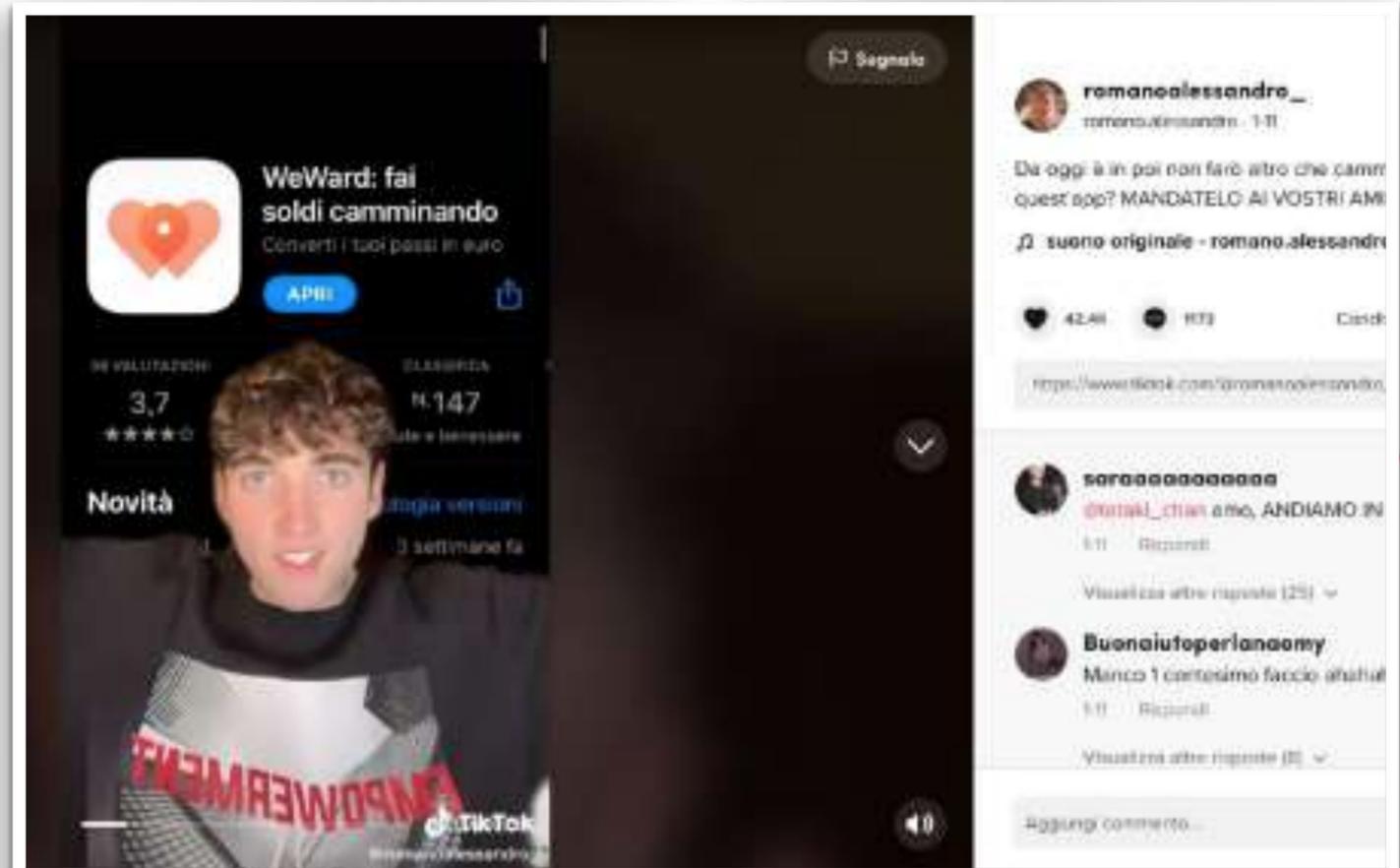
Gennaio

I video Sponsored più performanti



METRICHE 48.1K 1.1M N/D

206 Commenti, 47.6K Mi Piace, 331 Condivisioni,
604.2K Visualizzazioni, 1.1M Follower del profilo



METRICHE 45.2K 817.5K N/D

1.2K Commenti, 41.3K Mi Piace, 2.7K Condivisioni,
240.1K Visualizzazioni, 817.5K Follower del profilo



Restano limitate, numericamente, le collaborazioni tra creator e brand. Un canale, TikTok, ancora da “assimilare” per molte realtà. Volumi che però portano con sé performance rilevanti lato interazioni e, soprattutto, views.



La particolarità del mese di Gennaio e il suo essere di “ripartenza”, ha segnato **un’ulteriore diminuzione dei contenuti #ad**. Sono infatti **solo 32 i contenuti nati da collaborazione creatorbrand**, numeri che dimostrano come ancora l’accesso al canale non sia, per molte realtà, prioritario.

Si confermano però buone le performance: questi contenuti hanno infatti generato **2.2 Milioni di interazioni e ben 31.7 Milioni di views**.

Intrattenimento ed ironia, guardando la top 10 dei contenuti con maggiori interazioni, restano driver fondamentali, anche in attività collabs

FOUNDER

OPENBOX

PARTNER



PARTNER TECNOLOGICI



PARTNER ISTITUZIONALI



ASSOCIATI





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



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)”