

23

# INFLUENCER MARKETING

powered by UPA

Come ottenere il massimo dalla crescita  
degli UGC nel 2024

Partner dell'evento

Media partner



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

ciaopeople

FILMEDIA  
DIGITAL  
INFLUENCER MARKETING AGENCY

40°  
FORTYDEGREES  
FOR MARKETING INTELLIGENCE

Google

groupm

MONDADORI  
MEDIA

Nielsen

Openinfluence

REALIZE  
NETWORKS

REALZ

SENSEMAKERS  
MINDS & DATA

SHOW  
REEL  
AGENCY

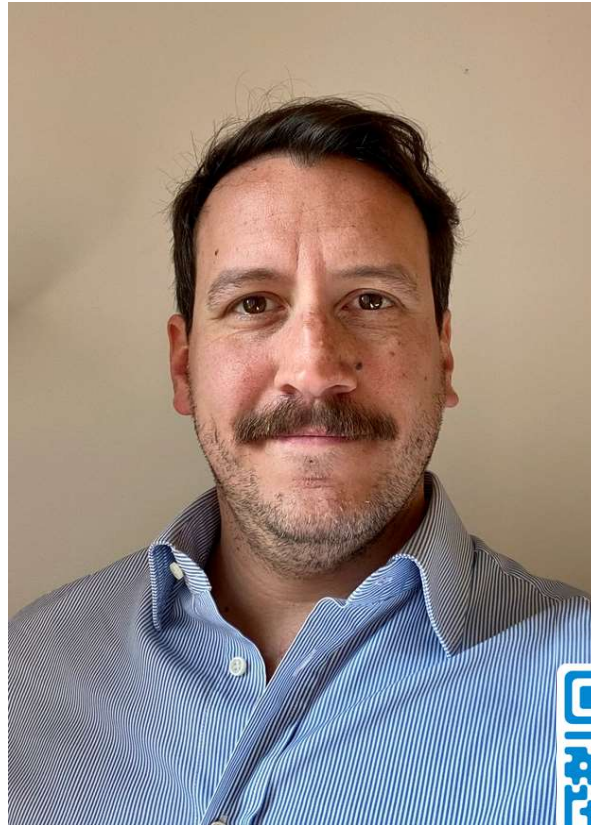
Skeepers

TERRITORY  
INFLUENCE

up<sup>TV</sup>

UN  
UNIVERSITY

# SPEAKER



Andrea Scotti

Country Manager Italia - Skeepers

# SKEEPERS: Il leader europeo degli UGC

**We exist to connect the world's**

# AGENDA

- 01 Cosa sono gli UGC?
- 02 Perché parliamo di UGC?
- 03 3 tendenze UGC per il 2024
  - Aumento dei contenuti video
  - UGC Infused Ads
  - Micro e Nano-influencer



# COSA SONO GLI UGC?

Gli UGC sono quei contenuti relativi a un brand o ai suoi prodotti che gli utenti, gli influencer o i consumatori stessi generano in modo volontario e spontaneo.

## I TIPI DI UGC

**Sessioni di Live  
Shopping**

**Recensioni in  
formato testo**

**Recensioni in  
formato video**

**Post sui social**

**Feedback dei  
clienti**

## PERCHÉ PARLIAMO DI UGC?

95%

dei consumatori legge le recensioni prima di effettuare un acquisto.

Invespcro

69%

dei consumatori ritiene che gli UGC siano più credibili di qualsiasi tipo di pubblicità.

BrightLocal

68%

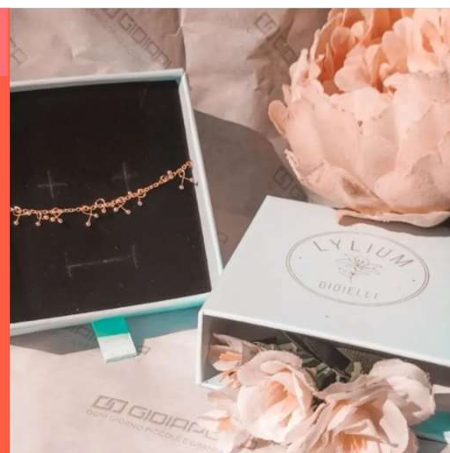
dei consumatori afferma di aver effettuato un acquisto dopo aver visto un post sui social.

LEK

# L'IMPATTO DEGLI UGC



**Autenticità**



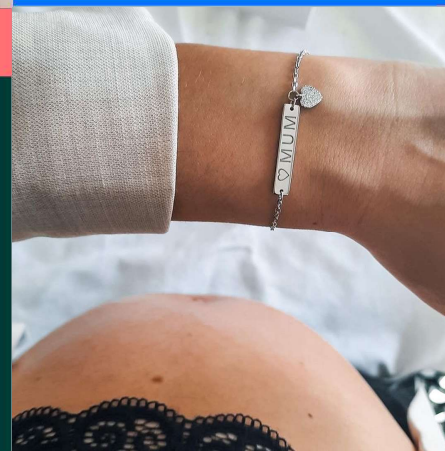
**Community**



**Empatia e  
familiarità**



**Valori  
condivisi**

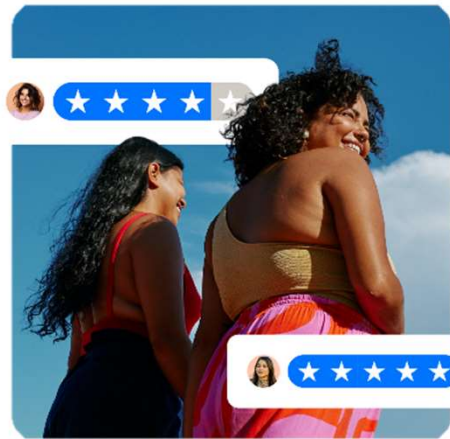


**Legame  
emotivo**

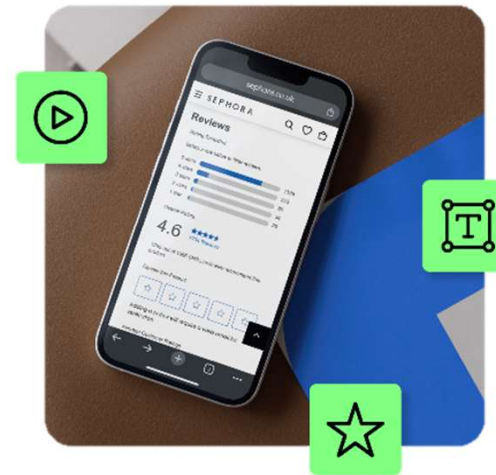
# GLI UGC POSSONO



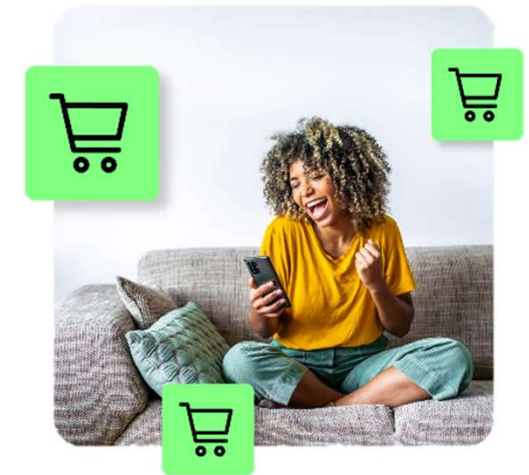
Ispirare



Creare fiducia



Incrementare le conversioni



Migliorare l'engagement

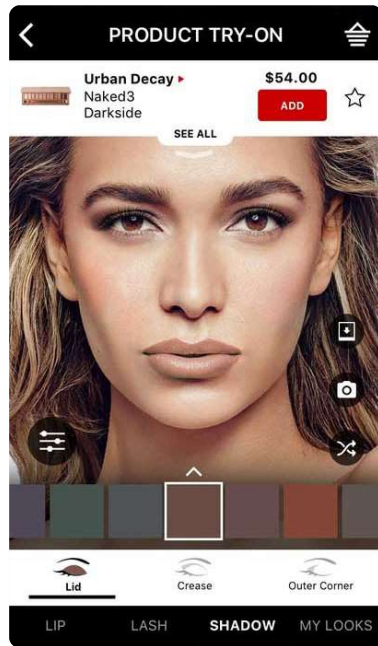


## 3 TENDENZE UGC PER IL 2024 AUMENTO DEI CONTENUTI VIDEO

**82%**

del traffico web nel 2024 sarà  
costituito da video.

*Cisco*



# LE TENDENZE DEL FORMATO VIDEO

01. Live Streaming
02. Video interattivi
03. Realtà aumentata

# MAC: IL POTERE DEI VIDEO

37

Post pubblicati

+312K

Impressions

4%

Engagement Rate

## UGC INFUSED ADS



Anastasia Lolli

Consumer Marketing Manager, MAC Cosmetics

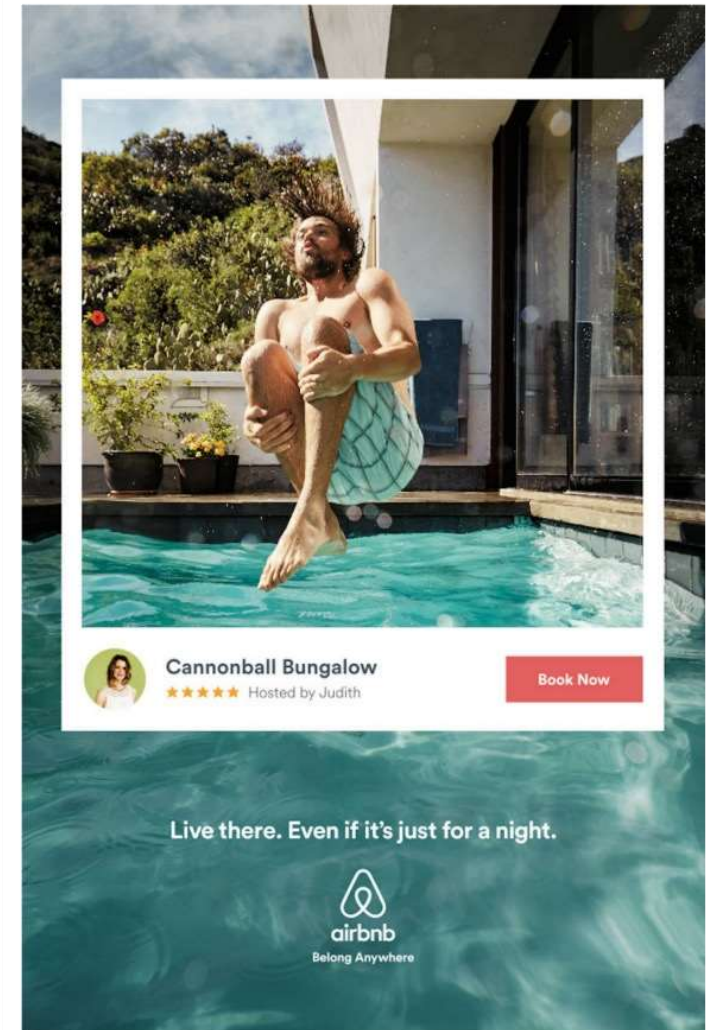
«Come sfruttare al meglio i contenuti generati dagli utenti? Una delle sfide di MAC per il 2024 è quella di utilizzare gli UGC anche negli annunci a pagamento, soprattutto quando vediamo che un post dei nostri influencer sta ottenendo ottimi risultati organici sui social.»

## UGC INFUSED ADS

# +300%

di aumento del CTR negli annunci contenenti UGC, rispetto alle pubblicità tradizionali di Airbnb.

*Airbnb*



# MICRO E NANO-INFLUENCER

# 7.2%

di engagement rate medio per  
nano e micro-influencer.

*Influencity*





# PERCHÈ MICRO E NANO INFLUENCER?

01. Autenticità
02. Competenza di nicchia
03. Ritorno economico

Quali sono i consigli per  
lanciare una strategia UGC  
di successo nel 2024?

VUOI SCOPRIRE COME INTEGRARE  
L'INFLUENCER MARKETING NELLA TUA  
STRATEGIA PER IL 2024?

PRENOTA UNA CALL CON I NOSTRI  
ESPERTI!

