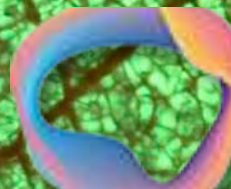




OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI VIDEO SPONSORED TIKTOK FEBBRAIO 2023

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.

A man with a full beard and sunglasses is shown from the chest up. He is wearing a yellow sweater and a dark beanie. He is holding a white smartphone in his right hand and has his left hand raised to his forehead, looking thoughtful. The background is a dark, textured wall with some lighting effects.

**Video sponsored
quale scenario a Gennaio 2023?**



Febbraio

I video nati da collaborazione brand/influencer

157

+53,92%

Numero video

3.2M

+113,33%

Interazioni generate

215M

+97,79%

View

Febbraio

Brand menzionati nei video Sponsored

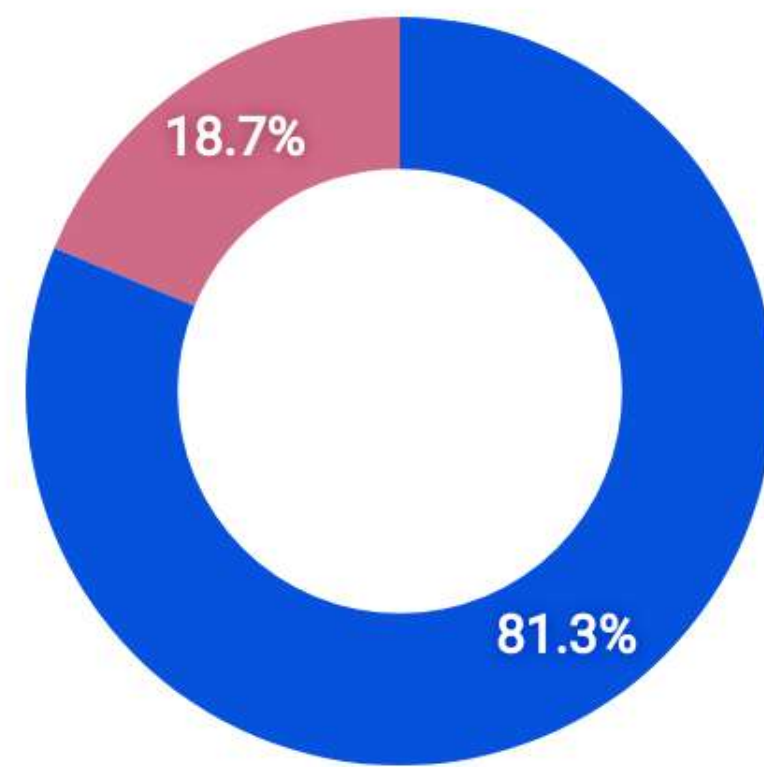
Good Hair Day
The Walt Disney Company Instagram

Pokémon Ranger
H. J. Heinz Company Marvel Comics Labello Marvel Studios Asterix
Avon Products Christian Dior



Febbraio TikTok Analisi Visual

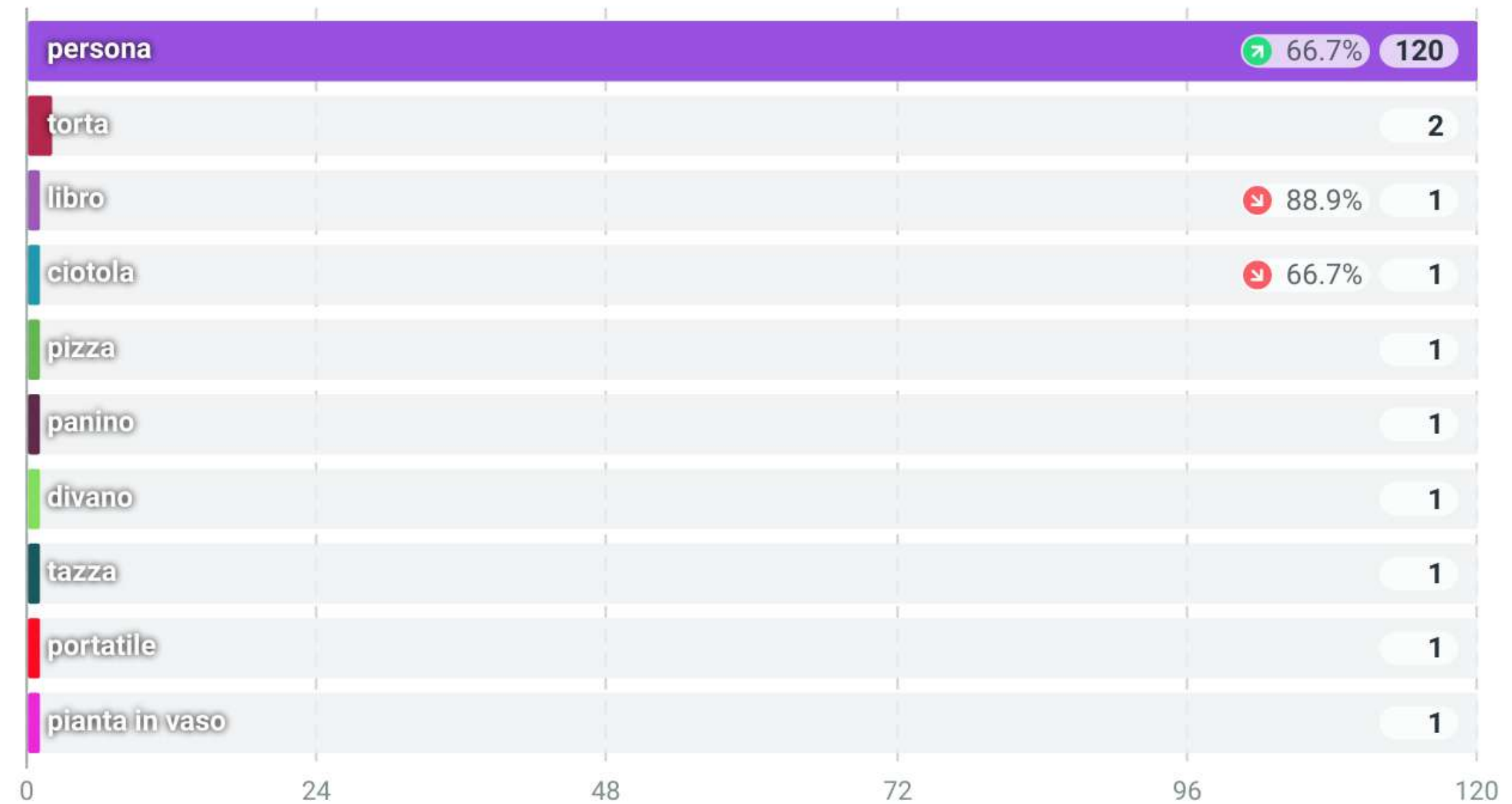
SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



↗ 24% ● Interno ↗ 200% ● Esterno

TOP OGGETTI

130 Risultati



Febbraio

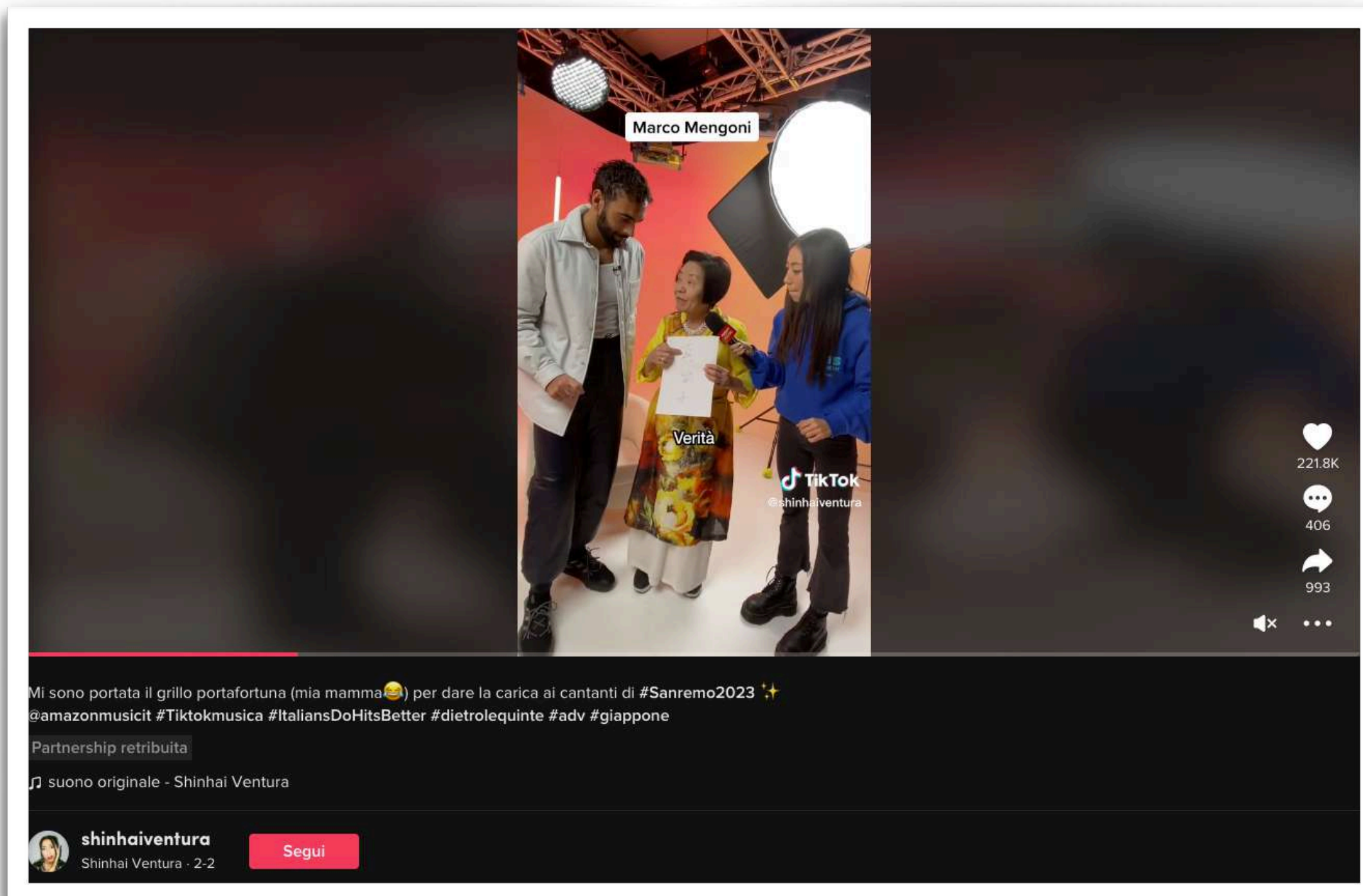
Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post 	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 Federica Scagnetti tiktok.com	6		15M	2.5M	259K	43.2K
 labibliotecadiDaphne tiktok.com	6		2.5M  5.3%	418.6K  5.3%	47.7K  10.6%	7.9K  10.6%
 chefincamicia tiktok.com	5  54.5%		5.7M  52.9%	1.1M  3.6%	7.3K  14.6%	1.5K  152.2%
 Gabriele Vagnato tiktok.com	5		19.5M	3.9M	359.8K	72K
 folz.a tiktok.com	4		5.2M	1.3M	34.5K	8.6K
 Levv. tiktok.com	4		1.3M  4.2%	336.4K  4.2%	21.1K  6.8%	5.3K  6.8%
 Sofia.Fisicaro tiktok.com	4  300%		178.8K  301.8%	44.7K	1.4K  88.7%	339.8  97.2%
 Sara tiktok.com	4		307.9K	77K	5K	1.3K
 Zoe Massenti tiktok.com	4		12M	3M	19K	4.7K
 Francesco Dott Mazzucca tiktok.com	3		898.5K	299.5K	2.5K	843



Febbraio

I video Sponsored più performanti



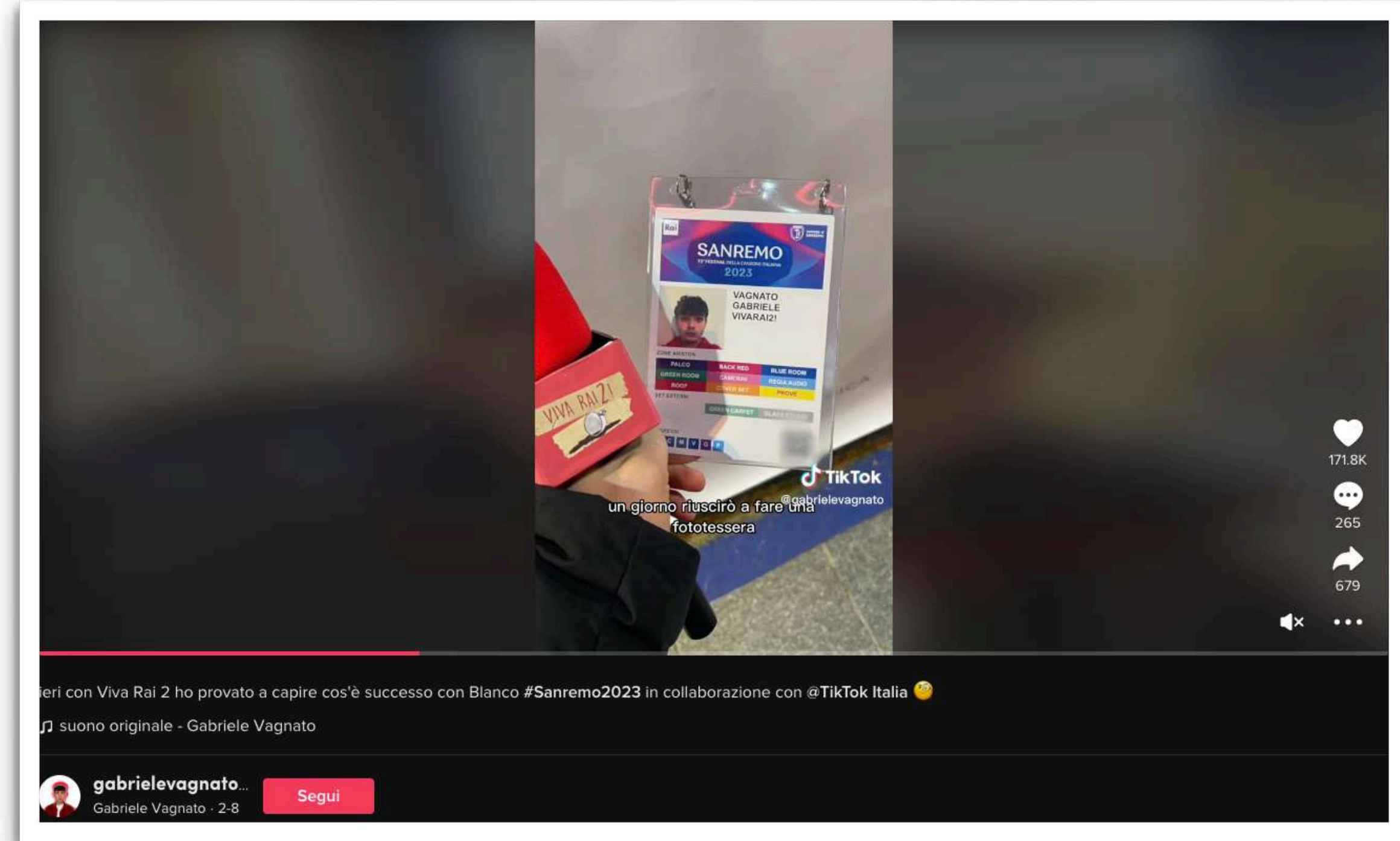
METRICHE

222.6K

691K

N/D

403 Commenti, 221.2K Mi Piace, 989 Condivisioni,
1.5M Visualizzazioni, 691K Follower del profilo



METRICHE

172.6K

3.9M

N/D

265 Commenti, 171.7K Mi Piace, 679 Condivisioni,
1.6M Visualizzazioni, 3.9M Follower del profilo



Febbraio

I video Sponsored più performanti

00:10/00:48

133.2K
421
1824

Sono volata a Londra per il lancio della nuova rivoluzionaria #ghd2style la prima hot air styler 2 in 1 firmata ghd che asciuga e mette in piega i capelli in un solo gesto senza danneggiarli!
Correte a scoprirla nei migliori saloni oppure sul sito di @ghditalia #adv

Partnership retribuita

suono originale - Maryna

marynaofficial
Maryna - 2-3

METRICHE

135.2K

1.9M

N/D

421 Commenti, 133K Mi Piace, 1.8K Condivisioni,
1.2M Visualizzazioni, 1.9M Follower del profilo

Pov : entra in negozio la cliente esigente

120.5K
148
274

Quale dei tre look avreste scelto?
Non avete mai visto #WhiteLotus e #AndJustLikeThat?
Scoprire nuove serie grazie ai miei video. Questo è @NOW 🤩

#adv

Partnership retribuita

suono originale - Maryna

marynaofficial
Maryna - 1s fa

METRICHE

117.4K

1.9M

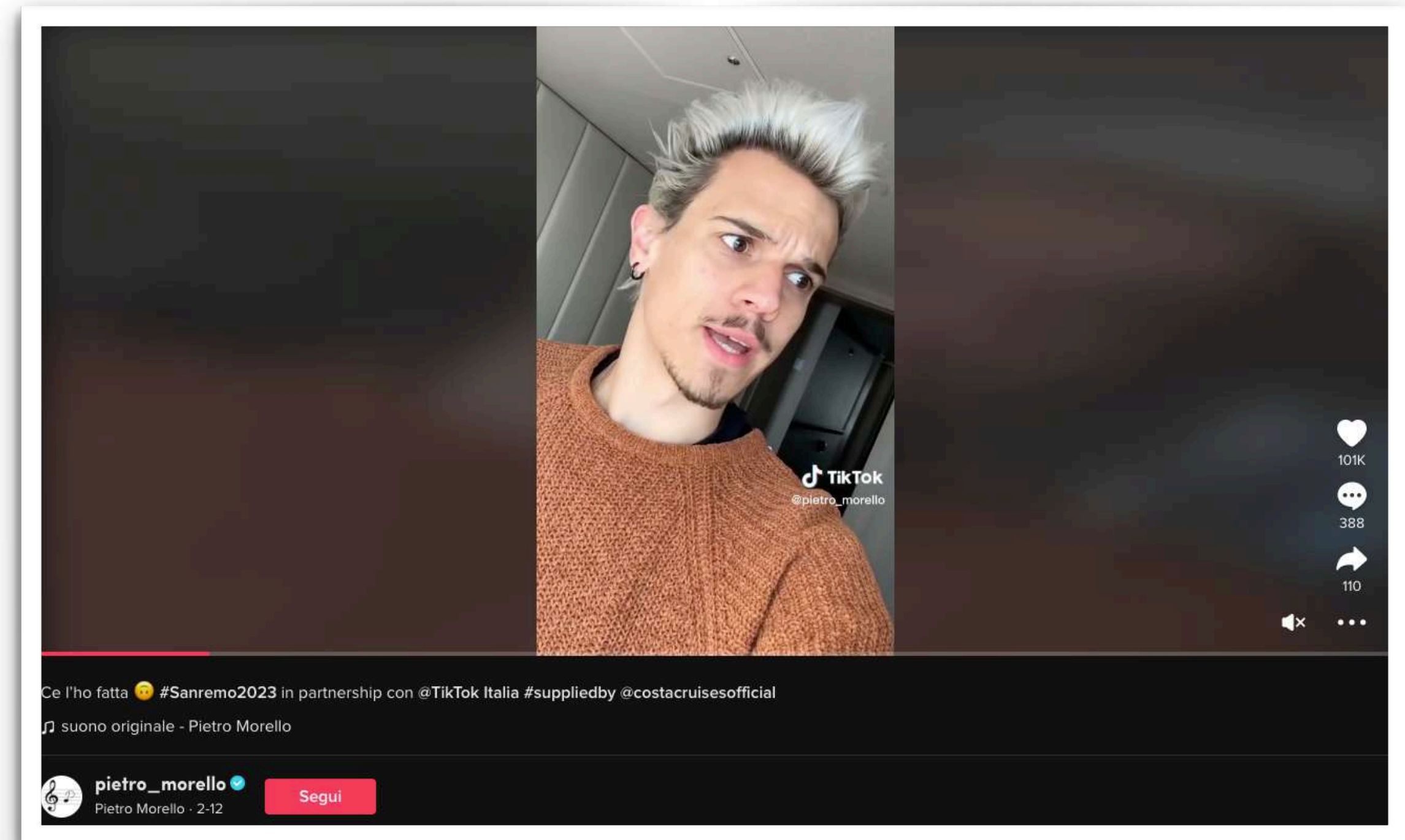
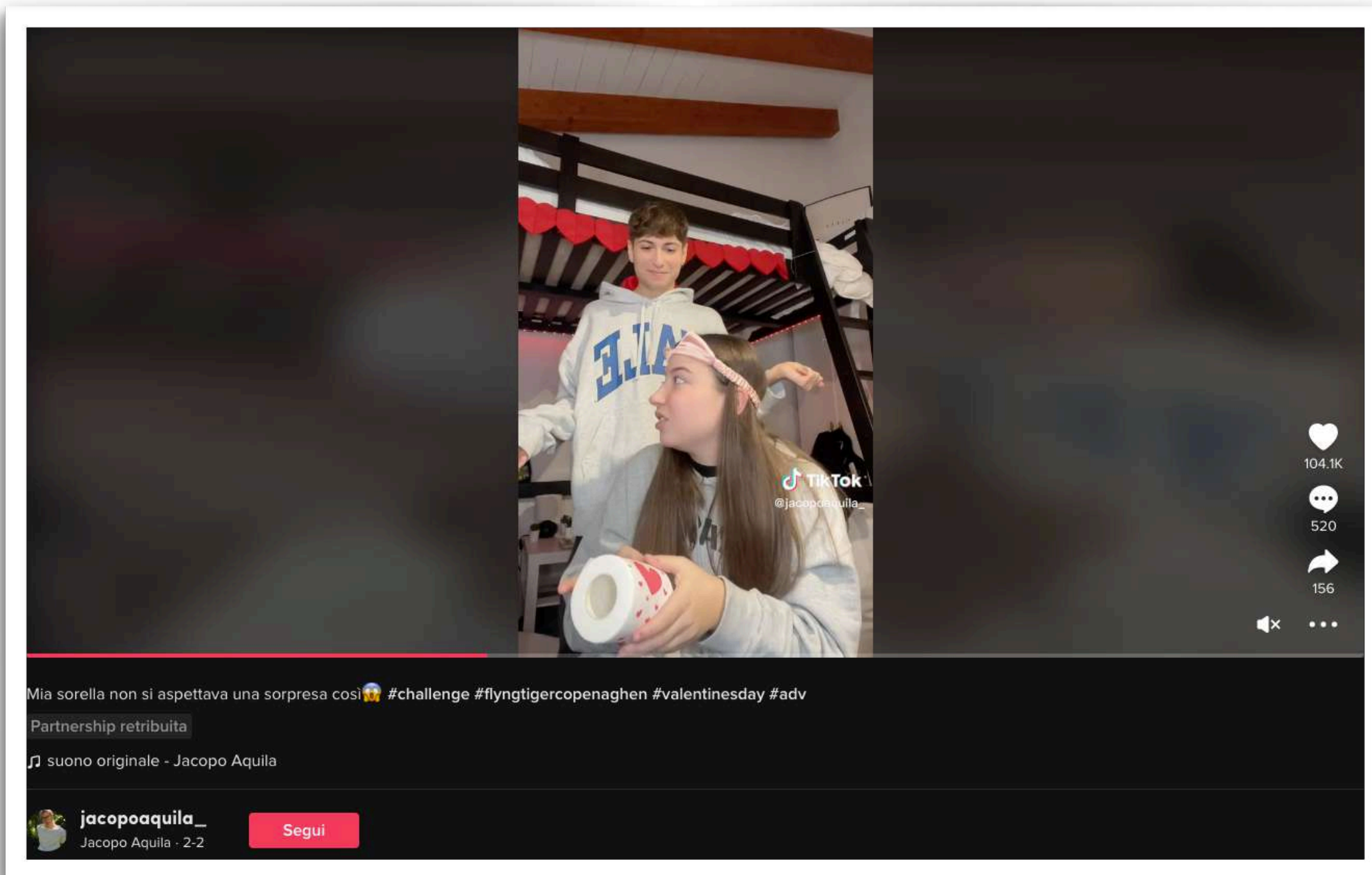
N/D

143 Commenti, 117K Mi Piace, 254 Condivisioni,
4.4M Visualizzazioni, 1.9M Follower del profilo



Febbraio

I video Sponsored più performanti



METRICHE

104.1K

2.4M

N/D

520 Commenti, 103.4K Mi Piace, 154 Condivisioni,
1M Visualizzazioni, 2.4M Follower del profilo

METRICHE

101.3K

3.6M

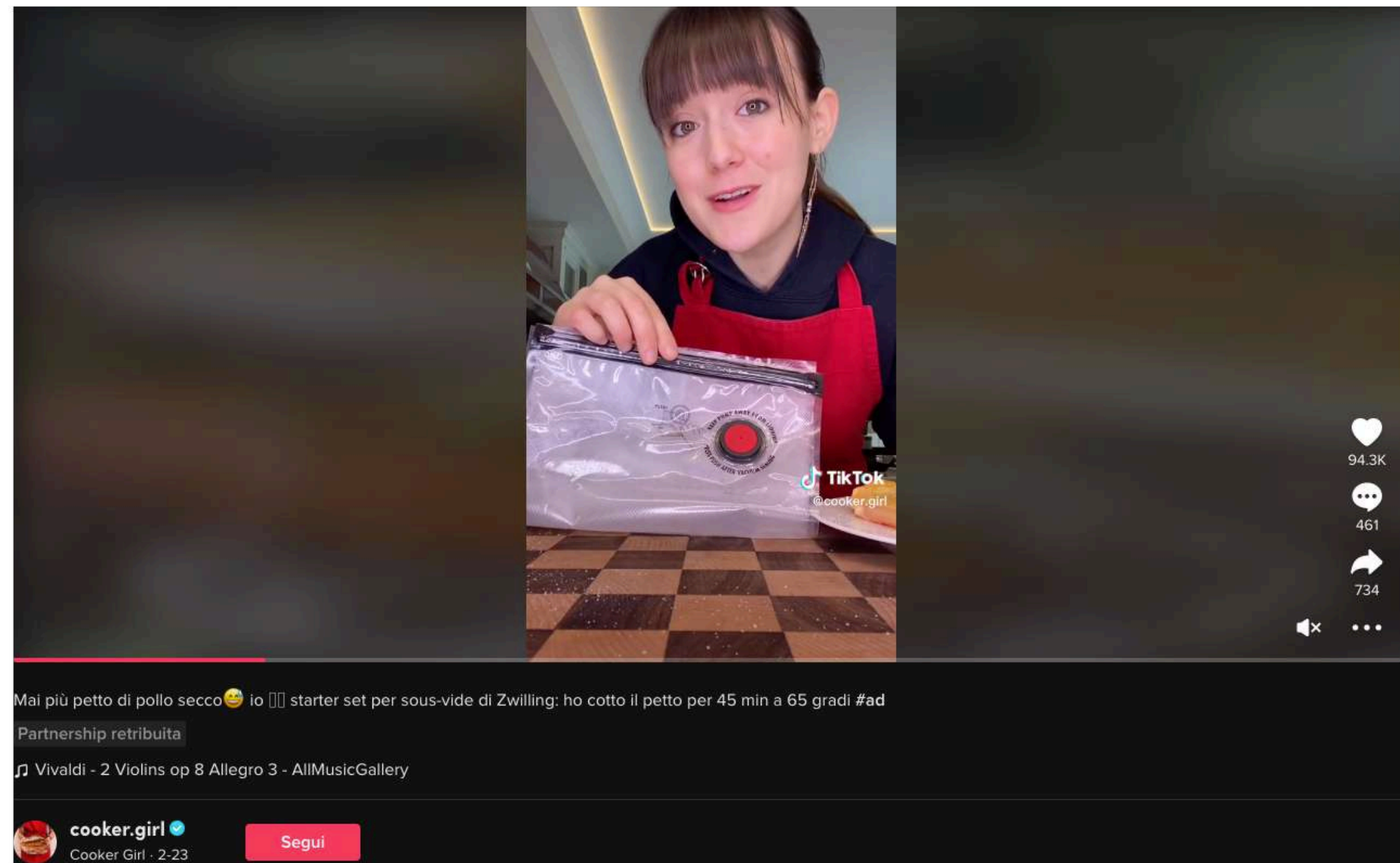
N/D

384 Commenti, 100.8K Mi Piace, 110 Condivisioni,
635K Visualizzazioni, 3.6M Follower del profilo



Febbraio

I video Sponsored più performanti



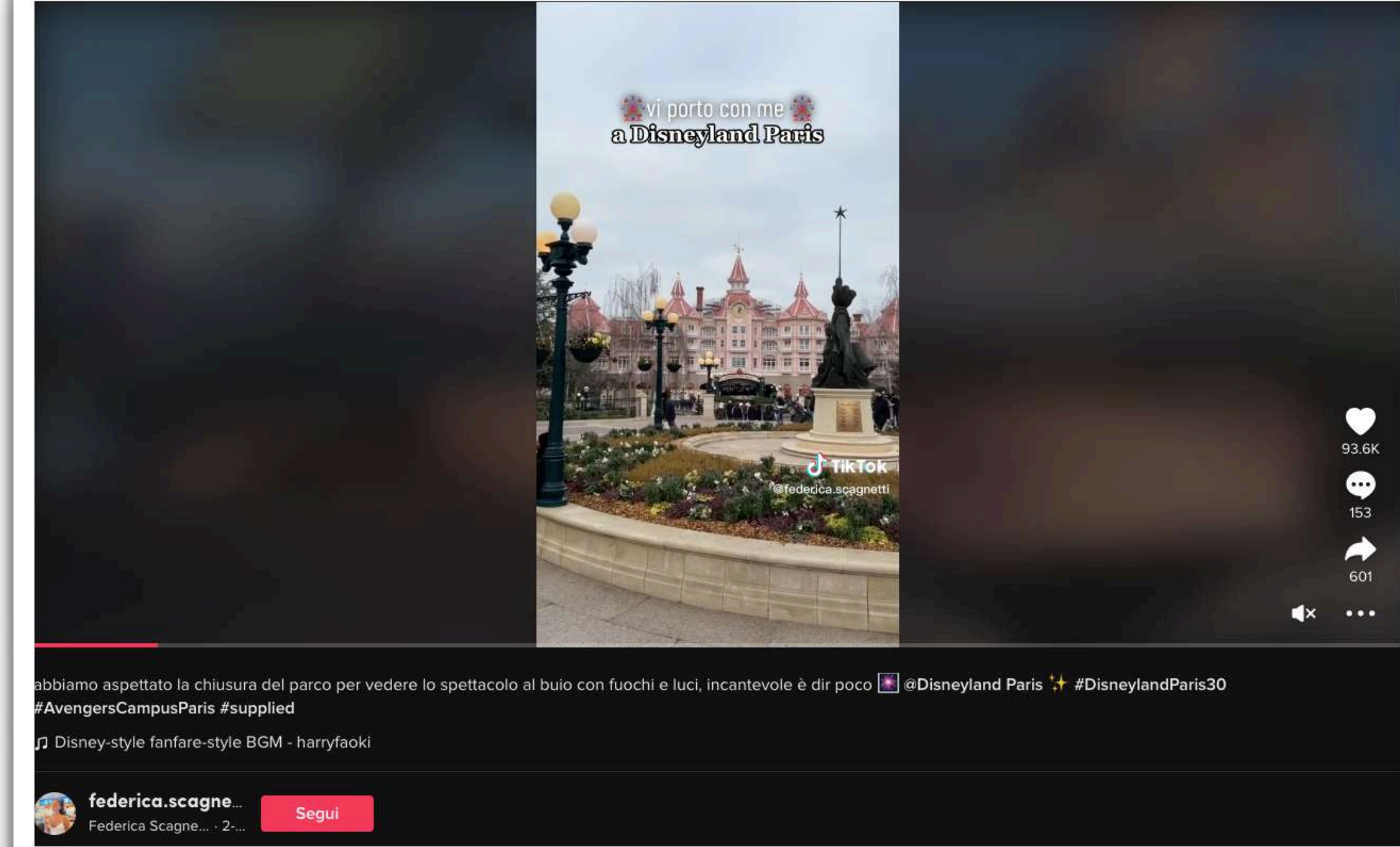
METRICHE

95.2K

1M

N/D

461 Commenti, 94K Mi Piace, 733 Condivisioni,
1.5M Visualizzazioni, 1M Follower del profilo



METRICHE

94.3K

2.5M

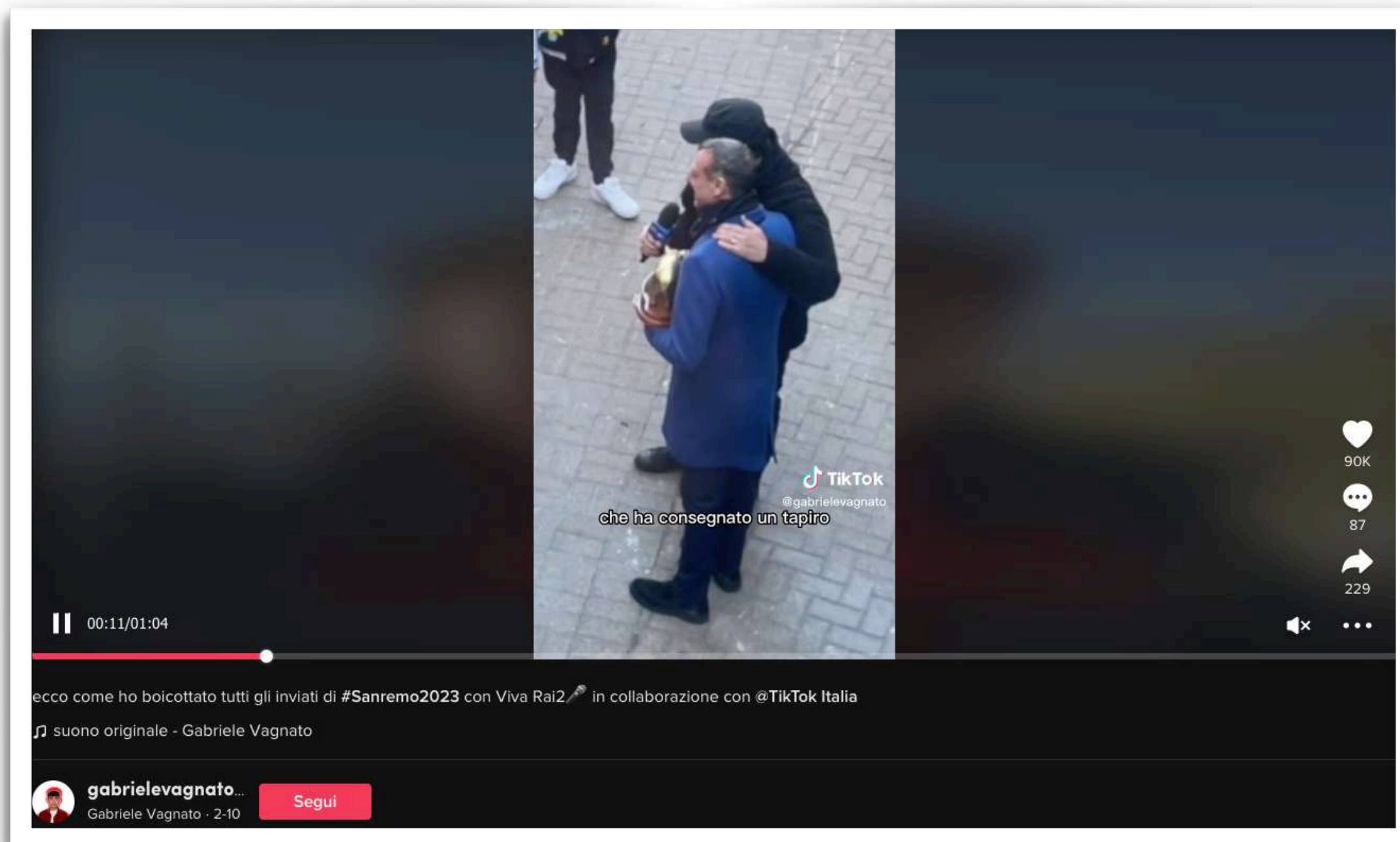
N/D

153 Commenti, 93.5K Mi Piace, 601 Condivisioni,
719.5K Visualizzazioni, 2.5M Follower del profilo



Febbraio

I video Sponsored più performanti



che ha consegnato un tapiro

90K
87
229

00:11/01:04

ecco come ho boicottato tutti gli inviati di #Sanremo2023 con Viva Rai2 in collaborazione con @TikTok Italia

suono originale - Gabriele Vagnato

gabrielevagnato...
Gabriele Vagnato · 2-10

Segui

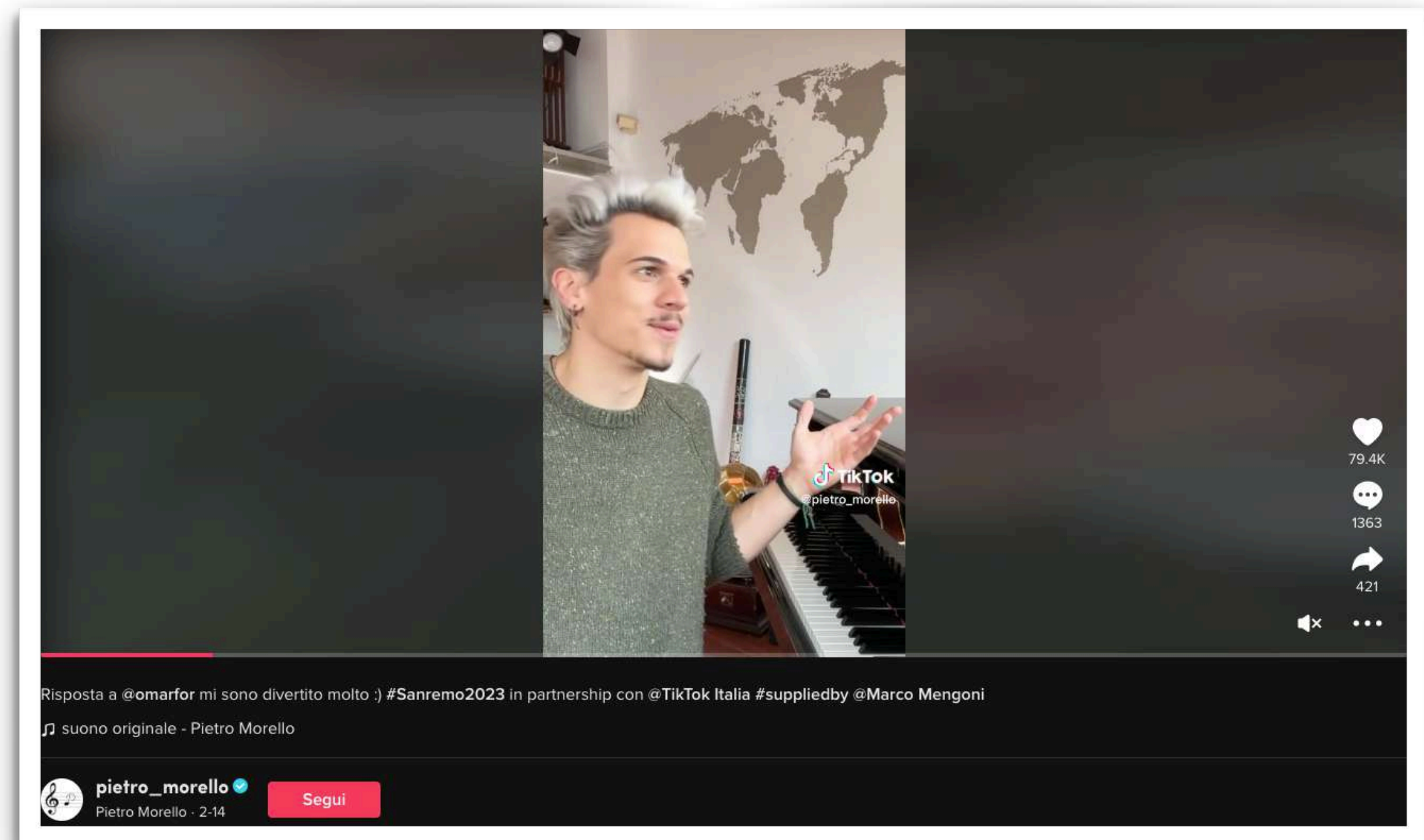
METRICHE

90.3K

3.9M

N/D

87 Commenti, 90K Mi Piace, 229 Condivisioni,
731.5K Visualizzazioni, 3.9M Follower del profilo



79.4K
1363
421

Risposta a @omarfor mi sono divertito molto :) #Sanremo2023 in partnership con @TikTok Italia #suppliedby @Marco Mengoni

suono originale - Pietro Morello

pietro_morello
Pietro Morello · 2-14

Segui

METRICHE

81K

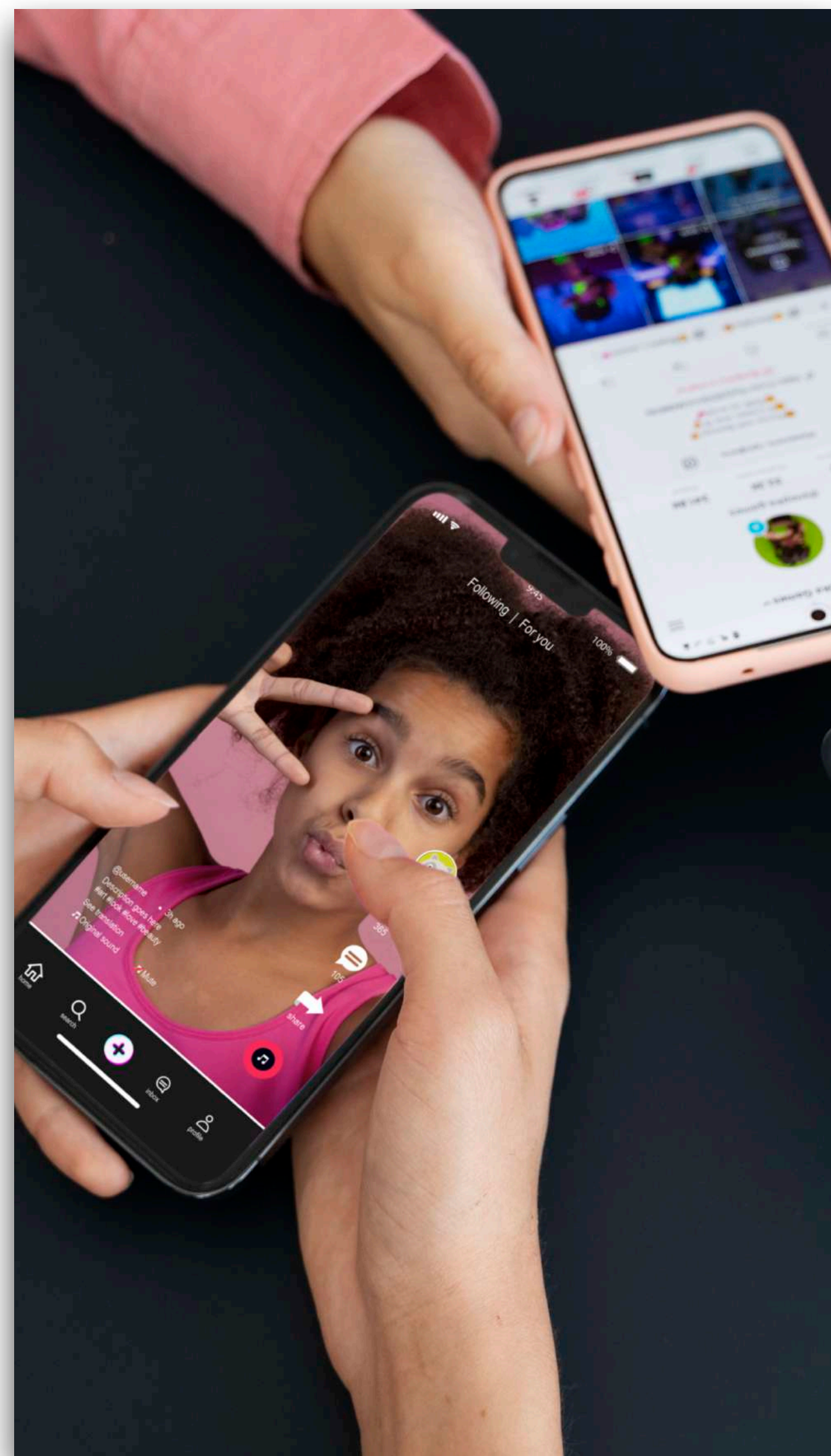
3.6M

N/D

1.4K Commenti, 79.2K Mi Piace, 421 Condivisioni,
873K Visualizzazioni, 3.6M Follower del profilo



Come negli altri canali anche su **TikTok**, **Febbraio**, si dimostra un mese di forte crescita, sia in termini di contenuti #ad realizzati che, soprattutto, di interazioni generate.



Il mese di Febbraio si conferma mese di rilievo per le attività di Influencer Marketing. Alla forte crescita dei contenuti collabs (+53,92%) segue un aumento ancora più rilevante delle performance. Le **interazioni generate** da questi post toccano infatti i 3M con un balzo del **113%**. Oltre 2M anche le Views raccolte.

Anche qui a far la differenza, in positivo, è l'influenza del **Festival di Sanremo** e delle tante collaborazioni brand/creator che ne sono nate, figlie anche di una forte attività fatta direttamente da **TikTok Italia** a supporto dell'evento.

Lato top content si conferma la direzione verso contenuti dalla vocazione **entertainment**.





Chi siamo

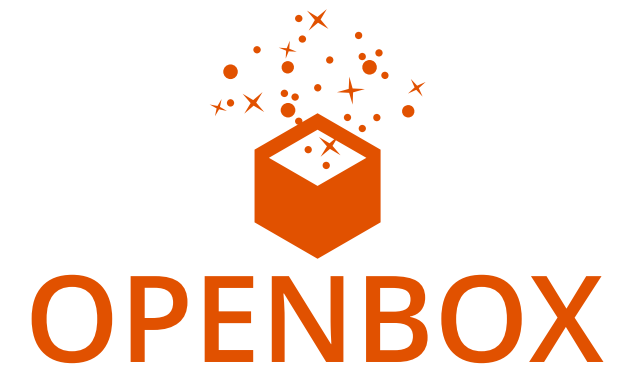
L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di **informare e fare divulgazione** sui temi legati all'**Influencer Marketing**, proponendo best practice e dati sulla situazione del mercato italiano.

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)”