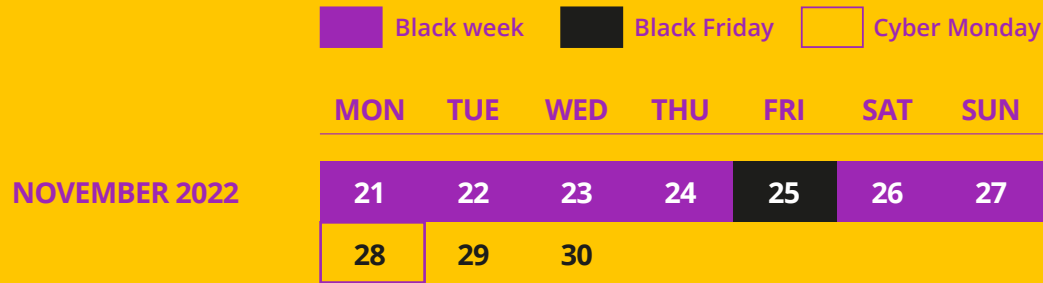




Guida all'Influencer Marketing per il Black Friday 2022

Una settimana di sconti imperdibili



Black Friday

Il Black Friday è negli Usa il primo venerdì successivo al Giorno del Ringraziamento e dà inizio alla stagione dello shopping natalizio. Nel 2022, in Italia è previsto per **venerdì 25 novembre**.

Cyber Monday

Il Cyber Monday cade il primo lunedì successivo al Black Friday e viene dedicato agli sconti sui negozi online. Nel 2022, in Italia è previsto per **lunedì 28 novembre**.

La **Black Week** è l'appuntamento più amato e atteso dai consumatori italiani. Dal Black Friday al Cyber Monday: una settimana intera di sconti imperdibili che coinvolge tutti i settori, dall'elettronica all'abbigliamento, fino ai supermercati. Nel 2021 la spesa degli italiani durante il Black Friday è stata di circa **2 miliardi** (+21% rispetto al 2020). Un momento di grandi opportunità per le aziende e i creator che dovranno prepararsi per tempo e guidare i consumatori verso nuove occasioni commerciali.

Black Week

La Black Week indica la settimana in cui si tiene il Black Friday. Quest'anno la black week inizierà **lunedì 21 novembre**.

Italiani e Black Friday

361 €

Budget predisposto dalle famiglie italiane per il Black Friday nel 2021
(+27% rispetto al 2020)

86 %

La percentuale di italiani che si dedica allo shopping durante il Black Friday



Elettronica



Abbigliamento

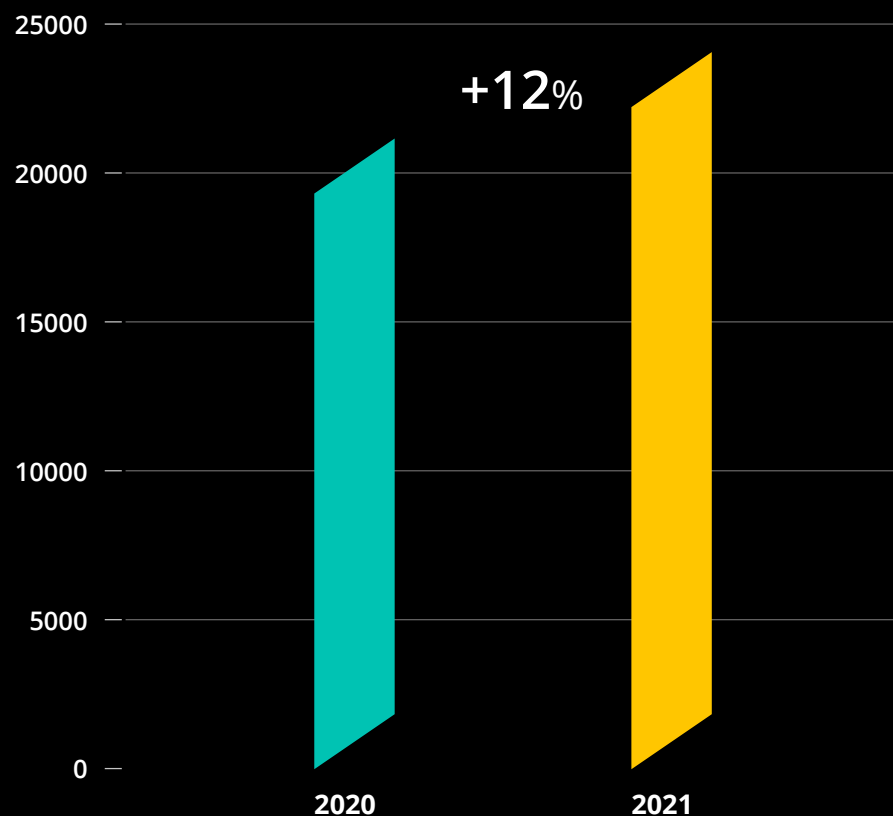


Cosmetici

Le categorie di prodotti più acquistati online dagli italiani durante la Black Week 2021

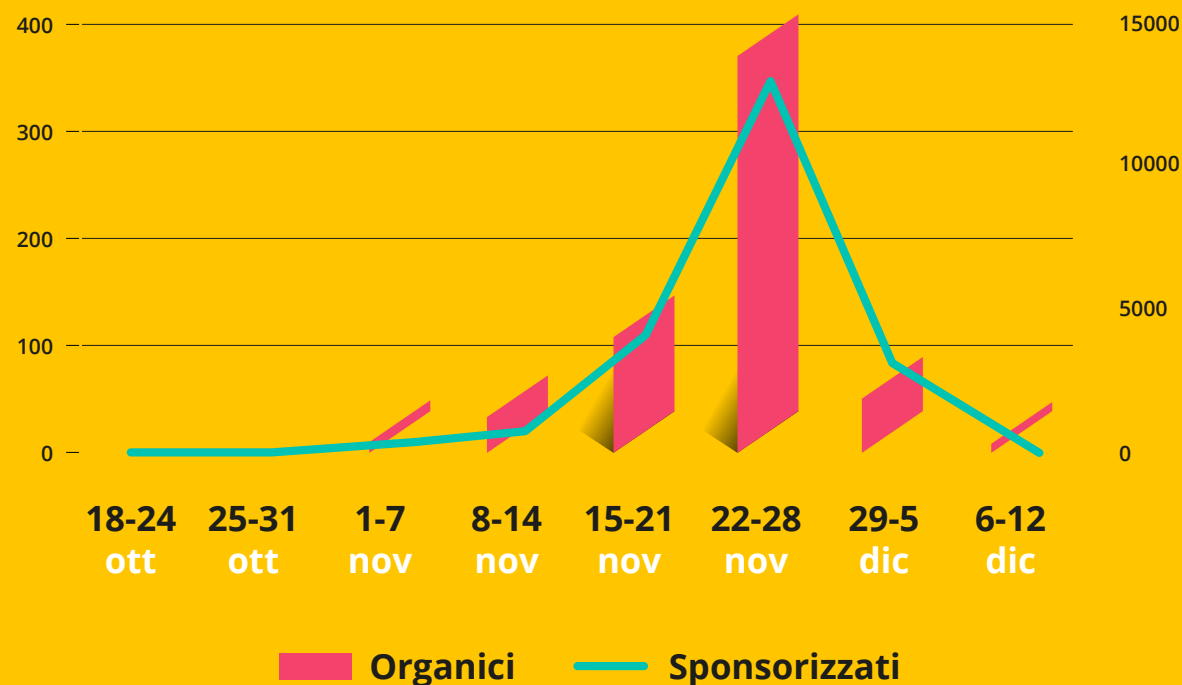
I contenuti degli influencer

Fonte - Buzzoole Discovery (1/10/21 - 15/12/21)



Dal 2020 al 2021 in Italia c'è stato un incremento del 12% di contenuti a tema Black Week. Nell'ultimo anno i post hanno raggiunto un totale di 22.000. Di questi quasi **il 2,4% è sponsorizzato**.

Stagionalità 2021



I contenuti che riguardano il Black Friday iniziano ad essere postati a partire dalla metà del mese di Ottobre, raggiungendo il picco durante la Black week. I contenuti sponsorizzati continuano anche nelle settimane successive al Cyber Monday.

I settori più attivi nella comunicazione con influencer

Rispetto all'anno precedente emerge un **approccio ancora più strategico dei brand** all'utilizzo dell'Influencer Marketing per il Black Friday. Le attività realizzate con i creator coprono tutto il periodo della Black Week e su diversi canali social.

I contenuti sponsorizzati dagli influencer per questa occasione puntano principalmente alla **fase di Act** del percorso di conversione. In ottica di dare una spinta alle vendite, attraverso i contenuti vengono veicolati spesso **coupon** o **codici sconto** personalizzati.

Il 48% dei post sponsorizzati che riguardano la Black Week in Italia è assorbito dal settore **Fashion**. Seguono ben distanziati il settore **Beauty** (28%) e il **Tech** (12%).



Fashion
48%

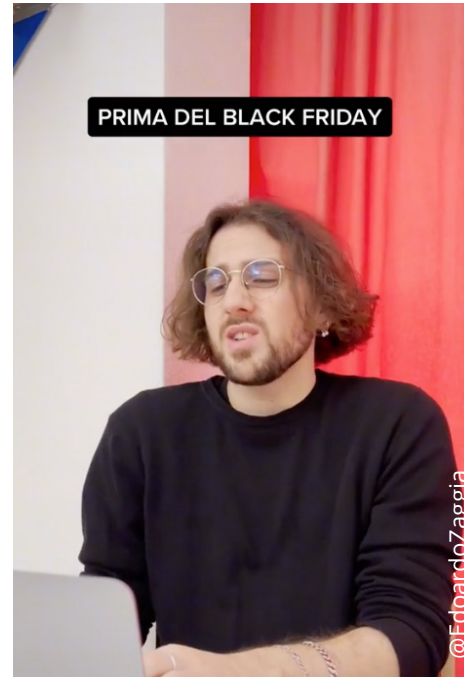


Beauty
28%



Tech
12%

Fashion: tipologia di contenuti sponsorizzati



Il Product Placement è la strategia di contenuto più utilizzata dai brand di moda ma anche da quelli di accessori e bigiotteria

Instagram

Durante il Black Friday i brand di moda più prestigiosi utilizzano l'Influencer Marketing soprattutto per la **fase di Awareness** per far conoscere collezioni in edizione limitata, attraverso contenuti che mettono in risalto il prodotto.

La scelta di coinvolgere dei **micro influencer** viene fatta, soprattutto dai brand meno noti, per veicolare i **codici sconto** e le Call to Action di invito a visitare il proprio e-commerce.

TikTok

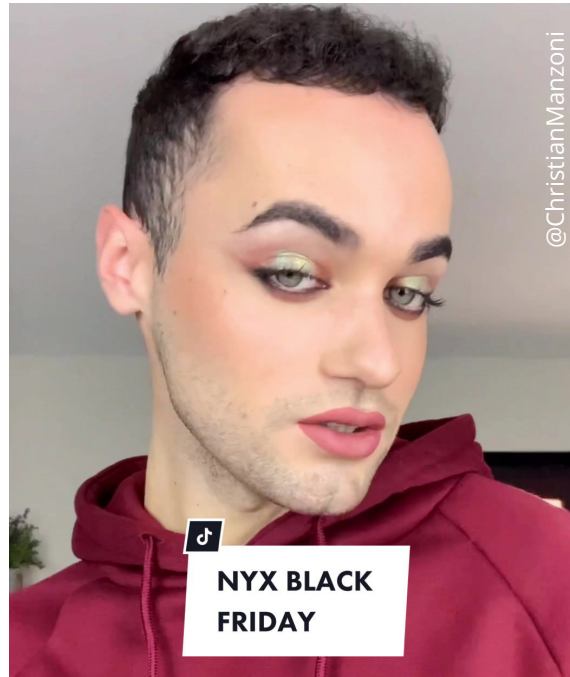
Su TikTok, invece, i prodotti vengono mostrati con un *tone of voice* diverso: **ironia e umorismo** sono alla base di questi contenuti che si allontanano dal modello di *adv* utilizzato su altri canali.

Beauty: tipologia di contenuti sponsorizzati



Instagram

Le strategie di Product Placement dei brand beauty hanno come protagonisti creator che mostrano prevalentemente make-up rifiniti e patinati.



TikTok

I messaggi dei brand di bellezza e cosmesi viaggiano attraverso i tutorial che hanno come focus le caratteristiche e la qualità dei prodotti inseriti nei video (es: texture, colore). Il social dei video brevi aiuterebbe ad aumentare la **brand Awareness** in un modo non tradizionale agli occhi dei consumatori: tra i contenuti sponsorizzati emergono temi importanti come l'inclusione sociale e body positivity.

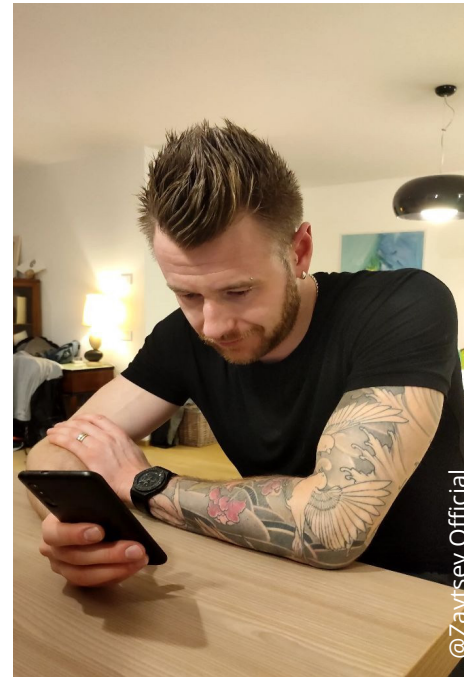


Make-up, haircare, profumi, skincare e smalti: sono diversi i siti web che attivano promozioni su questi prodotti anche con settimane di anticipo rispetto al Black Friday

Tech: tipologia di contenuti sponsorizzati



Manuel Agostini



@Zaytsev Official

Nel settore tech lo smartphone è la tipologia di prodotto più presente nei contenuti degli influencer (63%), seguita da PC/Tablet e televisori (25%)

YouTube

La piattaforma **YouTube** è una delle preferite dalla community Tech. Su questo canale i creator approfondiscono le schede tecniche e le funzionalità dei prodotti realizzando video recensioni e fornendo utili consigli e valutazioni. Durante il periodo del Black Friday vengono proposte guide alle occasioni del momento, in cui si invitano gli utenti, attraverso **codici sconto** e link, a completare gli acquisti sull'e-commerce del brand.

Instagram

Su Instagram, principalmente le celebrità vengono coinvolte in campagne **Product Placement** degli smart device, generando **Awareness** sulle promozioni in atto durante la Black Week.

I trend dell'eCommerce



Per gli **eCommerce** la Black Week rappresenta un momento decisivo dell'anno. Le campagne di Influencer Marketing realizzate dagli e-commerce per la Black Week 2021 prevedevano soprattutto l'inserimento di **codici sconto** personalizzati nelle *caption* dei contenuti dei creator, accompagnati alle *Call to Action* verso la pagina di destinazione su cui era possibile concludere l'acquisto.



Tra le novità di questa edizione del Black Friday c'è il **Live Shopping**, un'esperienza che unisce il live streaming e la vendita online alle capacità creative e di intrattenimento degli influencer, favorendo un maggior coinvolgimento dei clienti e **un aumento considerevole di visibilità e vendita dei prodotti**.

Raccomandazioni

1

Pianificazione. Progettare una **strategia di Influencer Marketing** può essere una soluzione vincente per aumentare l'Awareness ma anche nelle fasi di Consideration e Act. Buzzoole offre delle soluzioni ad hoc per la Black Week e può aiutarti a costruire **la strategia più efficace per i tuoi obiettivi.**

2

Identificazione dei creator. L'attenzione dei brand si è spostata sui **Micro Influencer**, soprattutto per la fiducia e l'autorevolezza che costruiscono all'interno delle proprie community. L'expertise tecnologica e umana di Buzzoole può aiutarti a **individuare talent e creator più affini al tuo brand.**

3

Scelta dei social. La maggior parte delle campagne per il Black Friday si concentra su **Instagram**, ma questo non vuol dire che sia il luogo migliore per la tua strategia. Per essere visibile tra i giovanissimi, considera l'integrazione di **TikTok** nel tuo piano di Influencer Marketing.

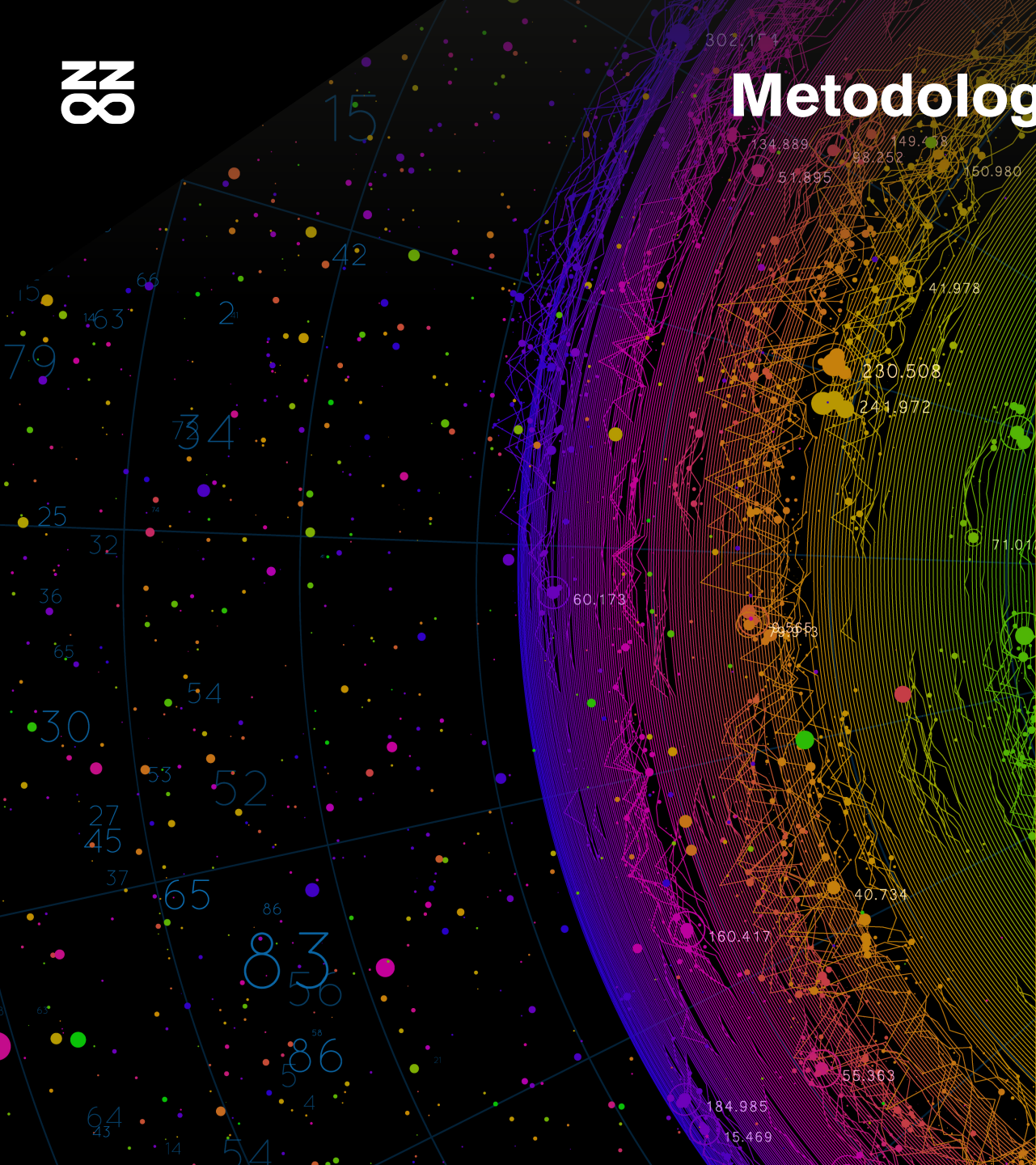
4

Creatività e formati. Non solo **Product Placement**, creatività e originalità sono la chiave per ottenere contenuti di qualità e differenziarsi dalle attività dei competitor. Sperimenta formati innovativi e più adatti al periodo, come **le Live con opzione di Shopping**. Buzzoole saprà aiutarti a sperimentare questa leva in tutta sicurezza.

5

Misurazione. Imposta obiettivi chiari e realistici e poi controlla in tempo reale l'andamento delle campagne in modo da ottimizzarle all'occorrenza. Buzzoole mette a disposizione gli strumenti per avere **pieno controllo su tutto il processo delle campagne, fino alla misurazione e l'ottimizzazione dei risultati.**

Metodologia



L'analisi si basa su un DataBase di **oltre 2 milioni di profili e 550 milioni di contenuti** monitorati a livello globale dalla piattaforma **Buzzoole Discovery** su 5 canali social differenti (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter e TikTok).

Grazie alle funzionalità dello strumento è stato quindi possibile analizzare la ricorrenza attraverso gli hashtag **#blackfriday**, **#blackweek**, **#cybermonday**, **#blackweekend**, **#blackfridaypromo**, **#cybermondaysale**, **#cybermondaysales**, **#blackfridaysale**, **#blackfridayshopping**, **#cybermonday2021**, **#blackfriday2021**, **#cybermondaypromo**, **#blackweekpromo** nell'arco temporale compreso tra il 01-10-2021 e il 15-12-2021.



Contattaci per progettare
insieme la tua strategia di
Influencer Marketing
approfittando delle nostre
soluzioni per la Black Week!

BUZZOOLE


I nostri uffici

Via Arcivescovo Calabiana 6, Milano
Via Vannella Gaetani 27, Napoli

Contatti

sales@buzzoole.com

Follow us

