



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED TIKTOK
OTTOBRE 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 shown from the chest up. He is wearing a dark beanie, a yellow sweater, and black overalls. He holds a white smartphone in his right hand, looking at it. His left hand is raised to his forehead, with his fingers spread, suggesting a state of deep thought or concern. The background is a dark, gradient color.

Video Sponsored: quale scenario a Ottobre 2023?



Ottobre

I video nati da collaborazione brand/influencer

424

+36,77%

Numero video

5.2M

+10,64%

Interazioni generate

581.1M

+44,48%

View



Ottobre

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#chiamacomevuoi
#ricettefacili #GoodFood #booktokitalia
#recipe #ADV #booktok #perte
#suppliedby #ChefinCamicia #ricette
#woodwalkers #ad #CucinaConTikTok #adv
#techtok #ItalianFood #AmazingFood
#healthyrecipes #RicetteSemplici #italiansdoeatbetter
#altacucina #lacasadelascarcasas #lowcalories #ricettelight



Ottobre

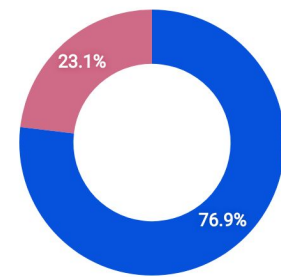
Brand menzionati nei video Sponsored



Ottobre

TikTok Analisi Visual

SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



5% Interno 14% Esterno

TOP OGGETTI



363 Risultati

persona	30.7%	319
tavolo da pranzo	166.7%	8
torta	25%	5
cellulare	66.7%	5
panino	66.7%	5
divano	400%	5
libro		4
cravatta	300%	4
letto		4
auto		4



Ottobre

Top creator per attività Sponsored

Influencer	Post	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 chefincamicia http://www.tiktok.com/	25 ↑31.6%		30M ↑31.6%	1.2M	5.9K ↓-26.9%	234.2 ↓-44.5%
 Al.ta Cucina http://www.tiktok.com/	10 ↑25%		4.4M ↑26.5%	443.7K	16.2K ↑472.5%	1.6K ↑358%
 Giuseppe Healthy http://www.tiktok.com/	9 ↑28.6%		3.3M ↑31.8%	371K	44.8K ↑928.6%	5K ↑700%
 Alessia Lanza http://www.tiktok.com/	8 ↑300%		33.6M ↑300%	4.2M	216.5K ↑223.5%	27.1K ↓-19.1%
 Giulia Lamarca http://www.tiktok.com/	7		2.4M	338.7K	7.3K	1K
 folz.a http://www.tiktok.com/	7 ↑40%		9.8M ↑40%	1.4M	57.7K ↓-21.7%	8.2K ↓-44.1%
 Bianca Panzironi http://www.tiktok.com/	6 ↑200%		1.1M ↑207.7%	176.2K	101.5K ↑389.6%	16.9K ↑63.2%
 fanola.official http://www.tiktok.com/	6 ↑200%		294.6K ↑214.7%	49.1K	45 ↑164.7%	7.5 ↓-11.8%
 Lisa Luchetta http://www.tiktok.com/	6 ↑100%		14.2M ↑105.8%	2.4M	115.2K ↑2.9%	19.2K ↓-65.9%
 Timida libreria del Riccio http://www.tiktok.com/	6 ↑500%		1.1M ↑500.5%	188.5K	16K ↑263%	2.7K ↓-39.5%



Ottobre

I video sponsored più performanti

QUANDO TUA MADRE NON TI FACEVA USCIRE CON I TUOI AMICI

275.7K
2095
23.8K
8094

00:32 / 00:53

Velocità 🔊 📺 ...

danythegaggio •
Daniele Cabras · 10-23

Segui

Per sicurezza prendo pure l'AirUp, il viaggio sarà lungo 😊 DANIUP, per il 10% di sconto su tutto fino al 6.11.23 @airup #airup #adv

🔊 suono originale - Daniele Cabras

Partnership retribuita

CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	👍 285.4K 🔄 4M 📄 N/D
	2.1K Commenti, 275.2K Mi Piace, 8.1K Condivisioni, 2.5M Visualizzazioni, 4M Follower del profilo

POV: sono un commesso Douglas

174.1K
708
1246
1288

00:22 / 01:34

Velocità 🔊 📺 ...

thebonde •
ANDREA BONDELLI · 10-18

Segui

Tagga quel amico* che deve sempre provare TUTTI i prodotti 🤪 Per supportare l'arrivo di e.l.f nei negozi Douglas troverete un @e.l.f. Cosmetics Bus Tour con tantissime attività: potrete provare prodotti, giocare e... (non ditelo a nessuno,... altro 🤪 suono originale - ANDREA BONDELLI

Partnership retribuita

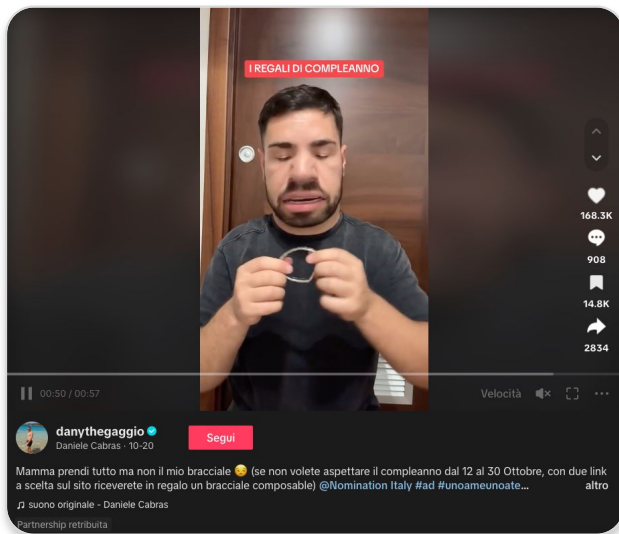
CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	👍 176K 🔄 1.1M 📄 N/D
	708 Commenti, 174K Mi Piace, 1.3K Condivisioni, 10.4M Visualizzazioni, 1.1M Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Ottobre

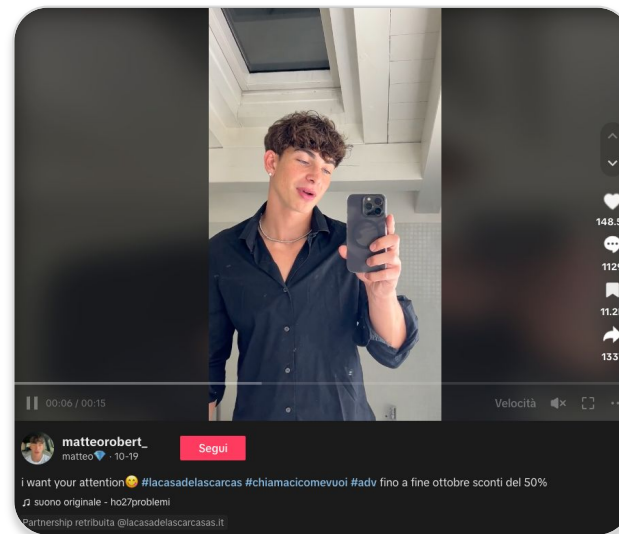
I video sponsored più performanti



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 🗨️ 171.9K 🔄 4M 📈 N/D

909 Commenti, 168.2K Mi Piace, 2.8K Condivisioni,
1.4M Visualizzazioni, 4M Follower del profilo



CORRISP. ADV TIKTOK

METRICHE 🗨️ 150.9K 🔄 2.2M 📈 N/D

1.1K Commenti, 148.4K Mi Piace, 1.3K Condivisioni,
1M Visualizzazioni, 2.2M Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Ottobre

I video sponsored più performanti

130.4K
987
10.4K
2089

01:26 / 01:34

danythegaggio
Daniele Cabras · 10-2

Segui

Godetevi! raga, godetevi! fin quando potete, sono persone speciali che vi rimarranno per sempre nel cuore W i nonni
❤️ #festadeinonni #adv @samsungitalia

🎵 suono originale - Daniele Cabras

Partnership retribuita

CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	🗨️ 125.8K ↕️ 4M 📈 N/D
	940 Commenti, 122.9K Mi Piace, 1.9K Condivisioni, 1.1M Visualizzazioni, 4M Follower del profilo

120.1K
333
306
396

00:20 / 00:28

barbaragenova5
Barbara Genova · 10-18

Segui

Meno male che ci sono gli amici ed @Head&Shoulders_it a salvare gli appuntamenti #headandshoulders #iolaprevengo #adv

🎵 suono originale - Barbara Genova

Partnership retribuita @headandshouldersit

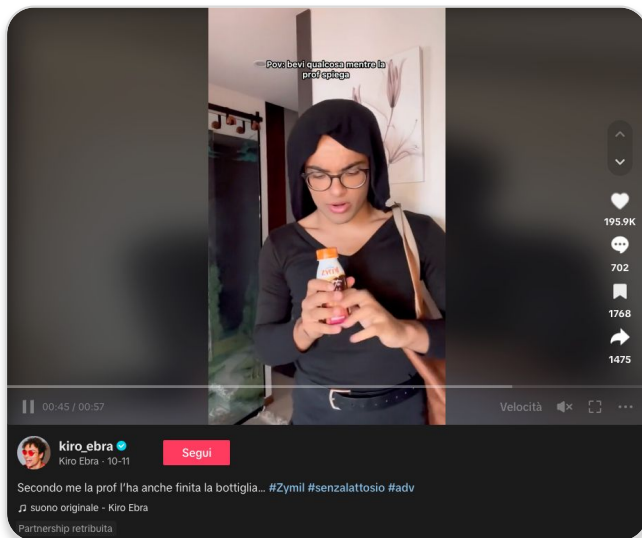
CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	🗨️ 119K ↕️ 797.9K 📈 N/D
	324 Commenti, 118.3K Mi Piace, 388 Condivisioni, 12.3M Visualizzazioni, 797.9K Follower del profilo



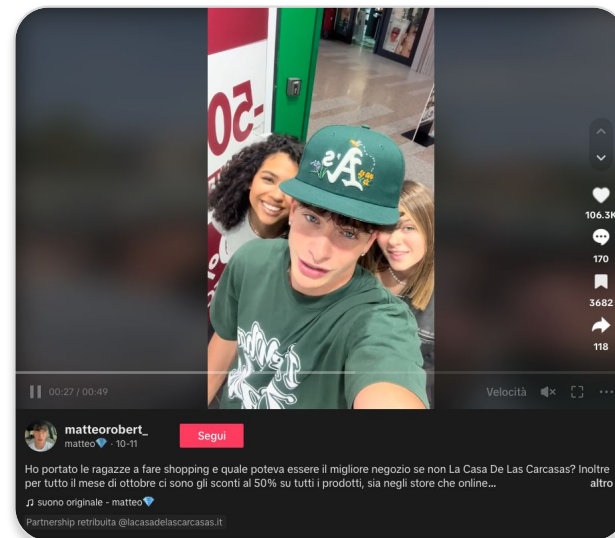
Fonte: Talkwalker

Ottobre

I video sponsored più performanti



CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	🗨️ 108.3K ↕️ 2.9M 📈 N/D
	415 Commenti, 107.1K Mi Piace, 739 Condivisioni, 8.2M Visualizzazioni, 2.9M Follower del profilo



CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	🗨️ 105.4K ↕️ 2.2M 📈 N/D
	166 Commenti, 105.1K Mi Piace, 116 Condivisioni, 767.8K Visualizzazioni, 2.2M Follower del profilo



Fonte: Talkwalker

Ottobre

I video sponsored più performanti

102.8K
515
7980
429

00:05 / 02:12

Velocità 🔊 🔄 ...

pietro_morello Pietro Morello · 10-19 [Segui](#)

Risposta a @Mulino Bianco #ad Un sogno che si realizza @Mulino Bianco
🎵 suono originale - Pietro Morello
Partnership retribuita

CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	🗨️ 103.4K ↕️ 3.7M 📈 N/D
514 Commenti, 102.5K Mi Piace, 429 Condivisioni, 559.9K Visualizzazioni, 3.7M Follower del profilo	

99K
292
1694
303

00:03 / 01:00

Velocità 🔊 🔄 ...

federica.scagnetti Federica Scagnetti · 10-30 [Segui](#)

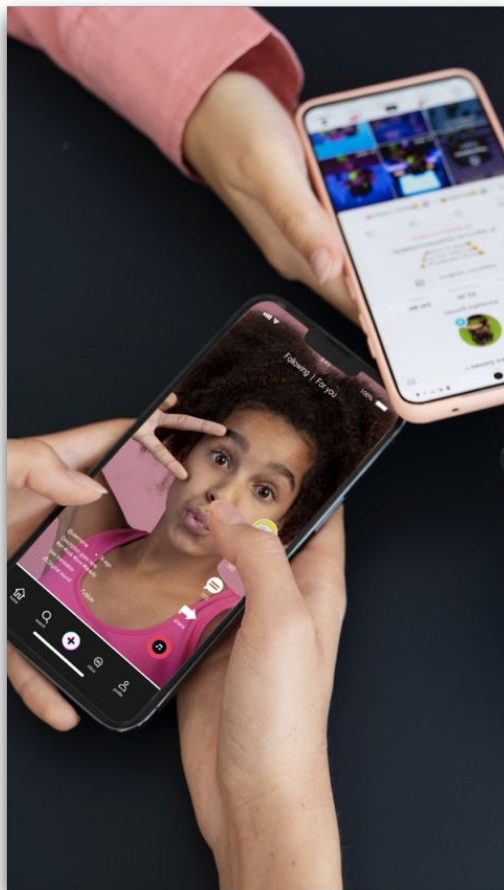
Ragazze ho appena aggiunto un nuovo mascara alla lista dei miei preferiti! si tratta del FAN FEST di @Benefit Cosmetics Italy 🌟👉 guardate che ciglia spaziali che fa 🥰 #adv
🎵 suono originale - Federica Scagnetti
Partnership retribuita @benefitcosmeticsitaly

CORRISP.	ADV TIKTOK
METRICHE	🗨️ 96.9K ↕️ 2.7M 📈 N/D
284 Commenti, 96.3K Mi Piace, 293 Condivisioni, 2.8M Visualizzazioni, 2.7M Follower del profilo	



Fonte: Talkwalker

Continua la crescita dell'attività di Influencer Marketing su TikTok. Tutti i dati analizzati registrano una crescita, soprattutto lato views. **#CucinaconTikTok** è uno degli hashtag più utilizzati nelle attività sponsored di ottobre.



Le attività con influencer e brand **aumentano** ad ottobre.

I video collab pubblicati sono **424**, il 36,77% in più rispetto al mese precedente. Le interazioni generate sono salite del 10%, attestandosi a **5.2M**. Il dato che registra la maggiore crescita percentuale sono però le views con un **+44,48%** arrivando a **581.1M**.

Molti degli hashtag più utilizzati nei video sponsored sono a tema food come **#CucinaconTikTok** #GoodFood e #RicetteSemplici. Spicca anche **#booktok**, sintomo di un trend che non accenna a decrescere in piattaforma.

Nella top 10 emergono **Cabras** con tre video e **Matteo Robert** con due collab per **La Casa De Las Carcas**: azienda che vende accessori per gli smartphone.





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)"