

24

# INFLUENCER MARKETING

powered by UPA

Advocacy & Influencer Marketing: le priorità degli investitori UPA

Chloé Souchaire, Head of Advocacy & Influence - L'Oréal Italia

Partner dell'evento



A. MANZONI & C. S.p.A.



dentsu

ebiquity

HOUSE OF COMMUNICATION 



OpenInfluence



YouGov

# Perché l'Influencer Marketing?

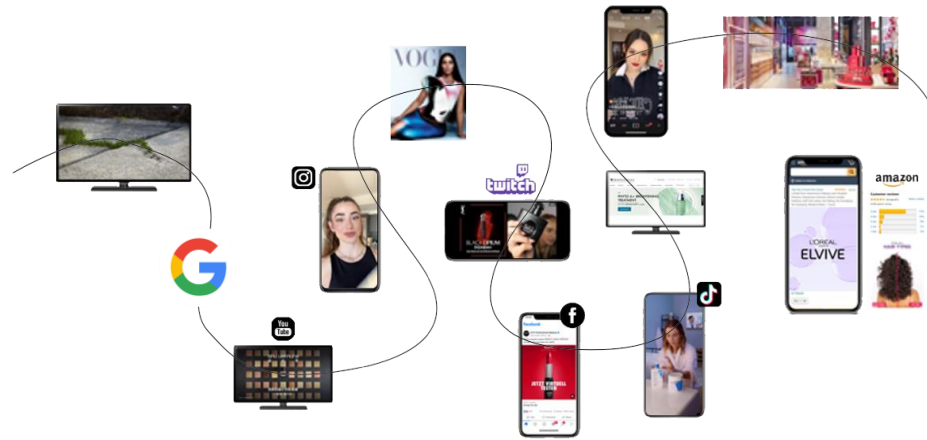


# CONSUMER JOURNEY EVOLUTION

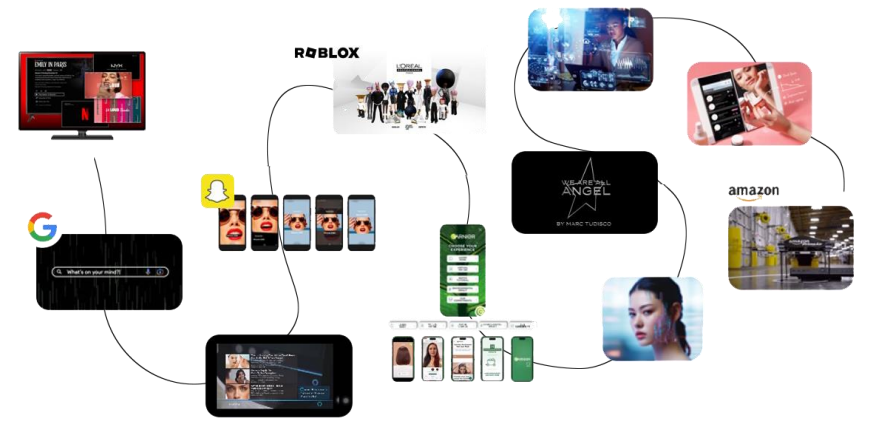
2010



2020



2030

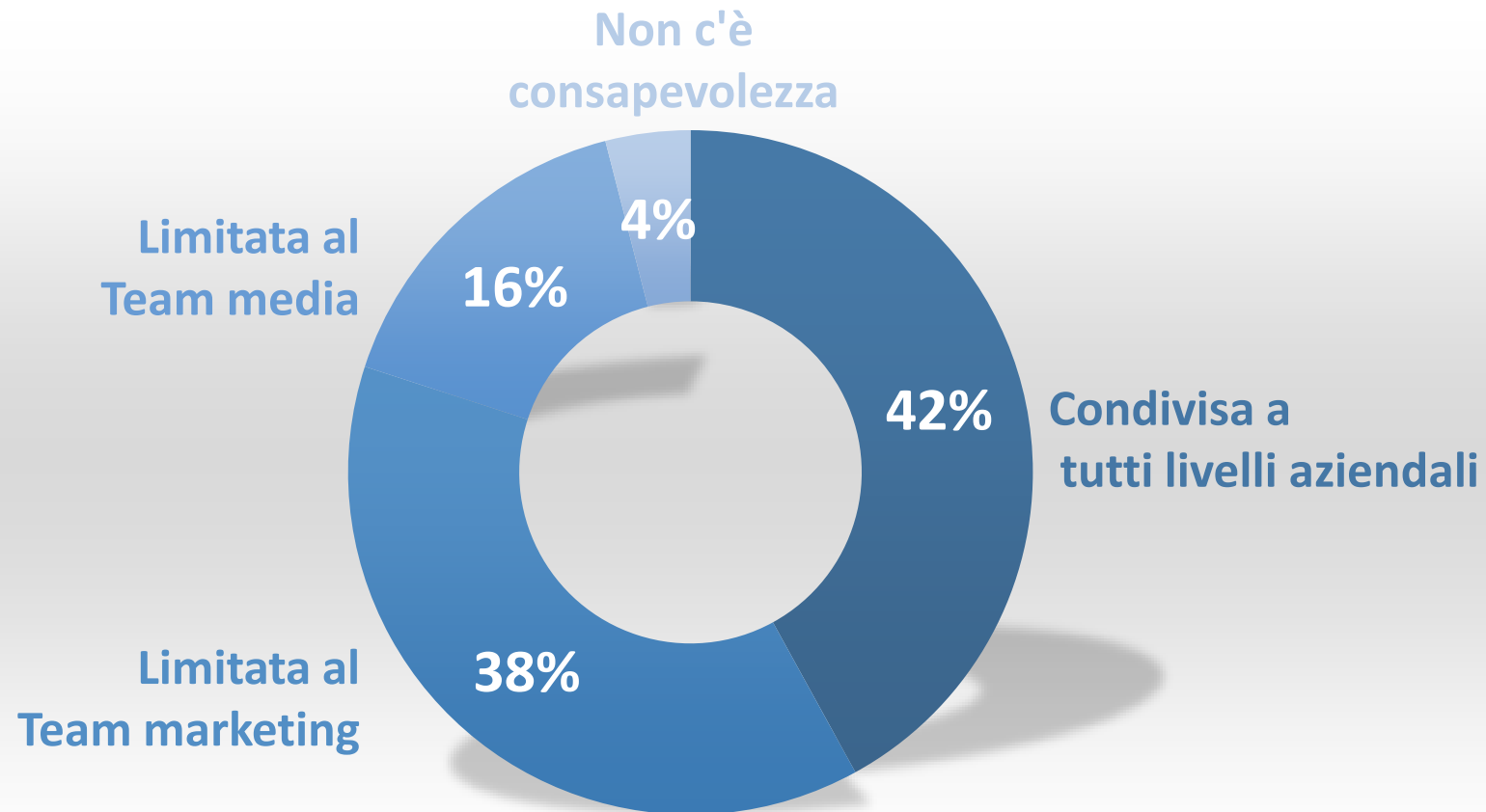




ADVOCACY IS  
EVERYWHERE

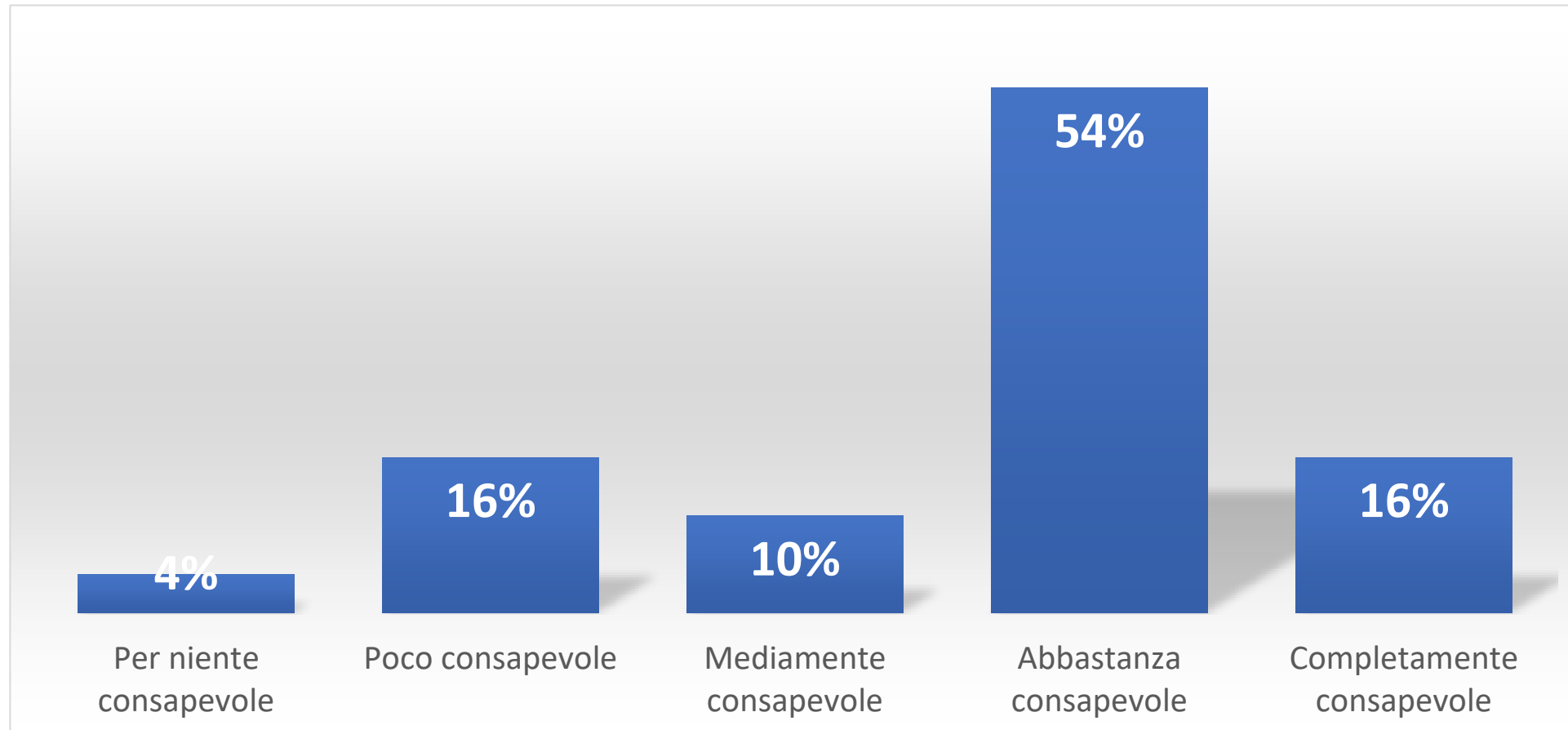
Qual è la **consapevolezza**  
all'interno della sua azienda sulla  
**crescita di importanza** dell'  
Influencer Marketing?

# Qual è la consapevolezza all'interno della sua azienda sulla crescita di importanza dell' Influencer Marketing?



Qual è il livello di **consapevolezza**  
all'interno della sua azienda  
sull'integrazione fra **Media e**  
**Influencer Marketing?**

# Qual è il livello di consapevolezza all'interno della sua azienda sull'integrazione fra Media e Influencer Marketing?



In UPA abbiamo appena costituito un tavolo di lavoro dedicato all'Influencer Marketing, che ha identificato i seguenti temi da affrontare.

Qual è per lei l'ordine di priorità di questi argomenti?

In UPA abbiamo appena costituito un tavolo di lavoro dedicato all'Influencer Marketing, che ha identificato i seguenti temi da affrontare.

Qual è per lei l'ordine di priorità di questi argomenti?

Quantificare le diverse voci di costo a totale mercato



Definire in maniera precisa le diverse voci di costo tipicamente associate all'Influencer Marketing



Il quadro normativo e le tutele contrattuali per gli advertiser



La misurazione: condividere KPI e metodologie di ricerca per quantificarli



0% 5% 10% 15% 20% 25% 30% 35% 40% 45%

# MESSAGGI CHIAVE

- **Advocacy e Influencer Marketing: Da opzione a necessità**
- **UPA partner strategico** per affrontare le sfide del mercato in evoluzione.
- **Focus su prime priorità:** Quantificazione dei costi, tutela contrattuale e misurazione dell'efficacia.
- **Strumenti concreti per il successo:** Standard chiari, best practice e benchmark condivisi.
- **Collaborazione per l'innovazione:** Uniamo le forze per costruire il futuro del marketing.

24

# INFLUENCER MARKETING

powered by UPA