



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK SETTEMBRE 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 Settembre 2022?**



Settembre

I video nati da collaborazione brand/influencer

135

+104,5%

Numero video

3.4M

+209%

Interazioni generate

240.7M

+132%

View

Settembre

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#onelifeb#booktok #beyou23
#giftedby #HouseoftheDragon #comix2023
#greenscreen #seriousdatingcrazylove #zainiseven
#yucatan #viaggiointrenoperché #zainisj #vgmania
#ad #paperwallstok #shatterme
#wonderfulstories #tuttipazzi per iminions #SHEINforall
#SHEINpartner #SHEINback2school #zainiinvicta
#Minions2 #imparacontiktok #adv



Settembre

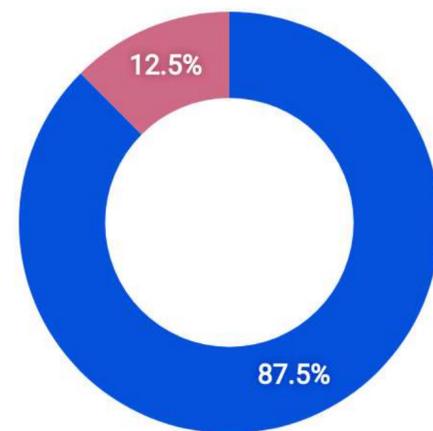
Brand menzionati nei video Sponsored



Settembre

TikTok Analisi Visual

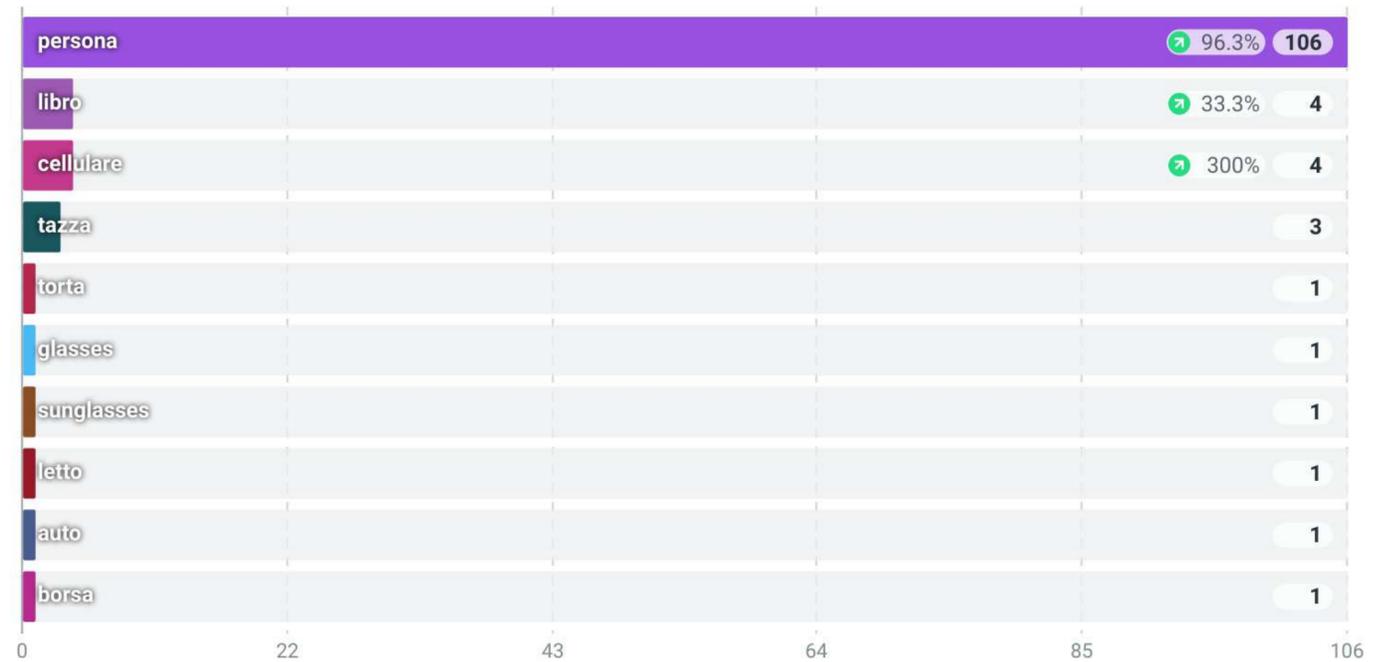
SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



84% Interno 67% Esterno

TOP OGGETTI

123 Risultati



Settembre

Top creator per attività Sponsored

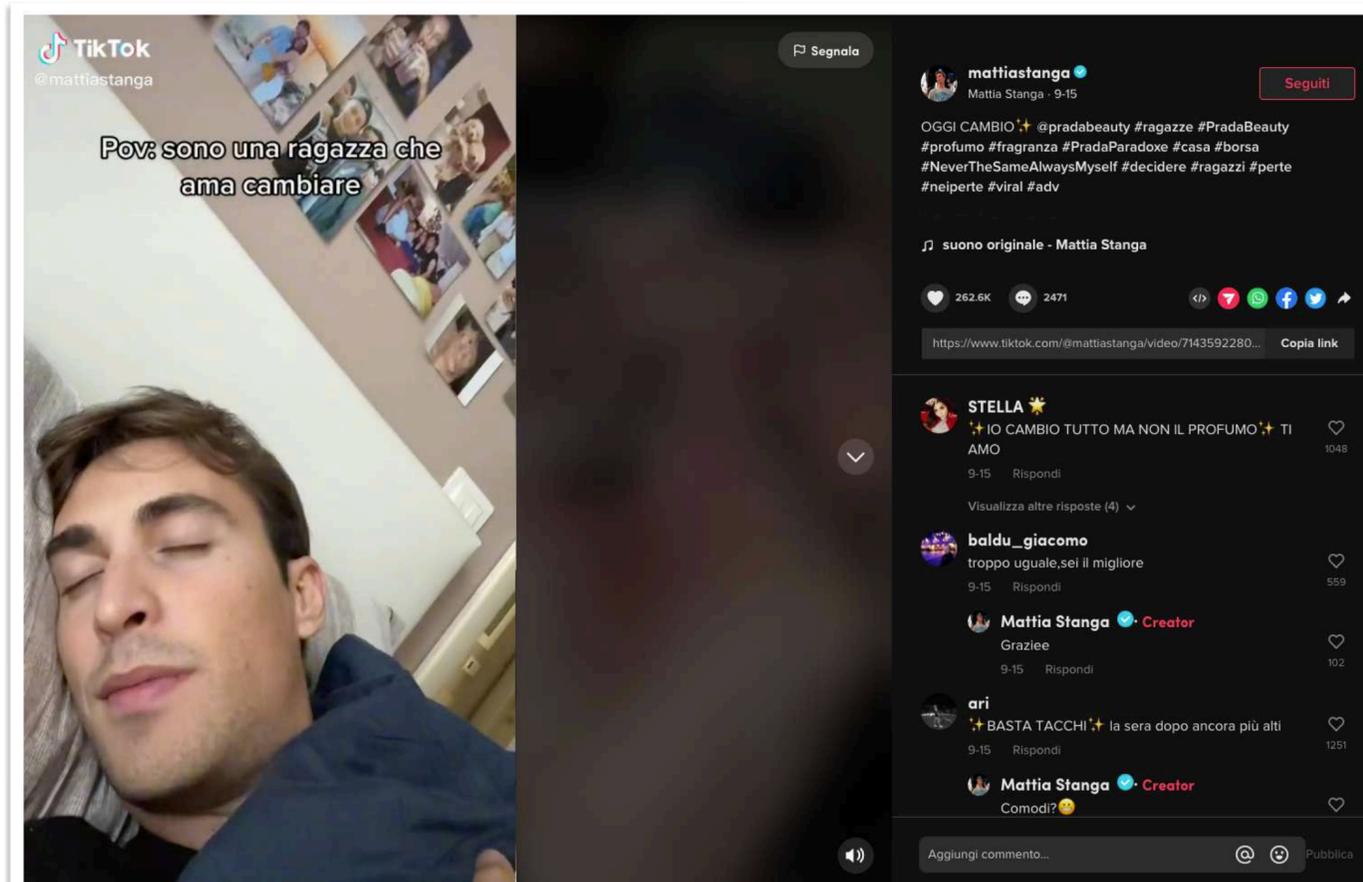
INFLUENCER DI RILIEVO

Influencer	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 chefincamicia tiktok.com	11 ↑1K%		11M ↑1K%	1M	24.5K ↑764.4%	2.2K ↓-21.4%
 Kiro Ebra tiktok.com	6 ↑500%		14.4M ↑526.1%	2.4M ↑4.3%	319.2K ↑773.4%	53.2K ↑45.6%
 Levv. tiktok.com	6 ↑20%		1.3M ↑23.8%	213.6K ↑3.2%	68.3K ↑110.9%	11.4K ↑75.8%
 Alessia Lanza tiktok.com	5		18.5M	3.7M	321.5K	64.3K
 Mattia Stanga tiktok.com	5		13.8M	2.8M	751.1K	150.2K
 Chiara Verzella tiktok.com	4 ↑300%		6.8M ↑300%	1.7M	121.8K ↑643.5%	30.4K ↑85.9%
 folz.a tiktok.com	4		4.8M	1.2M	197.7K	49.4K
 AURORA CELLI tiktok.com	3 ↑50%		7.5M ↑50%	2.5M	61.9K ↑60.7%	20.6K ↑7.1%
 labibliotecadiDaphne tiktok.com	3		659.6K ↑2.9%	219.9K ↑2.9%	22.4K ↓-54.9%	7.5K ↓-54.9%
 Martina Socrate tiktok.com	3		4.2M	1.4M	42K	14K



Settembre

I video Sponsored più performanti



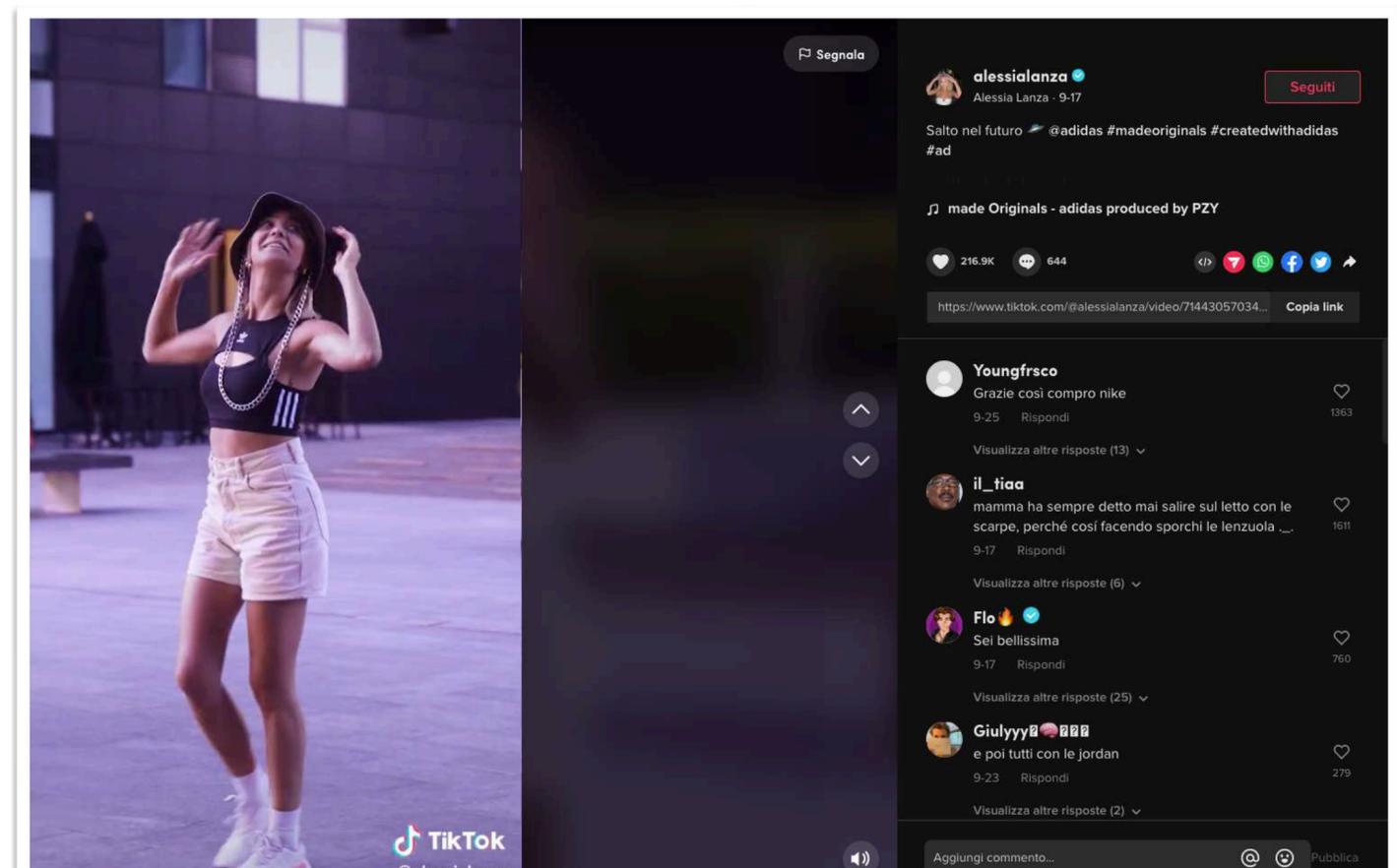
METRICHE

268.1K

2.7M

N/D

2.5K Commenti, 259.9K Mi Piace, 5.7K Condivisioni,
6.6M Visualizzazioni, 2.7M Follower del profilo



METRICHE

217.3K

3.7M

N/D

646 Commenti, 216.2K Mi Piace, 502 Condivisioni,
19.1M Visualizzazioni, 3.7M Follower del profilo



Settembre

I video Sponsored più performanti



METRICHE

168K

2.8M

N/D

571 Commenti, 162.9K Mi Piace, 4.5K Condivisioni,
1.4M Visualizzazioni, 2.8M Follower del profilo



METRICHE

156.2K

2.7M

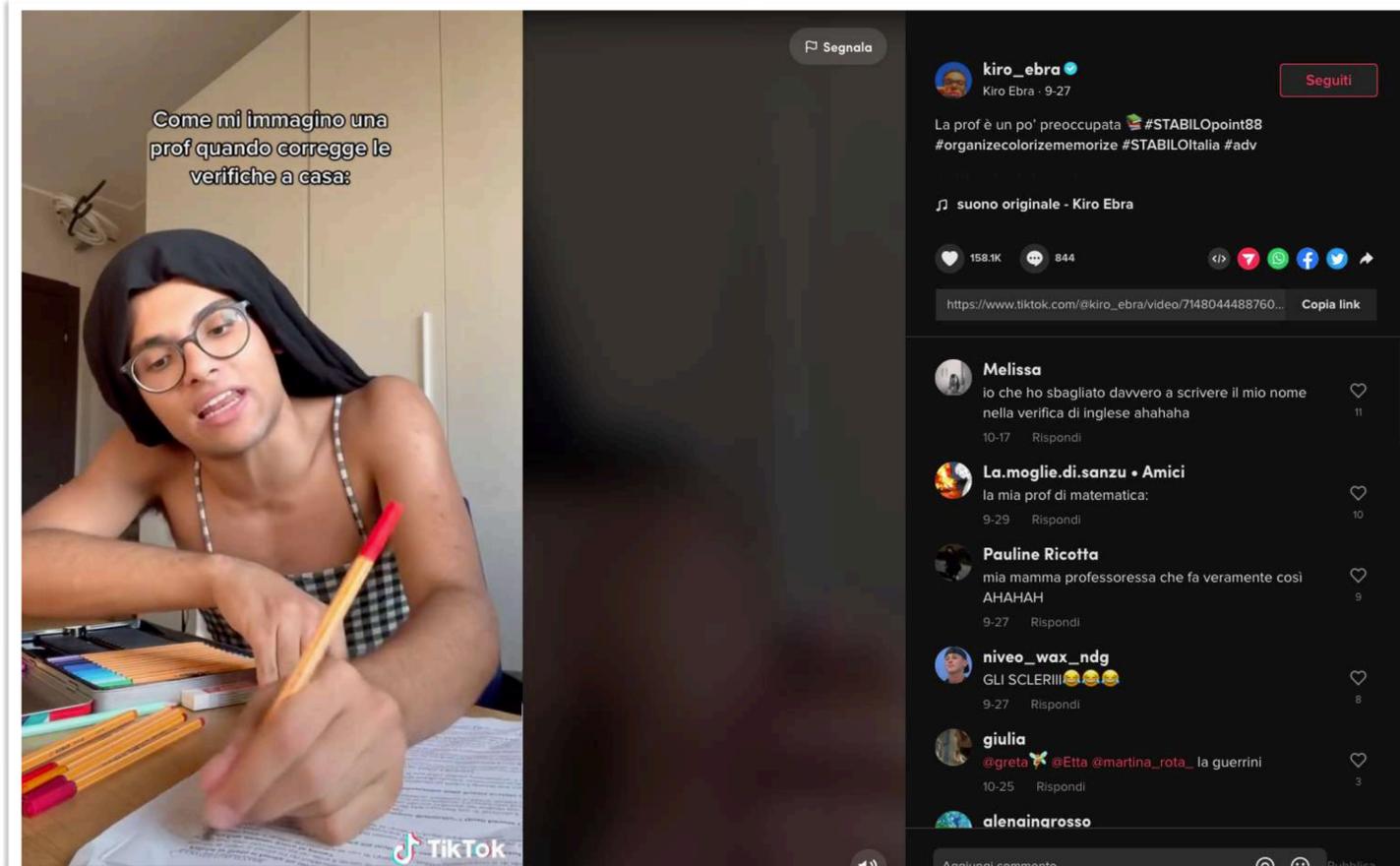
N/D

551 Commenti, 154.2K Mi Piace, 1.4K Condivisioni,
9.1M Visualizzazioni, 2.7M Follower del profilo



Settembre

I video Sponsored più performanti



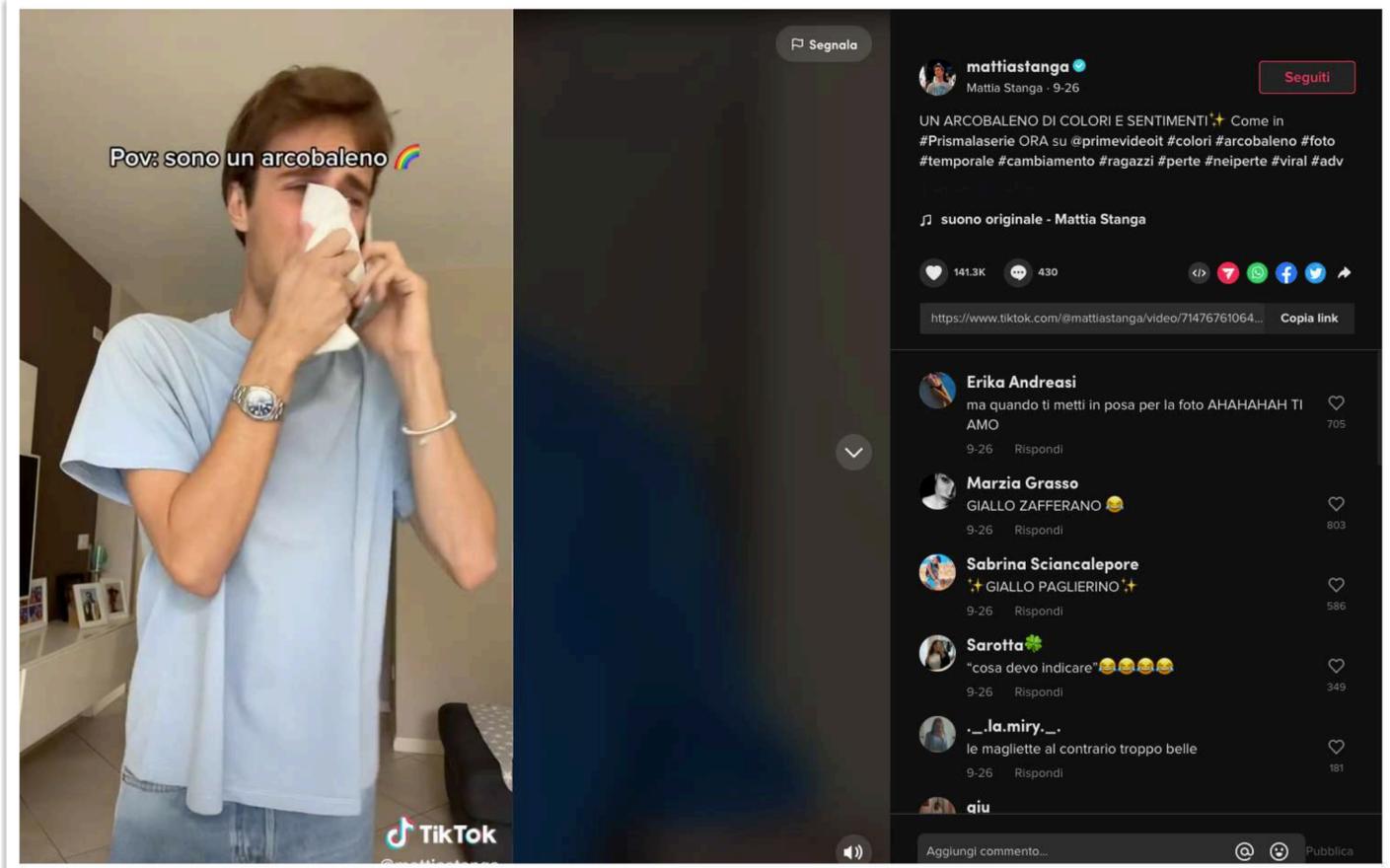
METRICHE

154.8K

2.4M

N/D

809 Commenti, 152.3K Mi Piace, 1.7K Condivisioni,
1.1M Visualizzazioni, 2.4M Follower del profilo



METRICHE

136.5K

2.8M

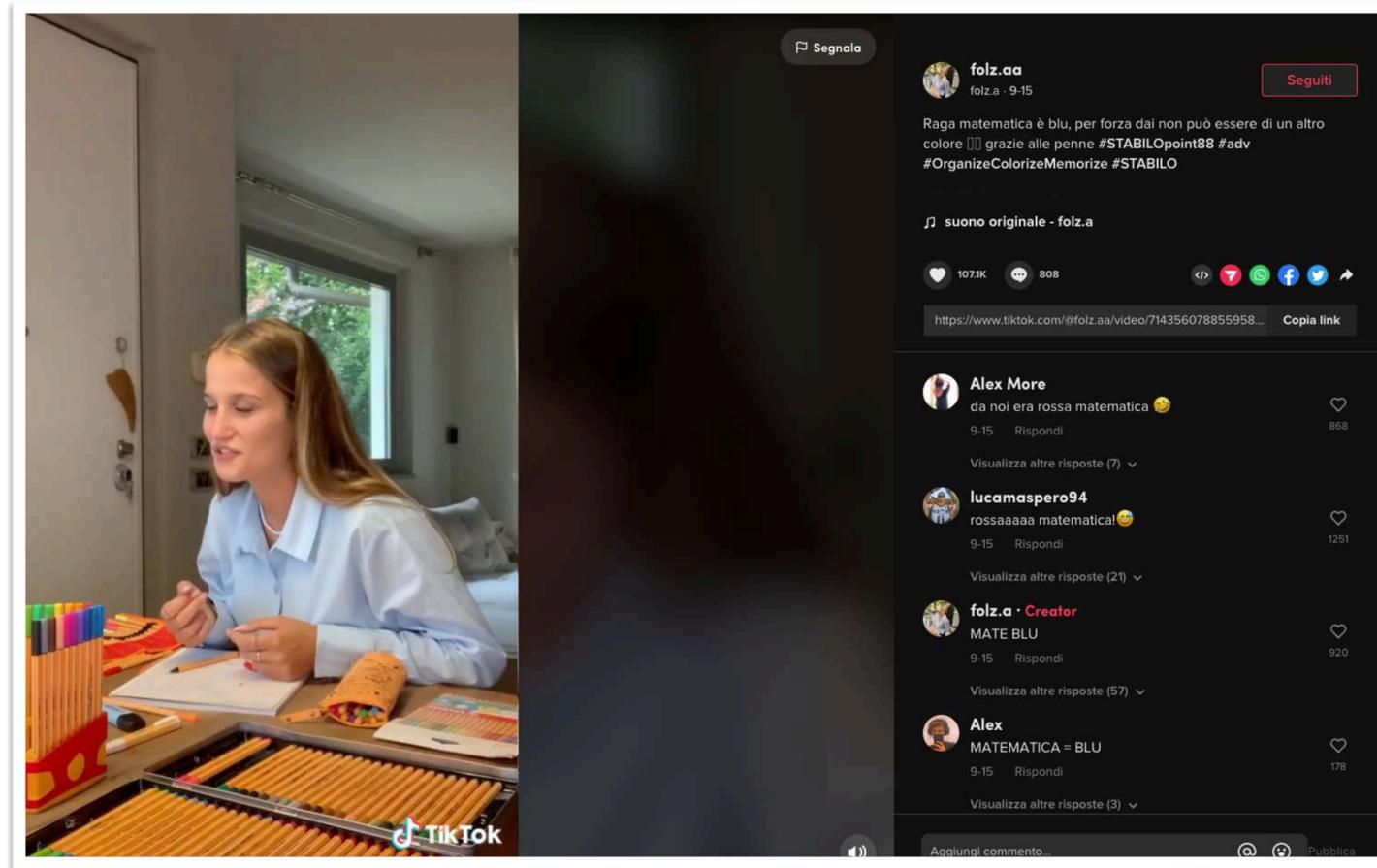
N/D

417 Commenti, 134K Mi Piace, 2.1K Condivisioni,
922.3K Visualizzazioni, 2.8M Follower del profilo



Settembre

I video Sponsored più performanti



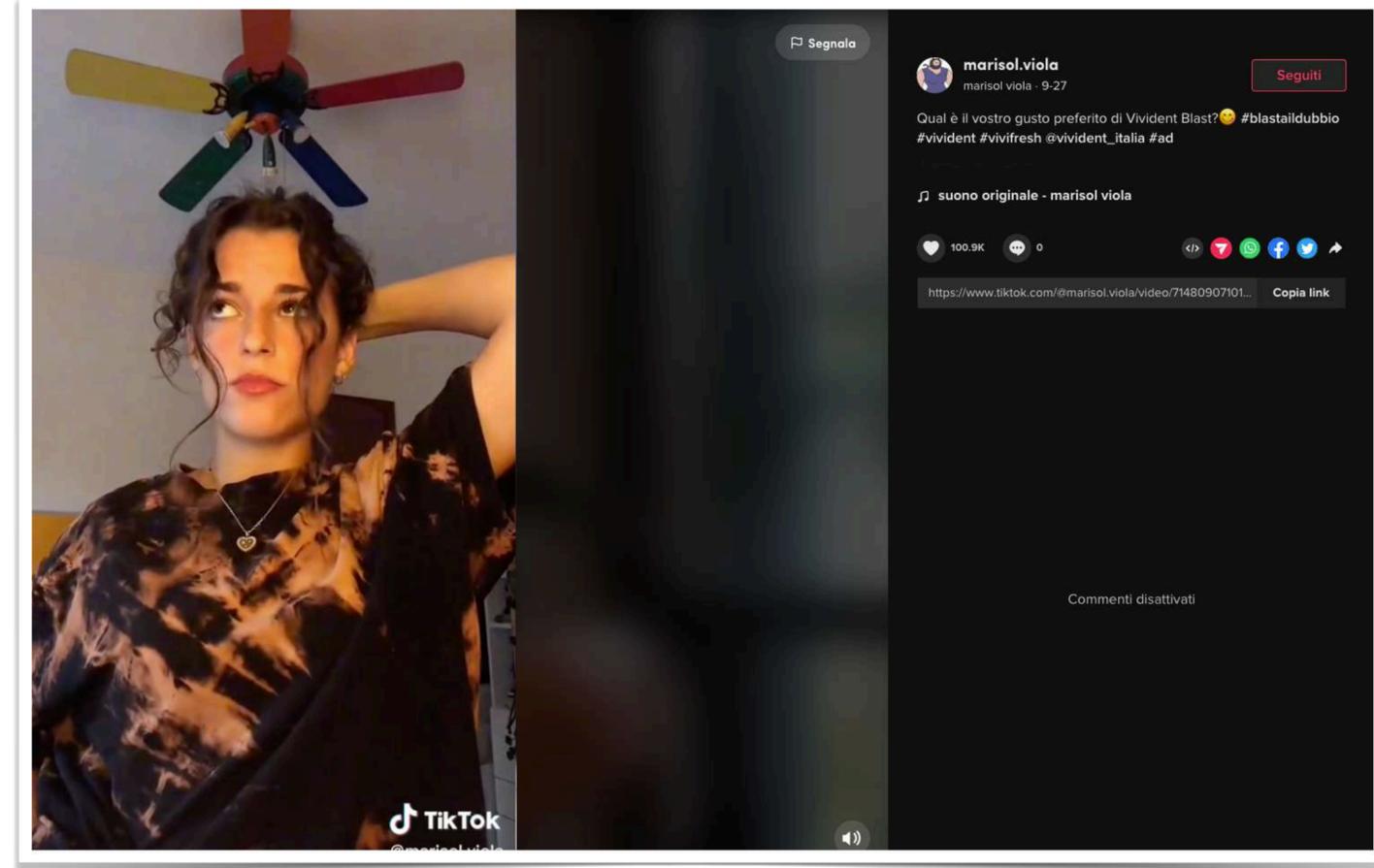
METRICHE

103.3K

1.2M

N/D

773 Commenti, 101.9K Mi Piace, 630 Condivisioni,
856.6K Visualizzazioni, 1.2M Follower del profilo



METRICHE

100.3K

1.4M

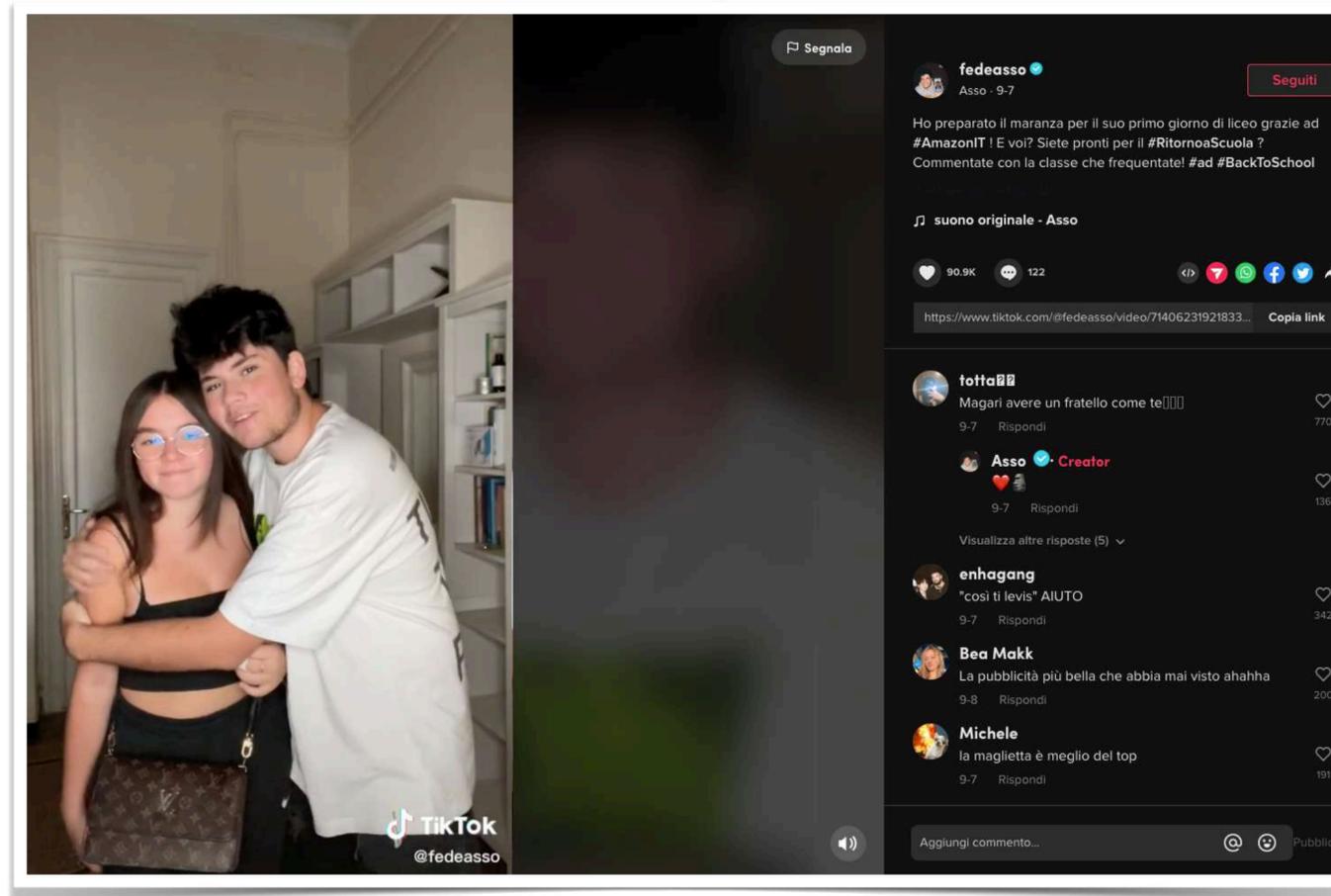
N/D

100.2K Mi Piace, 102 Condivisioni, 7.9M Visualizzazioni,
1.4M Follower del profilo



Settembre

I video Sponsored più performanti



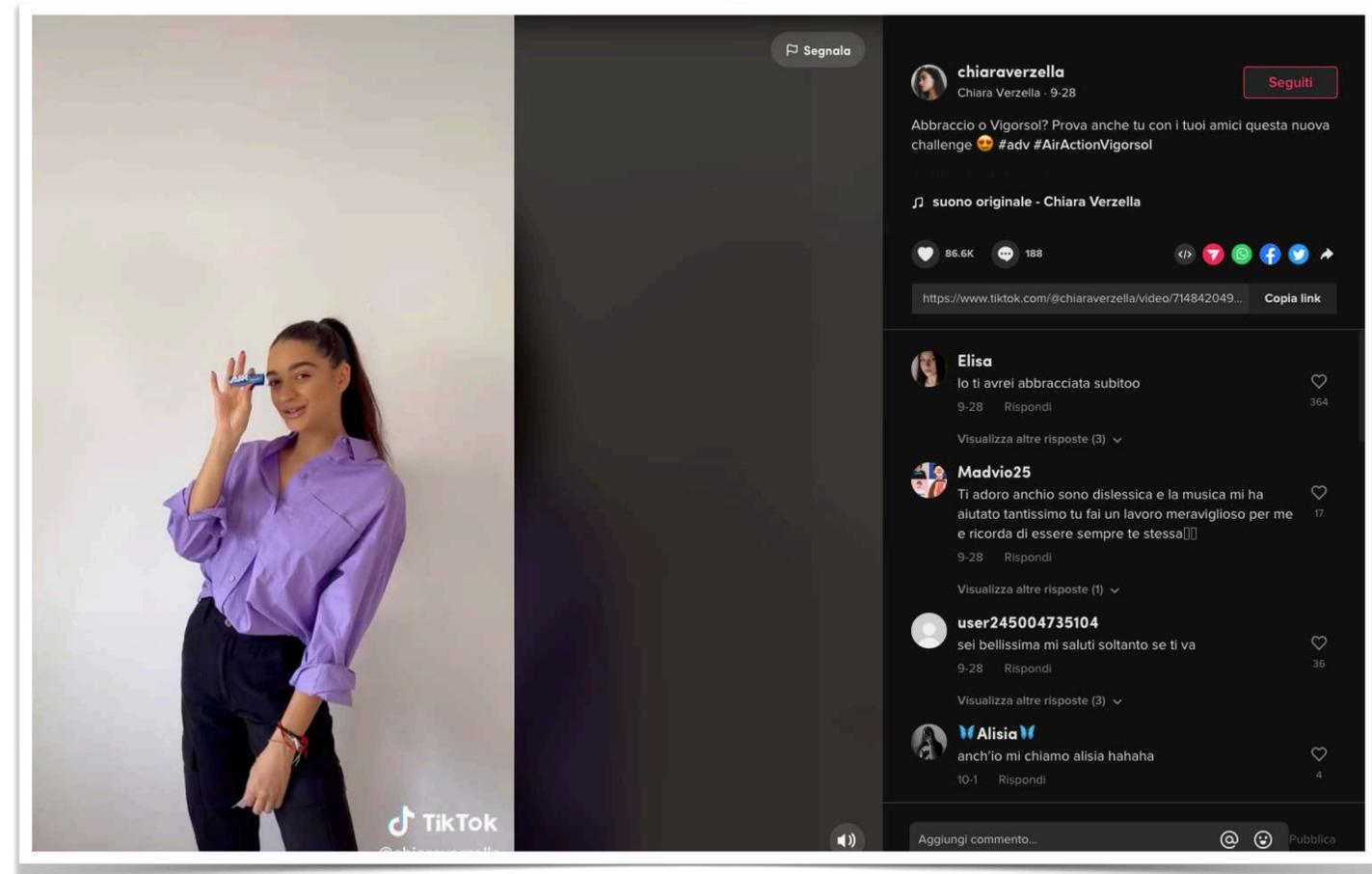
METRICHE

88.4K

2.1M

N/D

122 Commenti, 88.2K Mi Piace, 111 Condivisioni,
563.5K Visualizzazioni, 2.1M Follower del profilo



METRICHE

86.6K

1.7M

N/D

188 Commenti, 86.3K Mi Piace, 152 Condivisioni,
6.7M Visualizzazioni, 1.7M Follower del profilo



Come in altri canali, anche su TikTok, le attività di collaborazione brand-creator tornano crescere. Un aumento sì dei contenuti prodotti, ma soprattutto delle performance connesse.



I video nati da **collaborazione tra brand e creator toccano quota 135 a Settembre.**

Numero limitatissimo se paragonato alle altre piattaforme (Instagram e YouTube), ma comunque in salita.

Come al solito da segnalare però le performance di questi contenuti, estremamente di valore: **sono oltre 3.4 milioni le interazioni prodotte e ben 240 milioni le views.**

Tra i brand da segnalare le attivazioni di **Burger King** e quelle di **Garnier.**

Mattia Stanga si conferma il 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



FOUNDER



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)”