



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE
DEI POST SPONSORED TIKTOK
MAGGIO 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 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, textured grey.

Video Sponsored: quale scenario a Maggio 2024?



Maggio

I video nati da collaborazione brand/influencer

629

+18,23%

Numero video

6.2M

-12,68%

Interazioni generate

612.3M

+1,29%

View



Maggio

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#Garnier #beauty
#supplied #ad #ADV #loveshein
#benedettarossi #booktok #recipe
#booktokitalia #yepoda #cucinaitaliana
#gifted #adv #makeup
#realme12 #Adv #skincare #suppliedby
#imparacontiktok #ricettafacile #giallozafferano #SHEIntrendy
#perte #SHEINforAll



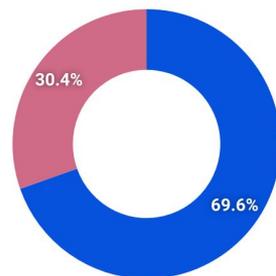
Maggio

Brand menzionati nei video Sponsored



Maggio TikTok Analisi Visual

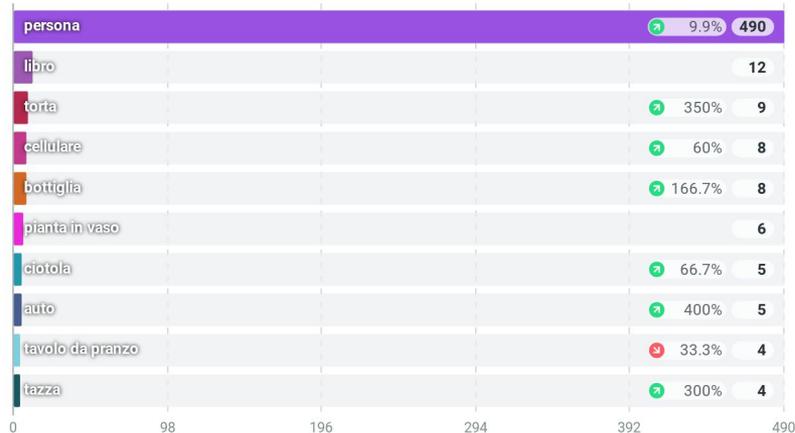
SUDDIVISIONE INTERNO / ESTERNO



↖27% ● Interno ↗61% ● Esterno

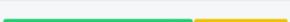
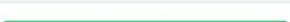
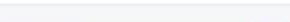
TOP OGGETTI

551 Risultati



Maggio

Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post 	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 GialloZafferano http://www.tiktok.com/	12  200%		34.8M  210.7%	2.9M  3.6%	80.7K  25.8%	6.7K  -58.1%
 VDnews http://www.tiktok.com/	12  140%		4.5M  141.5%	372K  0.6%	20.9K  794.2%	1.7K  272.6%
 Alessia Marinotti http://www.tiktok.com/	11  -45%		158.6K  -44.9%	14.4K	1.2K  -57.9%	109.9  -23.4%
 LAURA Beauty Blogger http://www.tiktok.com/	11  83.3%		94K  85.5%	8.5K  1.2%	262  101.5%	23.8  9.9%
 SmartWorld.it http://www.tiktok.com/	10  66.7%		7.4M  67.1%	742.2K	15.4K  211.8%	1.5K  87.1%
 Benedetta Rossi http://www.tiktok.com/	9  80%		7.5M  82.6%	830.1K  1.4%	36K  -30.5%	4K  -61.4%
 GianpaoloGolden http://www.tiktok.com/	9		22.5M	2.5M	101.9K  -50.5%	11.3K  -50.5%
 webboh.it http://www.tiktok.com/	9  800%		12.6M  800%	1.4M	52.1K  150.2%	5.8K  -72.2%
 Greg e mamma http://www.tiktok.com/	8  33.3%		1.6M  34.5%	197.3K  0.8%	49.1K  -9.8%	6.1K  -32.4%
 storielibere.fm http://www.tiktok.com/	8  14.3%		100.1K  24.8%	12.5K  9.2%	20.3K  202.6%	2.5K  164.8%



Maggio

I video sponsored più performanti

@shamzy x
Head&Shoulders



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **225K** ↕ 1.9M ↗ N/D

455 Commenti, 222K Mi piace su TikTok,
2.5K Condivisioni TikTok, 38.3M Visualizzazioni,
1.9M Follower del profilo

@federicascagnetti x
Atelier Emé



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **167.5K** ↕ 2.7M ↗ N/D

227 Commenti, 166.5K Mi piace su TikTok,
732 Condivisioni TikTok, 1.6M Visualizzazioni,
2.7M Follower del profilo

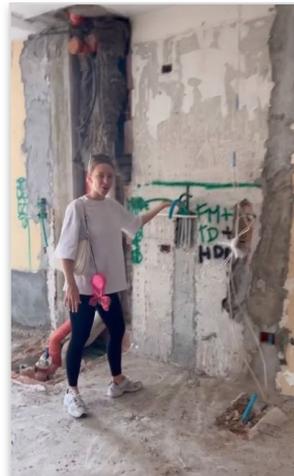
@thebonde x
Estée Lauder



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **133.7K** ↕ 1.1M ↗ N/D

143 Commenti, 129.4K Mi piace su TikTok,
4.2K Condivisioni TikTok, 683.6K Visualizzazioni,
1.1M Follower del profilo

@martinastrazzer x
Alima Studio Architetta



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **122.9K** ↕ 1.6M ↗ N/D

317 Commenti, 120.9K Mi piace su TikTok,
1.7K Condivisioni TikTok, 1.2M Visualizzazioni,
1.6M Follower del profilo

@mattiaastanga x
Lily's Kitchen



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **99K** ↕ 3M ↗ N/D

250 Commenti, 94.2K Mi piace su TikTok,
4.5K Condivisioni TikTok, 14.2M Visualizzazioni,
3M Follower del profilo

Fonte: Talkwalker

Maggio I video sponsored più performanti

@twinsisters x
Universal Pictures Italia



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **98.3K** ↕ 2.5M 📈 N/D

397 Commenti, 96.6K Mi piace su TikTok,
1.3K Condivisioni TikTok, 5.7M Visualizzazioni,
2.5M Follower del profilo

@biancapanzironi x
L'Oréal Paris



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **93.2K** ↕ 202.3K 📈 N/D

283 Commenti, 89.6K Mi piace su TikTok,
3.4K Condivisioni TikTok, 13.9M Visualizzazioni,
202.3K Follower del profilo

@chaimaacherbal x
TikTok Italia



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **77.1K** ↕ 4.4M 📈 N/D

243 Commenti, 76.5K Mi piace su TikTok,
405 Condivisioni TikTok, 1.3M Visualizzazioni,
4.4M Follower del profilo

@marisolviola x
Grandi Scuole



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **77K** ↕ 1.9M 📈 N/D

797 Commenti, 74.3K Mi piace su TikTok,
1.9K Condivisioni TikTok, 377.6K Visualizzazioni,
1.9M Follower del profilo

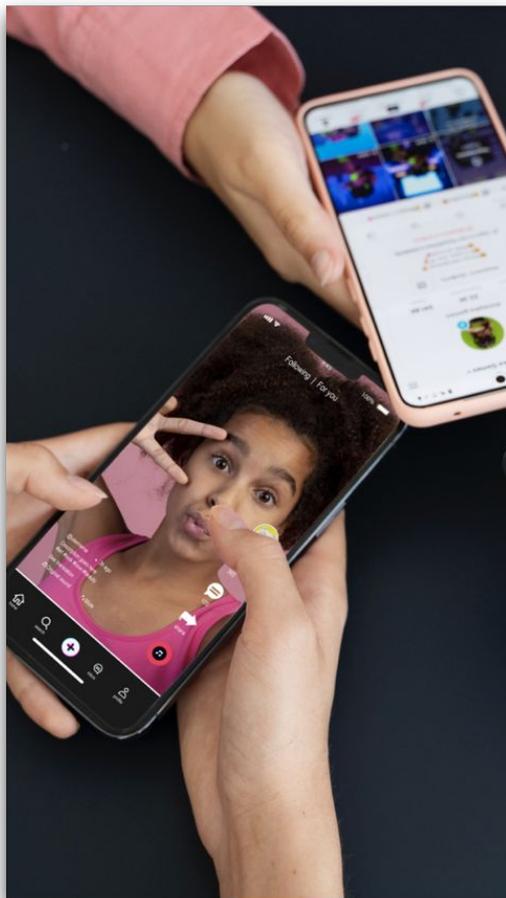
@glendaresta x
CeraVe



CORRISP. ADV TIKTOK
METRICHE **76.1K** ↕ 2.3M 📈 N/D

362 Commenti, 75.2K Mi piace su TikTok,
580 Condivisioni TikTok, 4.4M Visualizzazioni,
2.3M Follower del profilo

Continua la crescita delle attività di Influencer Marketing su TikTok: a Maggio cresce il numero di video e le relative views. Calano invece le interazioni totali. Shamzy si prende il podio per il video più performante del mese.



A differenza del mese precedente, a Maggio, il numero di video sponsored pubblicati in piattaforma **cresce**, così come le views. Tuttavia si registra un calo sulle interazioni.

I contenuti con influencer e brand sono **629**, quasi il 20% in più rispetto ad Aprile. Le views crescono leggermente raggiungendo **612.3M** (+1,29%). Le interazioni invece registrano una discesa del 12,68% fermandosi a **6.2M**.

La top 10 dei video sponsored più performanti del mese è **diversificata**, sia a livello di creator che di Brand. Sono presenti Fashion, Beauty e Entertainment, ma anche Pet Food, Informazione e uno studio di Architetti.





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)"