



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK LUGLIO 2022

POWERED BY  **Talkwalker**

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 Luglio 2022?**



Luglio

I video nati da collaborazione brand/influencer

111

-0,9%

Numero video

2.7M

+14,8%

Interazioni generate

267.9M

+19%

View

Luglio

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#informatisutiktok #sagapogioielli
#ADV #nofiltertour #tuttoquellochetimuoove #duetto
#fazieditore #viral #saldighd
#neiperte #perte #paperwallstok #adv
#airup #mamma
#PandoraMERockInRoma #gillettevenus #summerlove
#ragazzi #thinknewdrinknew #ilregionaleditrenitalia #booktok
#dilloconilcuore #trenitaliabeat



Luglio

Brand menzionati nei video Sponsored

Pandora (console)
Esselunga
Corretto (gelato)

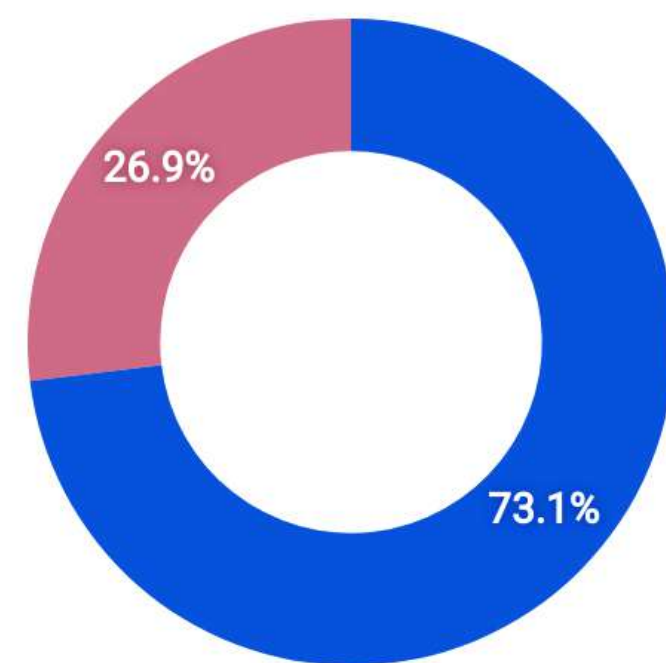
Algida
Garnier (azienda)
Collabora
Barilla
Locker
Primark
Perfetti Van Melle
Maybelline
Xiaomi



Luglio

TikTok Analisi Visual

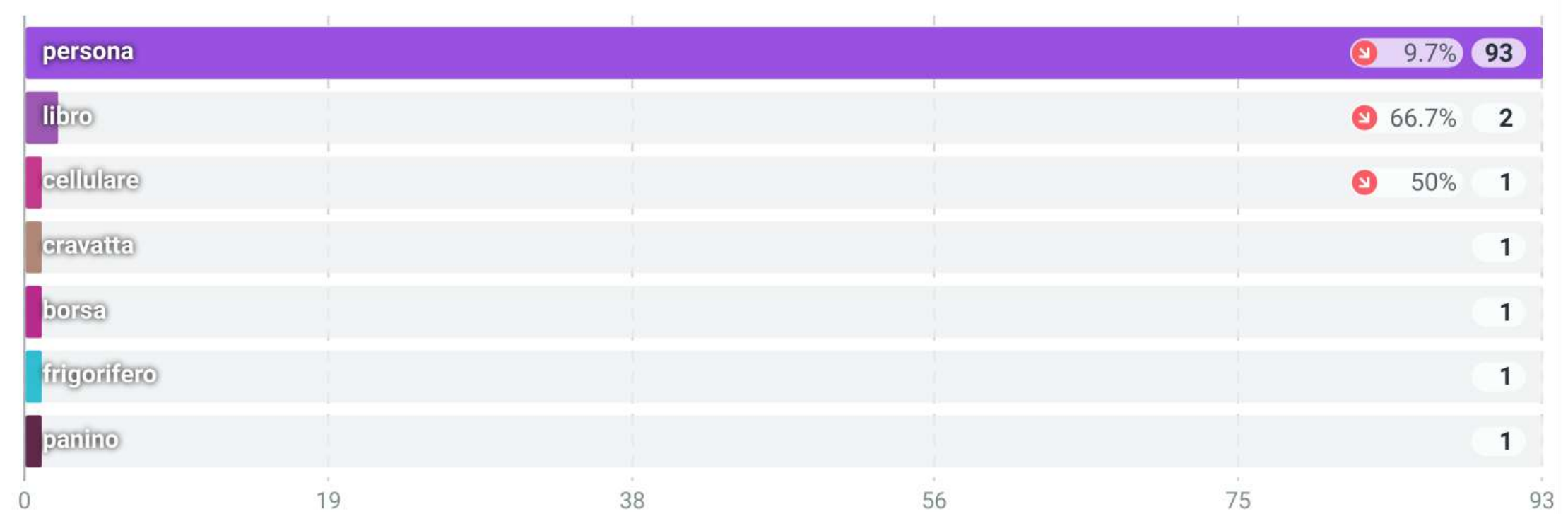
SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



42% Interno Esterno

TOP OGGETTI

100 Risultati



Luglio

Top creator per attività Sponsored

INFLUENCER DI RILIEVO

Influencer	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
Glenda Resta	9 ↑800%		17.1M ↑850%	1.9M ↑5.6%	159.8K ↑638%	17.8K ↓-18%
Chiara Verzella	6 ↑200%		10.2M ↑200%	1.7M	263.6K ↑2.2K%	43.9K ↑654.9%
asiabusciantellaa	4		5M	1.3M	53.2K	13.3K
La timida libreria del riccio	4 ↑33.3%		130.8K ↑53.9%	32.7K ↑15.4%	28.6K ↑7.5%	7.2K ↓-19.4%
VDnews	4 ↓-33.3%		975.5K ↓-29.5%	243.9K ↑5.8%	4.1K ↓-92%	1K ↓-88%
Valentina Ghetti	3 ↓-50%		281.9K ↓-48.2%	94K ↑3.6%	9.6K ↓-69.9%	3.2K ↓-39.7%
Daniele Cabras	3 ↑200%		9.3M ↑220.7%	3.1M ↑6.9%	392.4K ↑227.9%	130.8K ↑9.3%
Er.gennaro	3 ↑200%		18.8M ↑218.6%	6.3M ↑6.2%	26.3K ↑31.6%	8.8K ↓-56.1%
labibliotecadiDaphne	3 ↓-25%		603.7K ↓-23.7%	201.2K ↑1.7%	21.7K ↓-16.4%	7.2K ↑11.5%
Levv.	3		601.4K ↑3.6%	200.5K ↑3.6%	11.7K ↓-28%	3.9K ↓-28%



Luglio

I video Sponsored più performanti

QUANDO UN BRUFOLO TI ROVINA I PIANI

300K
2022
5731

TikTok
@danythegaggio

Anna ti perdono lo stesso 😭 @newtopexan #newtopexan #topexan #skincareroutine #adv
Partnership retribuita

METRICHE

309K

3.1M

N/D

2K Commenti, 301.2K Mi Piace, 5.8K Condivisioni,
2.6M Visualizzazioni, 3.1M Follower del profilo

Maschera Hair food al burro di cacao 3in1

189.7K
2012
3380

TikTok
@samuelebartoletti5

Usate le maschere per capelli? 🌟 #Hairfood #Garnier #hairtok #hairfoodisgood #haircare #ad
Partnership retribuita
suono originale - Samuele Bartoletti

METRICHE

195K

126.4K

N/D

2K Commenti, 189.6K Mi Piace, 3.4K Condivisioni,
7.6M Visualizzazioni, 126.4K Follower del profilo



Luglio

I video Sponsored più performanti

Pov: sono mio papà quando volevo prendere un cane 🐶

172K
1028
7072

TikTok
@mattastanga

POSSIAMO PRENDERLO? 🐶 #papa #cani #cuccioli #casa #animali #petstories #petstore #famiglia #mamma #ragazzi #perte #neiperte #viral #adv @Arcplanet

METRICHE

179K

2.6M

N/D

1K Commenti, 171K Mi Piace, 7K Condivisioni,
1.4M Visualizzazioni, 2.6M Follower del profilo

Pov: sono mia mamma quando ci sono ospiti a cena

155.3K
267
1327

TikTok
@mattastanga

NON IN PIGIAMA 🍷 #mamma #cucina #cena #casa #figli #mangiare #estate #famiglia #lavoro #ragazzi #perte #neiperte #viral #Candy #SnapAndDo #SimplifyYourDay #adv@candy_italia

*partnership retribuita

METRICHE

156.9K

2.6M

N/D

267 Commenti, 155.3K Mi Piace, 1.3K Condivisioni,
1.1M Visualizzazioni, 2.6M Follower del profilo



Luglio

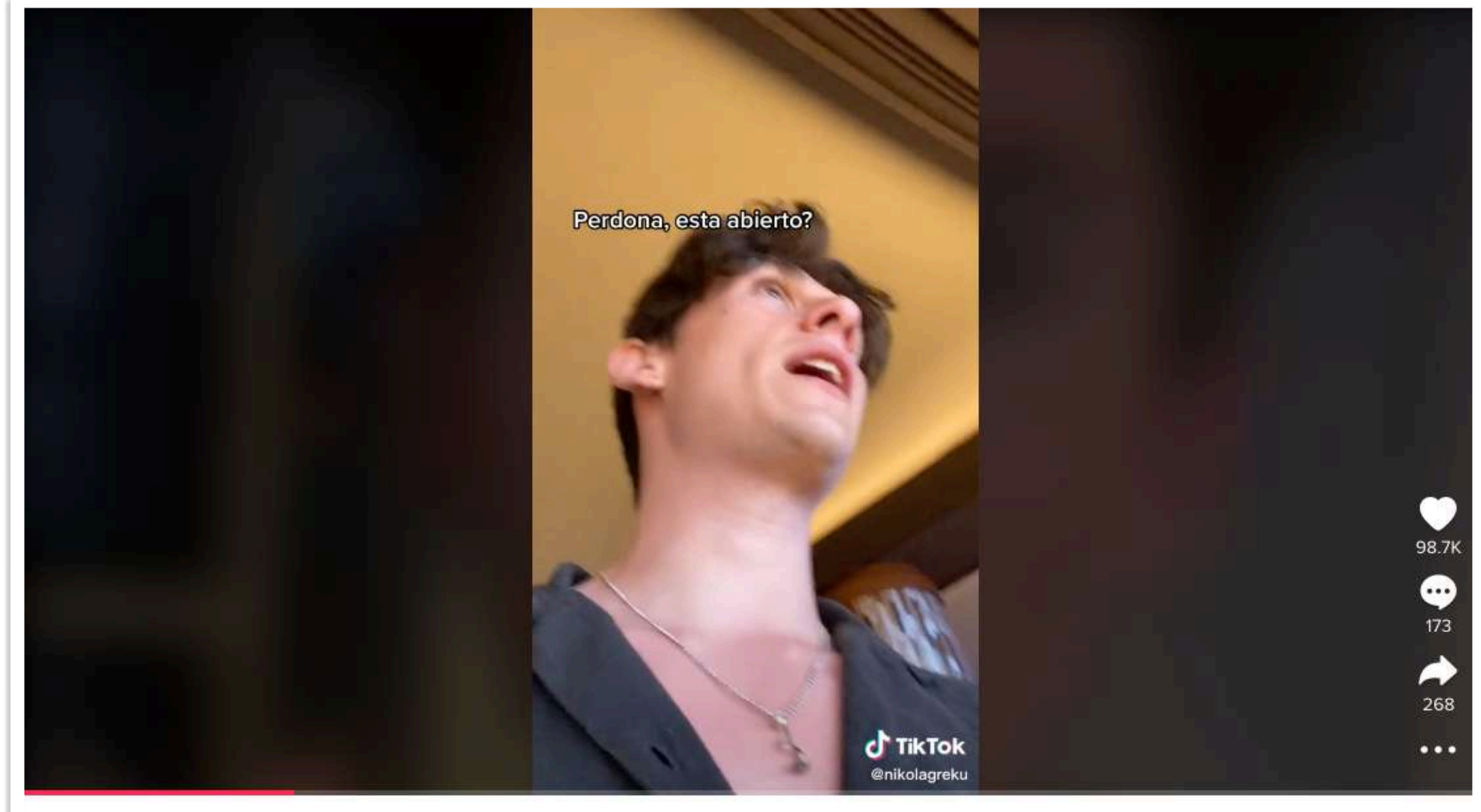
I video Sponsored più performanti



Ogni volta che apro un pacchetto di air action vigorsol finisce sempre così! Provateci anche voi! 🥰🥰🥰❤️ #AirActionVigorsol #adv
Partnership retribuita

METRICHE

🗨️ 111.6K	👤 1.7M	📈 N/D
427 Commenti, 110.9K Mi Piace, 249 Condivisioni, 4.1M Visualizzazioni, 1.7M Follower del profilo		



Spero non mi abbiano preso per pazzo, ma lo staff di @msccruisesofficial è top! #MSCTEENS#CABIN12006#CABIN12006#adv
Partnership retribuita

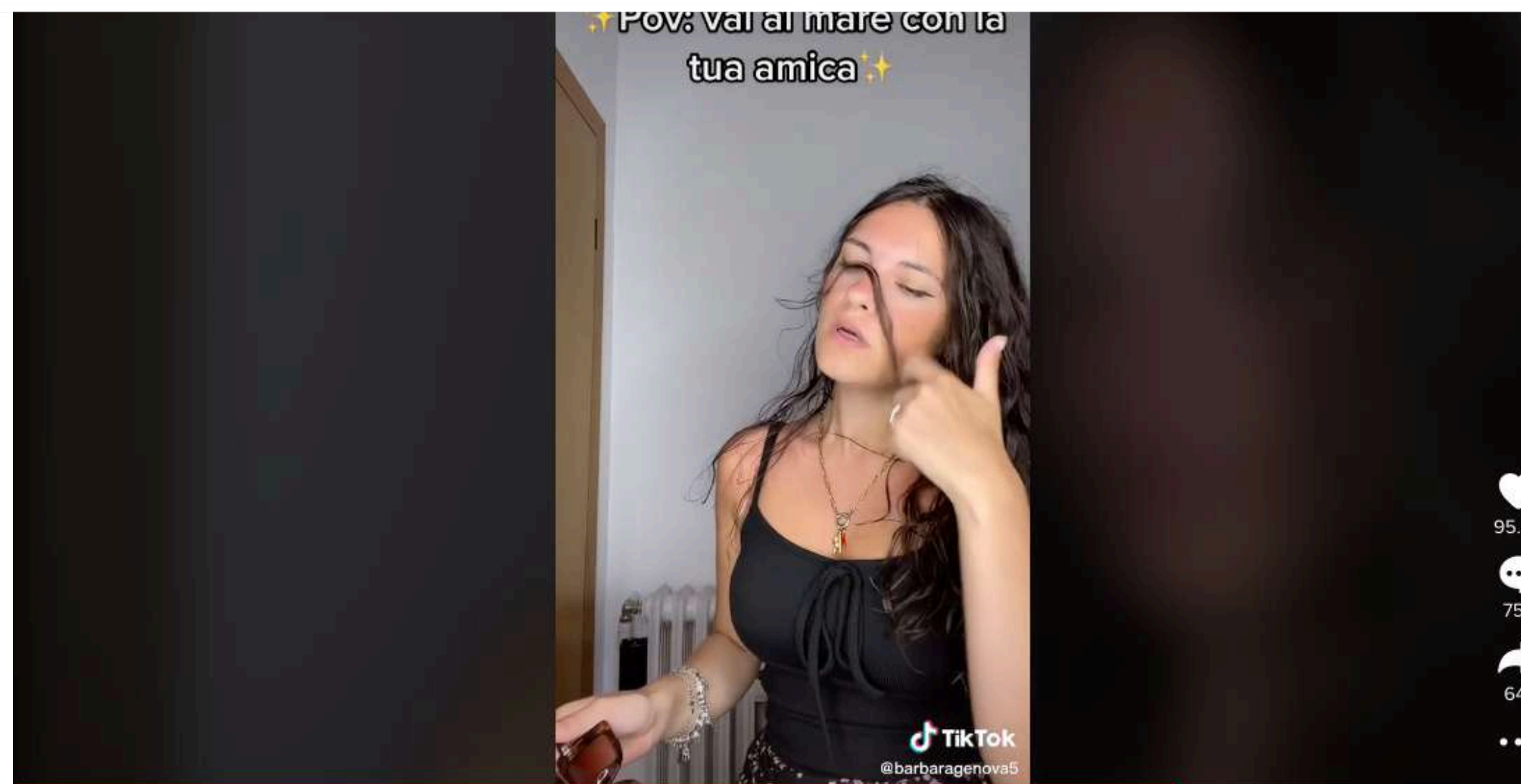
METRICHE

🗨️ 99K	👤 836.8K	📈 N/D
173 Commenti, 98.6K Mi Piace, 268 Condivisioni, 569.1K Visualizzazioni, 836.8K Follower del profilo		



Luglio

I video Sponsored più performanti



E voi avete amiche così? #hawaiianwayoflife #hawaiiantropic #comealive @Hawaiian Tropic #adv

Partnership retribuita

🎵 Monkeys Spinning Monkeys - Kevin MacLeod & Kevin The Monkey

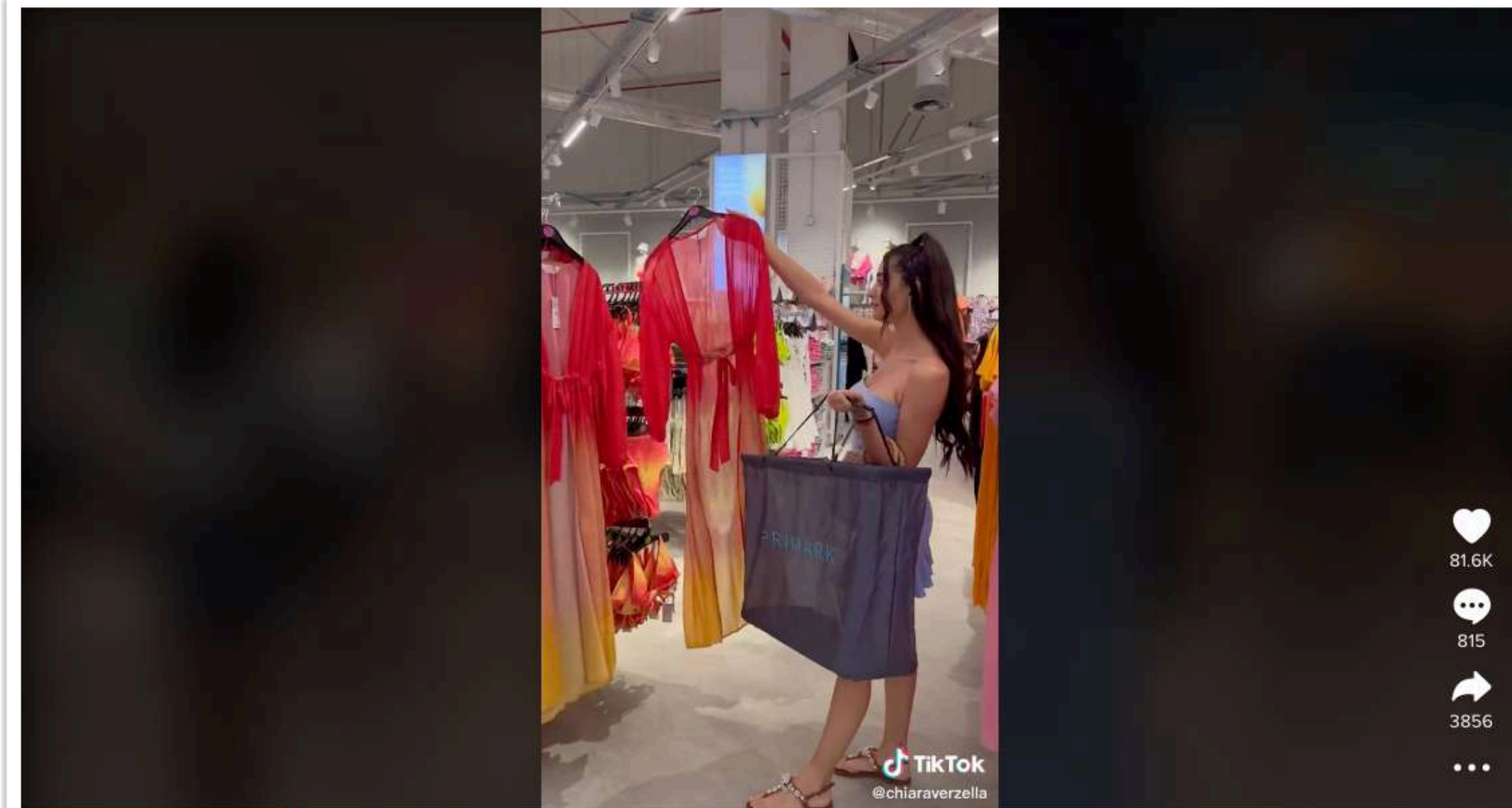
METRICHE

🗨️ 96.7K

👤 592.3K

📈 N/D

757 Commenti, 95.3K Mi Piace, 641 Condivisioni,
586.3K Visualizzazioni, 592.3K Follower del profilo



IL NUOVO STORE DI PRIMARK IN ABRUZZO 🥰 @Primark #primark #iworkwithprimark #adv

Partnership retribuita

🎵 suono originale - Chiara Verzella

METRICHE

🗨️ 86.3K

👤 1.7M

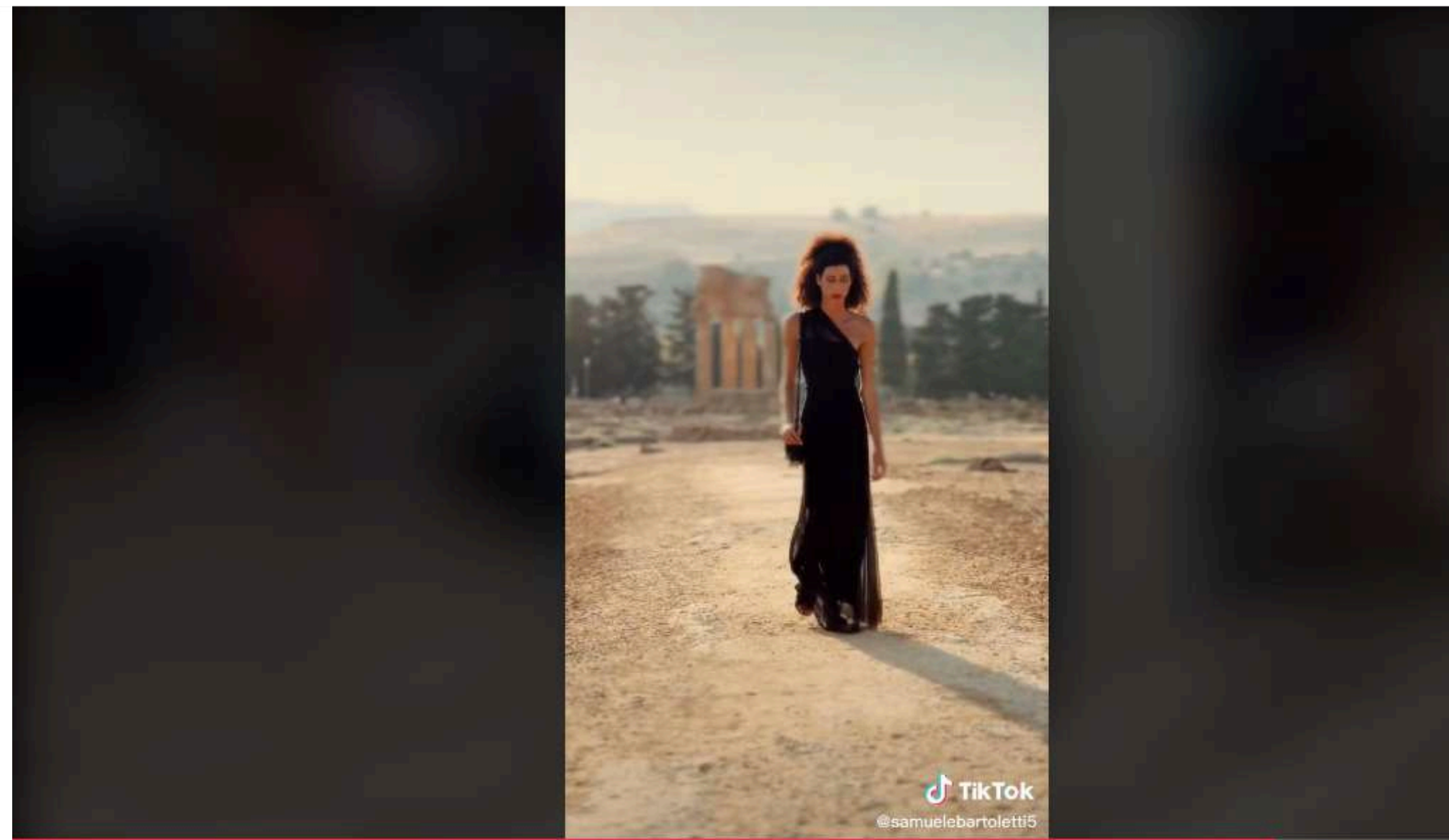
📈 N/D

815 Commenti, 81.6K Mi Piace, 3.9K Condivisioni,
730.6K Visualizzazioni, 1.7M Follower del profilo



Luglio

I video Sponsored più performanti



La mia vacanza in Sicilia con i rossetti MAC 📍@maccosmetics #MACPowderKiss #adv #MACCosmeticsItalia
Partnership retribuita

METRICHE

78.3K

134.7K

N/D

1.2K Commenti, 76.2K Mi Piace, 860 Condivisioni,
1.9M Visualizzazioni, 134.7K Follower del profilo



Ma vogliamo parlare delle facce pazze di Lui? 😂 #mirabilandia #visitromagna #inemiliaromagna #adv @mirabilandia_ufficiale
Partnership retribuita

METRICHE

73.5K

2.6M

N/D

861 Commenti, 71.6K Mi Piace, 1.1K Condivisioni,
699.9K Visualizzazioni, 2.6M Follower del profilo



Luglio resta stabile in termini di contenuti collabs creati. Aumentano però, in modo significativo, le interazioni generate (+14,8%) e le view (+19%). Numeri che confermano le performance rilevanti di canale.



Nonostante l'hype e il forte interesse di marketer e brand, le collabs su TikTok restano limitate dal punto di vista numerico (**111 video**). Timori per la gestione di un canale così diverso da un lato o difficoltà di adattarsi a questo particolare stile di contenuti sono sicuramente tra le maggiori issues.

Aumentano però le interazioni generate (2.7M) e le views (267.9M), numeri che raccontano di grandi performance e, di conseguenza, opportunità per i brand.

In evidenza la campagna di **Gillette Venus**, di **Cornetto Algida** e l'apertura del canale di **Esselunga**.






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



PARTNER ISTITUZIONALI



PARTNER TECNOLOGICI



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)”