

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED TIKTOK MARZO 2024





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.



## l video nati da collaborazione brand/influencer



Talkwalker

# Hashtag utilizzati nei video Sponsored



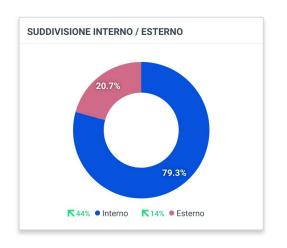


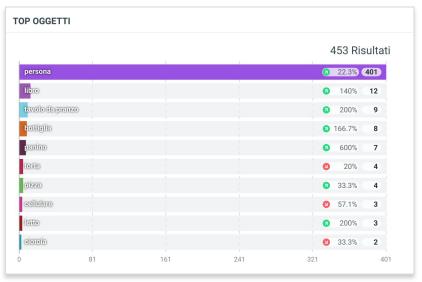
# Brand menzionati nei video Sponsored





# Marzo TikTok Analisi Visual







### **Top creator per attività Sponsored**

Influencer 🔼	Rete	Post <b>◆</b>	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement pe menzione
Benedetta Rossi http://www.tiktok.com/	<b>J</b>	<b>15 ∠</b> -21.1%		12.1M <b>∠</b> -19.3%	806.3K	54.9K <b>∠</b> -32.7%	3.7K <b>∠</b> -14.8%
GialloZafferano http://www.tiktok.com/	ያ	14 7133.3%		39.2M	2.8M	204.4K	14.6K 775.7%
Alessia Marinotti http://www.tiktok.com/	<b>ያ</b>	11		158.4K	14.4K	2.2K <b>∠</b> -87.2%	<b>197.7 ⊾</b> -87.2%
ally&aury channel http://www.tiktok.com/	ያ	<b>9</b> 7125%		3.3M	364.6K	28.6K	3.2K <b>∠</b> -10.6%
Giuseppe Healthy http://www.tiktok.com/	ያ	<b>9</b> 712.5%		3.8M	419.2K	<b>30K</b> <b>∠</b> -81.5%	3.3K ⊾-83.5%
Greg e mamma http://www.tiktok.com/	ያ	<b>8</b>		1.6M	195.3K	88.7K	11.1K <b>∠</b> -5.3%
Adriana Spink http://www.tiktok.com/	ያ	<b>7</b> ≉40%		4.8M	691.9K	53.3K	7.6K <b>∠</b> -14.1%
GianpaoloGolden http://www.tiktok.com/	Ն	<b>7</b> <b>≯</b> 16.7%		17.5M	2.5M	76.9K	11K
irene.prosperi http://www.tiktok.com/	Ն	<b>7</b> <b>≯</b> 133.3%		3.7M	528.4K	<b>39K</b> ₹108.8%	<b>5.6K ∠</b> -10.5%
LAURA   Beauty Blogger http://www.tiktok.com/	4	7		59K	8.4K	183	26.1



## l video sponsored più performanti

### @tommycassi x Wallapop



METRICHE

182.3K

3M

764 Commenti, 174.7K Mi place su TikTok, 6.8K Condivisioni TikTok, 1.1M Visualizzazioni, 3M Follower del profilo

### @iamzangare x Uber



1.4K Condivisioni TikTok, 20.9M Visualizzazioni.

2.3M Follower del profilo

### @mandrake1984real x Praktika



### @martinasocrate x Durex





### @lucianospinelli x Uber



159 Commenti, 95.8K Mi piace su TikTok,

7.7M Follower del profilo

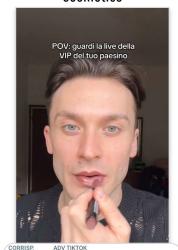
499 Condivisioni TikTok. 15.6M Visualizzazioni.

Fonte: Talkwalker

2.4M Follower del profilo

## **l video spons**ored più performanti

### @thebonde x E.l.f Cosmetics



429 Commenti, 93.4K Mi piace su TikTok, 2.4K Condivisioni TikTok, 663K Visualizzazioni, 1.1M Follower del profilo

METRICHE

96.3K

. 1.1M

✓ N/D

METRICHE

### @martinastrazzer\_ x MAC Cosmetics



### @valevedovatti x NIVEA



METRICHE

137 Commenti, 103.4K Mi piace su TikTok, 227 Condivisioni TikTok, 6.4M Visualizzazioni, 2.9M Follower del profilo

### @emilypallini x Netflix



METRICHE

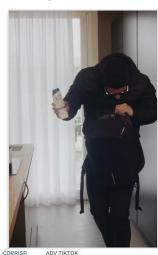
9 91.2K

1.4 2.2M

A N/D

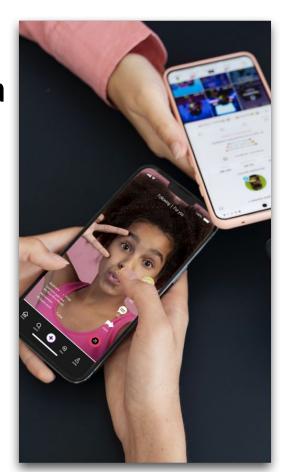
104 Commenti, 90K Mi piace su TikTok,
1.1K Condivisioni TikTok, 678.8K Visualizzazioni,
2.2M Follower del profilo

### @shamzy\_ x Head & Shoulder





Continua la scia positiva dello scorso mese: anche a Marzo le attività di Influencer Marketing su TikTok crescono su tutti i **KPI analizzati.** Nella classifica dei 10 top video del mese Uber è presente con due creator.



A Marzo le attività di Influencer Marketing registrano una **salita**: risultato non scontato dopo l'enorme crescita registrata nel mese di Febbraio. Una conferma di quanto il canale stia diventando centrale.

I video nati in collaborazione tra creator e brand sono **548**, quasi il 35% in più rispetto al mese precedente. Anche le performance salgono: **594.6M** sono le views totali (+15,30%) e **6.4M** le interazioni generate (+1,59%). Insight rilevanti che ci dimostrano come TikTok stia diventando sempre più utilizzato per le attività con influencer/creator e brand.

A differenza di Instagram, i creator che formano la top 10 dei video più performanti del mese sono per la maggior parte **GenZ**.





### 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 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)"