

22

INFLUENCER MARKETING

powered by UPA

Influencers: definizioni, numeri e scenari

toluna*

BUZZOOLE

CONTENT
GARAGE

FORTYDEGREES
CONTAMEDIA INFLUENCER MARKETING

Google

groupm

INFLUENCER

MONDADORI
MEDIA

Openinfluence

REALIZE
NETWORKS

SENSEMAKERS
MINDS & DATA

telesia

TERRITORY
INFLUENCE

toluna*

Agenda



**Gli influencer:
definizioni,
numeri,
tipologie**



**L'impatto degli
influencer:
acquisti,
stili di vita,
opinioni**



Implicazioni

Abbiamo raggiunto 1.000 panelisti Toluna a Settembre



Criteri di screening...

100% in grado di dare una definizione di influencer

100% seguono almeno un influencer



Genere

Uomo	46%
Donna	54%



Età

18 - 24	15%
25 - 34	33%
35 - 44	27%
45+	26%



Area

Nord Ovest	29%
Nord Est	16%
Centro	21%
Sud/Isole	34%

Gli influencer: definizioni, numeri e tipologie

Prima di tutto, quando i followers pensano ad una definizione, il legame tra influencer/persona, prodotti e social fa da filo conduttore

“ *Person*e che tramite i social media **pubblicizzano** e **mostrano** prodotti o **promuovono** uno stile di vita, **condividendo** anche elementi della loro vita personale (Donna, 18-24)

Personaggio di **successo**, popolare nei **social network** e in generale molto seguito dai media, che è **in grado di influire** sui comportamenti e sulle scelte di un determinato pubblico (Uomo, 35-44)

Persone che attraverso i **social network** parlano di **prodotti** o altro e guadagnano per questo. Sono **persone** molto capaci e piene di buona volontà (Donna, 45-54)

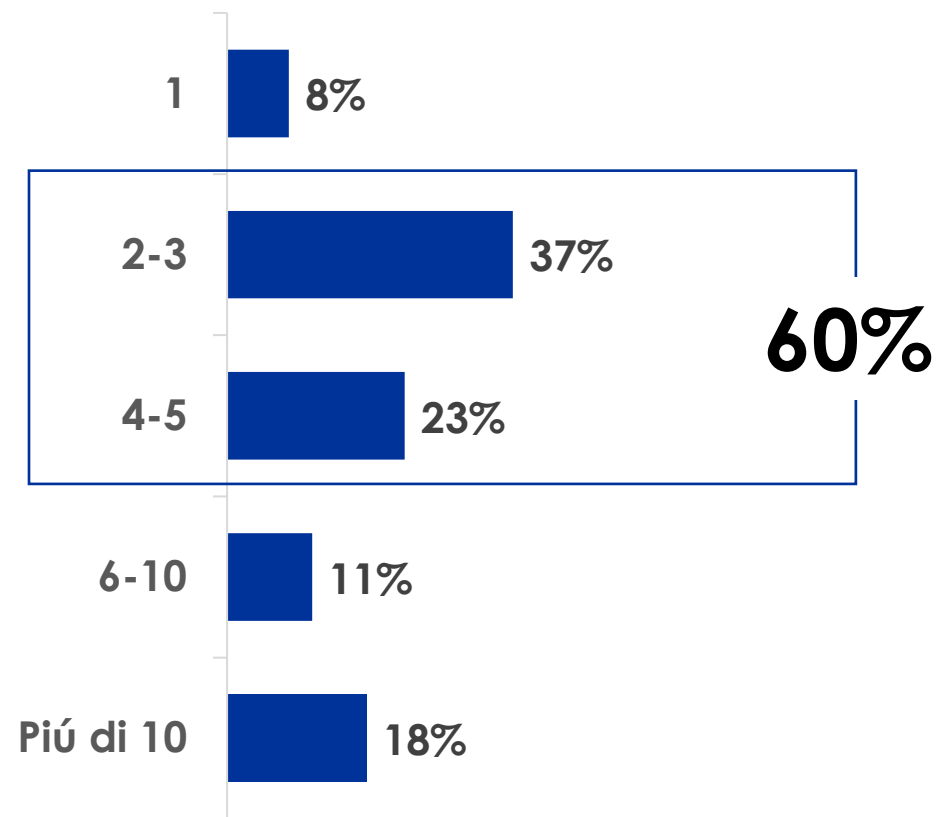
Chi utilizza i **social** per **influenzare** opinioni, consumi e mode e che hanno un **seguito enorme**. (Uomo, 55-64)



Word Cloud dei verbatim

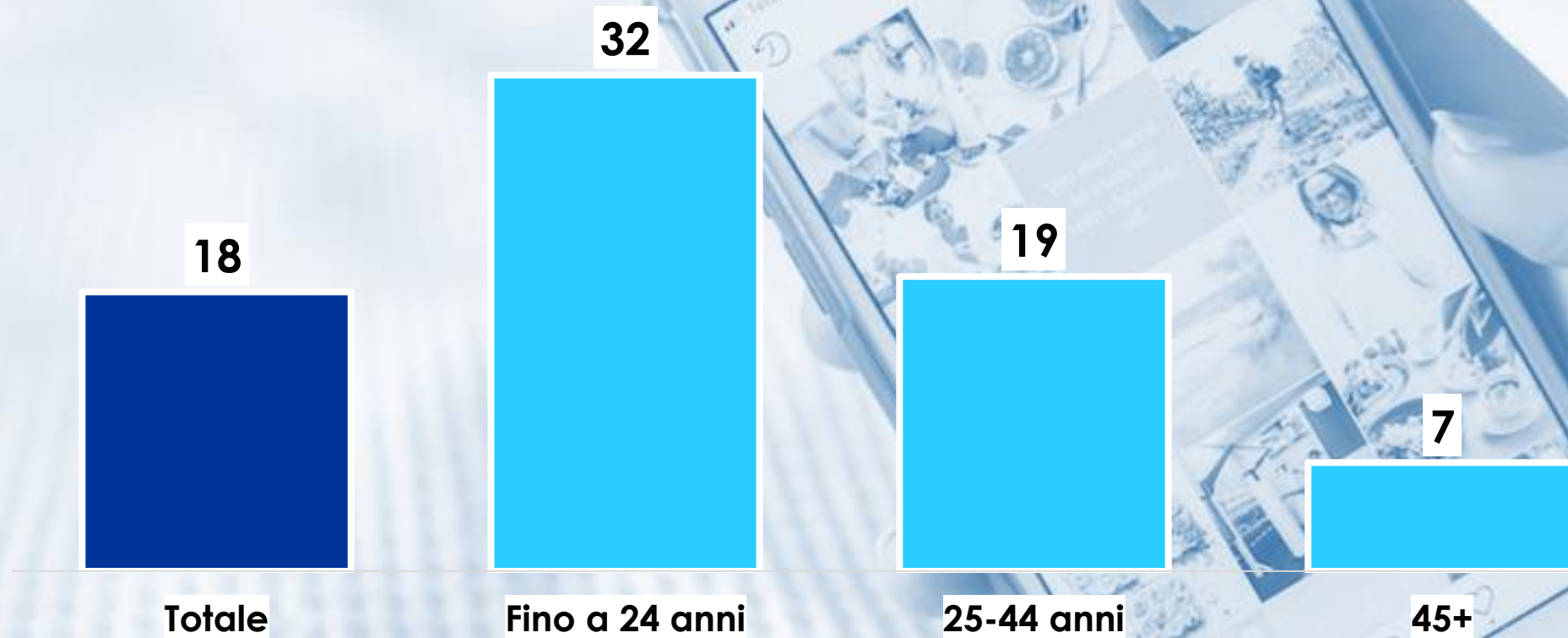
61% Pensano che gli influencer siano un modo per fare pubblicità*

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

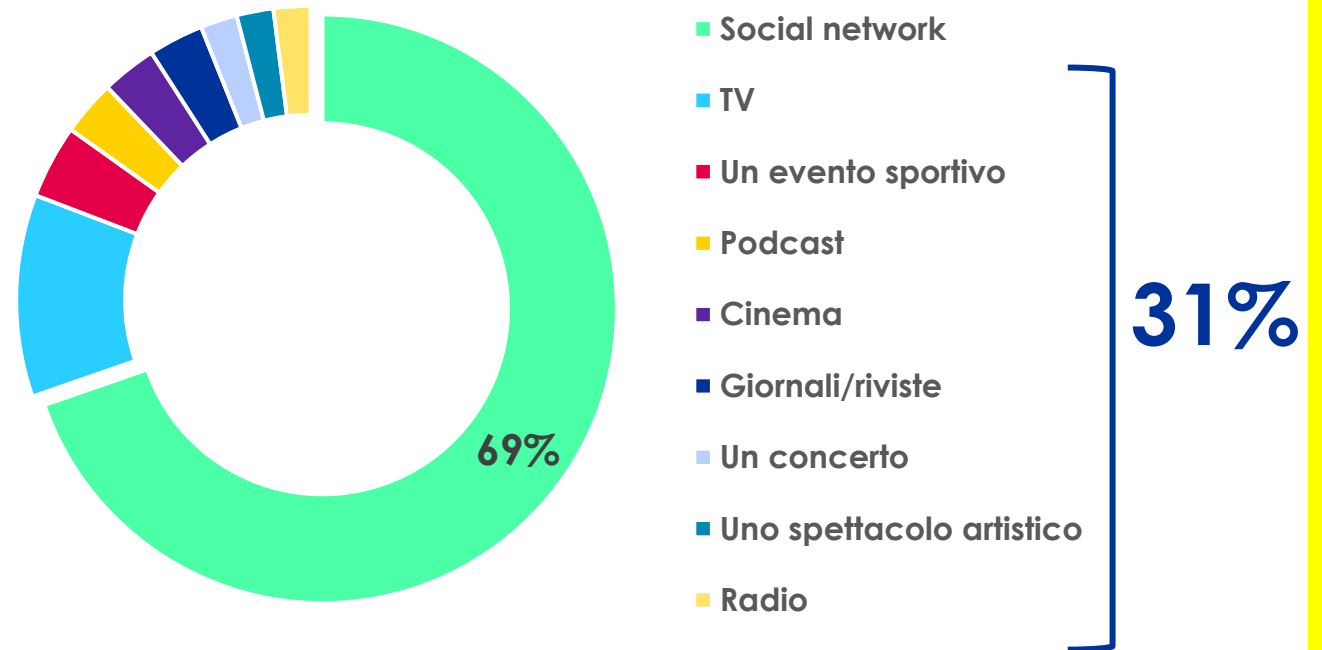
Q3. Quanti influencer segui attualmente?

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

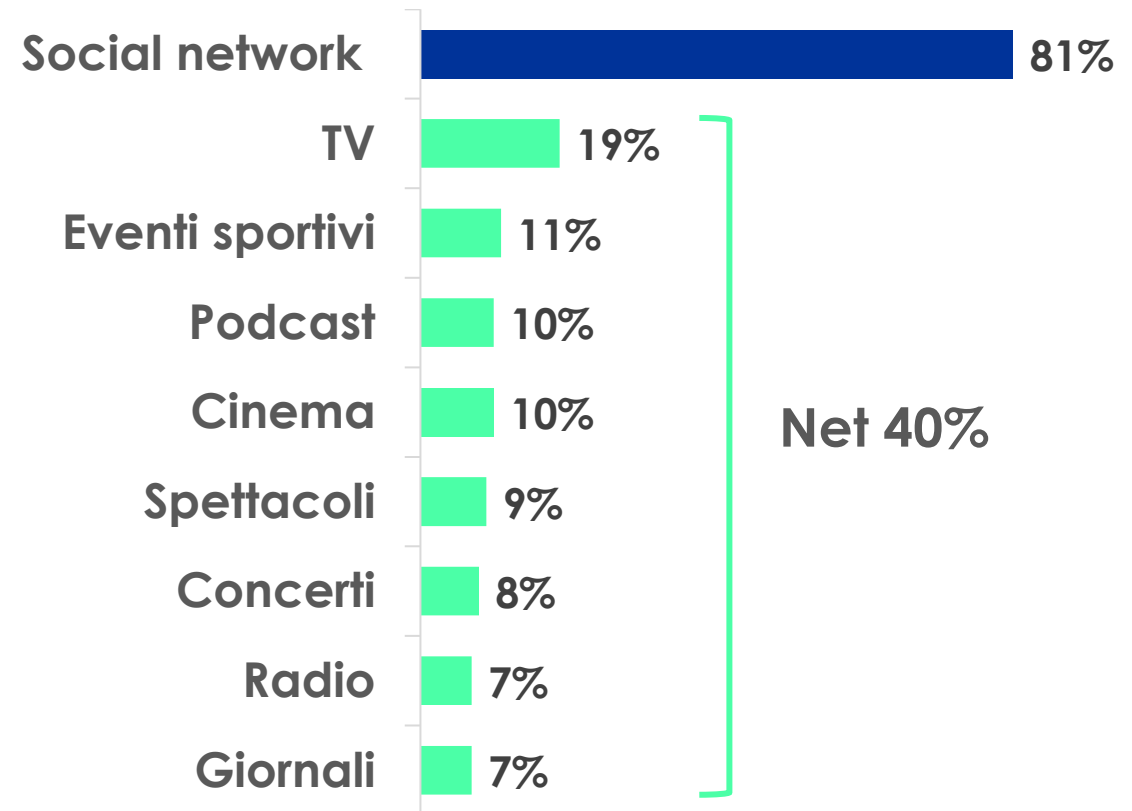


Base: n 1,000

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

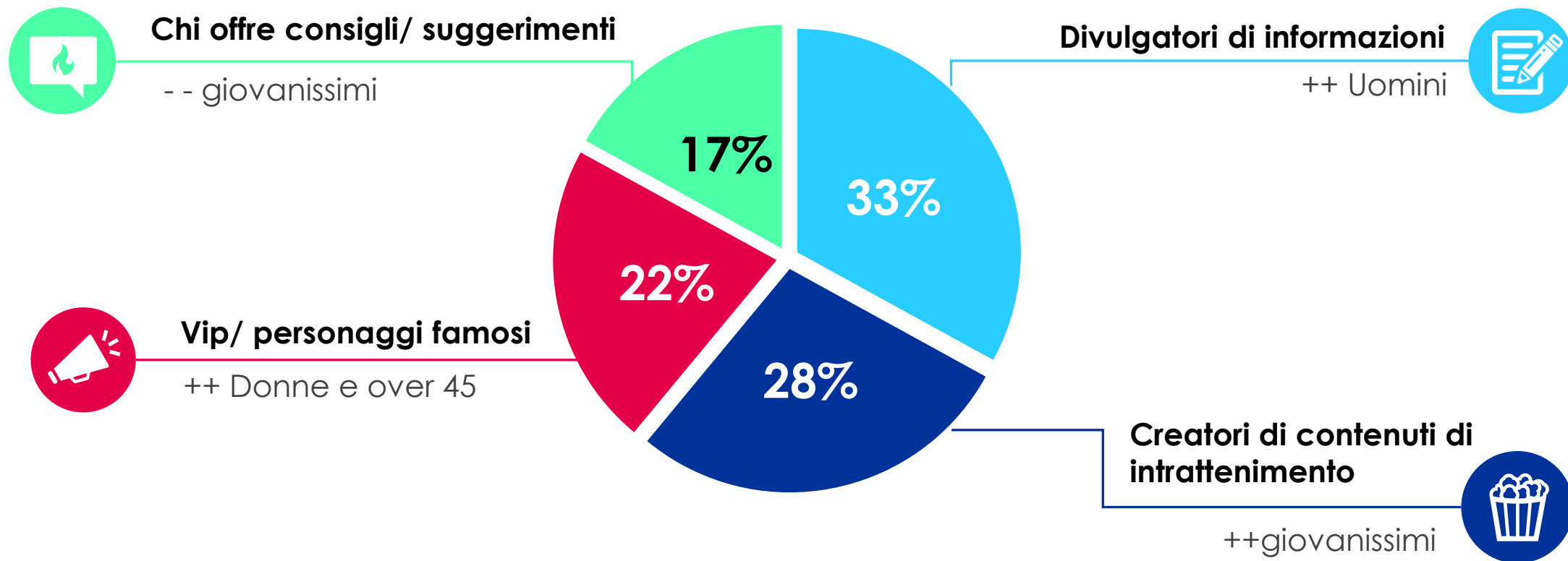


Base: n 1,000

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)

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...

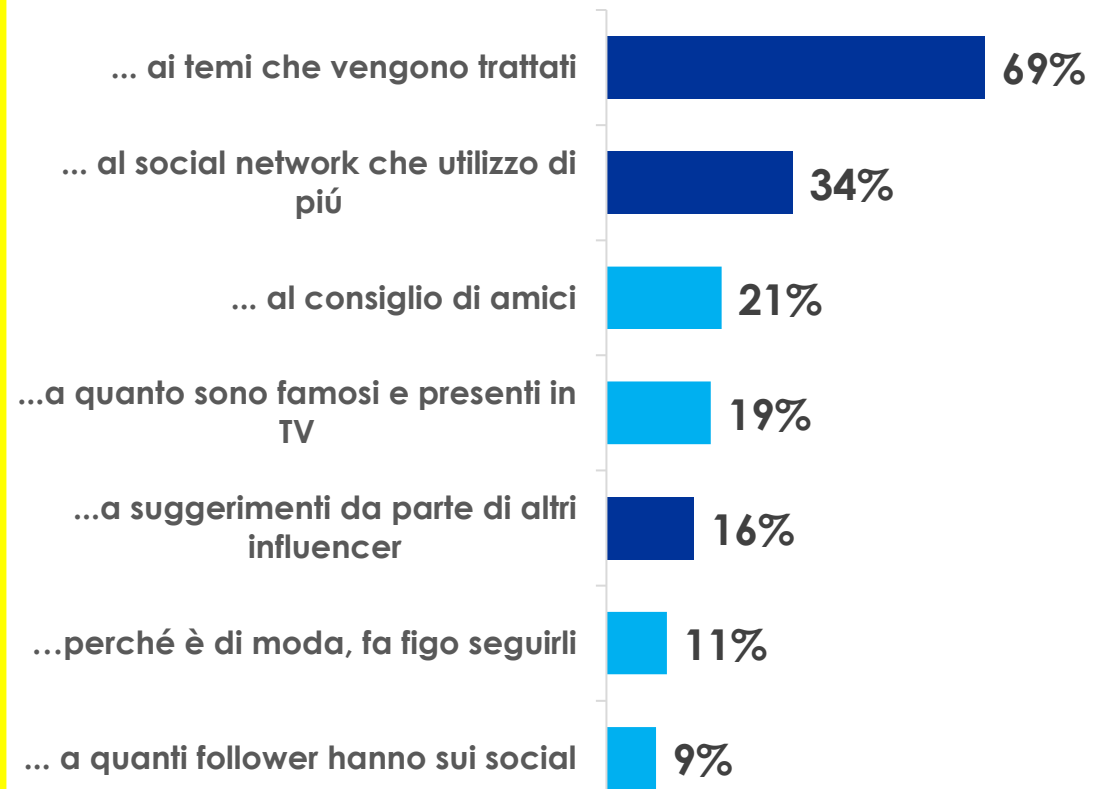
Gli influencer vengono scelti prevalentemente in base ai temi trattati...

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

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

Base: n 1,000

Seguono gli influencer in base...

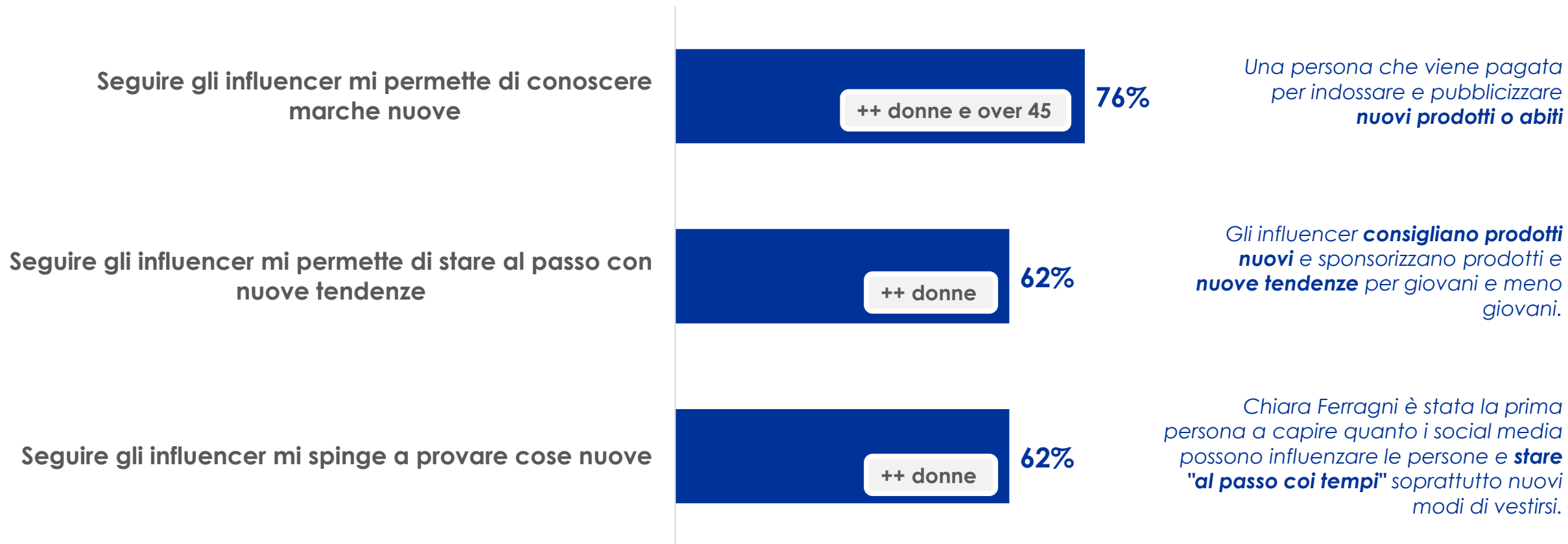


Q5. E in generale, come scegli gli influencer da seguire? Scegli prevalentemente in base...

L'impatto sociale degli influencer

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

Molto/Abbastanza d'accordo



Base: n 1,000

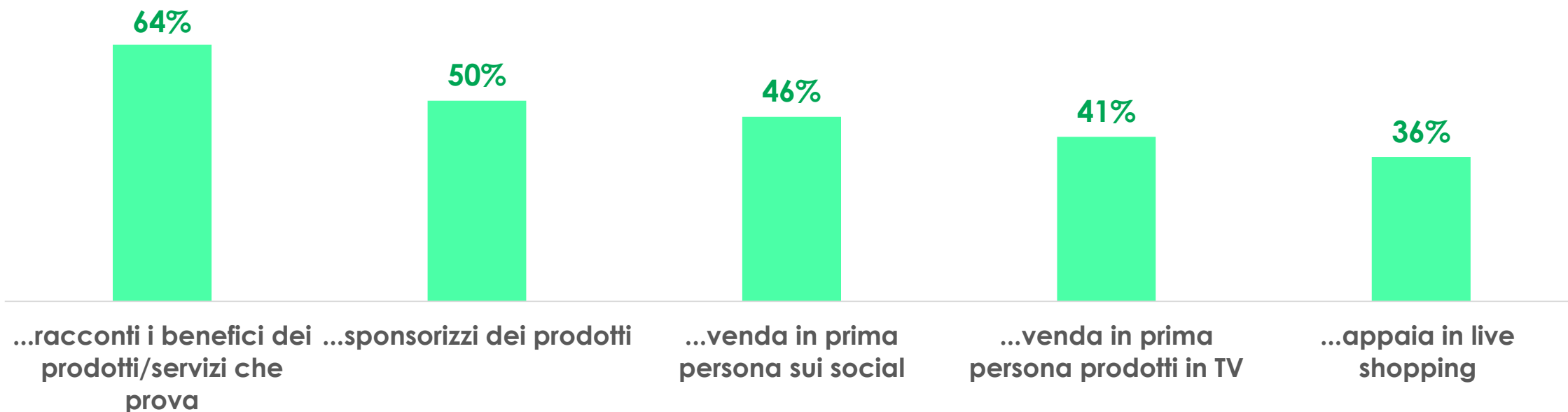
Verbatim

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

...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*

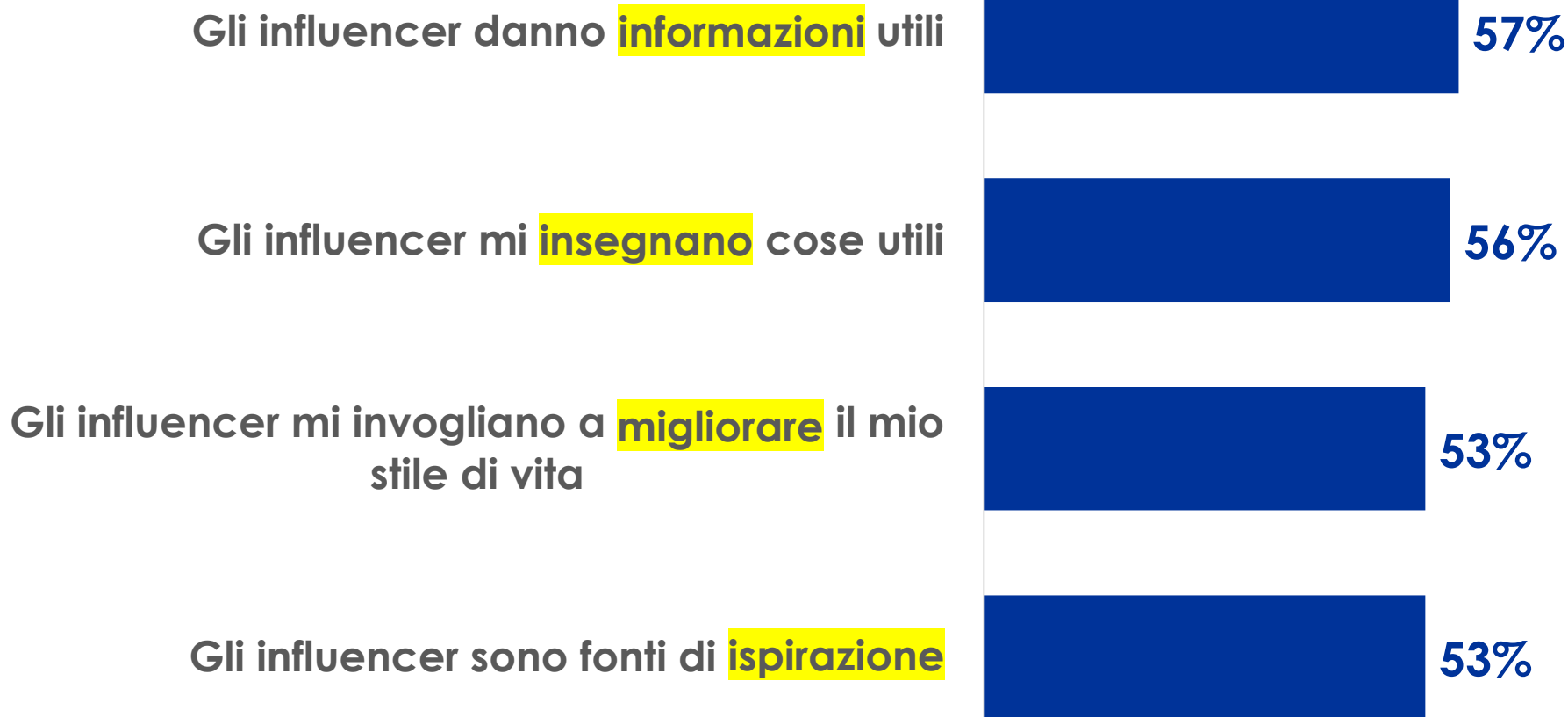
Base: n 1,000

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

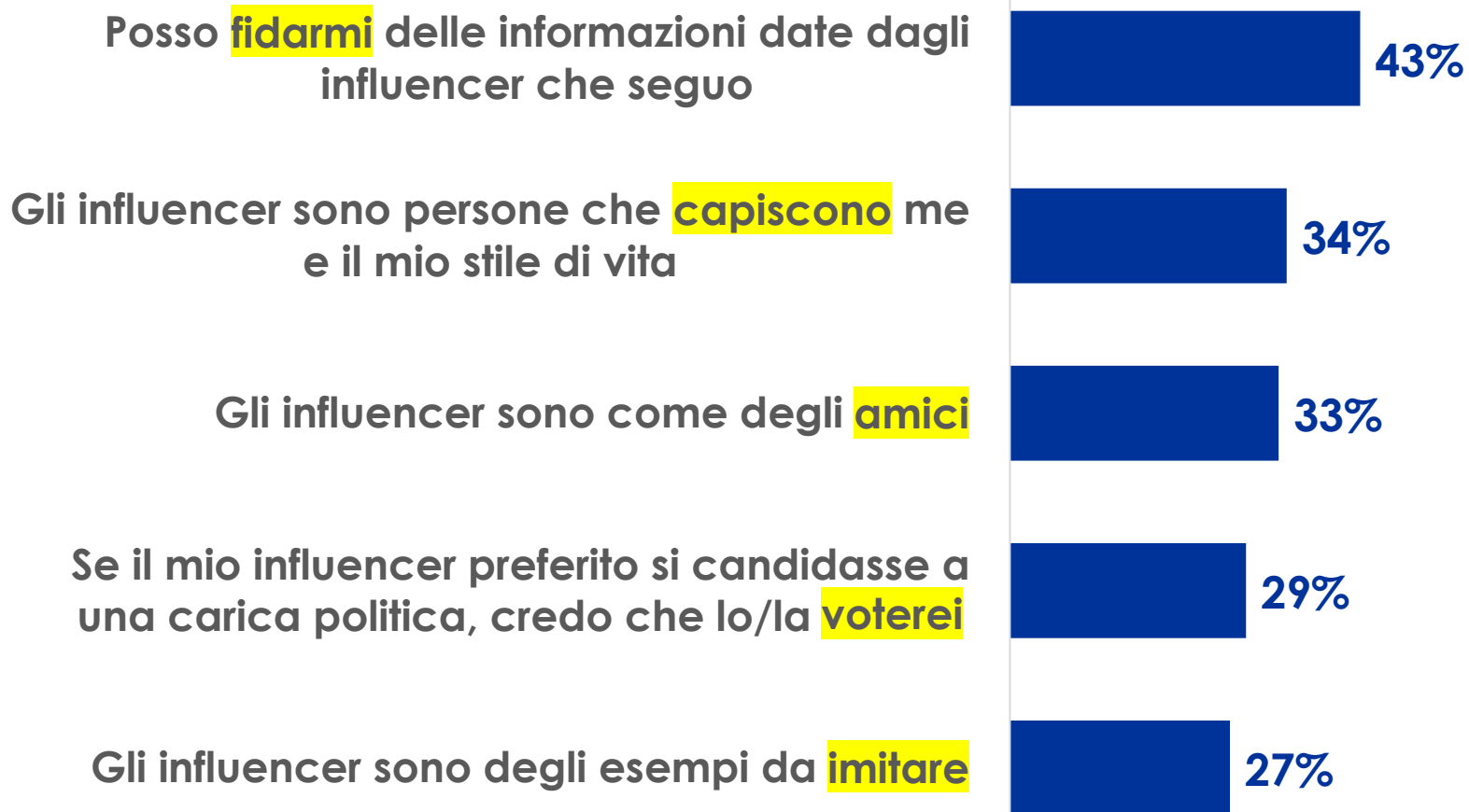


Base: n 1,000

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



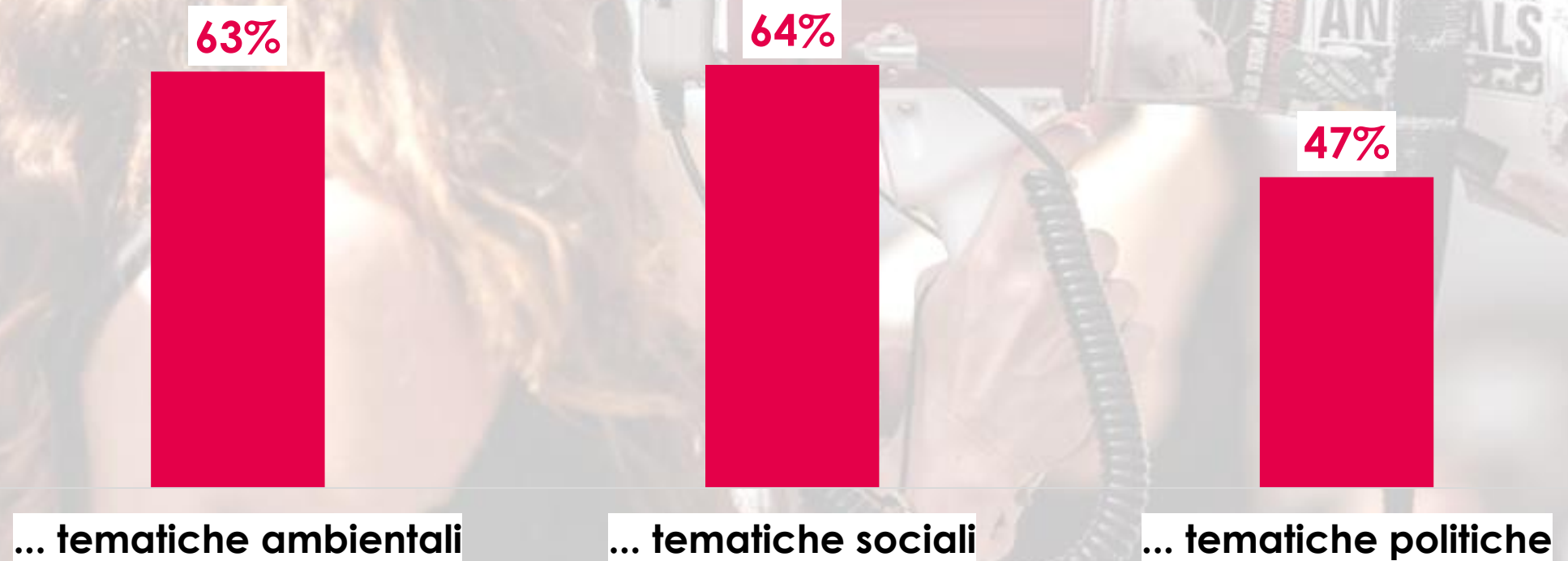
Base: n 1,000

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...

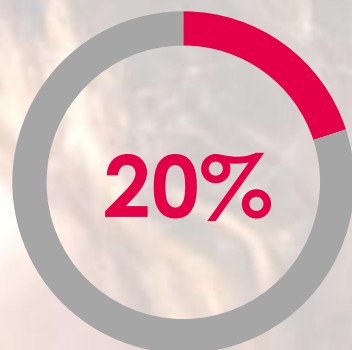


Base: n 1,000

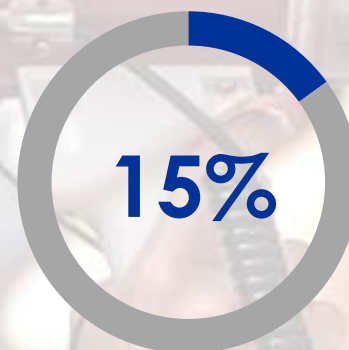
Q10. E quanto sei d'accordo o in disaccordo con le seguenti affermazioni rispetto al tuo rapporto con gli influencer?

...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**

22 **INFLUENCER
MARKETING**
powered by UPA

Grazie!

toluna*

BUZZOOLE

CONTENT
GARAGE

40°
FORTYDEGREES

Google

groupm

INFLUENCER

MONDADORI
MEDIA

openinfluence

REALIZE
NETWORKS

SENSEMAKERS
INSIGHT & DATA

telesia

TERRITORY
INFLUENCE

toluna*