



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

blogmeter

THE SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE COMPANY

**«SOCIAL INFLUENCER: CHI SONO E COME
SCEGLIERE QUELLI GIUSTI PER
LE TUE CAMPAGNE DI SOCIAL MEDIA
MARKETING»**

PAOLA NANNELLI – SENIOR STRATEGIST & HEAD OF INFLUENCER MARKETING

Chi è Blogmeter

Blogmeter è un'azienda italiana **indipendente** capace di fornire **marketing e consumer insights** attraverso l'osservazione dei social media.

L'unica che si avvale di una **tecnologia proprietaria** ed un team di **ricercatori** specializzati, mette a disposizione dei Brand:



Un'innovativa **piattaforma** di big data analysis
25 Miliardi di documenti e interazioni analizzati



Progetti di **ricerca personalizzata**
180 progetti di ricerca

Di cosa parleremo

Nel corso degli ultimi cinque anni il segmento dell'Influencer Marketing si è trasformato in un vero e proprio **paid media** in grado di conquistare sempre più investimenti da parte di brand e aziende. I **criteri di scelta** di un influencer sono però diventati nel tempo sempre più **complessi**, esattamente come quelli per la scelta di una pianificazione o per l'attività di comunicazione classica.

Vi racconteremo chi sono i social influencer e come, mediante KPI oggettivi, un marketer dovrebbe sceglierli, in base alla tipologia di campagna, al settore di riferimento e agli obiettivi da raggiungere. Inoltre, verranno illustrate case history di successo in merito al coinvolgimento di influencer da parte di brand o durante eventi, permettendo quindi di individuare quali sono le **content strategy** più efficaci e chi sono gli influencer più capaci di influenzare la propria audience in un determinato settore.

“

People no longer trust ads
but they do trust people

”

2017: che cosa sta succedendo?

- I **brand** stanno diventando degli **editori**
- I **magazine** stanno evolvendo in **online retailers**
- I **retailers** stanno diventando influenti come i **magazine**
- Gli **influencers** stanno diventando **Brand**
- Gli **editors** stanno diventando **influencers**



Non è solo questione di followers



L'influenza non è solo questione di followers.
Deriva soprattutto dall'**esperienza** e dalla **credibilità**
che ha l'influencer in un determinato campo e si fonda
sulla relazione tra l'influencer e i suoi followers.

Data driven influencer Marketing

Un corretto **approccio strategico** all'influencer marketing include:

- Individuazione dei **pubblici/personas** cui rivolgere la propria comunicazione
- Selezione dei **messaggi da divulgare** in base ai pubblici targetizzati
- Selezione del **criterio di misurazione** per il ritorno sull'investimento
- Selezione degli **influencer**
- Managing della **Brand reputation** durante la campagna di influencer marketing

Discovery

Per identificare l'influencer giusto per la propria campagna è necessario valutare una serie di **variabili quali-quantitative**...



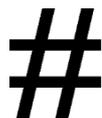
SETTORI

Scopri gli influencer più rilevanti nel mondo fashion, beauty, lifestyle, food, travel, sport, kids, etc.



METRICHE

Misura l'engagement, la reach e i post per day e valuta la loro efficacia



HASHTAG & TERMS

Scopri quali hashtag e quali termini gli influencer hanno utilizzato nei loro canali ufficiali



CONTENT

Identifica i contenuti più performanti e su quali social sono stati pubblicati

Discovery

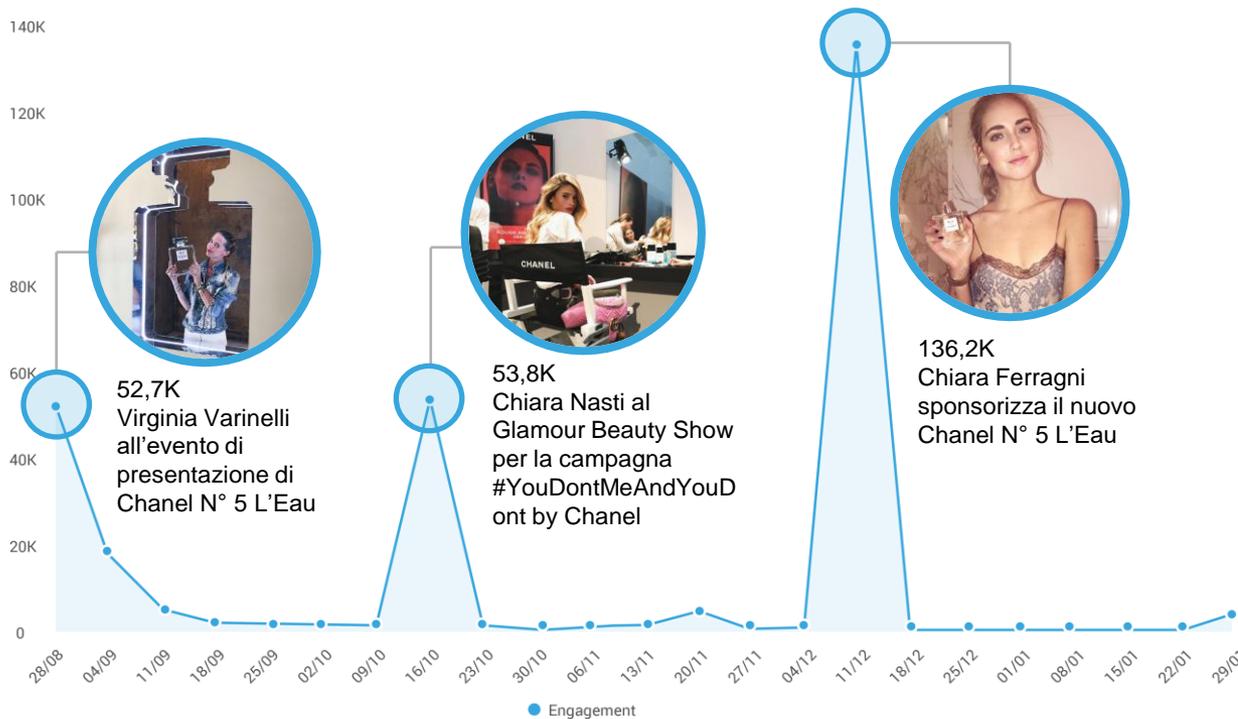
... E confrontare le **performance** degli influencer interessati all'interno dei loro canali social:

INFLUENCER/INFO	TOPICS	AREA	LANG.	TOTAL ENGAG.	ENGAG. GROWTH	ENGAG. RATE	REACH	REACH GROWTH	POST PER DAY
 Chiara Ferragni Blogger, Fashion Icon Twitter YouTube Instagram	beauty fashion lifestyle travel	Worldwide, Italy	EN	28,8M	-8,4% ↓	3,1K	9,2M	+4% ^	5,7
 Lorenzo Ostuni - Favij YouTuber Facebook Twitter YouTube Instagram	gaming tech	Italy	IT	22,9M	+0,5% ^	3,6K	6,4M	+2,3% ^	4,8
 Stefano Lepri - St3p... YouTuber Facebook Twitter YouTube Instagram	gaming tech	Italy	IT	22,2M	-19% ↓	5,2K	4,3M	+2,7% ^	4,9
 Mirko Alessandrini - ... YouTuber Facebook Twitter YouTube Instagram	tech gaming	Italy	IT	18,6M	+19,8% ^	6,4K	2,9M	+2,7% ^	5
 Salvatore Cinquegra... YouTuber Facebook Twitter YouTube Instagram	gaming tech	Italy	IT	16M	-5,7% ↓	4,7K	3,4M	+2,5% ^	6,3
 Sascha Burci - Anima YouTuber Facebook Twitter YouTube Instagram	gaming tech	Italy	IT	11,3M	-12,8% ↓	3,1K	3,6M	+2,8% ^	6,5
 Fedez Musician Facebook Twitter Instagram	fashion lifestyle music	Italy	IT	10,8M	+15,5% ^	1,5K	7,2M	+4,2% ^	5,1

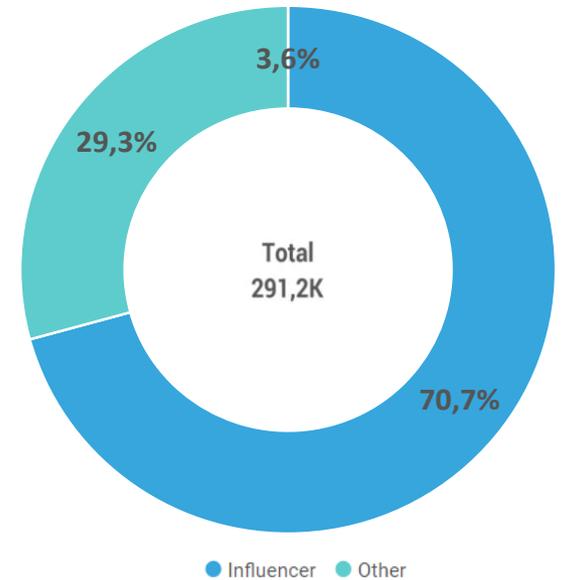
Misurazione

Una volta terminata la campagna sarà poi necessario valutare l'impatto della stessa soprattutto in termini di **Brand reputation**:

TREND ENGAGEMENT



ENGAGEMENT INFLUENCER COINVOLTE vs ALTRI AUTORI



Misurazione: i top contenuti



Chiara Ferragni

16/12/2016 13:35



Daily obsession #NEWCHANEL5
@chanelofficial

129K 128,5K 462



Virginia Varinelli

01/09/2016 17:43



Today at @chanelofficial event
#newchanel5 #youknowmeandyoudont...

36K 36,1K 19



Chiara Nasti

22/10/2016 12:13



Getting pampered by the one and only
CHANEL® #glamourbeautyshow
@glamouritalia -
#YOUKNOWMEANDYUODONT
@chanelofficial

22K 21,9K 106

Misurazione: focus sul singolo influencer



Role Fashion Icon
Market Italy, Worldwide
Location Milan, Los Angeles
Lang EN
Age Group 20-34 

Chiara Ferragni è una fashion blogger e fashion designer italiana, autrice della "Chiara Ferragni Collection". Fin dal suo debutto con il blog "The Blonde Salad" nel 2009 Chiara Ferragni ha svolto una vasta gamma di collaborazioni con numerosi brand della moda internazionale come Christian Dior, Louis Vuitton, Max Mara, Chanel e Tommy Hilfiger, solo per citarne alcuni. Nel 2015 Chiara Ferragni è stata inserita nella lista Forbes dei top 30 under 30 e dal 2013 è presente nell'elenco delle 500 personalità più influenti del mondo della moda.

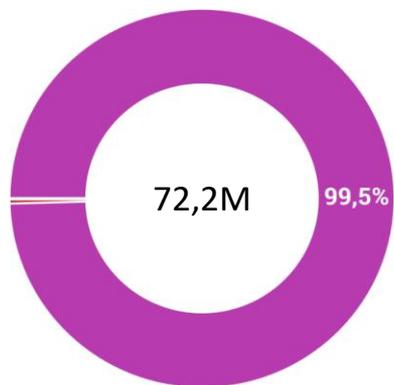
beauty

travel

fashion

lifestyle

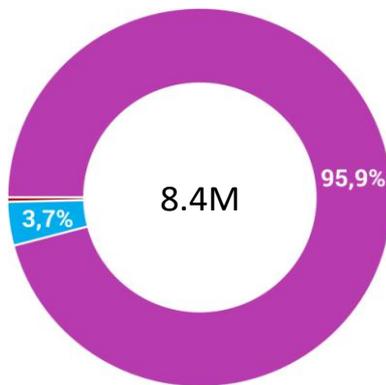
TOTAL ENGAGEMENT



 chiaraferragni

Posts **575**
 Followers **8M**
 Following **696**

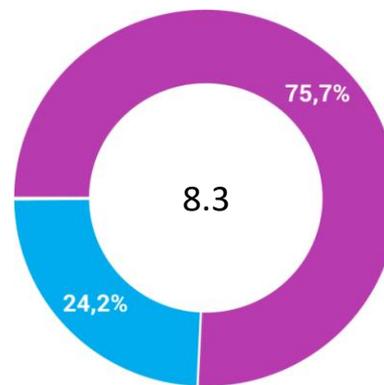
REACH



 ChiaraFerragni

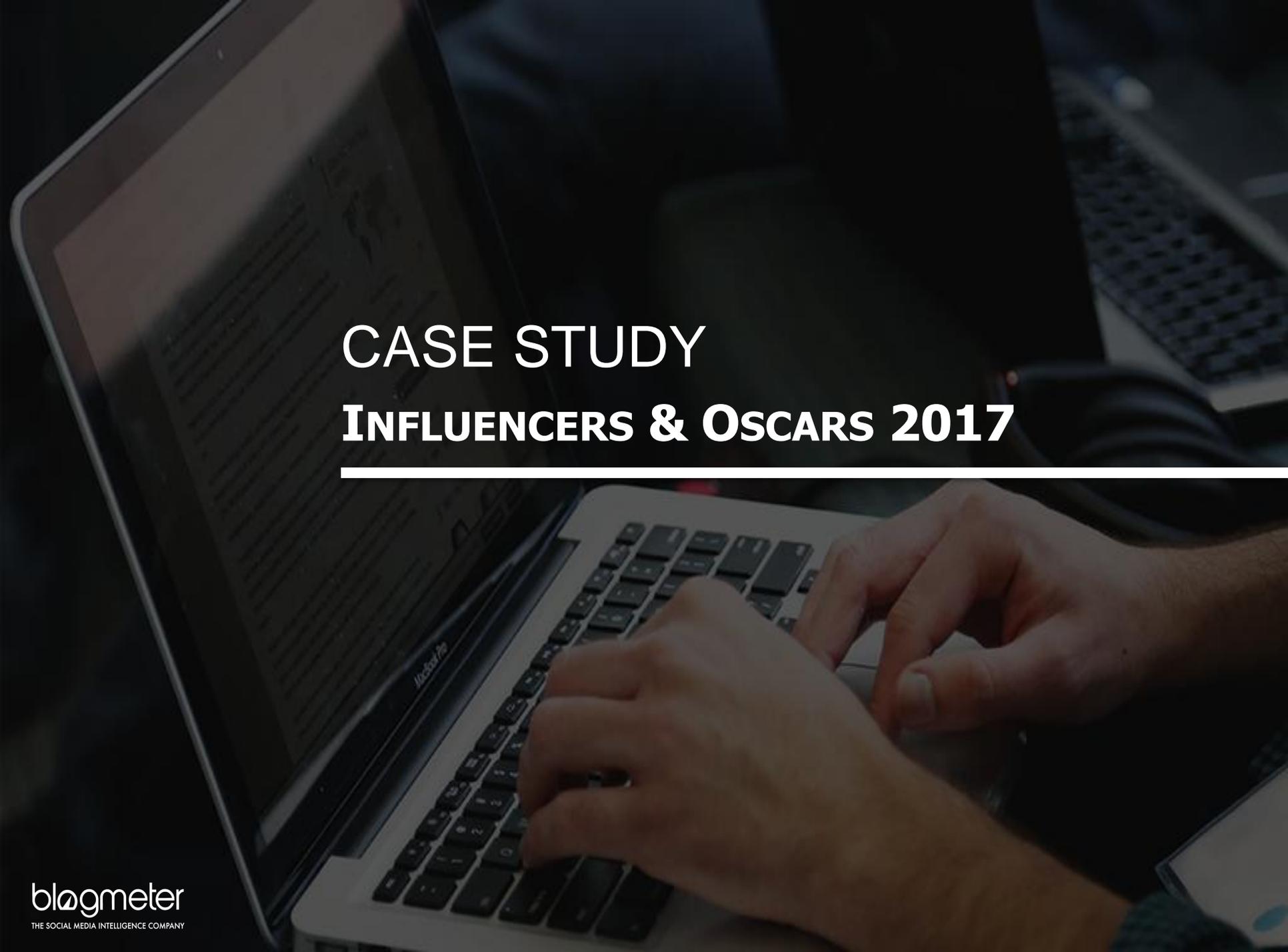
Tweets **184**
 Followers **312.6K**
 Following **142**

POSTS PER DAY



 Chiara Ferragni

Videos **1**
 Subscribers **31.5K**



CASE STUDY

INFLUENCERS & OSCARS 2017

Perimetro d'analisi



23 febbraio – 01 marzo 2017
Periodo di analisi

World
Mercato



Social Influencer
Tool



OBIETTIVO

Identificare gli influencer più coinvolgenti durante gli Oscar 2017 e le content strategy più efficaci



HASHTAG E KEYWORD

Oggetto dell'analisi sono stati hashtag e keyword relativi alla notte degli Oscar. In particolare, oscar oscars oscarnight oscarsnight academyawards academyaward oscar2017 oscars2017 oscar17 oscars17



FONTI

I social media Facebook, Twitter, Instagram e Youtube

Gli influencer più coinvolgenti

INFLUENCER/INFO	TOPICS	AREA	LANG.	TOTAL ENGAG.	REACH	POST PER DAY	TOTAL POSTS
 Justin Timberlake Actor, Musician f t y i	culture dance fashion lifestyle music	Worldwide, USA	EN	6,2M	143,9M	2,7	19 VIEW POST
 Dwayne Douglas J... Actor, Athlete f t i	cinema lifestyle sports	Worldwide, USA	EN	5,9M	147,4M	3,4	24 VIEW POST
 Priyanka Chopra Actress, Musician f t i	beauty fashion lifestyle music television	India	EN	2,8M	58,4M	2	14 VIEW POST
 Ellen DeGeneres TV Personality f t y i	entertainment television	Worldwide, USA	EN	2M	135,6M	3,3	23 VIEW POST
 Demi Lovato Musician f t y i	lifestyle music television	Worldwide, USA	EN	1,8M	143M	0,1	1 VIEW POST

Justin Timberlake è il più performante

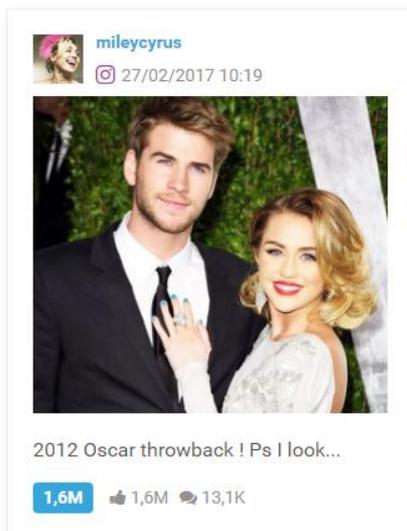
Il più performante in assoluto è stato **Justin Timberlake** che nel periodo di analisi (23 febbraio – 1 marzo 2017) ha totalizzato **6,2M milioni di interazioni** sui suoi canali social Facebook, Twitter, Youtube e Instagram, per un totale di 19 post dedicati alla notte degli Oscar.

Il cantante e attore americano che ha aperto le danze della kermesse hollywoodiana, ha ottenuto la maggior parte dell'engagement con un post Instagram in cui indossava un abito firmato @TomFord.



Gli altri contenuti più coinvolgenti

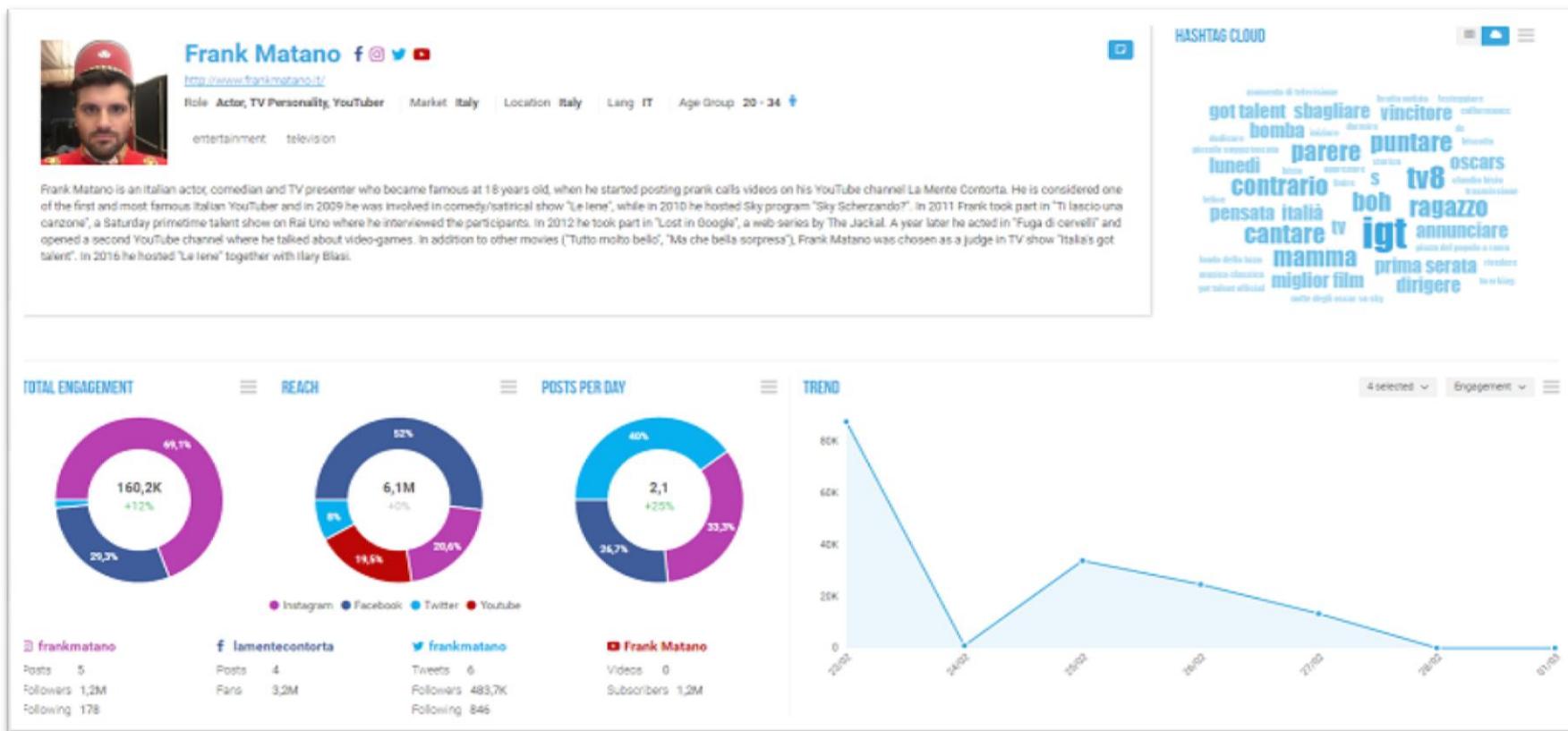
Ben **5,9 milioni di interazioni** per l'attore e wrestler americano **Dwayne Johnson**, soprannominato The Rock, che attraverso i suoi 24 post ha raccontato sui social, Instagram in particolare, la cosiddetta febbre da Oscar.



Con una sola foto postata sul suo profilo Instagram durante il party di Vanity Fair, l'attrice e cantante ex-star Disney **Demi Lovato** ha generato ben 1,8 milioni di interazioni.

Tra gli influencer italiani spicca Frank Matano

Uno degli influencer italiani più coinvolgenti è stato il giudice di Italia's Got Talent **Frank Matano**, che ospite di SkyCinemaOscar ha commentato sui suoi account social la notte degli Oscar insieme alla tv influencer, Diletta Leotta, generando oltre **58 mila interazioni**.

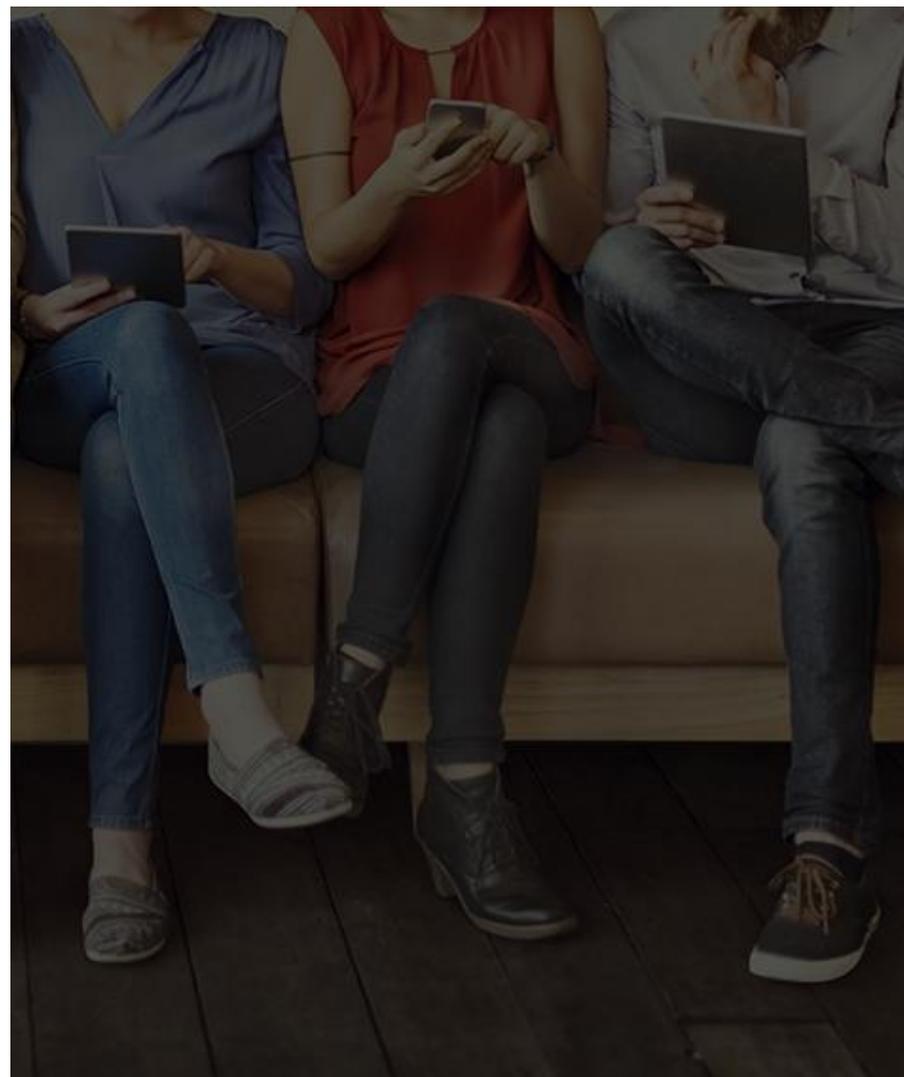




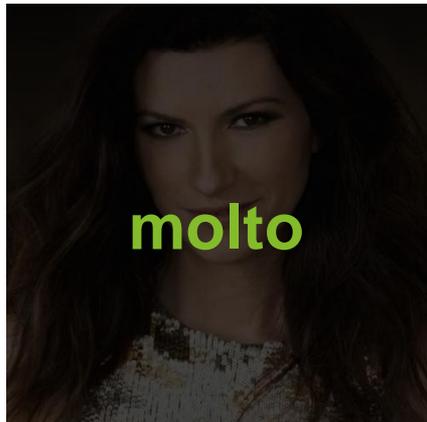
FOCUS
INFLUENCERS & SOCIAL MEDIA

La nostra ricerca

- Metodo di rilevazione **Survey Online**;
- **1500 casi** di internauti;
- Iscritti almeno ad un social;
- **15-64** anni;
- Nord-Ovest, Nord-Est, Centro e Sardegna, Sud e Sicilia.



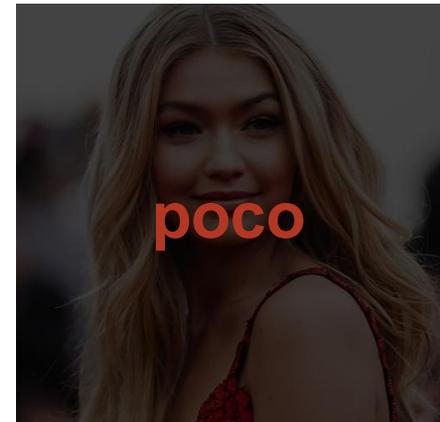
«Gli influencer di cui mi fido»



Cantanti
Giornalisti
Scrittori



Sportivi e Attori
Blogger, Youtuber
TV Personalities

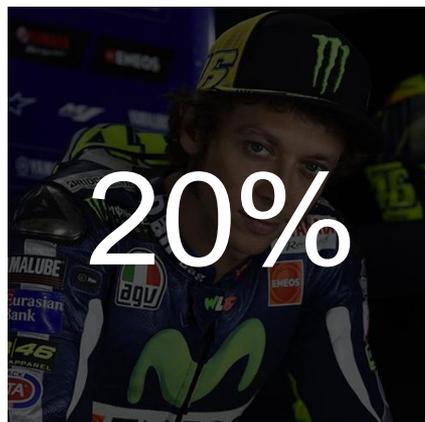


Modelle
Politici

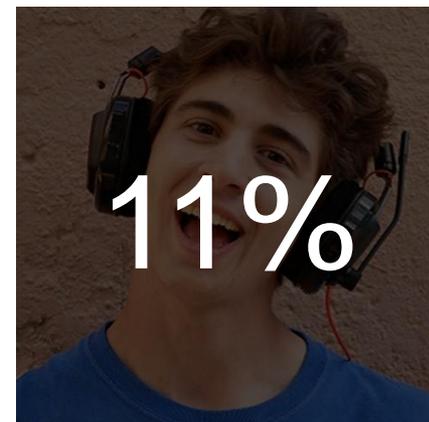
«Gli influencer che seguo»



Musicisti
TV
Personalities



Atleti
Attori e registi



Politici
Giornalisti e Scrittori
Youtuber e Blogger
Modelle

Influencer: le personalità più seguite

1°



Belen Rodriguez

2°



Vasco Rossi

3°



Gianni Morandi

4°



Valentino Rossi

5°



Eros Ramazzotti

Postcodifica di risposte aperte

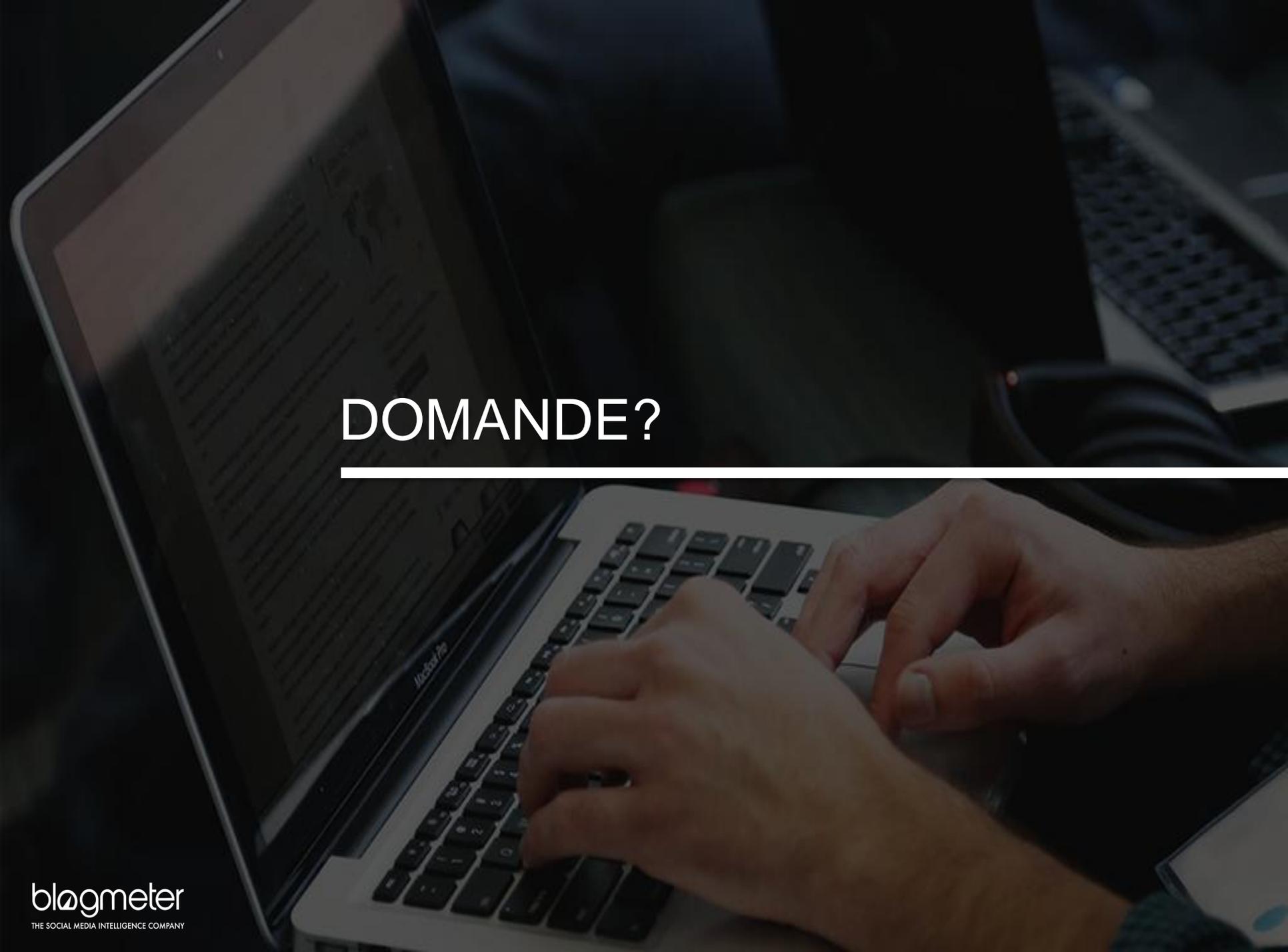
Conclusioni

Trovare l'influencer giusto per il proprio marchio è diventata un'operazione complessa. Non importa quanto la campagna sia grande o piccola, in quale categoria o in quale parte del mondo si cerchi di raggiungere il proprio pubblico. Brand e agenzie sanno che individuare il giusto influencer è un processo estremamente time-consuming e spesso soggettivo.

È necessario **misurare KPI oggettivi** per scegliere il giusto influencer in base alla tipologia di campagna, al settore di riferimento e agli obiettivi da raggiungere.

Attraverso un'analisi delle **performance social**, si può verificare quali contenuti hanno generato più interazioni nel periodo di riferimento e anche individuare l'influencer che abbia la dimensione più adatta per la campagna in oggetto. E ancora valutare gli influencer che tramite i loro profili social generano più interazioni con la propria utenza.

Non si tratta solo di blogger, ma anche di celebrities, socialite, chef, video-maker, designer e fotografi: tutte persone da coinvolgere, ciascuna con una propria specificità, chi più abile nella creazione di contenuti e chi invece più capace di influenzare la propria audience ad interagire con il brand.

A close-up, low-angle shot of a person's hands typing on a silver laptop keyboard. The scene is dimly lit, with the primary light source coming from the laptop screen, which is visible on the left. The background is dark and out of focus, showing another laptop and some office equipment. The overall mood is professional and focused.

DOMANDE?

GRAZIE!

blogmeter

THE SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE COMPANY