

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



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 dei 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 Cimiciurri - commenta Filippo Fiocchi, Creative Director di IAKI Group - ci richiede una selezione accurata dei 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.mediakey.tv

DATA USCITA
27 set 2021

SOGGETTO
Onim



**Iaki Group: influencer
marketing ancora più
strutturato e performante
con...**
27/09/2021

■ AZIENDE, CARRIERE ■ DIGITAL