



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 Talkwalker 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.



I video nati da collaborazione brand/influencer





Hashtag utilizzati nei video Sponsored

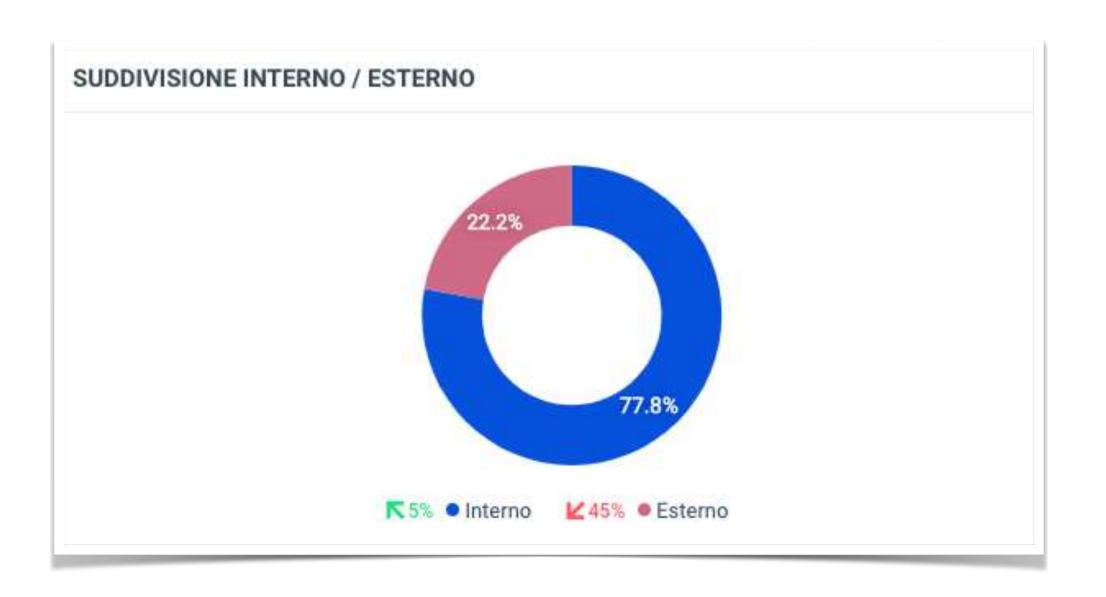


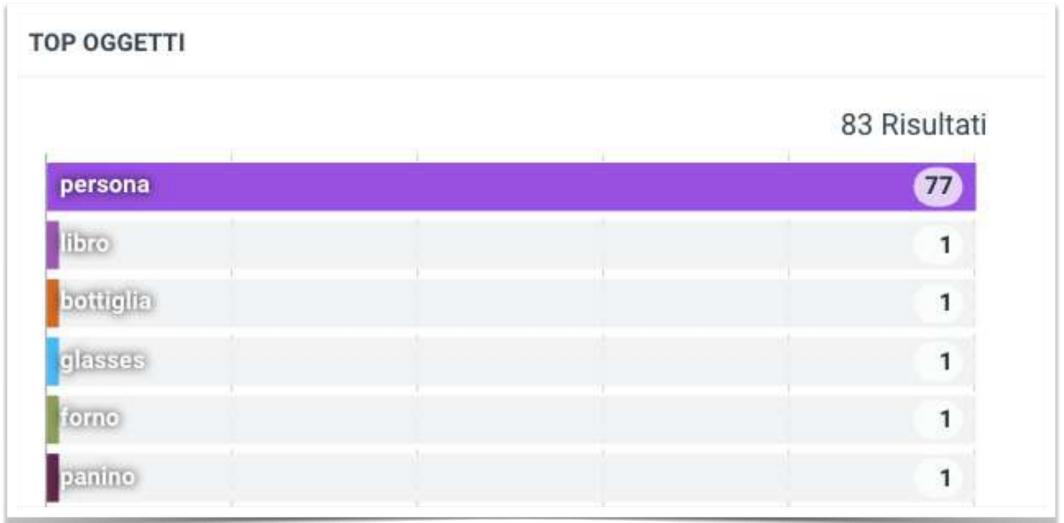
Brand menzionati nei video Sponsored





Aprile TikTok Analisi Visual







Fonte: Talkwalker

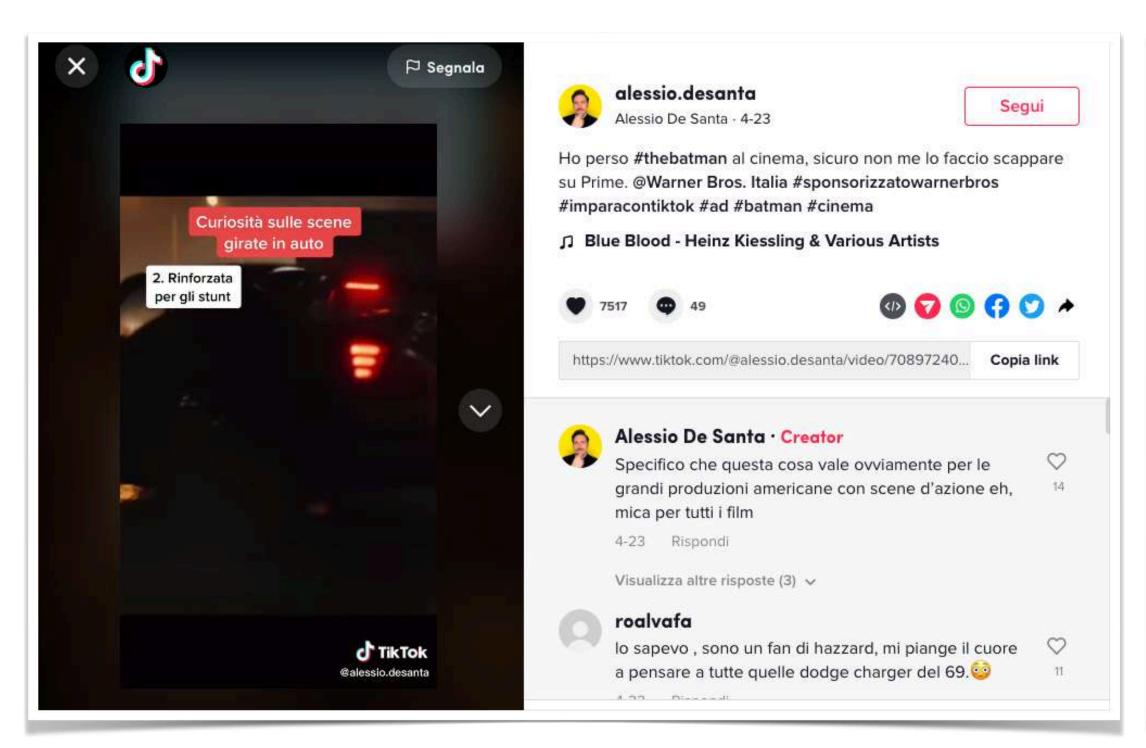
Top creator per attività Sponsored

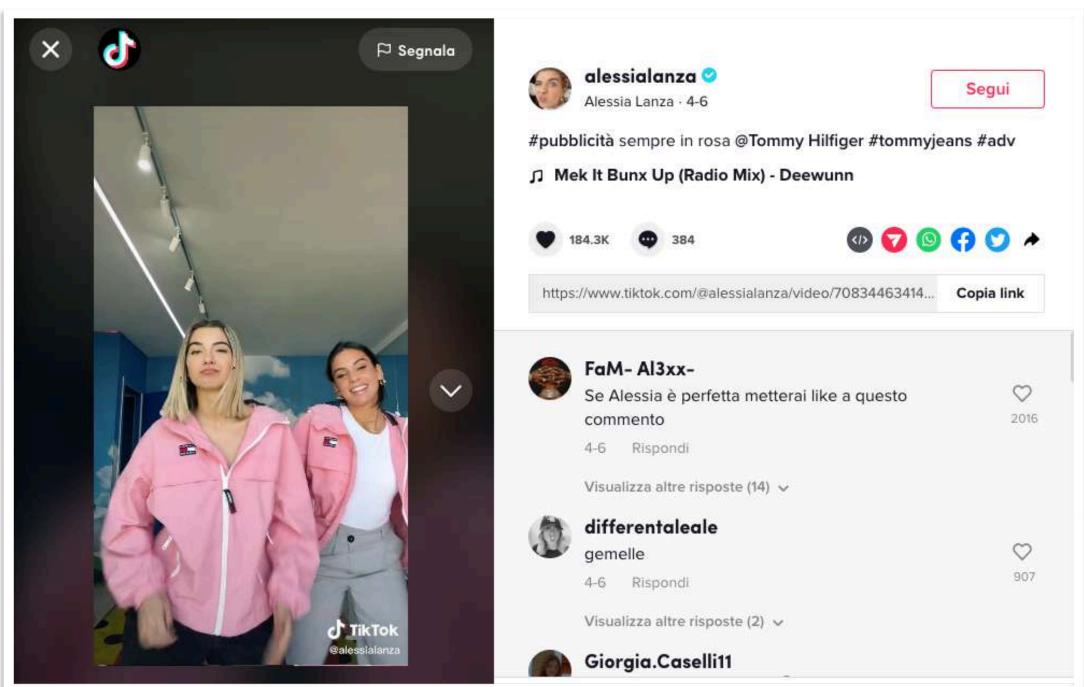
INFLUENCER DI RILIEVO Influencer 💹 Engagement **↓** Engagement per menzione Post Portata per risultato Sentiment Portata 9.5M 510.9K 127.7K 2.4M Mattia Stanga M-9.7% K-9.7% MIJN. 70.0% 9.1M 3M 304.9K 101.6K 3 Alessia Lanza 2811.0% 71200% 20235 2014-05 201.3% 448.6K 448.6K 262.8K 262.8K Alessio De Santa 2011 WALLEY. 742.26% MONT. 2 16.6M 8.3M 193.9K 97K g rafael 2.1M 2.1M 156.8K 156.8K Federica Scagnetti K-10.2% WY.Th. K-III K-525 M-50% 1.5M 1.5M 151.5K 151.5K Amedeo Preziosi 7.2M 2.4M 146.1K 48.7K AURORA CELLI **2500** M-20.2% M-45.8% 78 Son. 492K 137.2K 137.2K 492K BLANCO 1.9M 1.9M 94.1K 94.1K 2 Gingi



Fonte: Talkwalker

I video Sponsored più performanti





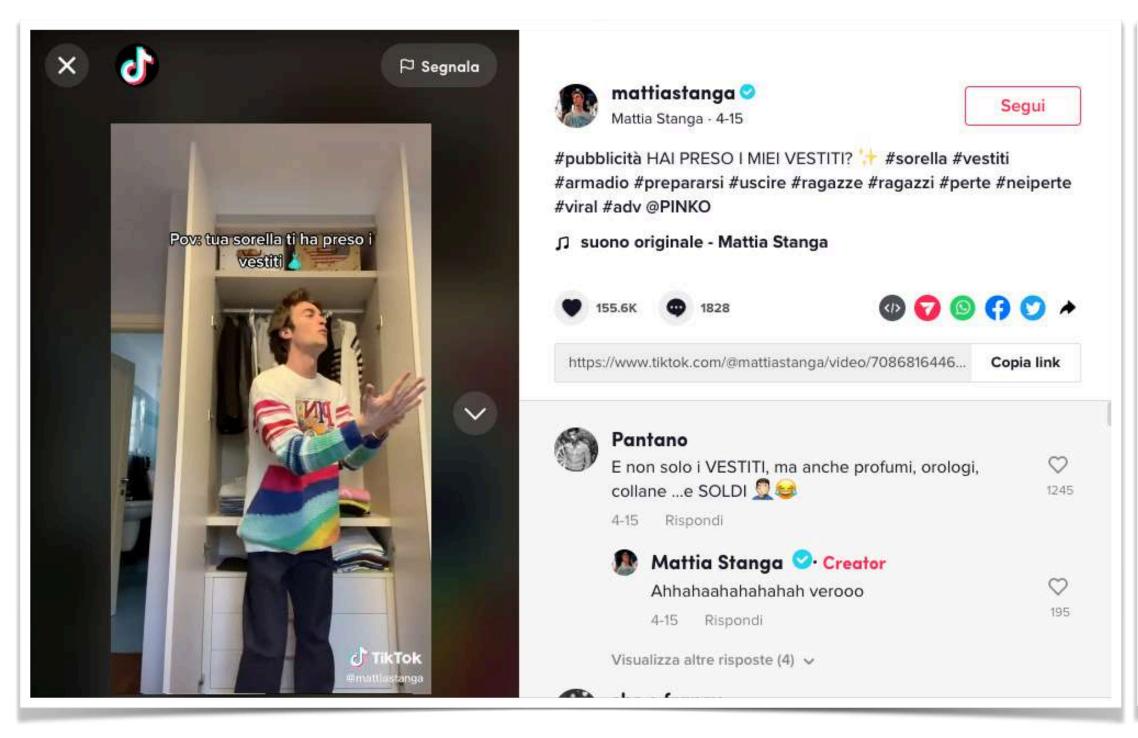
Talkwalker

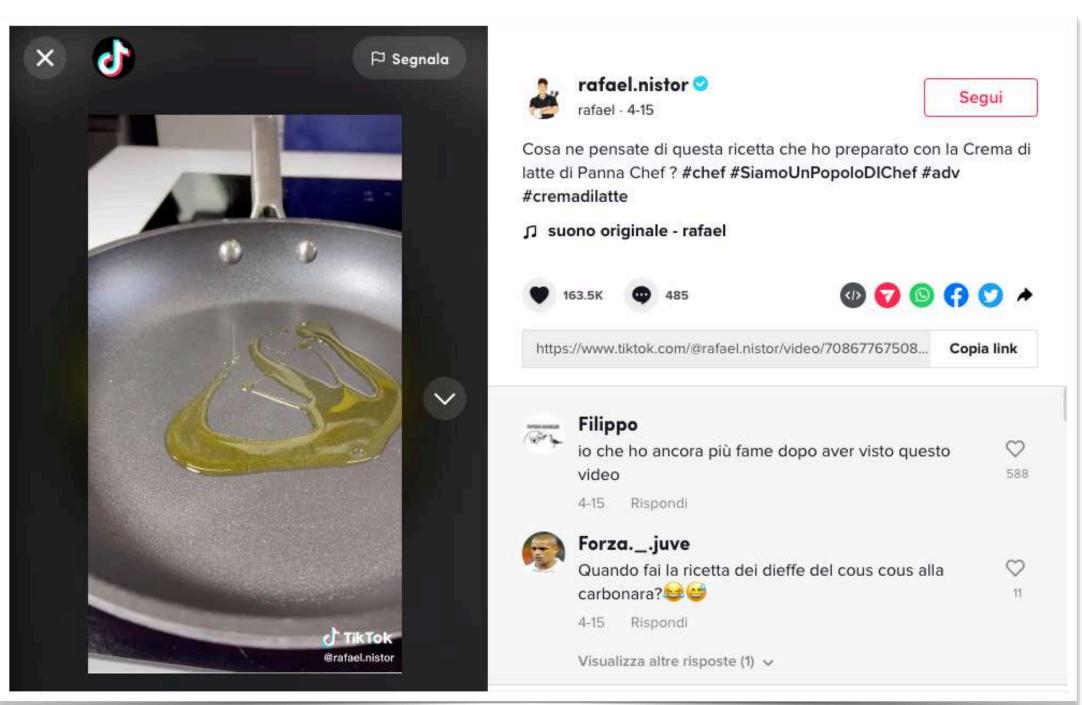
METRICHE 262.7K 448.6K N/D

49 Commenti, 7.5K Mi Piace, 255.1K Condivisioni,
43K Visualizzazioni, 448.6K Follower del profilo



I video Sponsored più performanti



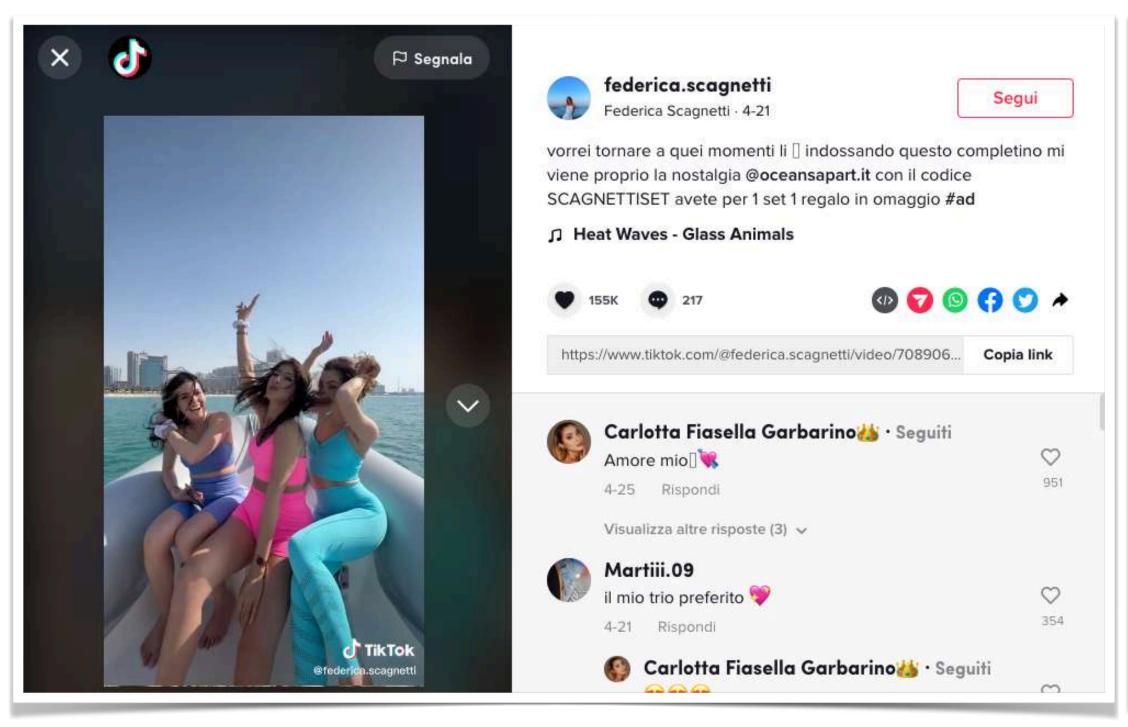


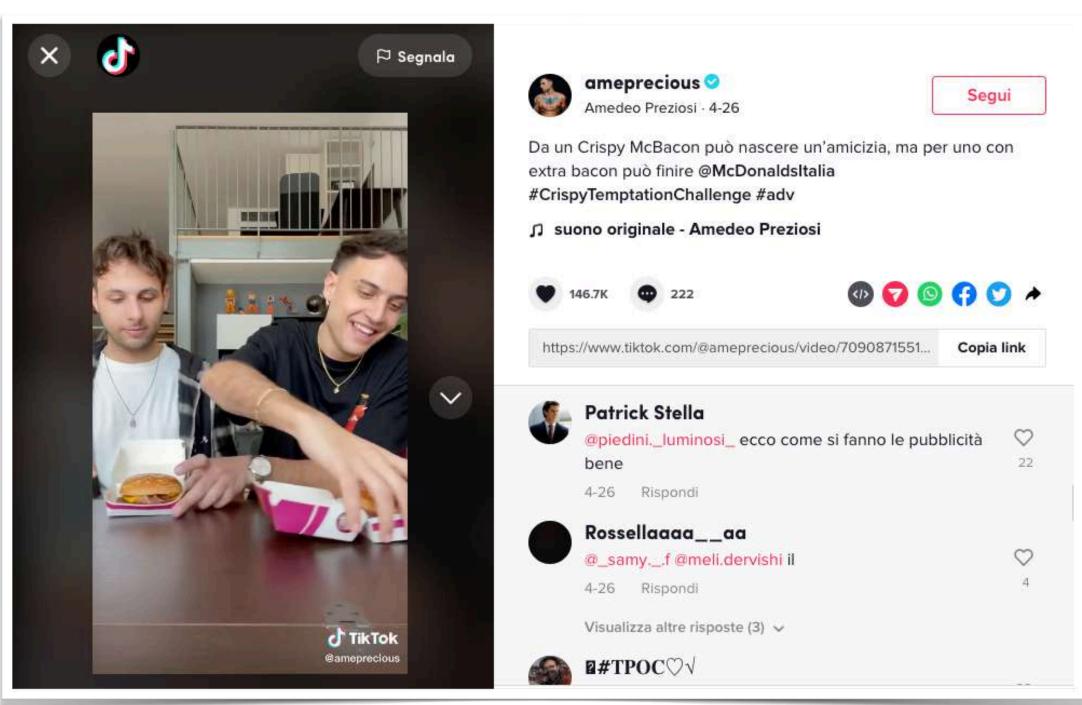






I video Sponsored più performanti



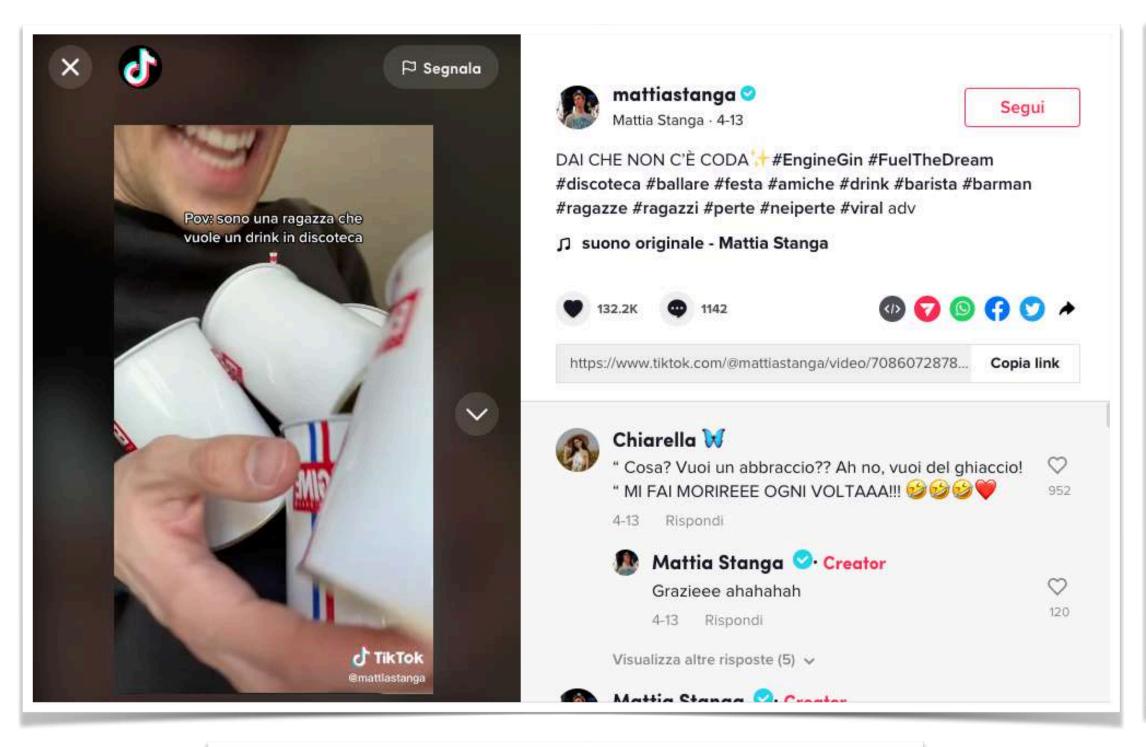


Talkwalker





I video Sponsored più performanti



1.4M

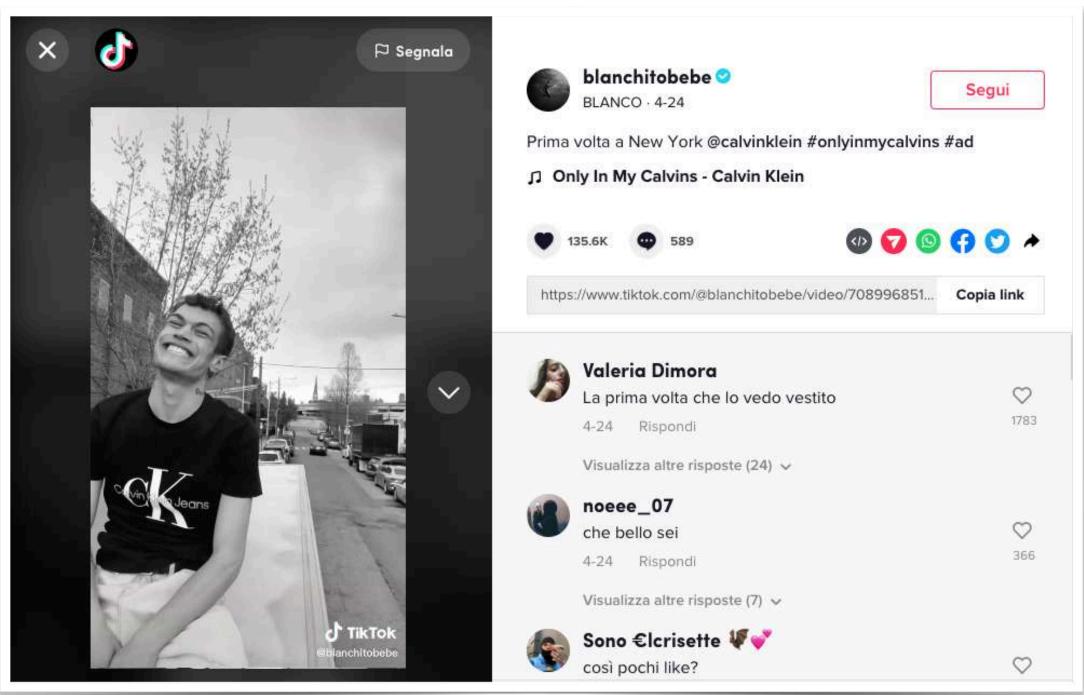
1.1K Commenti, 132.2K Mi Piace, 4.1K Condivisioni,

869.3K Visualizzazioni, 2.4M Follower del profilo

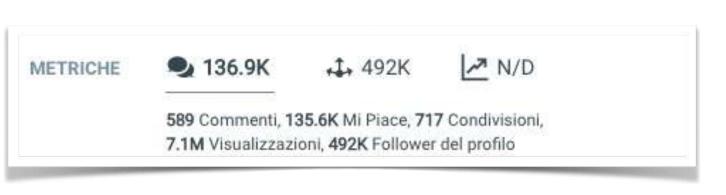
137.4K

METRICHE

N/D

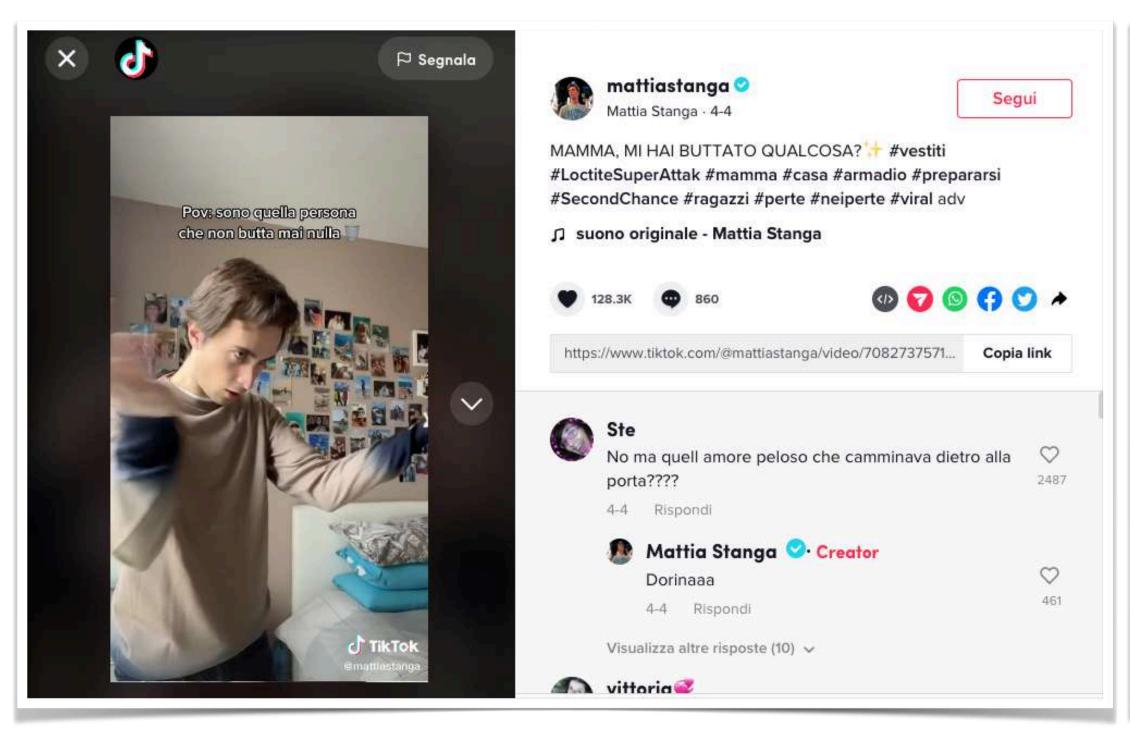


Talkwalker



Fonte: Talkwalker

I video Sponsored più performanti





METRICHE 131.3K 2.3M N/D

857 Commenti, 127.7K Mi Piace, 2.8K Condivisioni, 798.9K Visualizzazioni, 2.3M Follower del profilo

METRICHE 93.7K 1.9M N/D

165 Commenti, 93.4K Mi Piace, 132 Condivisioni,
11M Visualizzazioni, 1.9M Follower del profilo

Continuano ad aumentare i contenuti collabs su TikTok, seppur restando limitati in senso assoluto. Rilevanti invece, come sempre, la capacità di generare interazioni e view del canale, confermandosi di assoluto interesse lato IM.



Si confermano limitate le attivazioni dei brand su TikTok lato creator **(99 video)**, seppur comunque in leggera crescita.

Aumentano invece le interazioni generate che vanno oltre gli 8 milioni, assolutamente rilevanti se paragonate ad altri canali solitamente utilizzati in ambito IM.



Fashion (Calvin Klein, Pinko e Tommy Hilfiger) e **food** (Mc Donald's, Gin Engine, Parmalat) sono tra i settori più presenti.

Mattia Stanga e Alessia Lanza si confermano tra i creator di maggior impatto.



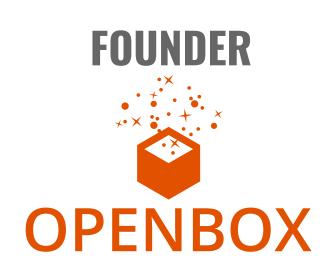
Chi siamo

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





PARTNER

FEEL.













PARTNER ISTITUZIONALI





PARTNER TECNOLOGICI



















ASSOCIATI









































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)"