

IAKI Group: influencer marketing ancora più strutturato e performante con Onim, l'Osservatorio Nazionale per l'influencer marketing

AGENZIE Redazione Settembre 29, 2021 🔥 27



IAKI Group entra a far parte di **Onim** per offrire ai propri clienti progetti di *influencer marketing* ancora più strutturati e performanti. I numerosi report e la competenza dell'Associazione offrono un contributo strategico per rendere l'*influencer marketing* dell'agenzia un'attività sempre più efficace per raggiungere gli obiettivi del brand.

Racconta **Francesco Minerva, Senior Account Manager di IAKI Group**: "In un settore strategico della comunicazione cresciuto del 12% nel 2021, il cui mercato in Italia vale 272 milioni di Euro, la nostra strategia consiste nell'approcciare ogni progetto con una modalità *tailor made*, costruita attorno alle esigenze del cliente, al budget disponibile e ai KPI attesi. Fare *influencer marketing* non significa trovare uno o più *testimonial*, ma assicurare la più ampia visibilità possibile nel rispetto del posizionamento e della vision del brand. Molto spesso la via più semplice è quella di affidarsi ai volti più noti o di tendenza in un determinato momento, senza tener conto di tutte le variabili davvero impattanti nella costruzione di un *roster di talent* che sia coerente agli obiettivi dei nostri clienti: ad esempio demografica dei follower, il loro livello di engagement e dunque la reale fedeltà dei suoi follower, affinità del talent con il concept di campagna. Per questo proponiamo sempre un mix di talent con dimensioni, caratteristiche e verticalità tematiche eterogenee, senza perdere di vista l'ottimizzazione delle risorse a disposizione e delle performance. Ne sono esempi il lancio di Maxibon 2020 e la gestione del profilo TikTok di Wacko's San Carlo."

"Il posizionamento multigenerational di IAKI e Cimiciuri – commenta **Filippo Flocchi, Creative Director di IAKI Group** – ci richiede una selezione accurata del talent in base alla loro generazione di pubblico e la costruzione di uno storytelling differenziato per riferimenti culturali e sociali. In quest'ottica la collaborazione con Onim ci serve per avere una visione ancora più ampia e strutturata di quello che offre il mercato e di quelli che sono gli ultimi trend."

L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di informare e fare divulgazione sui temi legati all'*influencer marketing*, proponendo *best practice* e dati sulla situazione del mercato italiano. Una realtà di supporto a tutti gli stakeholder di settore: chi commissiona, chi crea e produce contenuti, chi regola, chi informa. L'Osservatorio vuole essere un riferimento sul tema, portando, grazie ai dati, maggiore consapevolezza e conoscenza.




TESTATA
www.focusmo.it

DATA USCITA
29 set 2021

SOGGETTO
Onim

AGENZIE

IAKI Group: influencer marketing ancora più strutturato e performante con

 Redazione  Settembre 29, 2021