

**I trend
dell'Influencer
Marketing 2022**

I trend del 2022

- Creatività/Originalità
- Creator Economy
- NFT
- Live Shopping
- Nuovi Territori
- Influencer Marketing Technology

Il prossimo anno l'Influencer Marketing continuerà a subire delle profonde trasformazioni dettate dalla contaminazione sempre più stretta con le innovazioni tecnologiche.

I creator continueranno a crescere in numero e a specializzarsi in nicchie di attività.

Le aziende cercheranno di padroneggiare i nuovi territori del web e le opportunità aperte dalla trasformazione dei social in veri e propri centri commerciali.

Creatività / originalità



@_emilife

Emanuele Ferrari



@letwins

Le Twins



@ludovica_didonato

Ludovica Di Donato

Crescerà la competizione tra i creator per emergere e catturare l'attenzione di pubblici sempre più ampi.

Alla **professionalità**, requisito ormai necessario per chi vuole collaborare con i brand, si aggiungerà anche l'**originalità** e la **creatività**.

Originalità va intesa come individuazione di un elemento distintivo in grado di rendere riconoscibile e ricordabile il Creator, come ad esempio **Khaby Lame**.

Creatività è una caratteristica che riguarda l'espressione artistica del Creator, come ad esempio **Emanuele Ferrari** o **Le Twins**.

FUNZIONI DI MONETIZZAZIONE DEI SOCIAL MEDIA

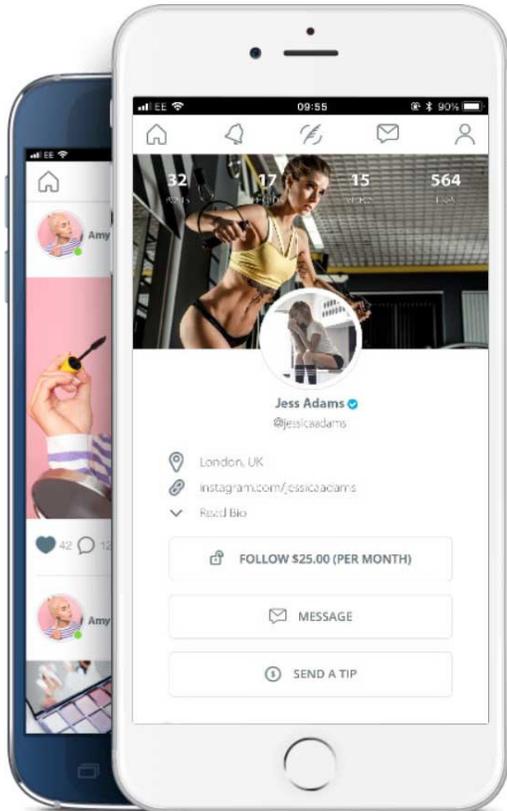
	Annunci	Abbonamenti	Donazioni	Marketplace	Fondi
Facebook	Presente	Presente	Presente	Presente	Presente
Instagram	Presente	Assente	Presente	Presente	Presente
YouTube	Presente	Presente	Presente	Assente	Assente
TikTok	Assente	Assente	Presente	Presente	Presente
Twitter	Assente	Presente	Presente	Assente	Assente
Twitch	Presente	Presente	Presente	Presente	Assente
Pinterest	Assente	Assente	Assente	Assente	Presente
Linkedin	Assente	Assente	Assente	Assente	Assente
Snapchat	Assente	Assente	Assente	Presente	Presente
Clubhouse	Assente	Assente	Presente	Assente	Presente

Non solo rapporti di collaborazione con i brand. **Nel futuro dei Creator ci sono altre fonti di monetizzazione.**

Ormai tutte le piattaforme social hanno funzioni che permettono ai Creator di monetizzare le proprie attività, attingendo direttamente alle tasche dei propri fan.

- Revenue Sharing sull'adv
- Abbonamenti
- Donazioni
- Marketplace
- Fondi dedicati ai creator

Creator Economy 2/2



Only Fans



Patreon



Our business skills

Udemy

Ma esistono anche piattaforme specifiche nate con l'obiettivo di rendere monetizzabili i contenuti.

- Only Fans per far pagare i contenuti
- Tipee per chiedere donazioni
- Gumroad per vendere prodotti digitali
- Patreon per gestire la relazione con la community e offrire contenuti a pagamento

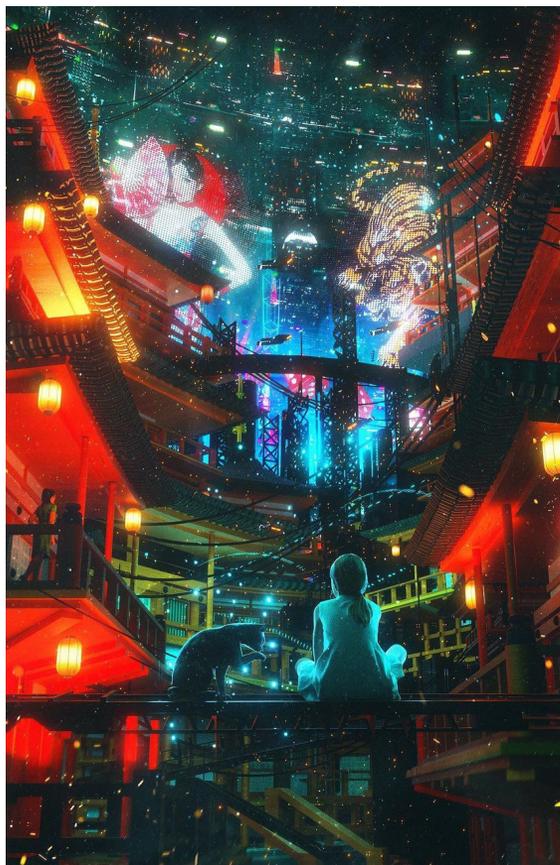
Inoltre esistono servizi pensati per creare e gestire l'offerta di corsi online come **Udemy, Techable, Thinkific, Podia, Skillshare.**

La scelta delle forme più adatte dipende molto dalla propensione del proprio pubblico di riferimento.

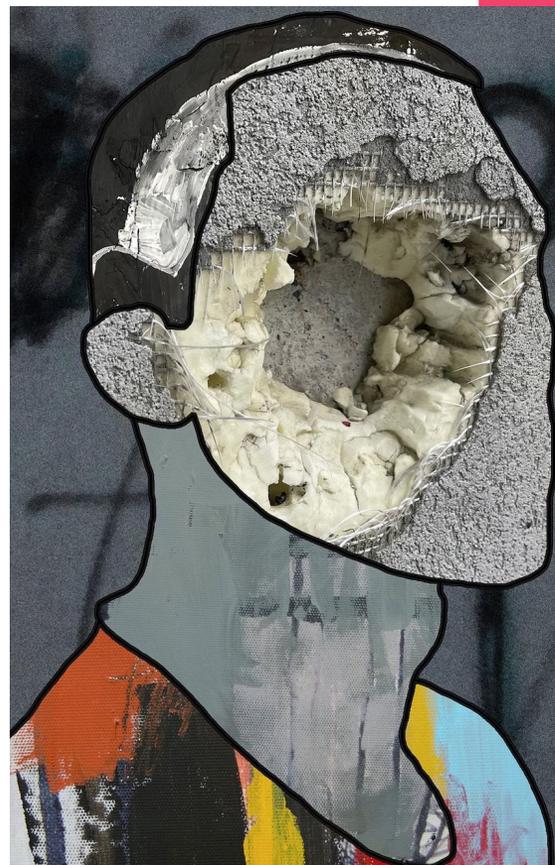
NFT 1/2



@federicoclapis



@dangiuz



@skygolpe

I Creator più attenti alle nuove tecnologie inizieranno a sperimentare la generazione e la vendita di **Non Fungible Token**.

Gli **NFT** sono pacchetti di informazioni che rappresentano un oggetto fisico o digitale (un file di un video, di un'immagine o di altro) insieme alla certificazione della sua origine e della proprietà.

Vengono generati e gestiti su reti blockchain. Vengono definiti non fungibili perché sono unici e non possono essere sostituiti, ma possono essere venduti in cambio di denaro.

Per coloro che producono contenuti artistici gli NFT rappresentano una nuova forma di reddito, ma anche un modo per rafforzare il rapporto con la propria community di sostenitori. Infatti i token possono essere usati anche come "azioni" (diritti di proprietà) per partecipare ad un progetto promosso dal creator e dividerne gli utili.

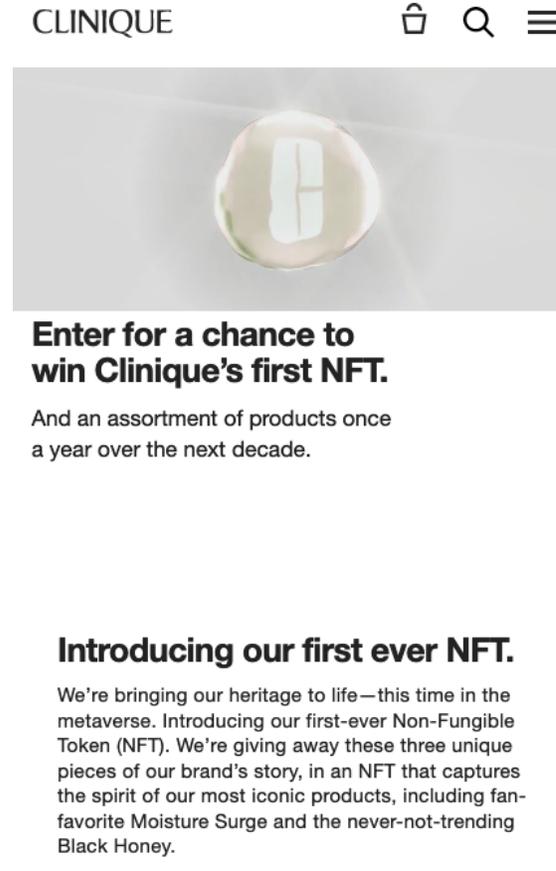
NFT 2/2



Coca-Cola
<https://maketafi.com/coca-cola-nft>



Dolce & Gabbana
<https://unxd.com/u/DolceGabbana>



Clinique
<https://www.clinique.com/nft>

Anche le aziende guardano con attenzione all'uso degli NFT.

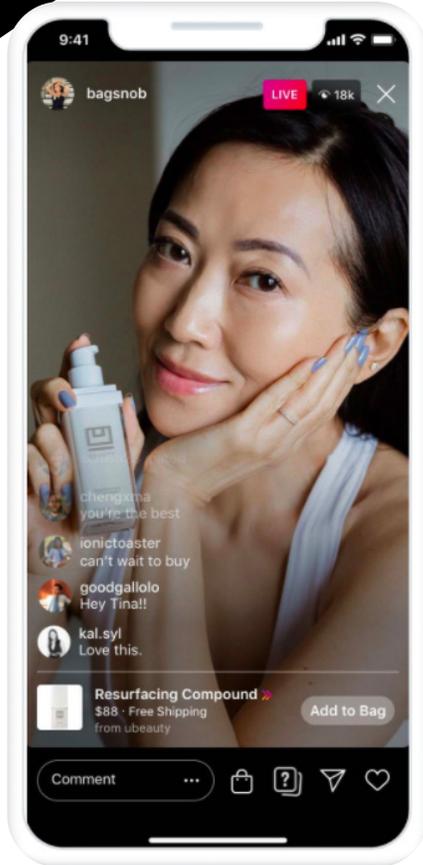
TikTok ha creato **"TikTok Top Moments"** un sito che mette in vendita i video iconici dei suoi creator.

Altre aziende stanno usando gli NFT per stimolare il collezionismo e il legame con i clienti più fedeli.

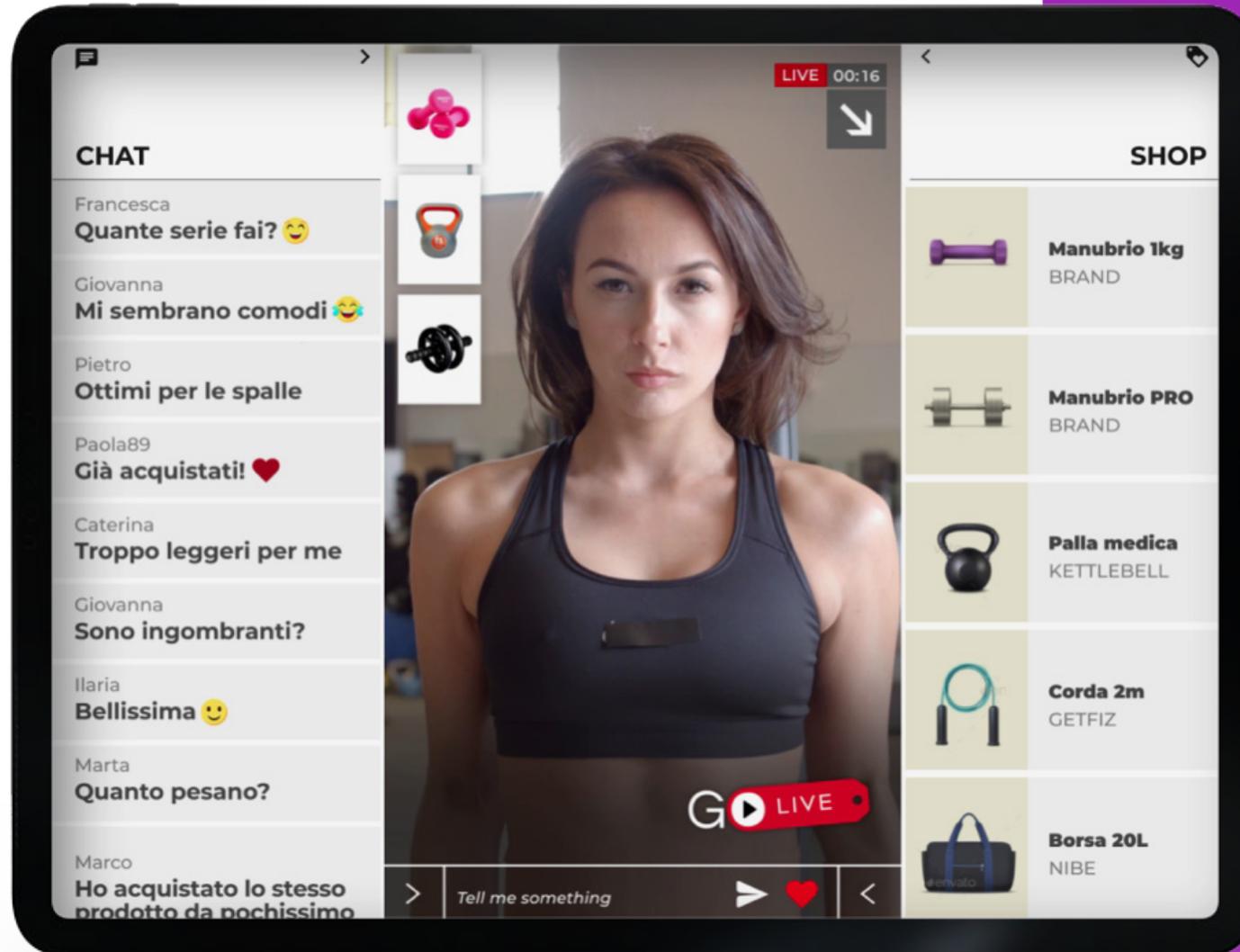
Tra questi:

- **Coca-Cola** ha venduto la versione NFT di alcuni iconici oggetti vintage. Un singolo NFT è stato battuto a \$575.000. Il ricavato andrà a Special Olympics International
- **Dolce & Gabbana** ha creato una collezione di 9 abiti e gioielli fisici corredati dei corrispondenti NFT. L'asta di vendita ha raggiunto una somma complessiva di 5,6 milioni di dollari
- **Clinique** ha regalato NFT durante un concorso rivolto agli iscritti al programma di Smart Rewards che avessero condiviso storie di ottimismo sui social.

Live Shopping 1/2



Live Shopping per televendite in diretta su Facebook e Instagram. Di facile gestione, ma rigide e non integrabili con i sistemi aziendali.



I social media da luoghi di interazione si sono trasformati in **centri commerciali**, nei quali trovare ispirazioni d'acquisto e comprare.

Gli influencer sono al centro della rivoluzione **"Shopping"** e **"Live Shopping"**. Non solo potranno promuovere acquisti attraverso i tag di prodotto nei loro contenuti, ma saranno i protagonisti di nuovi formati di dirette nelle quali l'intrattenimento si sposterà con la vendita di prodotti.

Le dirette utilizzando GoLive permettono una integrazione molto stretta con il sito e l'e-commerce aziendale, oltre che l'accesso ad analytics molto granulari.

Live Shopping 2/2

The screenshot shows a live shopping interface with the following components:

- Top Bar:** Home / Shows list / Detail, Show name, Host: HostName, Date: Jun 16 2020, Status: Live, LIVE 00:14.
- Left Sidebar (Comments):**
 - Francesca: How many sets?
 - Giovanna: They seem comfortable to me
 - Pietro: Great for the shoulders
 - Paola89: Already purchased!
 - Caterina: Too light for me
 - Giovanna: Are they bulky?
 - Ilaria: Gorgeous
 - Marta: How much do they weigh?
 - Franca: Very beautiful!
 - Teresa: WOW!
 - Ignazio: Go on!
 - Desy: Do you have footboards?
- Center Video:** A woman in a black sports top with a red bounding box. A chat overlay on the video shows the same comments as the sidebar.
- Right Sidebar (Products):**
 - Handlebar 1kg: Gym club - 7€
 - Handlebar PRO: Gym club - 15€
 - Medicine ball: Domios - 29 €
 - Rope 2m: domios - 10 €
 - Bag 20L: lycu - 35 €
 - Slide gloves: Arena - 22€
 - Handlebar P.: Locker - 12€
 - AB Roller: Speeda - 38€
 - Medicine ball: Coachfit - 45€
 - Handlebar G.: Givor - 8€
- Engagement Metrics:** End Show, Pause, Likes: 906, Messages: 609.
- Traffic Sources:** Product Clicked: 290, Traffic sources: 284 Spettatori online (Email: 50.2%, Website: 20%, Social Adv: 15%, Others: 15%).
- Bottom Section:** 12 Items, Edit Item List, Top 5 products: Handlebar (120), AB Roller (150), Bag 20L (35), Rope 2m (15), Gloves (8).

Le aziende potranno così misurare l'impatto concreto della mediazione dei creator.

Il **Live Shopping** transiterà per le piattaforme social e per applicazioni specifiche, più personalizzabili dai brand come **GoLive**, **Bambuser**, **LiveScale**.

Ad esempio GoLive, con cui Buzzoole ha una partnership, permette di:

- Integrarsi con l'e-commerce
- Personalizzare l'esperienza
- Controllare i risultati dell'attività in tempo reale
- Misurare le performance e le conversioni

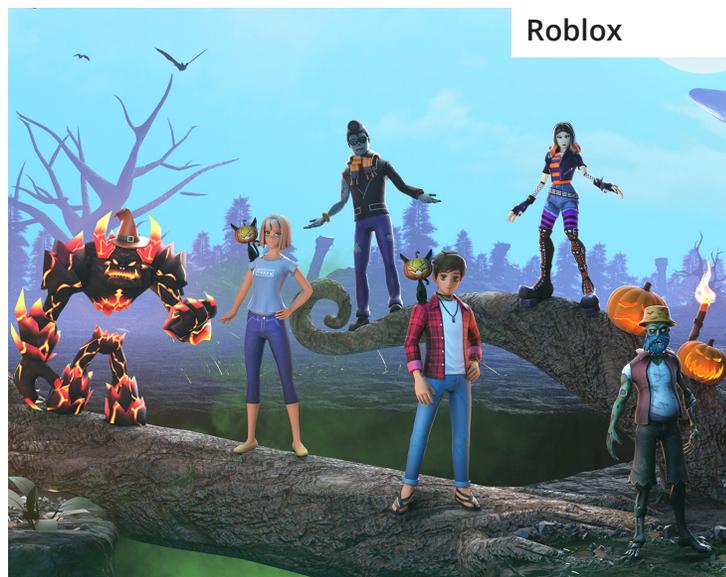
Nuovi territori



The Sandbox



Minecraft



Roblox

Nel 2022 ci saranno **nuovi territori** che creator e aziende dovranno esplorare. Zuckerberg ha annunciato che la sua azienda diventerà una “**metaverse company**”. Oltre 50 milioni di dollari saranno investiti in tecnologie per la realtà aumentata e virtuale.

Già oggi ci sono mondi digitali che stanno appassionando milioni di persone e che danno ai creator la possibilità di inventare oggetti digitali da vendere nel territorio virtuale.

In **Roblox** e **Minecraft** si possono creare interi mondi e anche giochi inediti da far acquistare. Anche in **Fortnite** si sta sviluppando una vera e propria nuova economia.

Promettenti ma ancora di nicchia i mondi basati sulla tecnologia blockchain come **The Sandbox** e **Decentraland**.

Avatar



@lilmiquela



@noonoouri



@shudu.gram

Entrare in questi mondi digitali richiede scegliere un avatar e personalizzarlo con abiti e accessori.

Inoltre gli incontri che si fanno sono con altri avatar digitali. Tutto questo è vissuto con naturalezza e non limita la socialità.

Anche tra gli influencer si affacciano personaggi sintetici creati con tecniche di computer grafica, sempre più sofisticate.

Tra questi **Lil Miquela** che ha oltre 3 milioni di follower su Instagram e collabora con brand come Calvin Klein, Balenciaga, Samsung.

Noonoouri (circa 400.000 follower) ha lavorato con Kim Kardashian, Tommy Hilfiger, Balenciaga.

Shudu Gram (200.000 follower) veste Ferragamo, Chanel, Adidas.

Influencer Marketing automation



Il marketing sta diventando un'attività fortemente connessa all'uso di tecnologia.

L'Influencer Marketing è inserito all'interno dell'inarrestabile fenomeno del Martech (marketing technology).

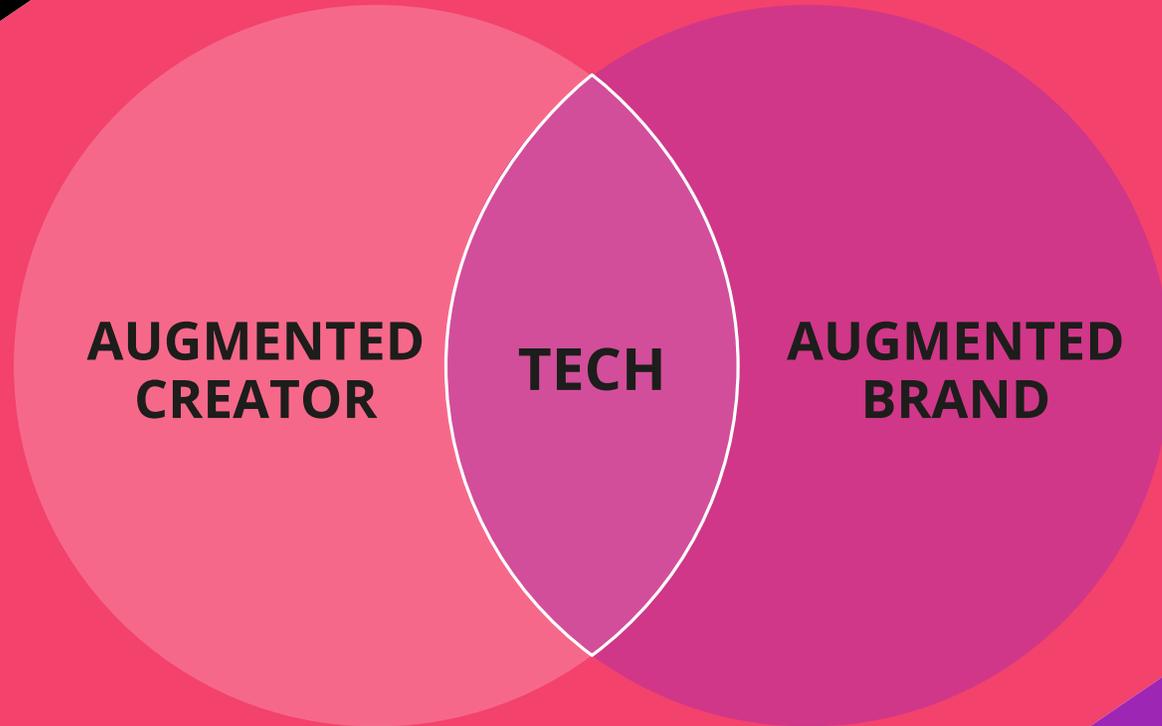
Nel 2021, secondo Gartner, **il 26% del budget marketing è stato destinato per tecnologie di supporto.**

Per i marketer moderni è diventato impossibile non individuare i migliori software, spesso potenziati da algoritmi di intelligenza artificiale, per ottimizzare e velocizzare le attività ricorrenti.

Anche le diverse fasi dell'Influencer Marketing possono essere migliorate dall'uso di software che aiuteranno i marketer a concentrarsi sulla strategia e sui contenuti di valore.

Nel 2022 l'offerta di Buzzoole si arricchirà di nuovi strumenti utili.

Tecnologia: motore per brand e creator



Sia i brand che i creator riusciranno a raggiungere un vantaggio competitivo solo se riusciranno a utilizzare al meglio la tecnologia per ottimizzare le proprie attività e liberare tempo per concentrarsi su attività strategiche.

L'Influencer Marketing delle aziende sarà sempre più strategico e integrato nelle altre attività di marketing. I software martech saranno cruciali per attività continuative e scalabili.

I creator useranno gli strumenti tecnologici per migliorare il processo creativo, per trasformare il proprio pubblico in community e per generare nuove opportunità di guadagno.



Contattaci per progettare
insieme la tua prossima
campagna di Influencer
Marketing!

BUZZOOLE
∞

I nostri uffici

Via Arcivescovo Calabiana 6, Milano
Via Loggia dei Pisani 13, Napoli

Contatti

marketing@buzzoole.com

Follow us

