

THE REPUTAION GAME



FORTYDEGREES
CONTAGIOUS INFLUENCER MARKETING



**OGGI SCOPRIREMO COME UN
PROBLEMA DI REPUTAZIONE SI
RIPERCUOTE ANCHE SULLA CREDIBILITÀ
DEGLI INFLUENCER (SE ESISTE), LA
NASCITA DI UNA SOLUZIONE E CHI PUÒ
FARE QUALCOSA A RIGUARDO**

(PICCOLO SPOILER: SIAMO NOI).

ITALIAN ROYAL FAMILY



PANDOROGATE



...BYE BYE ROYAL FAMILY

MULTA DELL'ANTITRUST

L'Antitrust multa Chiara Ferragni e Balocco per l'iniziativa riguardante il pandoro brandizzato da Chiara, accusando di un uso scorretto della leva benefica.

LE SCUSE

Dopo qualche giorno Chiara Ferragni pubblica un video in cui si scusa dell'accaduto, definendolo però un "errore di comunicazione". Aggiunge che farà ricorso sulla multa e che donerà la cifra di 1 milione di Euro all'Ospedale oggetto dell'iniziativa con Balocco.

LE INDAGINI SI AMPLIANO

Le indagini si allargano ad altre iniziative simili della Ferragni e che sembrano utilizzare lo stesso schema relativo alla beneficenza.

L'INDAGINE PER TRUFFA

Il proseguimento delle indagini spingono gli inquirenti ad indagare Chiara Ferragni per truffa.

I BRAND "SCAPPANO"

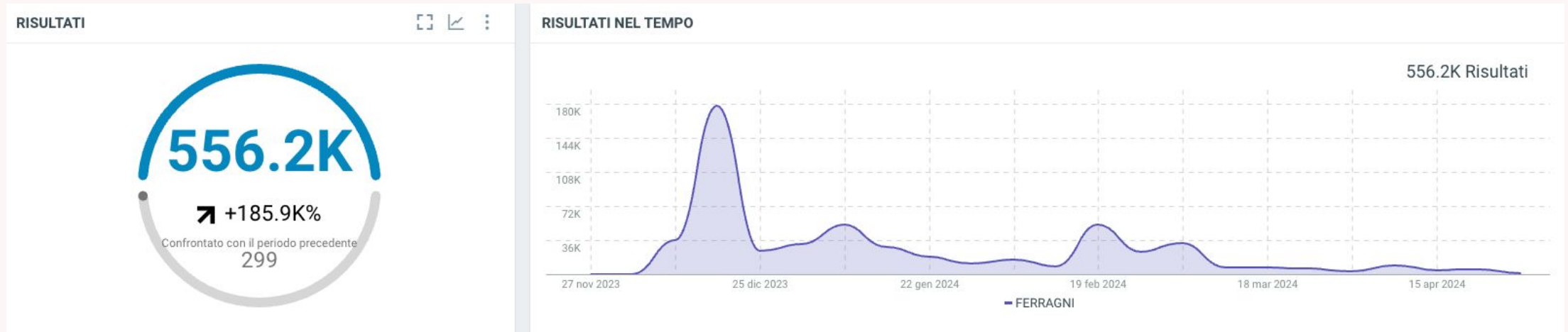
Arrivano le prime disdette da parte dei brand con cui Chiara Ferragni aveva da anni collaborazioni strette.

LA LEGGE "FERRAGNI"

Il clamore è tanto alto da spingere a Gennaio all'intervento del parlamento con una legge ad hoc sulle attività di beneficenza.

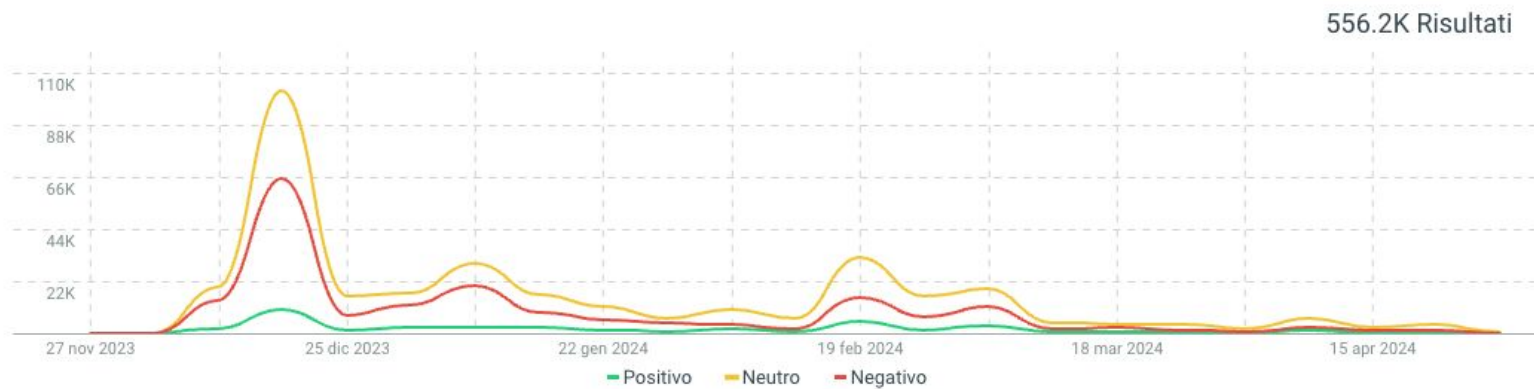
PANDORO**GATE**: CHIARA È FUORI
MERCATO?
È IN GIOCO **L'INTERO SETTORE**?

IL CONVERSATO SU CHIARA

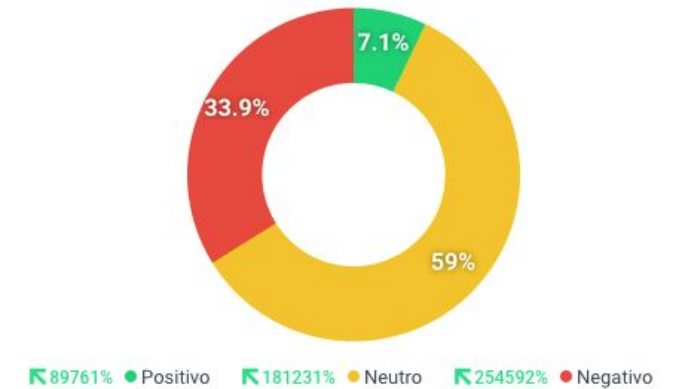


... E IL SENTIMENT

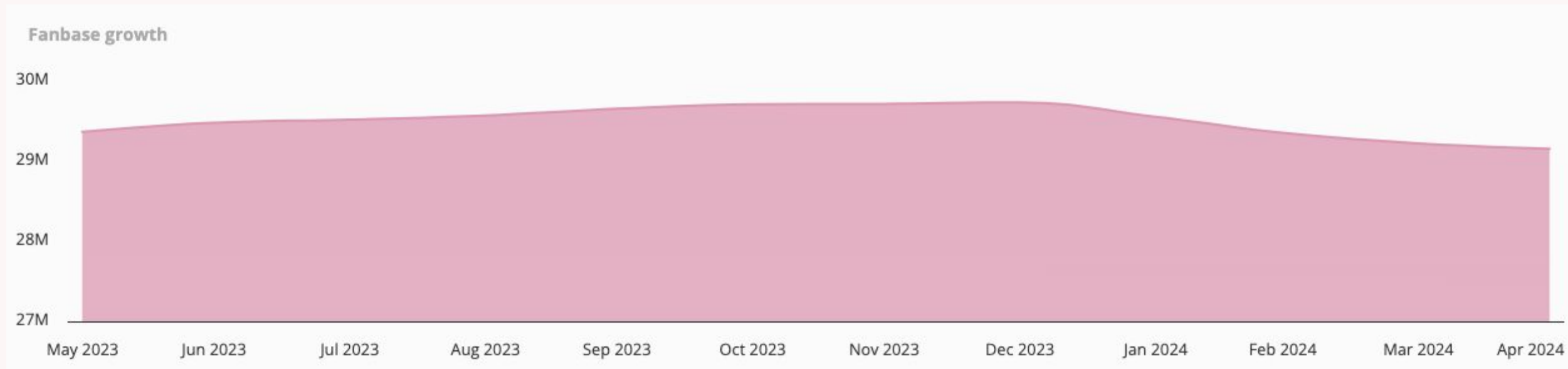
SENTIMENT NEL TEMPO



RIPARTIZIONE PER SENTIMENT

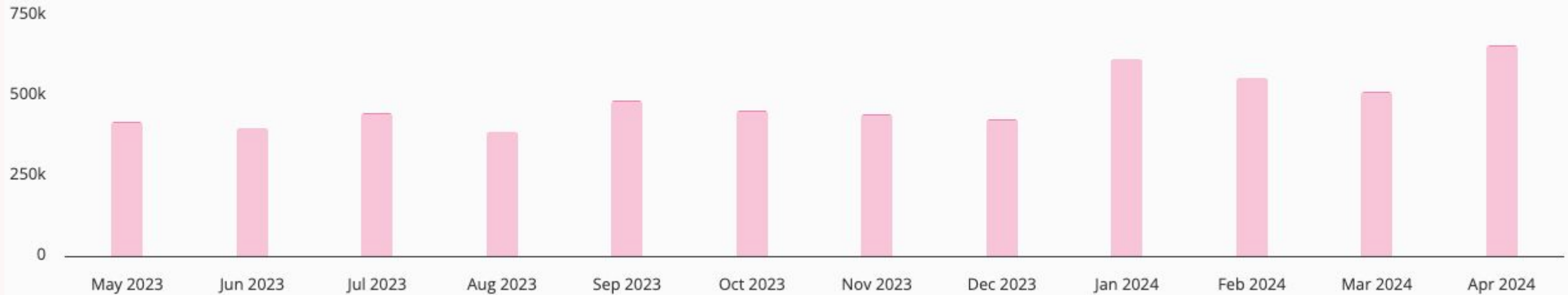


ANDAMENTO FOLLOWER IG

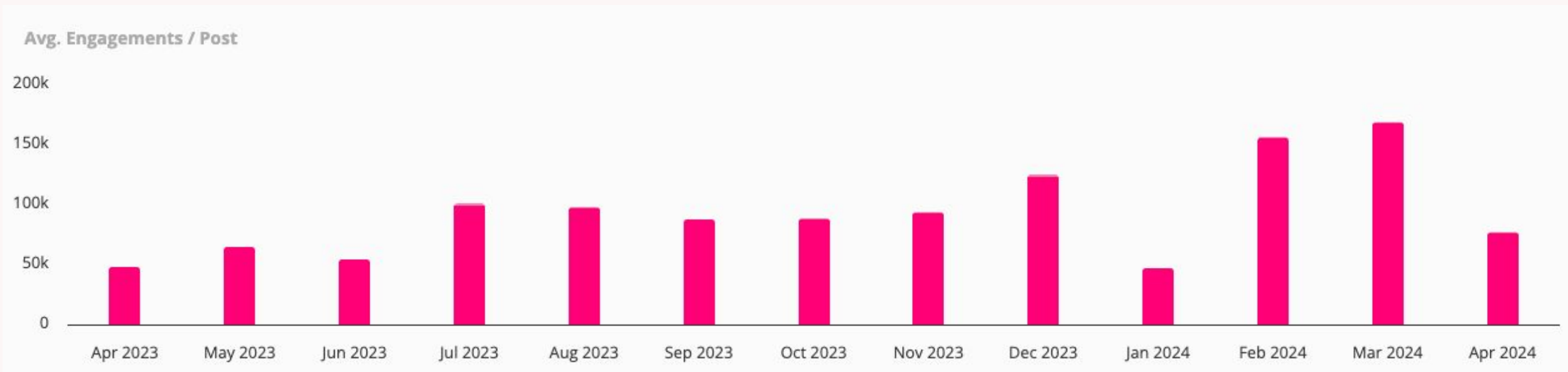


ENGAGEMENT RATE- IG

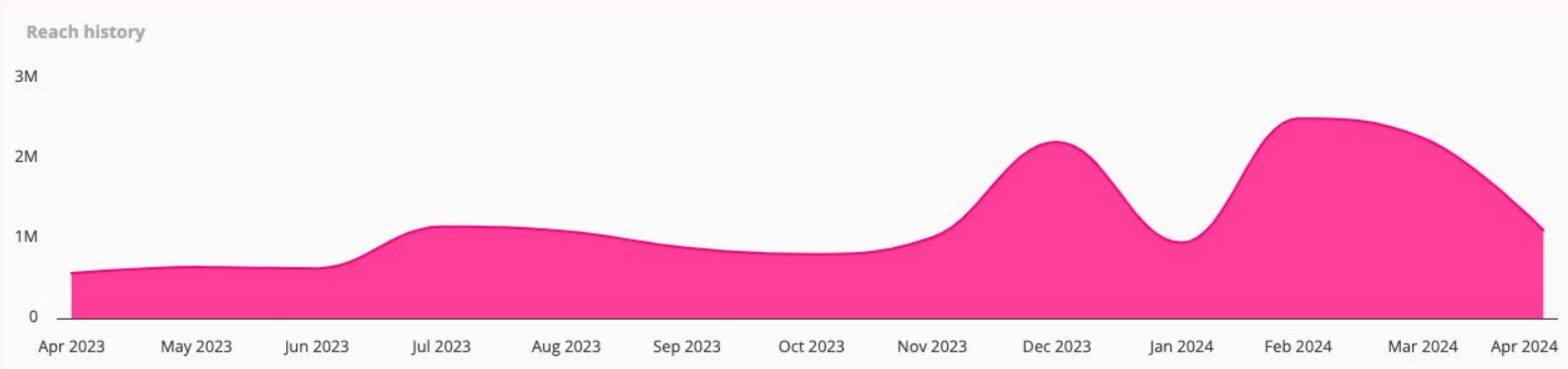
Avg. Engagements / Post



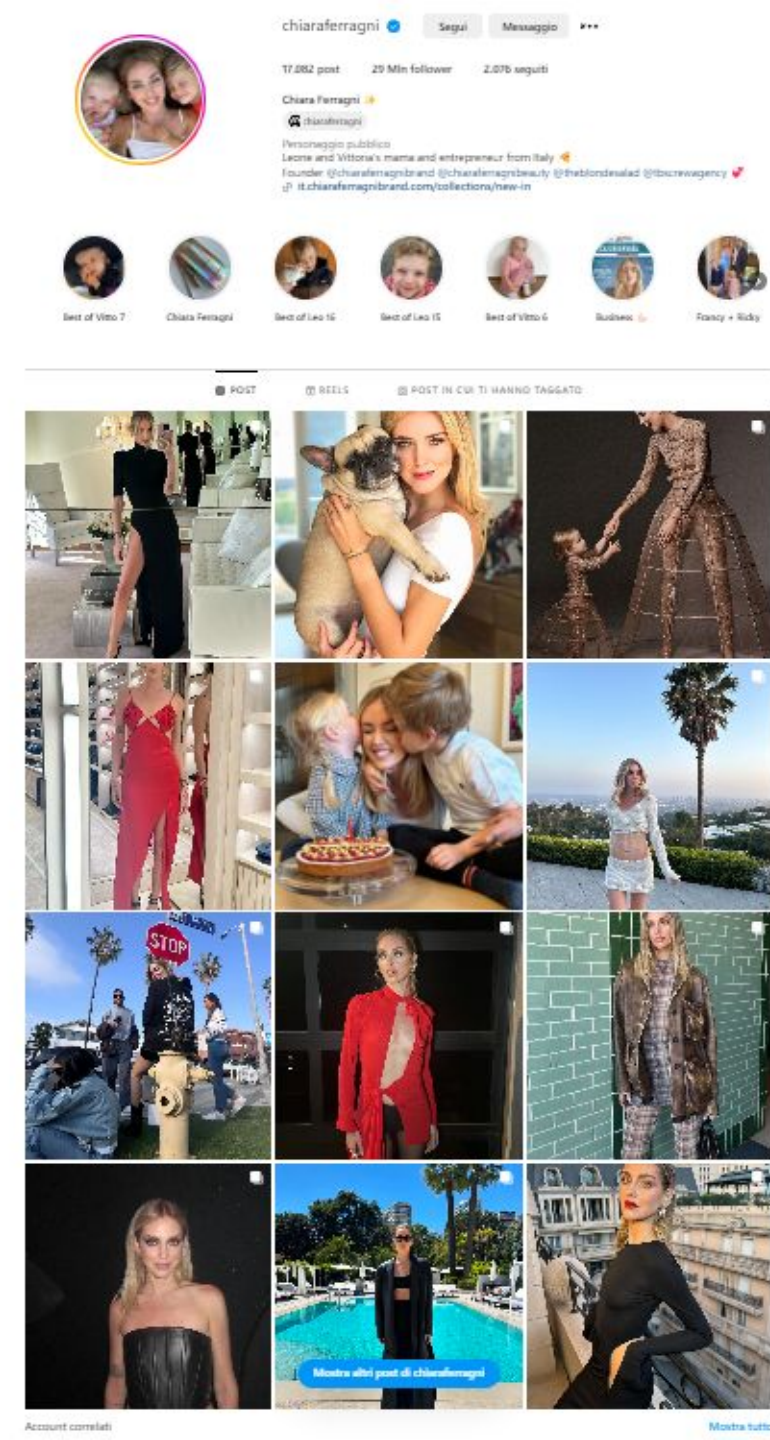
ENGAGEMENT RATE – TIKTOK



VIEWS MEDIE – TIKTOK



E LE COLLABS?!? NON CI SONO PIÙ



IL “GATE” CONTAGIA L’INTERA FAMIGLIA





GLI INFLUENCER STANNO PERDENDO LA “FACCIA”?

ABBIAMO SOLO UNA REGOLA...

La credibilità e la fiducia sono al centro del valore di qualsiasi influencer o creatore (ma anche brand)?

...DO NOT BETRAY

INFLUENCER: È UN HOT TOPIC

RISULTATI

113.7K

↑ 9.3K%

Confrontato con il periodo precedente

ENGAGEMENT

2.2M

↑ 208.9%

Confrontato con il periodo precedente



INFLUENCER: ORA È UN TOXIC TOPIC

RISULTATI

113.7K

↑ 9.3K%

Confrontato con il periodo precedente

SENTIMENT

20.2%

😊 POSITIVO

24%

😡 NEGATIVO

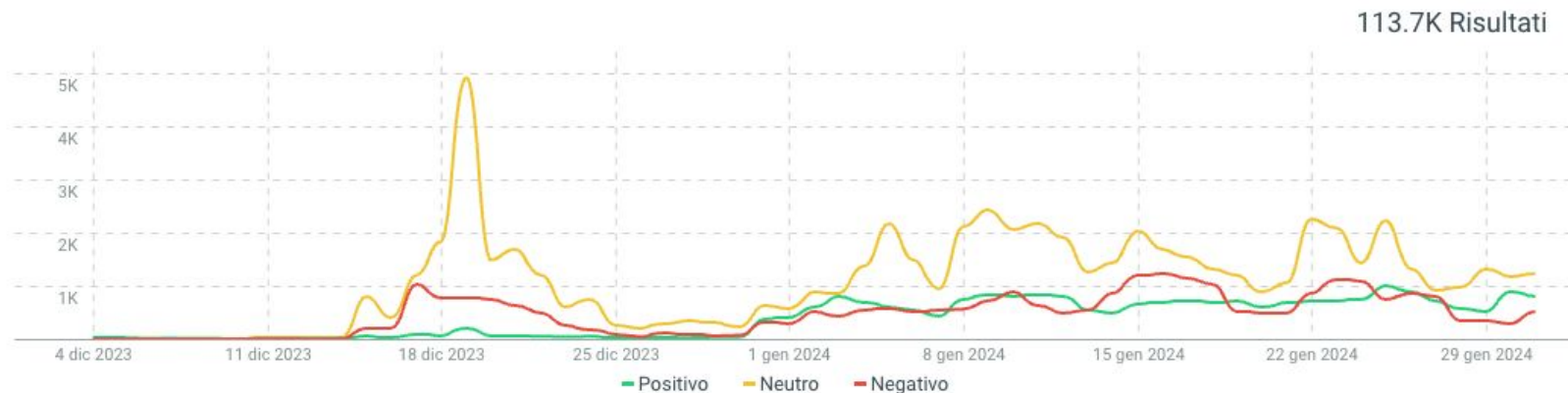
NET SENTIMENT

-8.6%

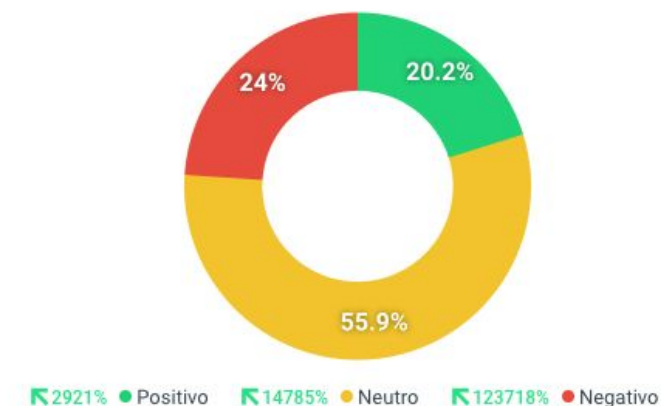
↓ 109.1%

Confrontato con il periodo precedente

SENTIMENT NEL TEMPO



RIPARTIZIONE PER SENTIMENT



GLI INFLUENCER SONO **CATTIVI**...

TEMI ASSOCIATI AL SENTIMENT

TIPI DI TEMA [★ Temi principali ▾](#)



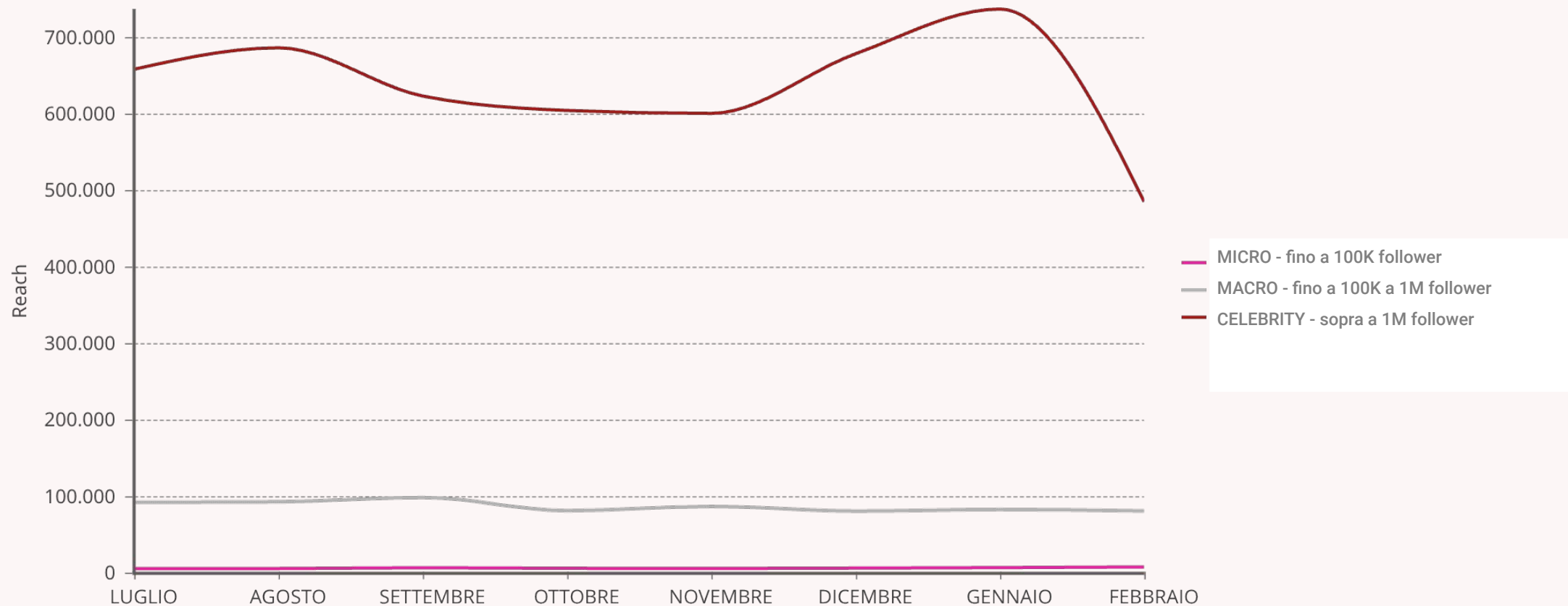
NEGATIVO

NEUTRO

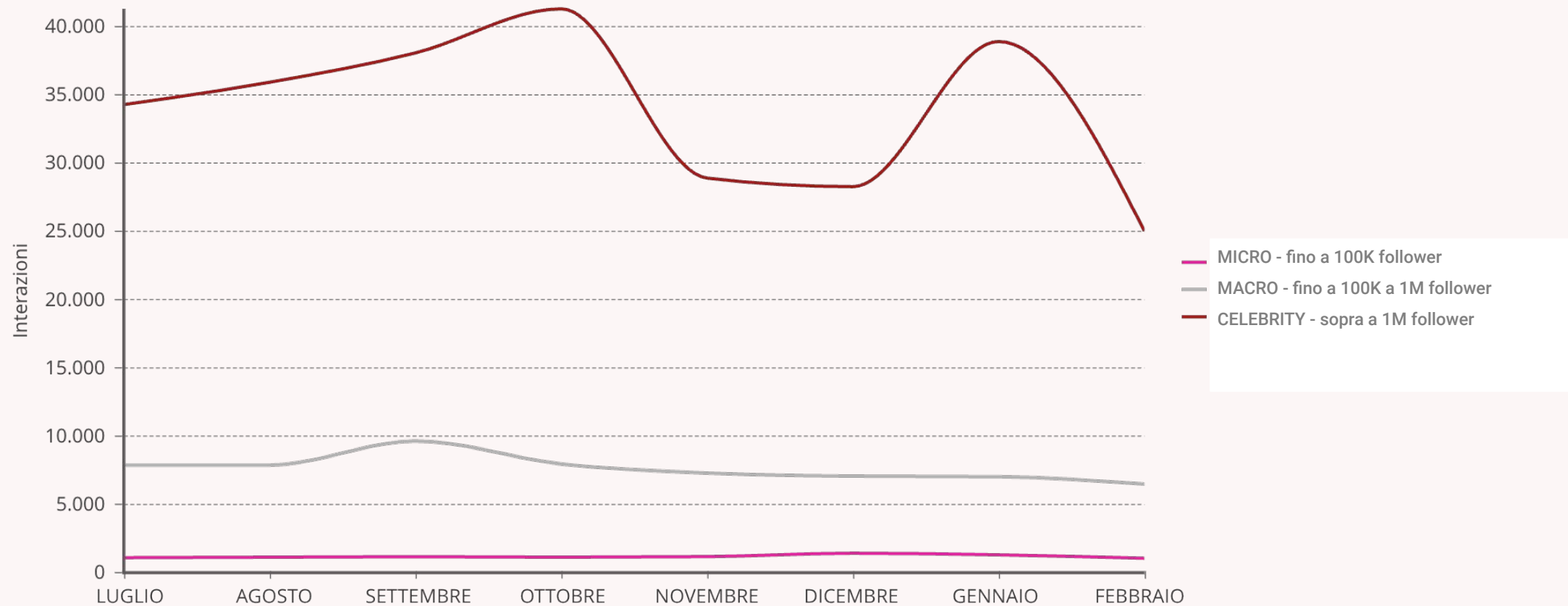
POSITIVO

...I CREATOR SONO **BUONI**

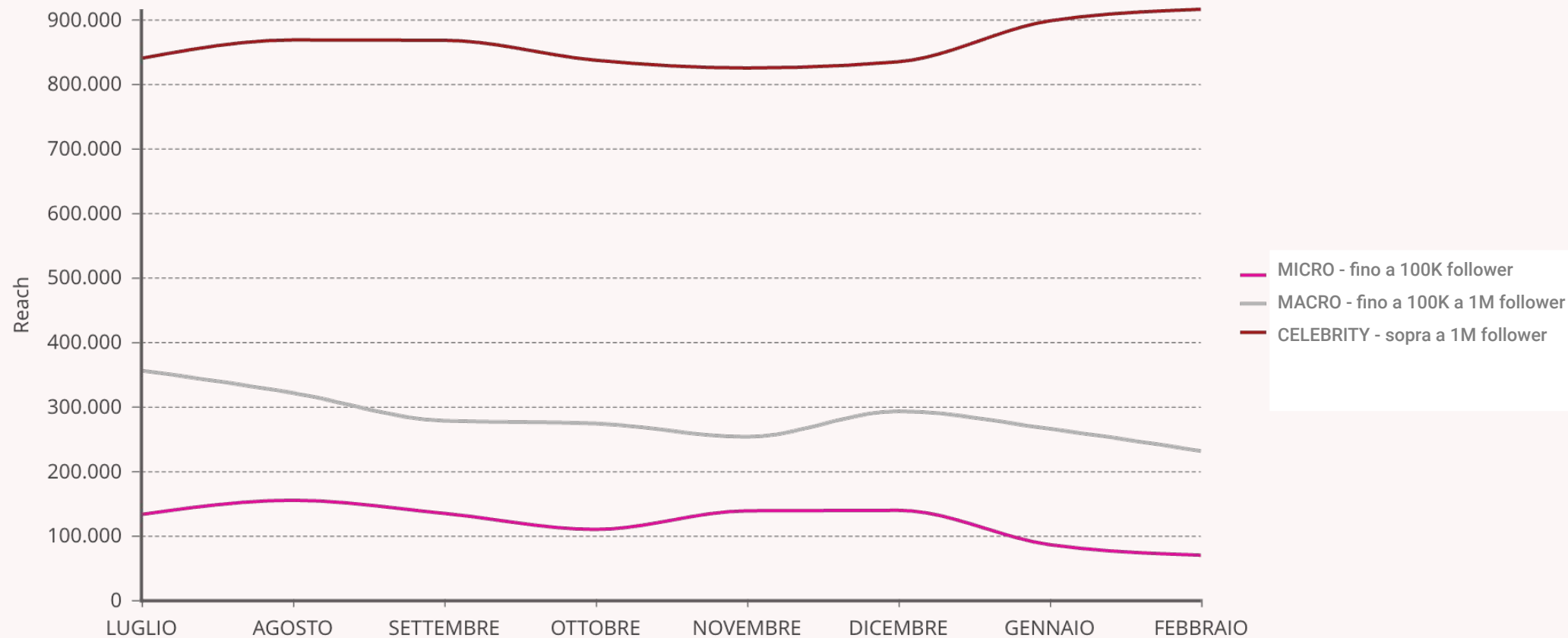
AVG REACH – IG



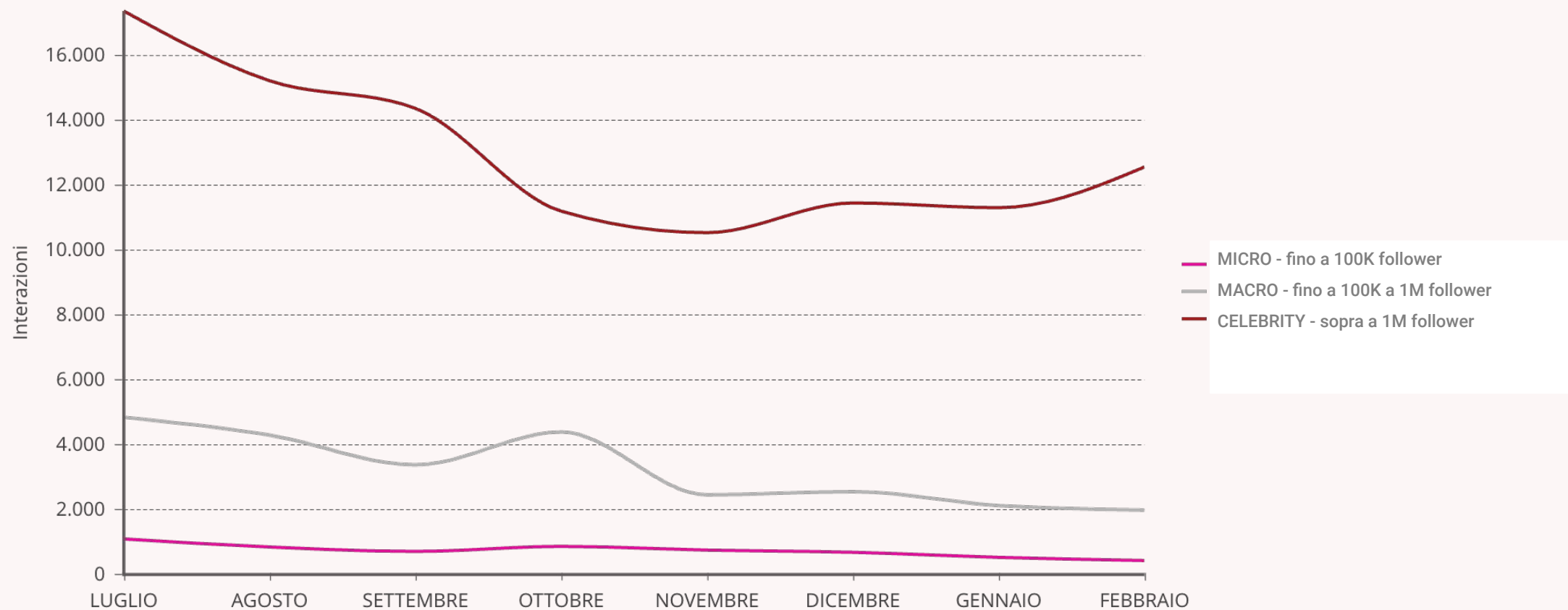
INTERACTIONS - IG



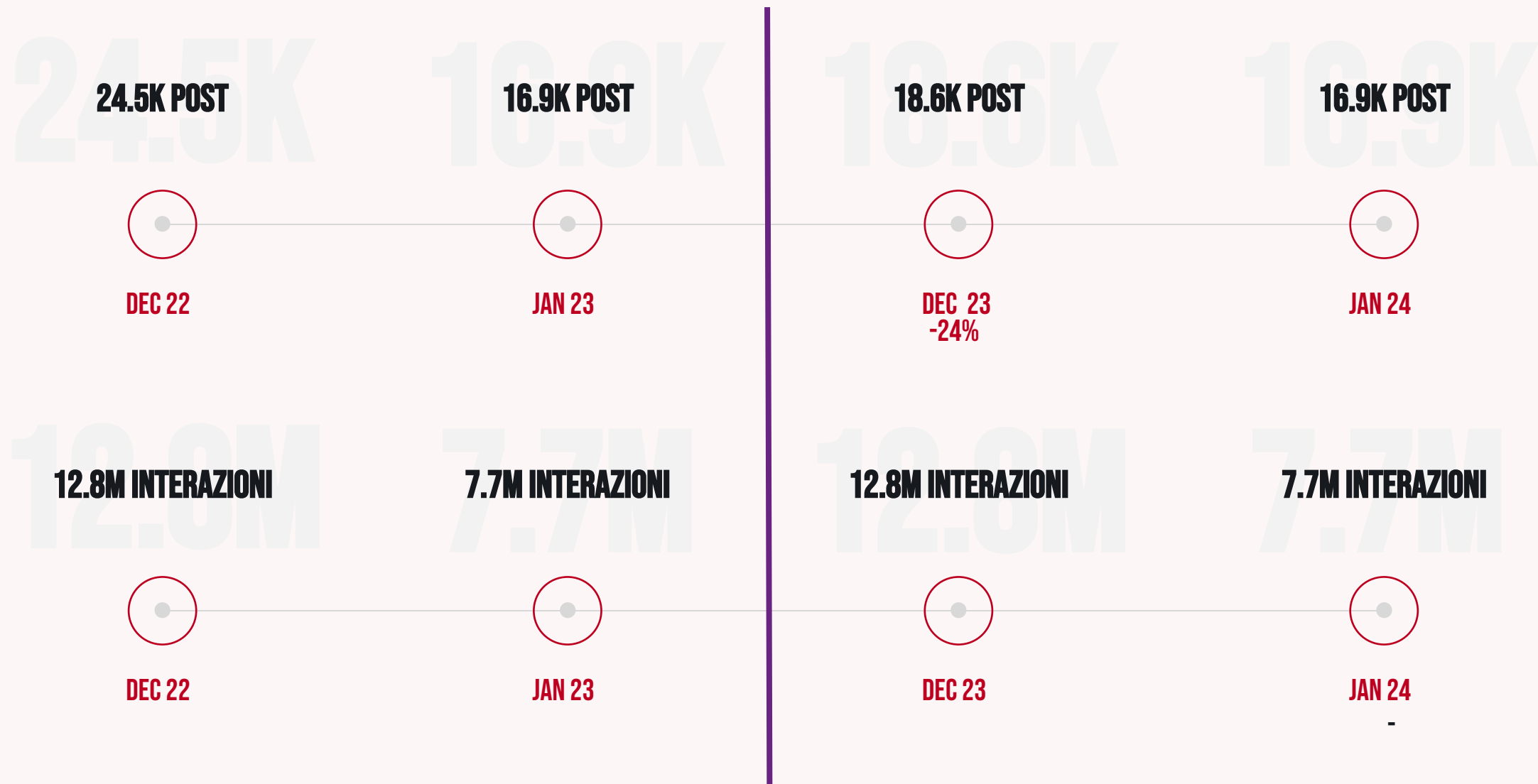
AVG REACH - TIKTOK



INTERACTIONS - TIKTOK



NUMBER OF POST AND INTERACTION ON IG MARKED AS ADV YOY



-



MA LA REPUTATION CONTA (ANCORA)

TRA I FATTORI CHE SPINGONO GLI UTENTI A SEGUIRE UN INFLUENCER

26,4% – Credibilità

25,5% affidabilità

...E PER I BRAND

66,8% Affidabilità



FORTYDEGREES
CONTAGIOUS INFLUENCER MARKETING

*www.40degrees.it
matteo.pogliani@40degrees.it*