Guadagnare su Instagram: il potere dell'influencer marketing

Greta Ubbiali | 2/1/2017 4:00:56 AM | 108290

Una foto di Selena Gomez mentre sorseggia una bottiglia di Coca-Cola. Sull'etichetta è riportata la strofa di una sua canzone: "Tu sei la scintilla", da Me & the Rhythm. Trucco impeccabile, capelli vaporosi. Tutto è perfetto. **Così perfetto da meritarsi 6 milioni di cuori e quasi 243mila commenti. Numeri che l'hanno fatta diventare la foto più popolare di Instagram nel 2016. Ma se vi dicessi che questa foto è una pubblicità?**

"Sono i nuovi media, prima compravi uno spazio sulla pagina di un quotidiano oggi paghi un post sul profilo Instagram di Selena Gomez" commenta Ilaria Barbotti, consulente digitale e fondatrice della community Instagramers Italia.

PUBBLICITÀ

adload inserted by Teads

L'influencer Kylie Jenner. Foto di Ari Perilstein/Getty Images for A-OK Collective, LLC.

Guarda anche: 5 trucchi per diventare famosi e guadagnare su Instagram

Instagram è diventato una vera e propria forza da non sottovalutare nel mondo del marketing: **è il terzo social network dopo Facebook e YouTube, ha 600 milioni di utenti attivi al mese e non sorprende sapere che i marchi stanno investendo sempre di più in questo canale.** Le aziende possono utilizzare Instagram per promuovere le proprie campagne pubblicitarie ma possono anche coinvolgere volti noti e chiedere loro di creare contenuti originali sponsorizzati. Il cosiddetto influencer marketing. Chi viene coinvolto nelle campagne è solitamente un "influencer": ovvero un personaggio in grado di influenzare le preferenze d'acquisto di nicchie di consumatori.

I numeri contano ma non sono tutto. Secondo Ilaria "in Italia un account può essere interessante per le aziende quando ha almeno 10-15mila followers. Ma più importante del numero di like e followers è tenere attivo il canale: essere presenti, commentare le foto degli altri, portare clienti sul canale e farlo girare".

La modella Gigi Hadid posa per la Samsung

Di certo un grande seguito può anche tradursi in un sacco di soldi. Secondo l'agenzia Captiv8 gli Instagramers da 50.000 a 500.000 followers per un contenuto possono chiedere 2.500 dollari su YouTube, mille per Instagram o Snapchat e 400 per un cinguettio su Twitter. **Chi ha tra i 3 e i 7 milioni di followers può arrivare a guadagnare, in media, 187.500 dollari per un post su YouTube, 75mila per un post su Instagram (o Snapchat) e 30mila per un post su Twitter.**

GUARDA ANCHE: Guadagnare su YouTube: una star da 7,5 milioni di abbonati spiega come si fa

Ma quando gli utenti vedono una pubblicità su Instagram la riconoscono come tale? "Dipende – dice Ilaria – chi lavora nel mondo della comunicazione individua subito una campagna chi invece non si occupa di digitale, forse no. Anche perché quando un post è fatto bene con una foto curata, il prodotto visibile ma non sbandierato, il product placement c'è ma il risultato è gradevole".

Rosie Huntington-Whiteley lancia il nuovo prodotto della Coca Cola. Foto di Nathan Gallagher/Coca Cola via Getty Images

L'influencer marketing è il tema caldo dell'ultimo anno. Come dice Ilaria: "le campagne sono raddoppiate se non triplicate rispetto all'anno scorso. Oggi non si chiede più un post sul blog da diffondere sui social. Ma si parte dai social, Instagram per primo". Il vantaggio è vedere fin da subito il riscontro di pubblico: **"Se la pubblicità non piace gli utenti te lo dicono subito. Di questo le aziende hanno paura, soprattutto quelle italiane".**

Rosie Huntington-Whiteley lancia il nuovo prodotto della Coca Cola. Foto di Nathan Gallagher/Coca Cola via Getty Images

L'influencer marketing è il tema caldo dell'ultimo anno. Come dice Ilaria: "le campagne sono raddoppiate se non triplicate rispetto all'anno scorso. Oggi non si chiede più un post sul blog da diffondere sui social. Ma si parte dai social, Instagram per primo". Il vantaggio è vedere fin da subito il riscontro di pubblico: **"Se la pubblicità non piace gli utenti te lo dicono subito. Di questo le aziende hanno paura, soprattutto quelle italiane".**

Nel nostro paese infatti il fenomeno è ancora nuovo: "Campagne su Instagram nel mercato americano se ne fanno dal 2012, con budget anche da centinaia di migliaia di dollari. Qui sono apparse da un anno e con budget ancora limitati anche per i grossi brand".
L'influencer marketing è la tendenza dell'ultimo periodo ma non è detto che sia duratura: "Il blog è di proprietà, puoi fare campagne più strutturate con diverse foto, link, scrivere un articolo in tutti i sensi. Questo sui social invece non lo puoi fare. Forse non durerà tantissimo ma per ora sta funzionando parecchio".

L'influencer marketing è uno strumento di forte impatto. Funziona soprattutto per gli acquisti d'impulso e dà grandi risultati nella moda e nei viaggi: "Le fashion bloggers sono state le prime ad usare Instagram, tra foto degli outfit e live dalle sfilate. Se all'utente piace un accessorio che vede in foto, in tre click arriva all'ecommerce. **Per il travel gli instagramers e videomaker partono e poi condividono live le loro esperienze di viaggio. Suscitano un'invidia positiva. Ti fanno venire voglia di partire e fare nuove esperienze"** spiega Ilaria.

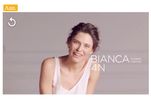
Business Insider Italia

Vuoi ricevere ogni giorno le migliori notizie di Business Insider Italia? Iscriviti gratuitamente alla nostra newsletter

Inserisci la tua email

ISCRIVITI

Ads



Guarda Anche

Così i super ricchi di New York si preparano all'Apocalisse provata da Steve Bannon

Le 11 fondamentali differenze tra pc e Mac

A cosa serve questa taschina nei jeans? Risale all'epoca dei cowboy

Se capisci queste 15 battute nerd sei davvero un genio

da Taboola

Più letti Oggi

1. Cosa succede al tuo corpo quando comincì ad allenarti in modo regolare - video
2. Scaglia passa all'incasso anche con La Perla, ma rispetto a Fastweb è un salasso
3. Uno storico olandese: 'L'Italia anticipa sempre la politica europea. Ora tocca alla web-democracy del M5S. Destinata a fallire'
4. Lo strapotere di Amazon e la paura di Poste Italiane di fare la fine della rana con lo scorpione
5. 'Non c'è più pollo da friggere'. KFC chiude 750 fast food e le sue scuse diventano virali

FinanciaLounge

Contenuti offerti da FinanciaLounge

BlackRock: "Cautela sulle criptovalute, ma fiduciosi sulla blockchain"

Elezioni 2018, nessun "effetto eco" sul resto della periferia europea

Obbligazioni, la protezione del portafoglio contro l'aumento dell'inflazione

Ma Piazza Affari è sopravvalutata oppure no?

Dal Web

336€ anzichè oltre 700€. Comprare occhiali sarà un piacere
occhiali24.it

Esperienza da fuorisede? La tua stanza la trovi su Bakeca!
Bakeca

Promosso da Taboola