

22

INFLUENCER MARKETING

powered by UPA

Cartella stampa

BUZZOOLE

CONTENT
GARAGE

FORTYDEGREES

Google

groupm

INFLUENCER

MONDADORI
MEDIA

Openinfluence

REALIZE
NETWORKS

SENSEMAKERS
MINDS & DATA

telesia

TERRITORY
INFLUENCE

toluna

Highlights

81%

**Aziende che utilizzano
l'influencer marketing**

294 milioni €

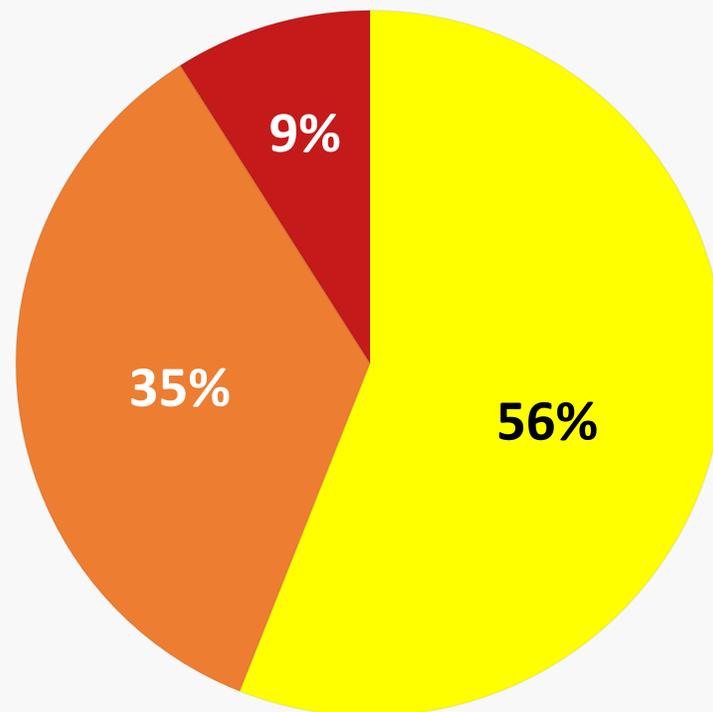
**Investimento 2022 in
Influencer Marketing**

+8%

**Variazione investimenti
2022 su 2021**

Fonte: UPA

Dove risiede il budget IM?

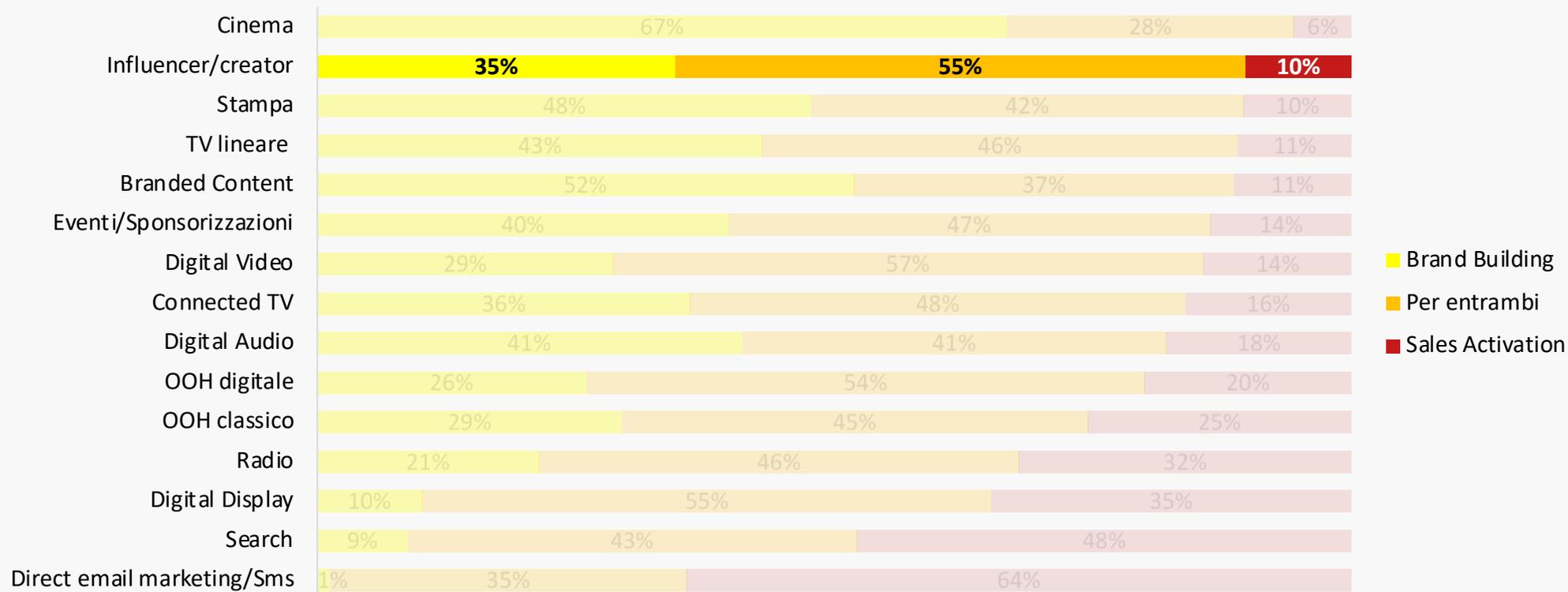


■ Budget Media ■ Budget Marketing ■ Budget Comunicazione

Fonte: UPA

Per quali obiettivi?

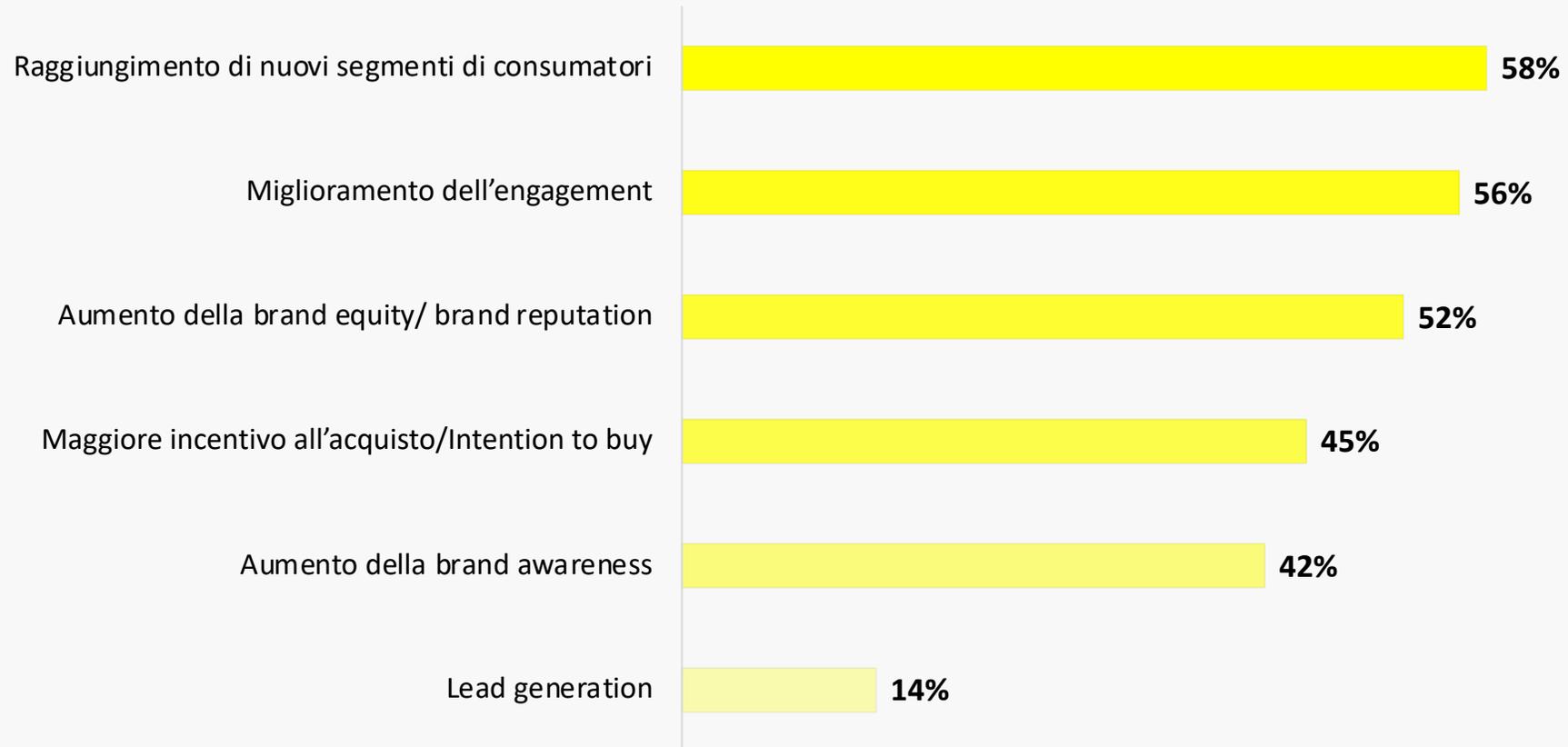
Di seguito troverà un elenco di **mezzi/formati**. Le chiediamo di indicare, per ciascuno, per quale **obiettivo** (Brand Building o Sales Activation) viene utilizzato all'interno della sua impresa.



Fonte: Branding e-volution 2022, UPA+SOM Polimi

Obiettivi perseguiti tramite iniziative di Influencer Marketing

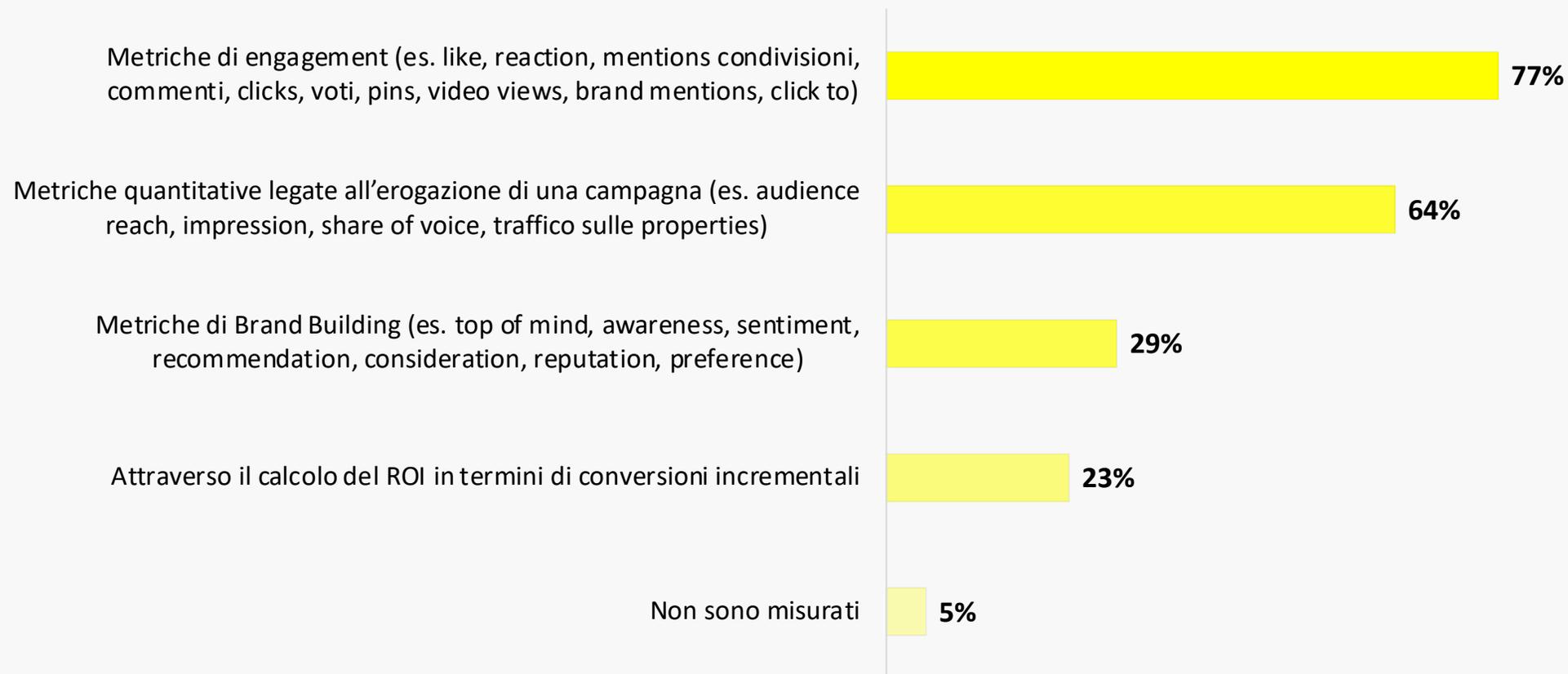
« Per quali **OBIETTIVI** la sua azienda fa principalmente ricorso all'**INFLUENCER MARKETING**? »



Fonte: Branding e-volution 2022, UPA+SOM Polimi

Misurazione delle iniziative di Influencer Marketing

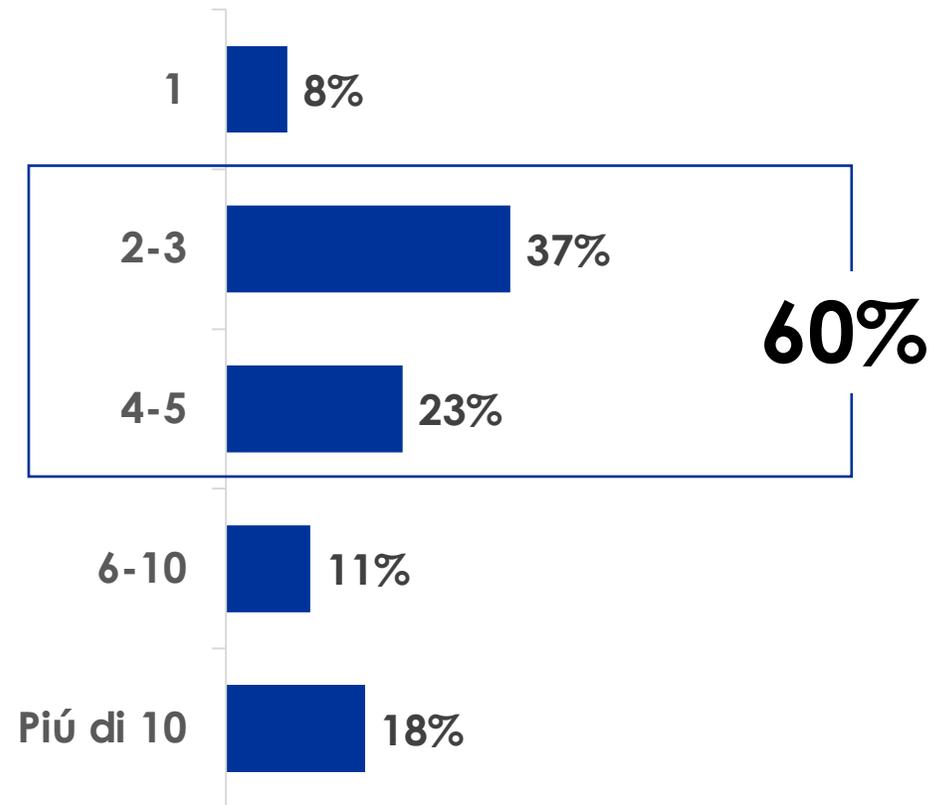
«All'interno della sua azienda, come sono **MISURATI** i risultati delle iniziative di **INFLUENCER MARKETING**?»



Fonte: Branding e-volution 2022, UPA+SOM Polimi

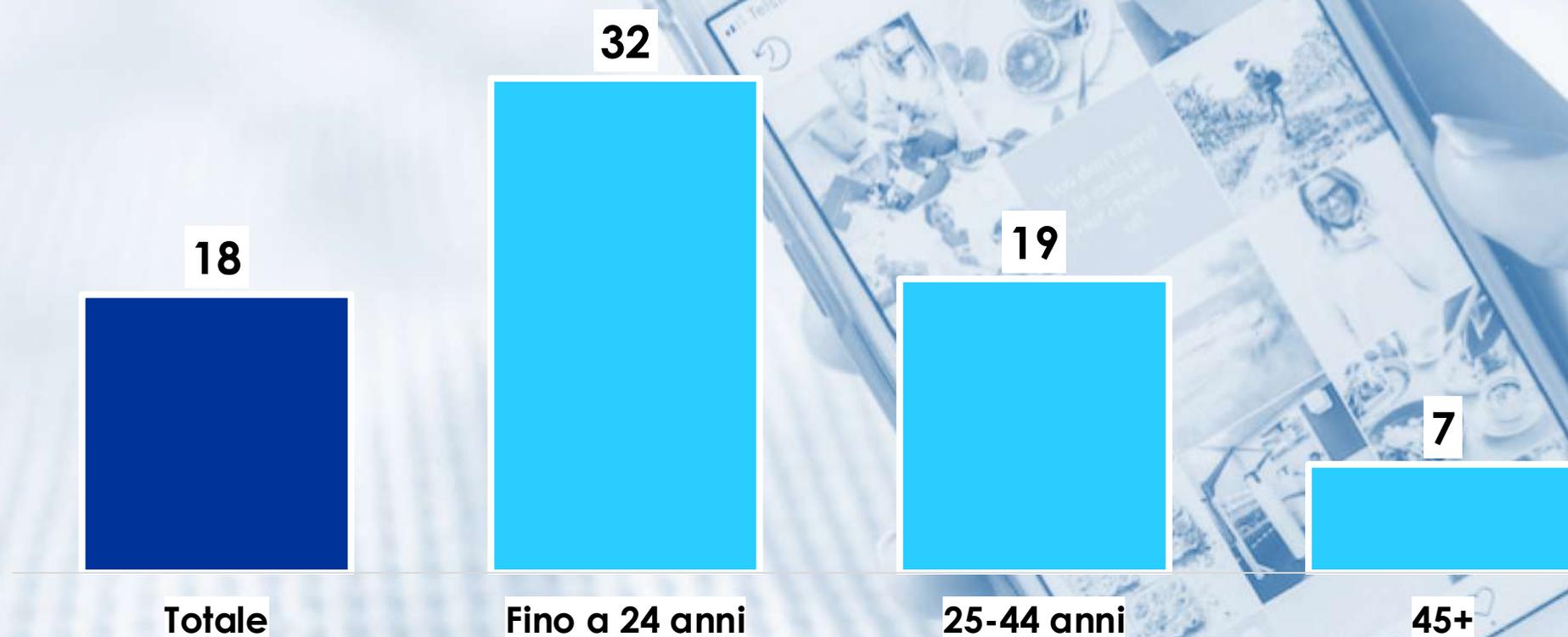
Gli influencer: definizioni, numeri e tipologie

La maggior parte
dei followers
segue **2-5**
influencer, e
quasi un quinto
ne segue oltre
10...



...soprattutto tra i giovanissimi, rispetto ai non-nativi digitali

Seguono 10 o più influencer - %



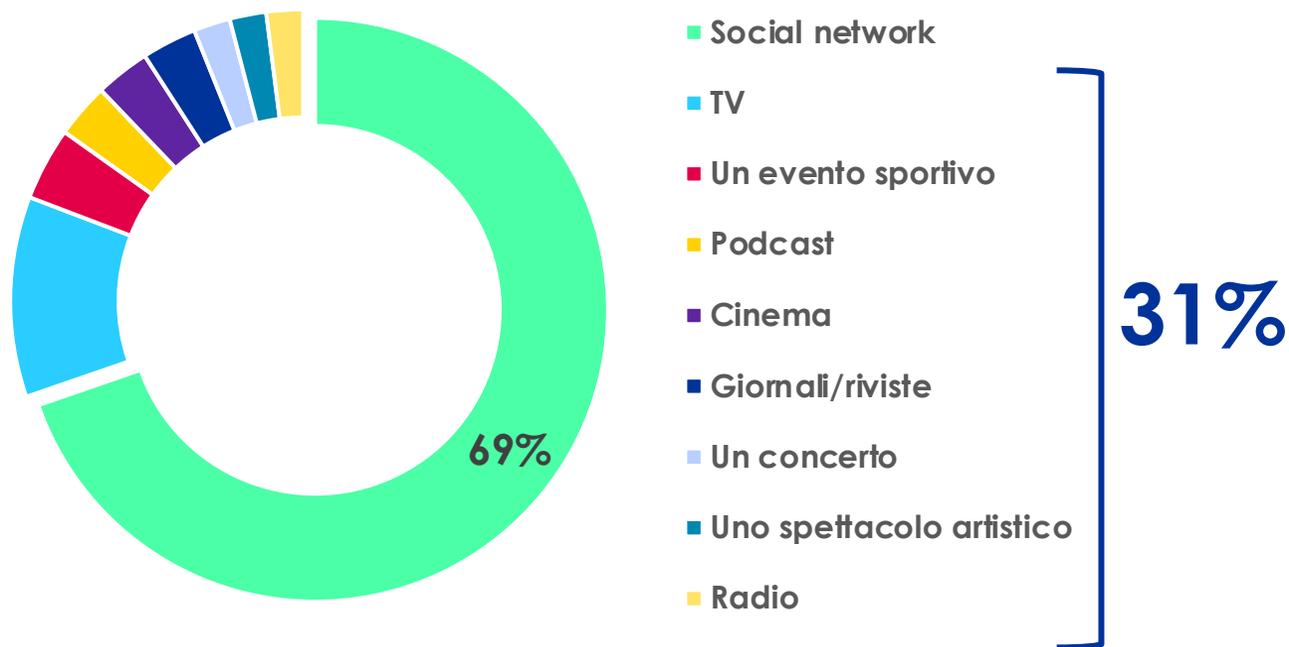
Base: n 1,000

Evidente la cross-medialità degli influencers

69%

Avevano iniziato a seguire gli influencer sui social, e un terzo su altri canali

Su quale canale/situazione avevano iniziato a seguire influencer

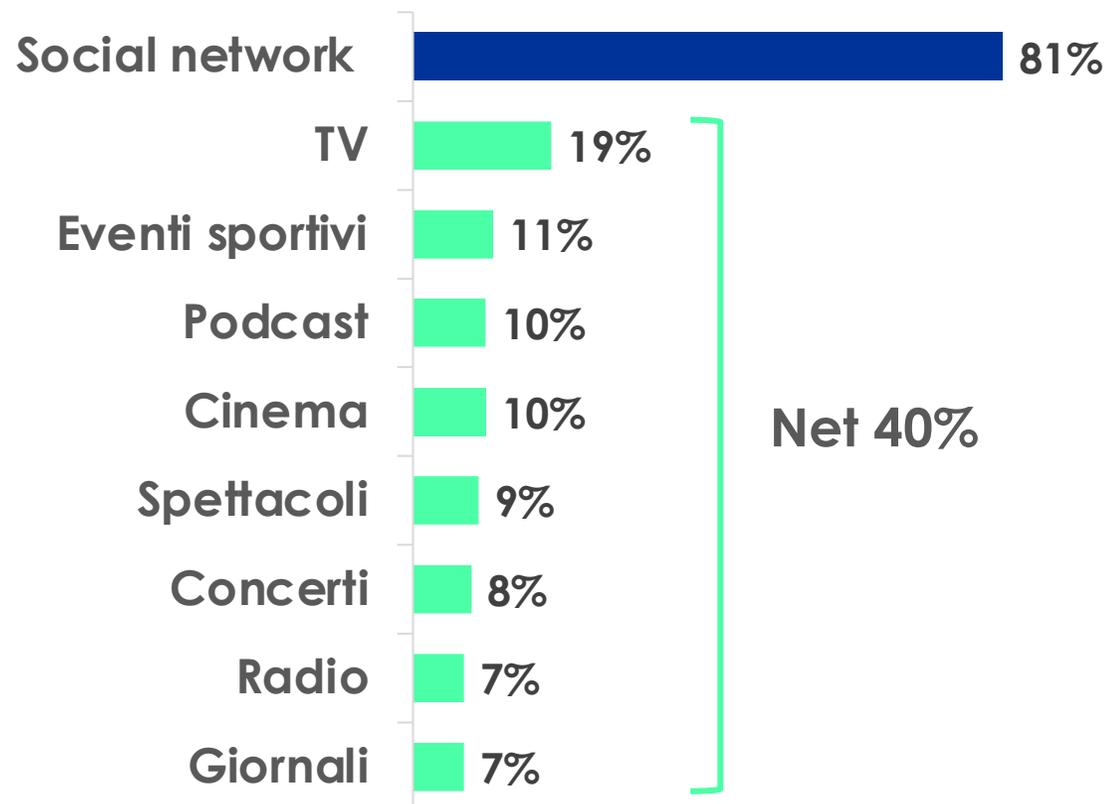


Base: n 1,000

Se i social sono il canale più utilizzato, la cross-medialità rimane elevata

4 su 10
seguono
attualmente gli
influencer su
canali diversi dai
social network

Su quali canali/situazioni seguono gli influencer attualmente



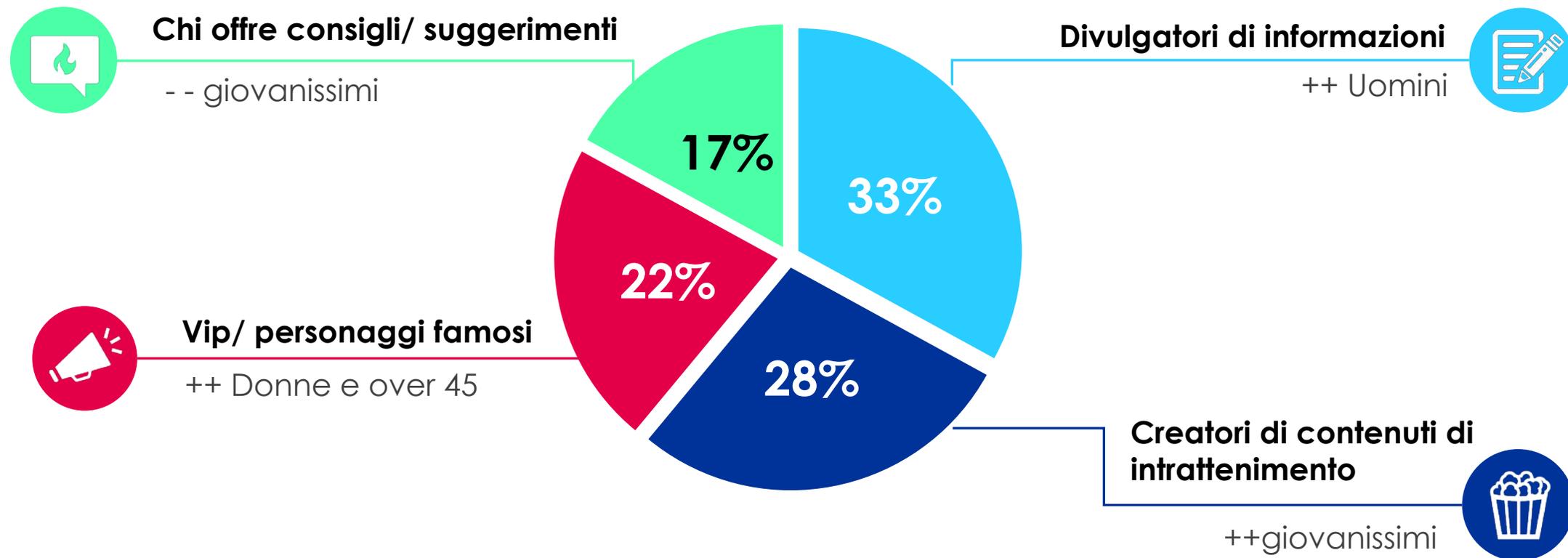
Cinema, spettacoli etc implicano che il follower segue il proprio attore, cantante, sportivo preferito in situazioni legate al proprio canale/situazione di riferimento (es. andare a vedere l'ultimo film dell'attore preferito etc)

Base: n 1,000

Q7. E sempre pensando all'influencer che segui più assiduamente, su quale/i canale/i lo/la segui attualmente?

I divulgatori di informazioni e gli *entertainers* sono gli influencer più seguiti in modo trasversale – i vip sono più seguiti da donne e over 45

Preferiscono seguire...



Base: n 1,000

Q4. In generale, che tipo di influencer preferisci seguire? Preferisci...

Gli influencer vengono scelti prevalentemente in base ai temi trattati...

...ma è evidente il ruolo che gioca la piattaforma...

...così come l'impatto che altri influencer possono avere nella scelta di chi seguire

Seguono gli influencer in base...



Base: n 1,000

Q5. E in generale, come scegli gli influencer da seguire? Scegli prevalentemente in base...

22

L'impatto sociale degli influencer

Gli influencer sono per prima cosa visti come divulgatori di novità...

Molto/Abbastanza d'accordo

Seguire gli influencer mi permette di conoscere
marche nuove

++ donne e over 45

76%

*Una persona che viene pagata
per indossare e pubblicizzare
nuovi prodotti o abiti*

Seguire gli influencer mi permette di stare al passo con
nuove tendenze

++ donne

62%

*Gli influencer **consigliano prodotti
nuovi** e sponsorizzano prodotti e
nuove tendenze per giovani e meno
giovani.*

Seguire gli influencer mi spinge a provare cose nuove

++ donne

62%

*Chiara Ferragni è stata la prima
persona a capire quanto i social media
possono influenzare le persone e **stare
"al passo coi tempi"** soprattutto nuovi
modi di vestirsi.*

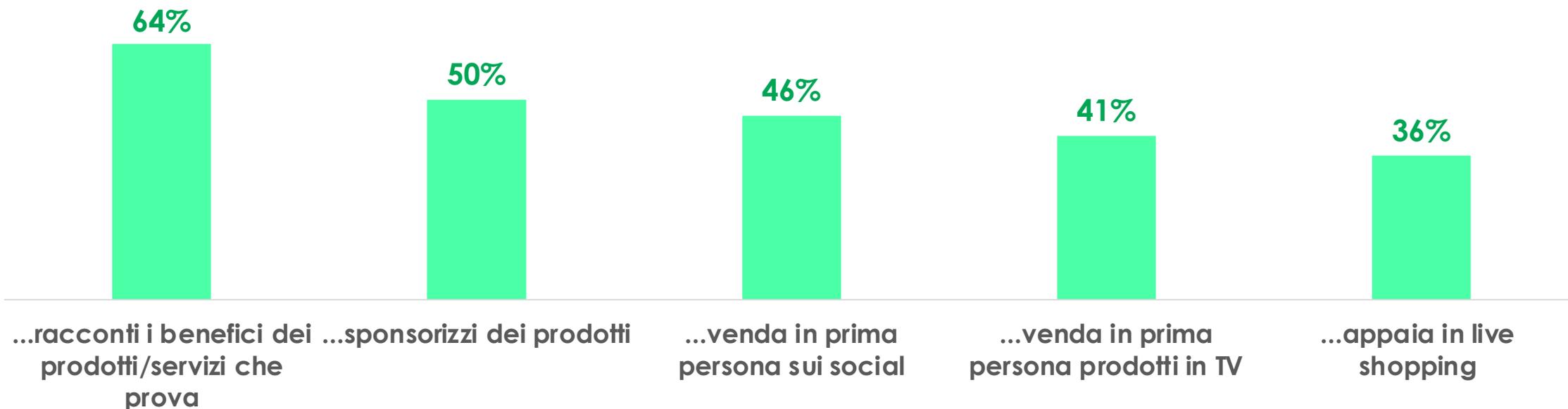
Base: n 1,000

Verbatim

...ma anche come “product reviewer”, nonché come veri e propri sponsor o venditori – il legame tra influencer e prodotto è pienamente consolidato

Molto/Abbastanza d'accordo

Mi piace l'idea che un influencer che seguo/ammiro...



Base: n 1,000

Q10. E quanto sei d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni rispetto al tuo rapporto con gli influencer?

Ed è infatti alta la fiducia data all'influencer nella veste di venditore

49%

Hanno **acquistato** prodotti o servizi proposti da influencer (++) donne e millennials)

47%

Acquisterebbe prodotti di una **marca creata** dall'influencer preferito*

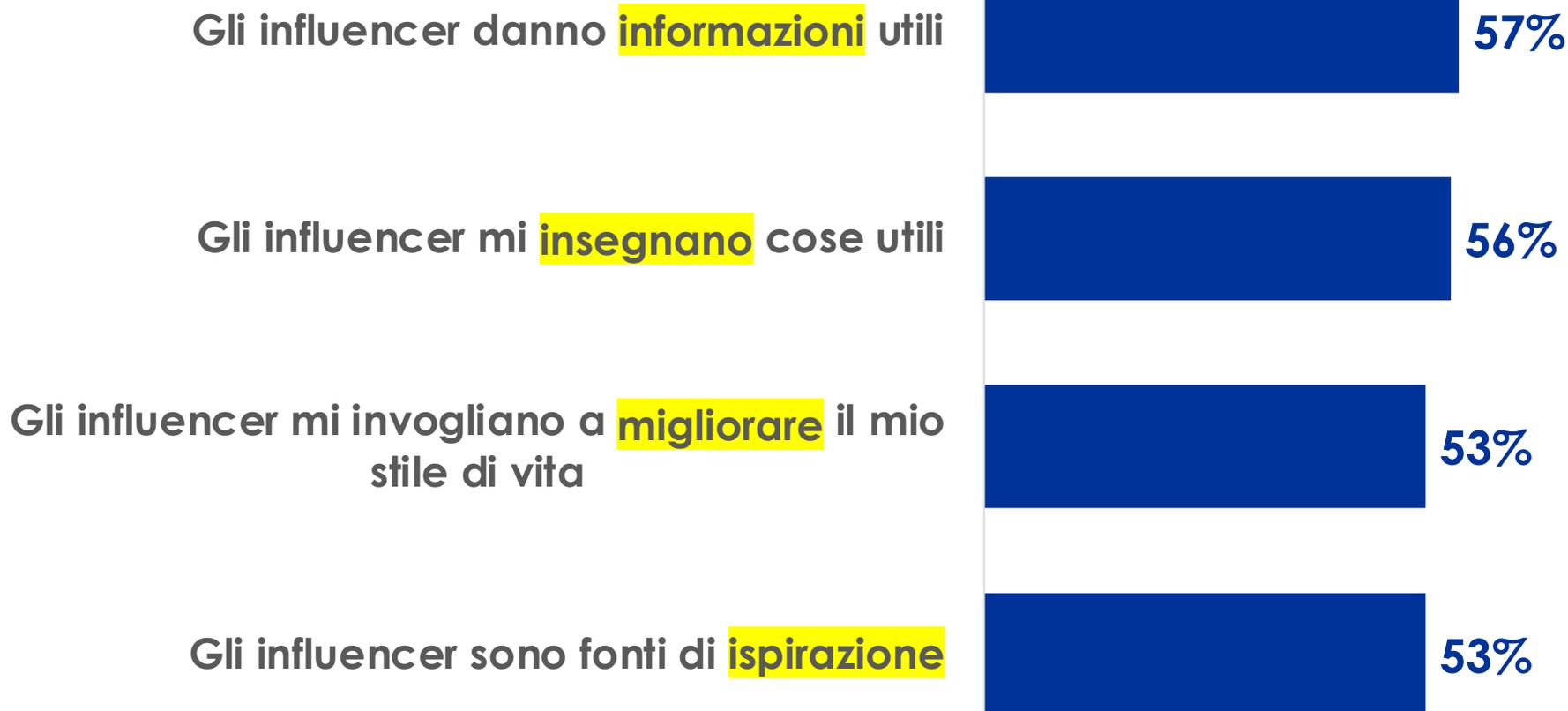
Base: n 1,000

Q8c. Hai mai acquistato prodotti o servizi proposti da influencer?

Q10. E quanto sei d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni rispetto al tuo rapporto con gli influencer? *molto+abbastanza d'accordo

Emerge poi un passaggio ulteriore, in cui l'influencer è visto come divulgatore di informazioni utili, in grado di impattare lo stile di vita dei followers...

Molto/Abbastanza d'accordo

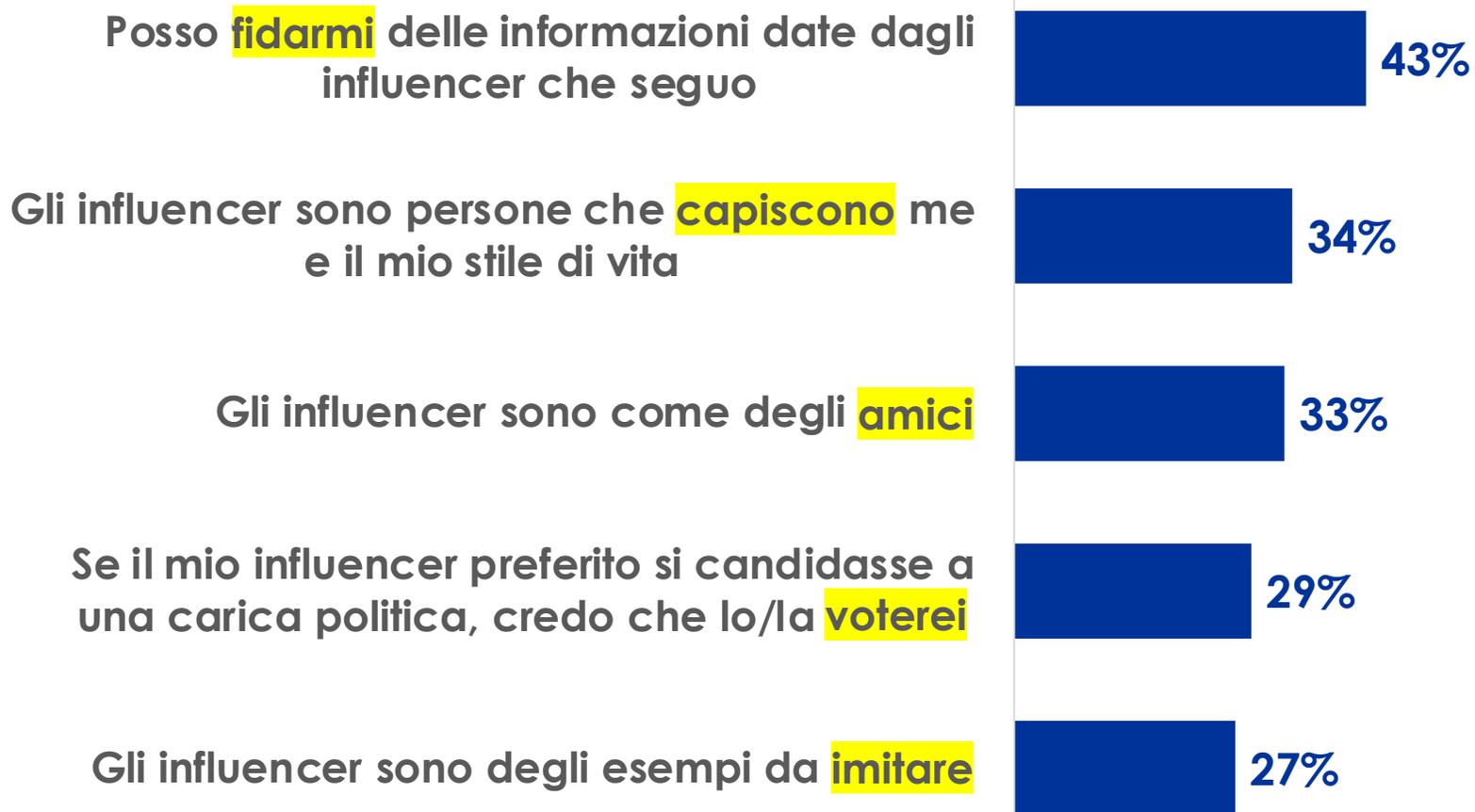


Base: n 1,000

Q9. Quanto sei d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni riguardo agli influencer?

...per poi entrare nelle sfere più personali del rapporto con i propri followers

Molto/Abbastanza d'accordo



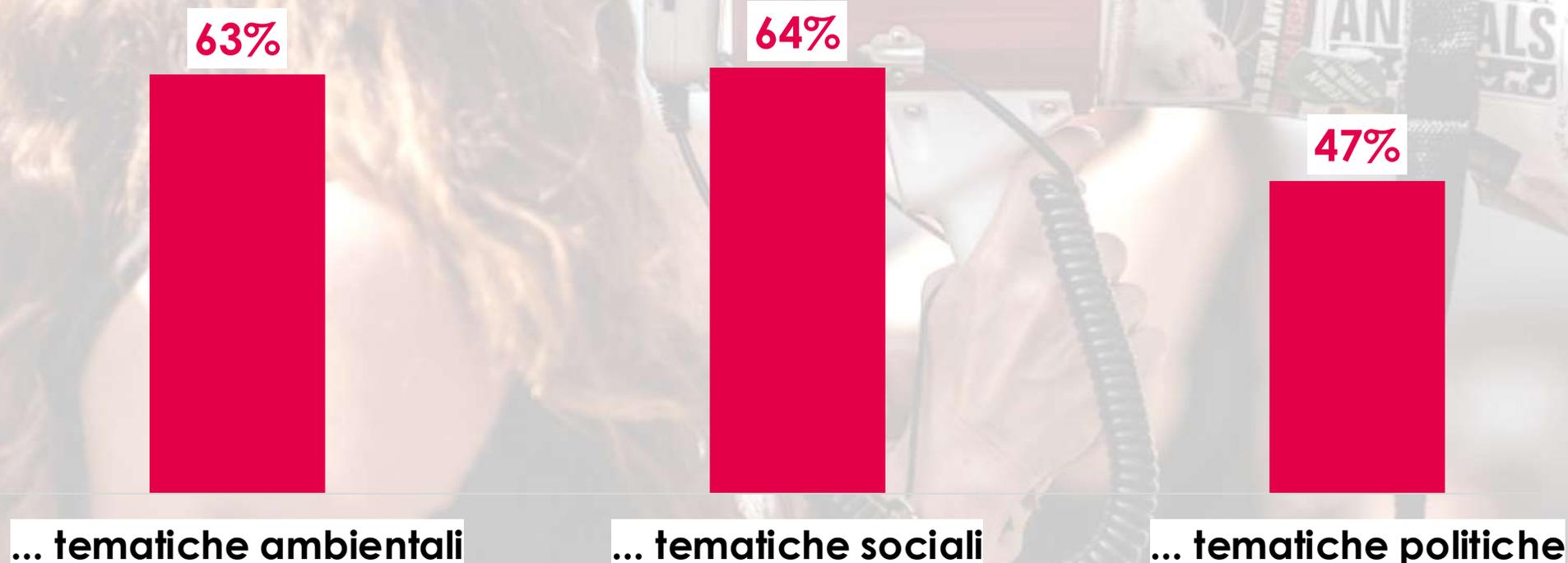
Base: n 1,000

Q9. Quanto sei d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni riguardo agli influencer?

Questo legame «personale» dei followers con gli influencer si traduce in un forte interesse per le loro opinioni su tematiche sociali nonché politiche...

Molto/Abbastanza d'accordo

Mi interessa conoscere l'opinione degli influencer su...



Base: n 1,000

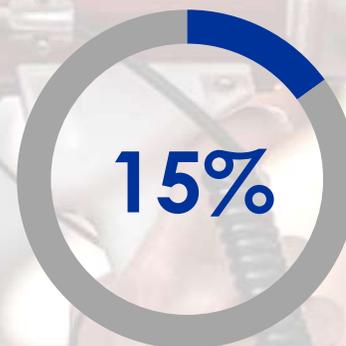
Q10. E quanto sei d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni rispetto al tuo rapporto con gli influencer?

...fino a poterne influenzare direttamente le opinioni

Mi è capitato di sentire un influencer condividere il proprio parere su questi temi, e **ha cambiato la mia opinione**



Riscaldamento Globale
Disuguaglianze
Diritti delle minoranze
Diritti degli animali



Inflazione
Vaccinazione
Conflitti
Politica

++ fino a 24 anni

-- tra 45+

Take-out principali



Il legame tra influencer e prodotti...

...è consolidato e accettato trasversalmente, con una chiara **influenza sulla customer journey**



La cross-medialità degli influencer...

...ha importanti implicazioni strategiche: diventa chiave la sinergia tra **specializzazione online** ed **estensione su piattaforme offline**



L'impatto sociale degli influencer...

...va ben oltre l'acquisto, estendendosi a sfere più intime ed individuali: **stile di vita e opinioni**