



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED TIKTOK
AGOSTO 2023

POWERED BY  Talkwalker

Un report mensile

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 looking at a white smartphone. He is wearing a yellow sweater and a black beanie. The background is a dark, textured wall.

**Video Sponsored:
quale scenario ad agosto 2023?**



Agosto

I video nati da collaborazione brand/influencer

148

-48,25%

Numero video

2.9M

-43,14%

Interazioni generate

230.6M

-34,82%

View



Agosto

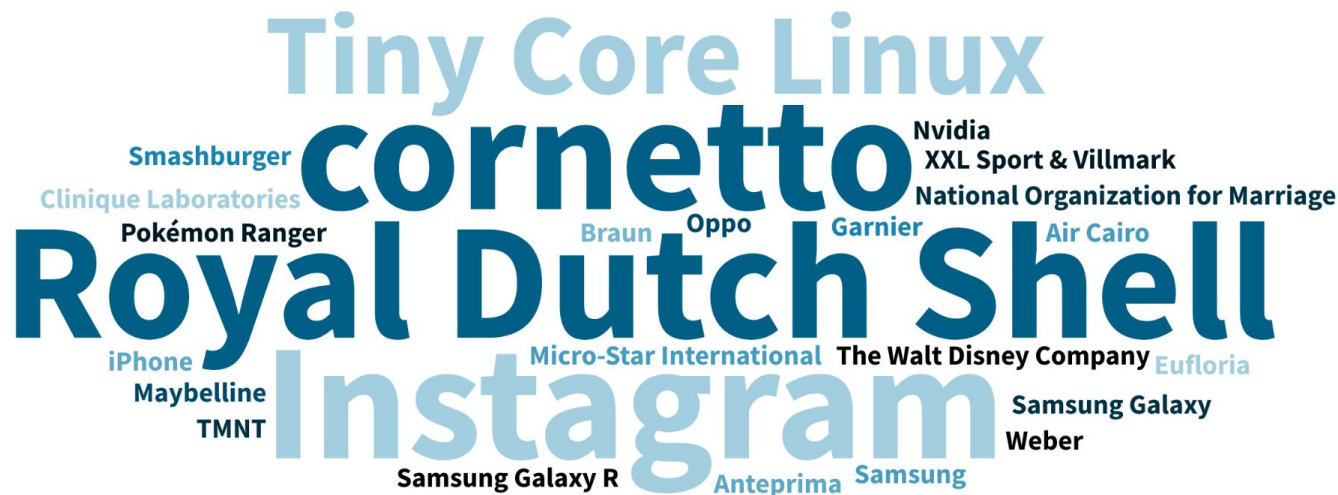
Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#giftedby
#competenze #matthefarmer #Rinnovabili
#CinC #Adv #ChefInCamicia #ad #visitelba
#Elettricità #TheBearFX #ItalianFood
#seven #GoodFood #adv #AmazingFood
#zainiseven #ADV #ImparaConTikTok #RicetteEstive
#TyrrhenianLab #TernaSpa #AperiPringles
#Sostenibilità #energia



Agosto

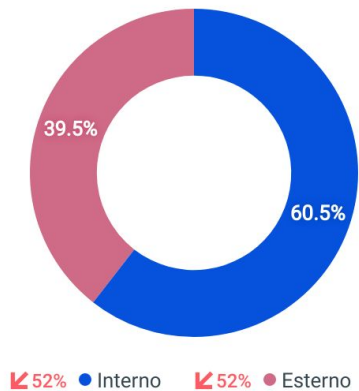
Brand menzionati nei video Sponsored



Agosto

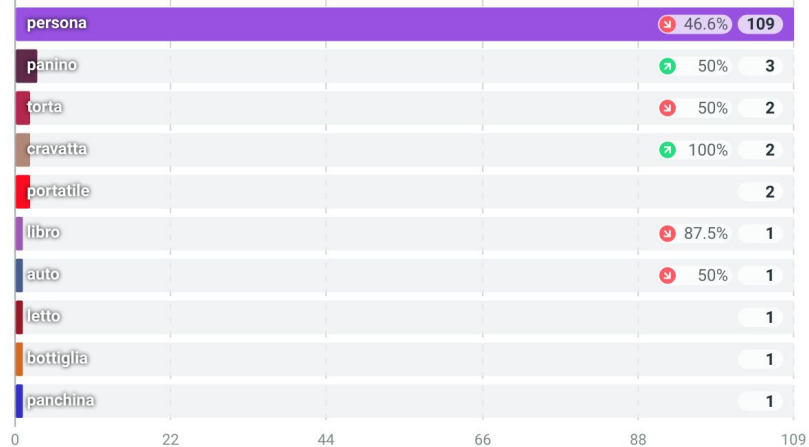
TikTok Analisi Visual

SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



TOP OGGETTI

123 Risultati



Agosto

Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post 	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 chefincamicia http://www.tiktok.com/	7  -61.1%		8.4M  -61.1%	1.2M  -90.4%	1.8K  -75.2%	260.9  -75.2%
 GianpaoloGolden http://www.tiktok.com/	6  +20%		14.4M  +20%	2.4M  +55.3%	174.3K  +29.4%	29.1K  +29.4%
 Alessandro Carta http://www.tiktok.com/	5  +150%		2.1M  +152.3%	415.4K  +0.9%	12.2K  +15.9%	2.4K  -53.6%
 Matt The Farmer http://www.tiktok.com/	4  +100%		311.3K  +104.1%	77.8K  +2.1%	2.7K  -71.8%	676.5  -85.9%
 Al.ta Cucina http://www.tiktok.com/	3  -70%		1.3M  -69.7%	431.6K  +1.1%	4.3K  -83.2%	1.4K  -44.1%
 ipantellas http://www.tiktok.com/	3  +200%		6.6M  +214.3%	2.2M  +4.8%	44.9K  -27.9%	15K  -76%
 Maryna http://www.tiktok.com/	3  +200%		6M  +200%	2M  +1.1K%	172.3K  +284.4%	57.4K  +284.4%
 RDS http://www.tiktok.com/	3  +200%		922K  +205.3%	307.3K  +1.8%	373  +37.1%	124.3  -54.3%
 Timida libreria del Riccio http://www.tiktok.com/	3  -25%		563.6K  -25.1%	187.9K  -63.2%	8.1K  -50.9%	2.7K  -50.9%
 Adriana Spink http://www.tiktok.com/	2  -50%		1.3M  -49.3%	642.8K  +1.4%	3.7K  -94.5%	1.9K  -89%



Fonte: Talkwalker

Agosto

I video sponsored più performanti

mandrake1984real
Giuseppe Mandrake Ninno · 8-1

IMBARAZZI - NOM GIOCATE CONTRO LA MAMMA A MATCHMASTERS #matchmasters #ad @Match Masters
suono originale - Giuseppe Mandrake Ninno
Partnership retribuita

CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

269.5K

2.2M

N/D

1.1K Commenti, 265.5K Mi Piace, 2.9K Condivisioni,
21.5M Visualizzazioni, 2.2M Follower del profilo

danielerossichef
daniele rossi · 8-1

Il capitano mi ha affidato il comando di MSC Euribia che solca i fiordi di Norvegia e io gliel'ho riportata di cioccolato 🍫 🍰
Cosa si aspettava da un cuoco come me? 😂
Ci siamo divertiti all'interno della cioccolateria, è stata una bellissima esperienza!
@msccrociere #msccrociere #msceuribia #adv #danielerossichef

CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

180.9K

2.7M

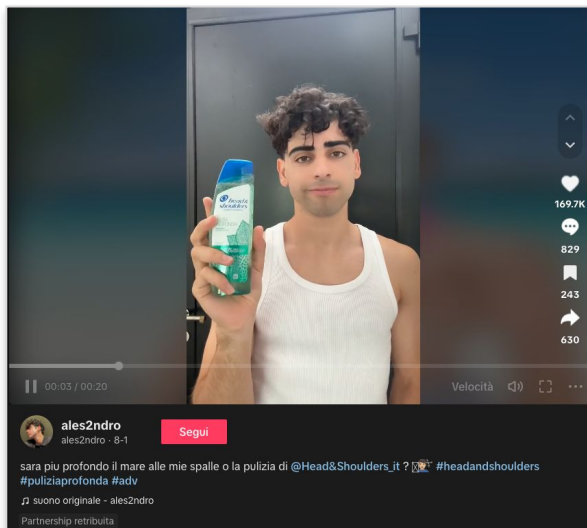
N/D

405 Commenti, 180K Mi Piace, 544 Condivisioni,
4.2M Visualizzazioni, 2.7M Follower del profilo



Agosto

I video sponsored più performanti



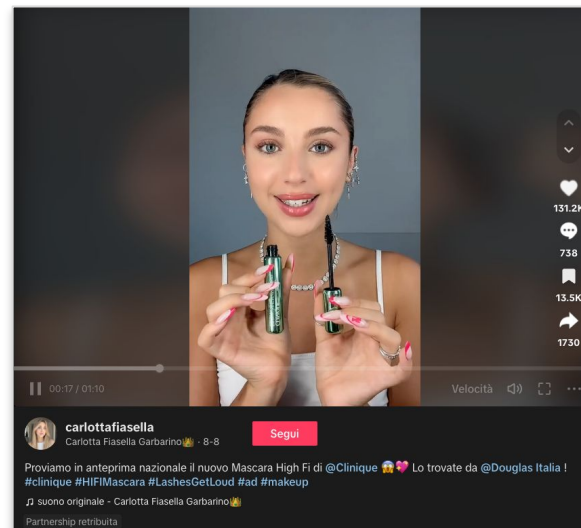
CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

🗨️ 168.9K ↕️ 3.1M 📈 N/D

815 Commenti, 167.5K Mi Piace, 616 Condivisioni,
19.6M Visualizzazioni, 3.1M Follower del profilo



CORRISP.

ADV TIKTOK

METRICHE

🗨️ 132.1K ↕️ 2.1M 📈 N/D

728 Commenti, 129.7K Mi Piace, 1.7K Condivisioni,
1.3M Visualizzazioni, 2.1M Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Agosto

I video sponsored più performanti

marynaofficial
Maryna · 8-3

Segui

e voi siete più Nord o Sud in spiaggia? #sgonfia #leggerezza #enterogermaintegratori #adv
🎵 suono originale - Maryna
Partnership retribuita

119.3K
1652
3330
1351

CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	🗨️ 120.4K ↕️ 2M 📈 N/D
1.6K Commenti, 117.4K Mi Piace, 1.3K Condivisioni, 6.9M Visualizzazioni, 2M Follower del profilo	

beatrice.macconi
Bea Makk · 8-1

Segui

Quest'estate ho trovato l'alleato perfetto per le mie vacanze! Lo shampoo Head&Shoulders al profumo di pompelmo mi regala freschezza e una pulizia profonda della cute! @Head&Shoulders_it #puliziaprofonda #headandshoulders #adv #beamakk

114.7K
305
300
158

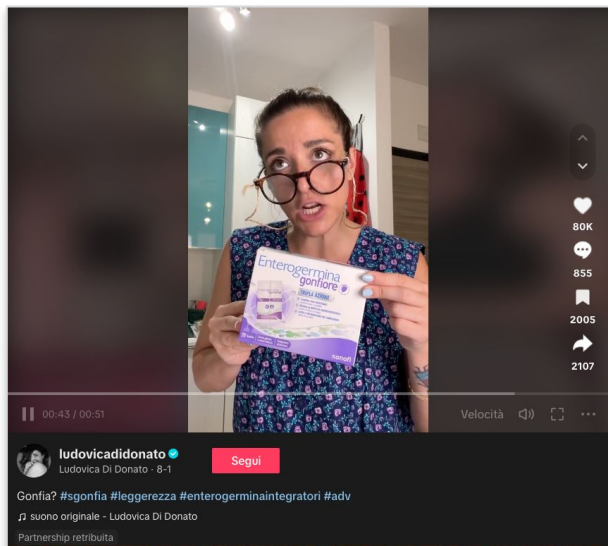
CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	🗨️ 114.4K ↕️ 755.9K 📈 N/D
306 Commenti, 113.9K Mi Piace, 158 Condivisioni, 7.7M Visualizzazioni, 755.9K Follower del profilo	



Fonte: Talkwalker

Agosto

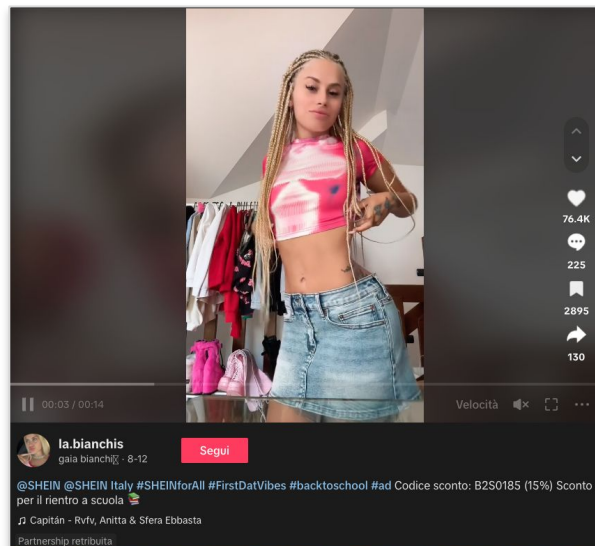
I video sponsored più performanti



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 82.6K 829.6K N/D

855 Commenti, 79.6K Mi Piace, 2.1K Condivisioni,
7M Visualizzazioni, 829.6K Follower del profilo



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 76.7K 3.2M N/D

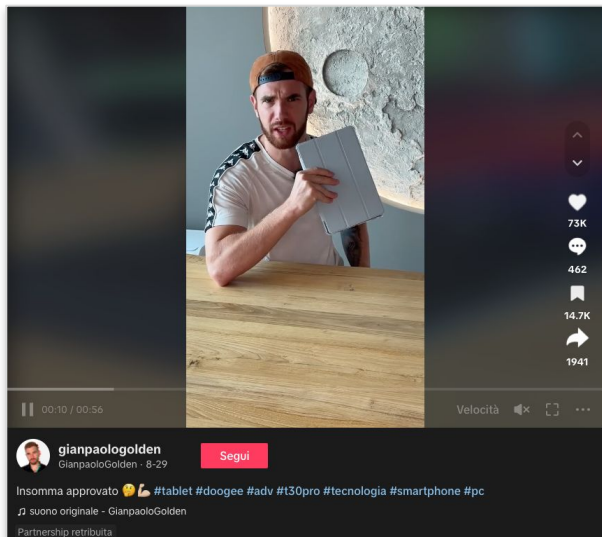
226 Commenti, 76.3K Mi Piace, 130 Condivisioni,
927K Visualizzazioni, 3.2M Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Agosto

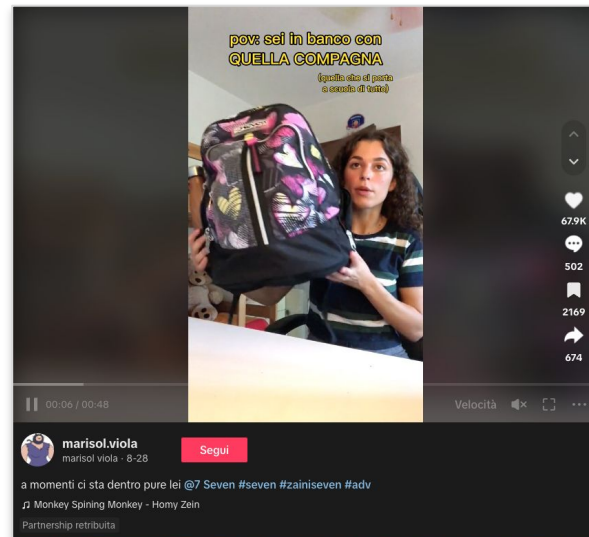
I video sponsored più performanti



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 75.3K 2.4M N/D

461 Commenti, 72.9K Mi Piace, 1.9K Condivisioni,
1M Visualizzazioni, 2.4M Follower del profilo



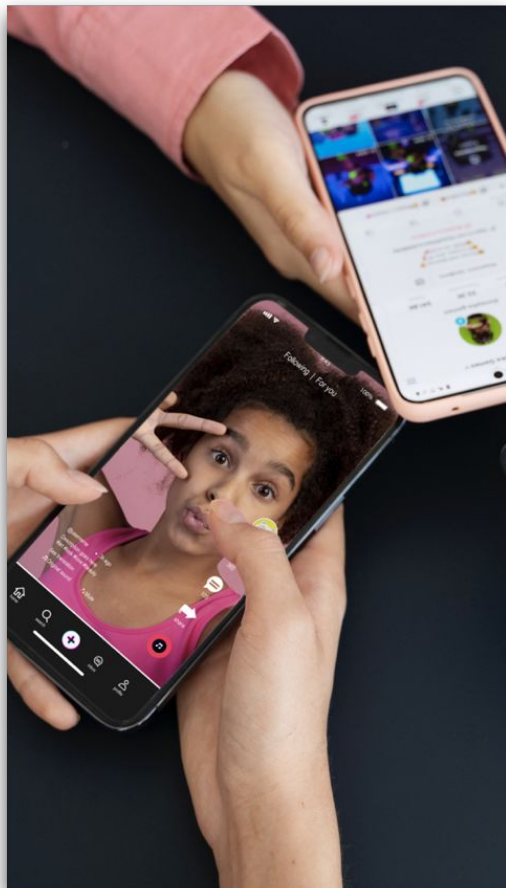
CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 68.8K 1.8M N/D

499 Commenti, 67.6K Mi Piace, 673 Condivisioni,
4.4M Visualizzazioni, 1.8M Follower del profilo



Dato il periodo di vacanze estive, agosto registra un fisiologico ma brusco calo di tutti i dati analizzati. Il numero di video pubblicati e le interazioni generate diminuiscono quasi del 50% mentre le views del 34,82%.



Le attività di Influencer Marketing calano bruscamente anche ad agosto, continuando la flessione del periodo estivo.

Il numero di video sponsored realizzati sono solo **148**, quasi la metà rispetto al mese precedente. Anche l'engagement si è ridotto bruscamente, fermandosi a **2.9M (-43,14%)**, così come le views che sono diminuite del **34,82%**, sintomo del fatto che gli utenti hanno preferito godersi le vacanze lontani dai social.

Interessante la prima posizione della top 10 con un video a tema gaming. Rilevanti le campagne di **Head & Shoulders** e, soprattutto, **Enterogermina Gonfiore** data la rigidità della farmacovigilanza.





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



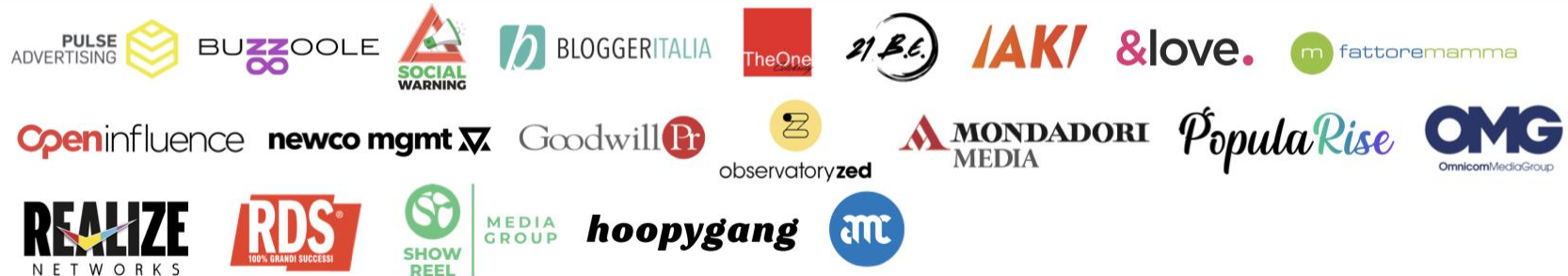
PARTNER ISTITUZIONALI



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)"