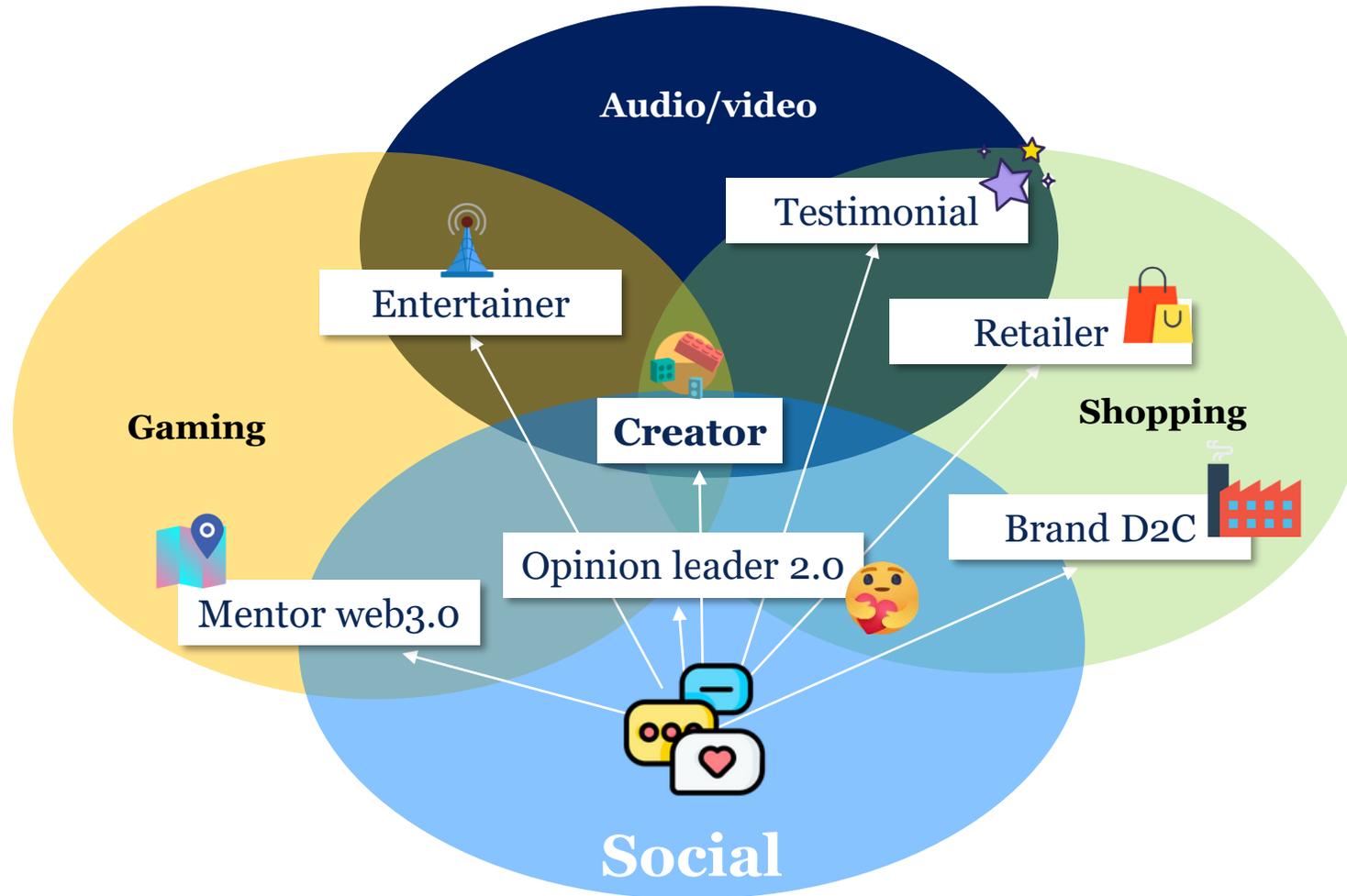


L'Influencer Economy genera fenomeni, percorsi evolutivi ed esiti diversi

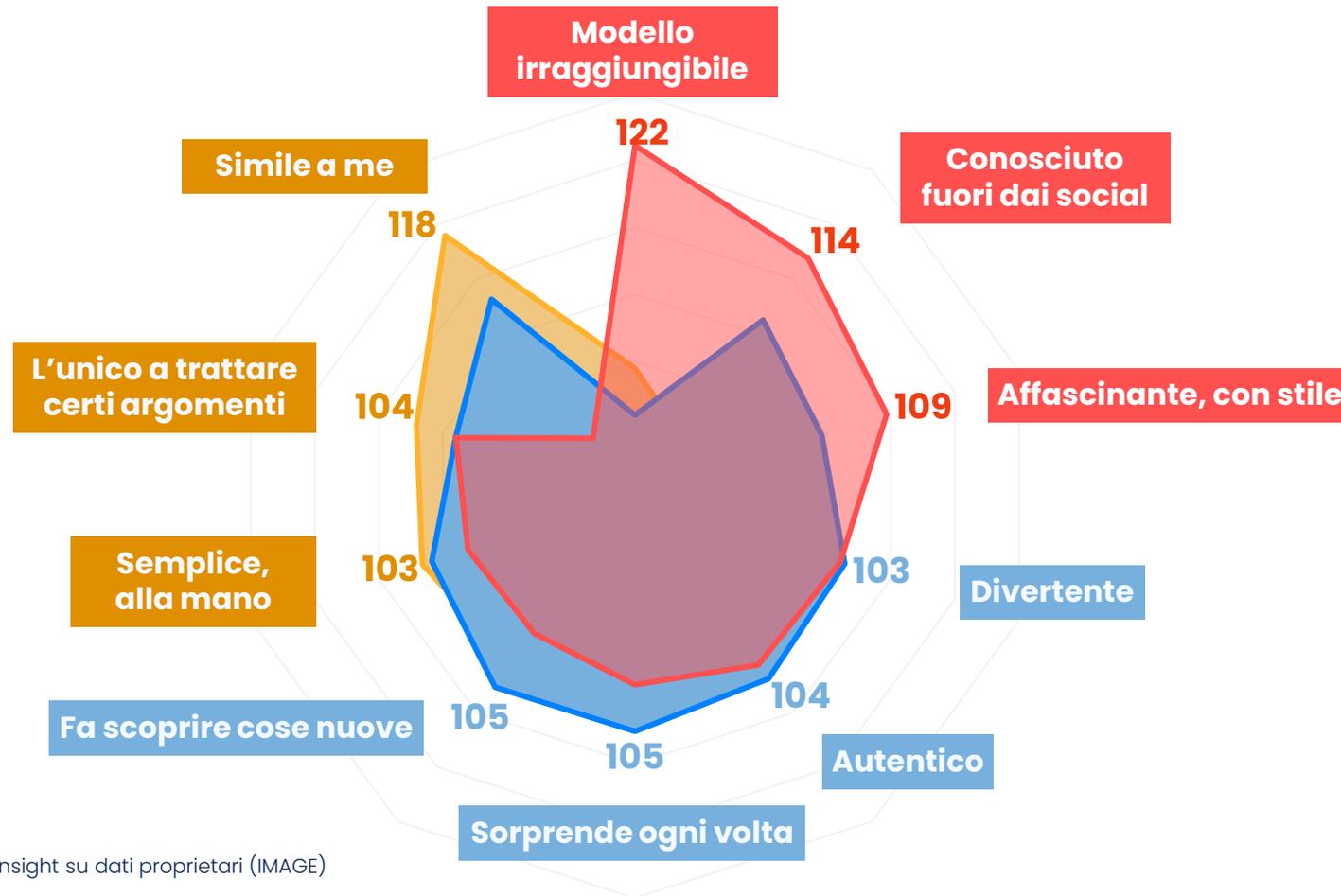


Il legame con le Celebrity è basato sull'idealizzazione, i Micro creano intimità e i Macro sono più stimolanti

Caratteristiche dell'influencer preferito per tipologia

Indice di affinità vs. totale Influencer

- Micro Influencer
- Macro Influencer
- Celebrities



Gli Influencer sono degli *attivatori* che vanno ben oltre la generazione di visibilità per i brand partner

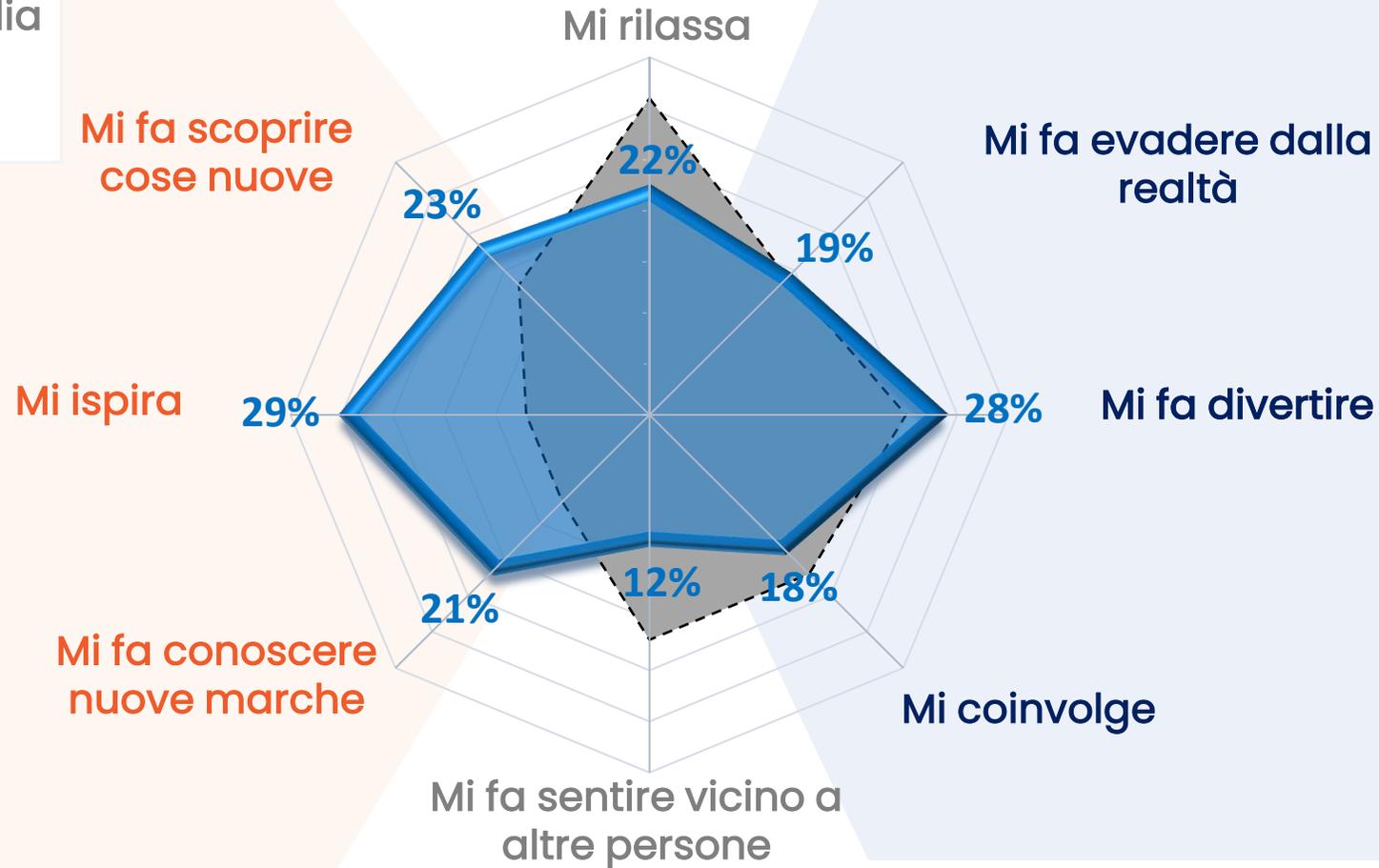
▣ Contenuti da altri media

▣ Contenuti Influencer

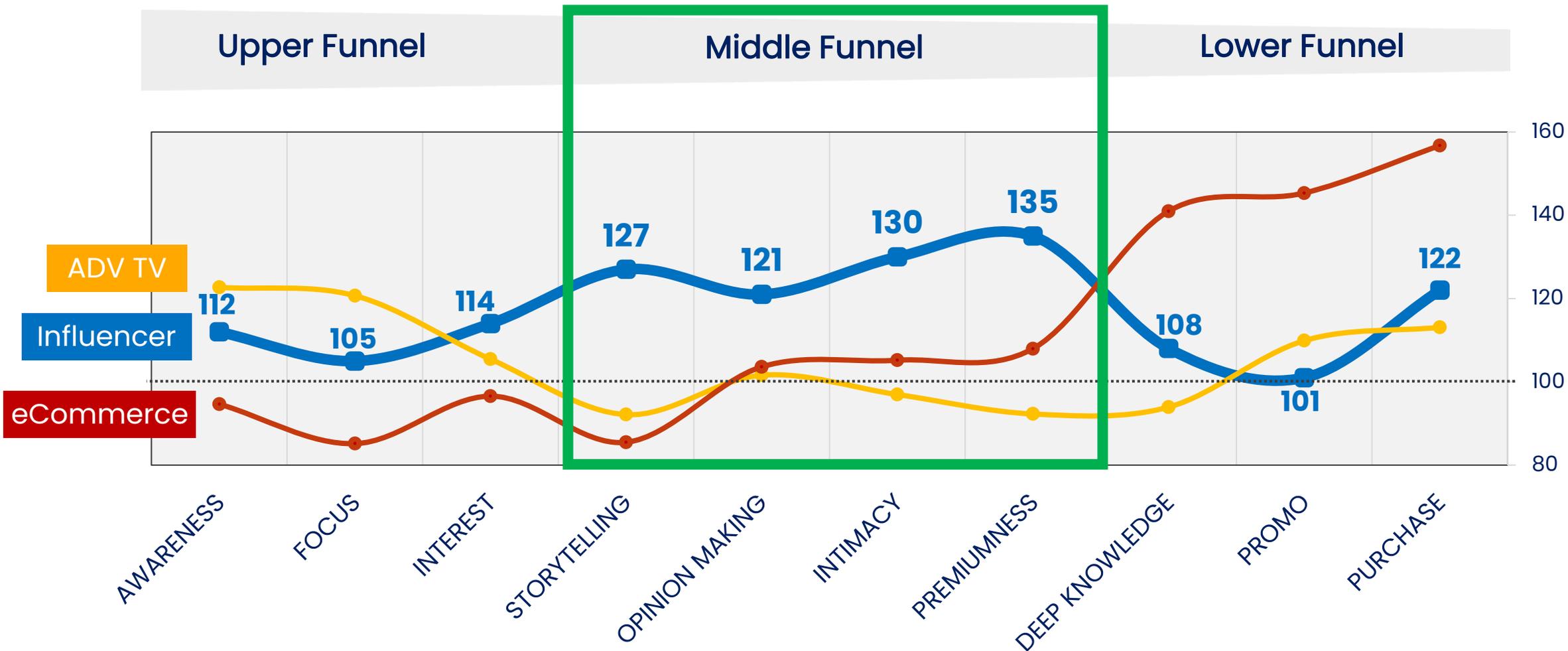
% di penetrazione



Inspire



L'Influencer Marketing può creare un ponte tra branding e performance lavorando nel medium funnel



Indice di affinità vs. media dei Touchpoint

Fonte: Elaborazione GroupM Business Intelligence & Insight su dati proprietari (IMAGE)