



SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED TIKTOK APRILE 2024

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 light blue sweater, and dark overalls. He holds a white smartphone in his right hand, looking at it with a thoughtful expression. His left hand is raised to his forehead, with his index finger pointing upwards. The background is a solid dark color.

**Video Sponsored:
quale scenario a Aprile 2024?**



Aprile

I video nati da collaborazione brand/influencer

532

-2,92%

Numero video

7.1M

+10,94%

Interazioni generate

604.5M

+1,66%

View



Aprile

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#fashion #cucinaitaliana #pupamilano #viral #pupalovers
#makeup #ADV #VampLashExtender #ImprovisaLaPiada
#supplied #ad #adv #gifted #recipe
#Garnier #LaPiadineria #Adv #skincare #perte #IAmWhatIAm
#ricettefacili #improvvisazione #loveshein
#suppliedby



Aprile

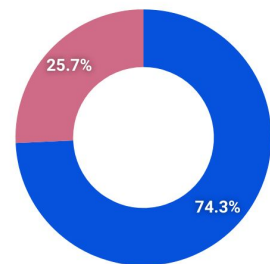
Brand menzionati nei video Sponsored

Instagram
Sephora **Garnier** Mega
Clinique Laboratories Boost
Neutrogena Uber Technology MEGA
Società Italiana degli Autori ed Editori



Aprile TikTok Analisi Visual

SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



7% Interno 27% Esterno

TOP OGGETTI

481 Risultati

persona	15.1%	441
panino	14.3%	8
tavolo da pranzo	33.3%	6
pianta in vaso	500%	6
cellulare	66.7%	5
bottiglia	57.1%	3
sedia	50%	3
denti	50%	3
cravatta	50%	3
ciotola	200%	3

Fonte: Talkwalker

Aprile

Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 Alessia Marinotti http://www.tiktok.com/	19 ↑90%		273.6K ↑90%	14.4K	2.7K ↑39%	143.6 ↓-26.8%
 ally&aury channel http://www.tiktok.com/	15 ↑66.7%		5.5M ↑67.6%	366.6K ↑0.6%	40.6K ↑42.2%	2.7K ↓-14.7%
 Adriana Spink http://www.tiktok.com/	9 ↑80%		6.3M ↑80.7%	699.6K	67.6K ↑130.2%	7.5K ↑27.9%
 GianpaoloGolden http://www.tiktok.com/	9 ↑28.6%		22.5M ↑28.6%	2.5M	204.8K ↑166.4%	22.8K ↑107.2%
 Al.ta Cucina http://www.tiktok.com/	8 ↑60%		3.8M ↑61.6%	473.9K ↑1%	35.5K ↑576.9%	4.4K ↑323.1%
 Alessia Morelli http://www.tiktok.com/	8 ↑100%		4.1M ↑105.4%	516.6K ↑2.7%	208.9K ↑134.6%	26.1K ↑17.3%
 Giuseppe Healthy http://www.tiktok.com/	8 ↓-11.1%		3.5M ↓-6.5%	441.1K ↑5.2%	55.9K ↑86.5%	7K ↑109.8%
 Sara Lazellari  http://www.tiktok.com/	8 ↑100%		4M ↑101.7%	504K ↑0.8%	38.1K ↑45.8%	4.8K ↓-27.1%
 Gaia Visco Gilardi http://www.tiktok.com/	7 ↑250%		1.2M ↑251.8%	176.3K ↑0.5%	36K ↑5.2K%	5.1K ↑1.4K%
 storielibere.fm http://www.tiktok.com/	7 ↑250%		80.2K ↑251.8%	11.5K ↑0.5%	6.7K ↓-6.2%	958.1 ↓-73.2%



Fonte: Talkwalker

Aprile I video sponsored più performanti

@michele.molteni x Airup



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **495.5K** ↗ 527.7K ↗ N/D
3.3K Commenti, 440.1K Mi piace su TikTok,
52.1K Condivisioni TikTok, 6.4M Visualizzazioni,
527.7K Follower del profilo

@lucianospinelli x
Maisons du Monde



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **201.7K** ↗ 7.7M ↗ N/D
951 Commenti, 197K Mi piace su TikTok,
3.7K Condivisioni TikTok, 1.4M Visualizzazioni,
7.7M Follower del profilo

@shamzy x
Head&Shoulders



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **165.3K** ↗ 1.9M ↗ N/D
190 Commenti, 164.3K Mi piace su TikTok,
854 Condivisioni TikTok, 16.9M Visualizzazioni,
1.9M Follower del profilo

@alessialanza x
NIVEA



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **131.7K** ↗ 4.3M ↗ N/D
85 Commenti, 131.2K Mi piace su TikTok,
386 Condivisioni TikTok, 5.7M Visualizzazioni,
4.3M Follower del profilo

@chefmaxmariola x
We Love Pasta



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **128.4K** ↗ 4.1M ↗ N/D
648 Commenti, 122.9K Mi piace su TikTok,
4.8K Condivisioni TikTok, 1.6M Visualizzazioni,
4.1M Follower del profilo

Aprile

I video sponsored più performanti

@maryna x Garnier



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE 125K 2.1M N/D

215 Commenti, 123.5K Mi piace su TikTok,
1.3K Condivisioni TikTok, 843.9K Visualizzazioni,
2.1M Follower del profilo

@lucianospinelli x
Mutti



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE 119.5K 7.7M N/D

268 Commenti, 118.7K Mi piace su TikTok,
543 Condivisioni TikTok, 4.3M Visualizzazioni,
7.7M Follower del profilo

@nikypassarella x
Smashbox



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE 110.7K 1.7M N/D

216 Commenti, 109.5K Mi piace su TikTok,
966 Condivisioni TikTok, 874K Visualizzazioni,
1.7M Follower del profilo

@gianpaologolden x
Autostar Flaminia



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE 90.8K 2.5M N/D

315 Commenti, 81.6K Mi piace su TikTok,
8.9K Condivisioni TikTok, 945.1K Visualizzazioni,
2.5M Follower del profilo

@AishaSarah
x Garnier

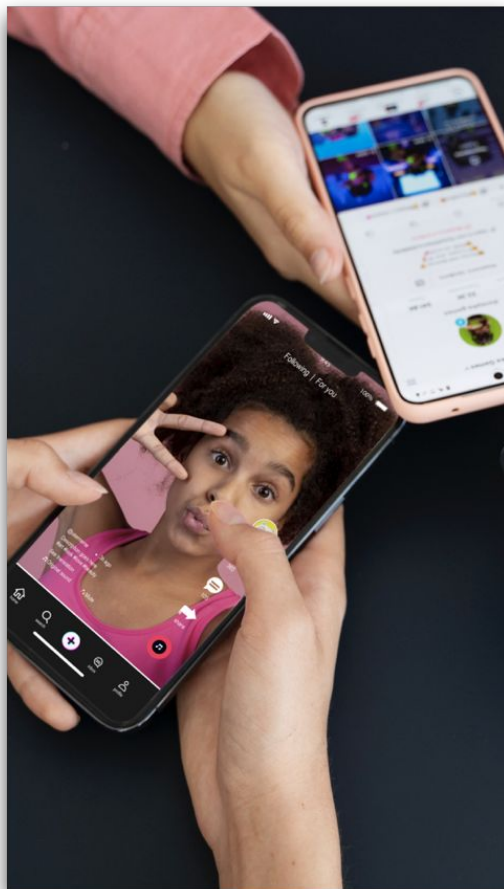


CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE 87.6K 927.2K N/D

204 Commenti, 86K Mi piace su TikTok,
1.4K Condivisioni TikTok, 575.8K Visualizzazioni,
927.2K Follower del profilo

Fonte: Talkwalker

Ottimi risultati per TikTok nel mese di Aprile: anche se il numero di video sponsored diminuisce, le interazioni generate e le views registrano un aumento. Il Brand più menzionato del mese



Nel mese di Aprile, nonostante la discesa nel numero di video sponsored pubblicati in piattaforma, si registra comunque un aumento delle relative performance.

I video di campagne di Influencer Marketing sono **532**, il 2,92% in meno rispetto a Marzo. Nonostante questo, le interazioni totali sono aumentate del 10,92%, attestandosi sui **7.1M**. Leggera salita registrata anche dalle views che con **604.5M** aumentano dell'1,66% rispetto al mese precedente.

Il Brand più menzionato del mese nei contenuti con creator e Brand è **Garnier**: non è un caso infatti che nella top10 dei video più performanti di Aprile si trovino due video che promuovono il marchio del gruppo L'Oréal.





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)"