

Influencer

influenzare, fotografare, filmare, promuovere,

L'influencer marketing è una nuova forma di marketing praticata sui social media. Il verbo "to influence" significa "influenzare". Gli influencer sono quindi persone che influenzano gli altri. Presentano se stessi e i loro pensieri in foto, video, post sul blog o sessioni live sui media digitali o sui social network, come Instagram, Facebook o TikTok. Spesso sono specializzati in una determinata area tematica, come la moda, il fitness o i viaggi.

Gli influencer di successo hanno un'elevata portata tra il loro pubblico di riferimento. Influenzano i valori e i comportamenti di consumo dei follower attraverso il loro aspetto, il loro comportamento e le loro preferenze. Guadagnano usando la loro influenza per promuovere prodotti mirati di

aziende con cui collaborano per scopi di marketing e comunicazione. Ciò può avvenire, ad esempio, pubblicando una foto o menzionando il prodotto in un video.

Il guadagno dell'influencer marketing dipende fortemente dal numero di follower e dal numero di like e/o visualizzazioni che l'influencer ottiene. Alcuni influencer guadagnano ulteriori soldi vendendo i propri prodotti, ad esempio il merchandising per i fan. Con l'aumento della portata e della notorietà, gli influencer sono spesso invitati a eventi in cui vengono pagati per apparire, riempiendo fiere e sale congressi come attrattori di folla. Gli influencer di successo sono spesso seguiti e supportati da agenzie professionali.



Cosa e per cosa?

- ▶ Affinché l'influencer possa costruire, mantenere ed espandere una forte presenza su Internet, promuove vari prodotti sul proprio blog o nei video su Youtube.
- ▶ Affinché i suoi post siano interessanti, l'influencer organizza servizi fotografici o video e modifica le riprese, ad esempio ritoccando o montando i video.
- ▶ Affinché l'influencer appaia simpatica, avvicinata e "reale", comunica regolarmente con i suoi fan e risponde prontamente ai loro commenti.

Fatti

Accesso Una solida conoscenza del marketing e l'esperienza nell'area dei contenuti costituiscono un vantaggio. La familiarità con i vari social media e la creatività sono essenziali.

Formazione Finora non esiste una formazione professionale riconosciuta. In Svizzera esistono solo corsi privati.

Gli aspetti positivi Grazie alla loro reputazione, alla loro presenza e al loro networking, gli influencer migliorano la reputazione di un marchio, fanno conoscere meglio i prodotti o li aiutano a sfondare più rapidamente. Sono al passo con i tempi e conoscono le tendenze attuali e gli eventi mondiali. Sono particolarmente popolari tra il loro pubblico giovane e a volte sono addirittura idolatrati.

Gli aspetti negativi Tuttavia, essere un influencer significa anche dover presentare tutta la propria vita al pubblico ed essere presenti quasi 24 ore su 24. Non esiste più una netta separazione tra lavoro e vita privata, ed è per questo che gli influencer devono essere molto resistenti allo stress a lungo termine.

Buono a sapersi L'influencer marketing non è un'attività professionale che sostituisce un normale percorso formativo. Molti influencer lavorano in proprio come influencer a titolo accessorio. Ma solo pochi riescono a guadagnarsi da vivere. Spesso hanno acquisito un'elevata visibilità nel mondo analogico (attraverso il loro lavoro o la loro attività nel tempo libero).

Profilo dei requisiti

	favorevole	importante	molto importante
atteggiamento fiducioso, confidenza in se stessi	[Bar chart showing importance levels]		
capacità di comunicare	[Bar chart showing importance levels]		
coscienza della moda	[Bar chart showing importance levels]		
disponibilità a fare uno sforzo, iniziativa	[Bar chart showing importance levels]		
disponibilità all'innovazione	[Bar chart showing importance levels]		
interesse nel marketing	[Bar chart showing importance levels]		
orientamento al cliente, empatia	[Bar chart showing importance levels]		
senso del colore, senso della forma	[Bar chart showing importance levels]		
talento organizzativo	[Bar chart showing importance levels]		
talento per la concezione, creatività	[Bar chart showing importance levels]		

Percorsi di carriera

↑	Bachelor of Science (SUP) in Business Administration oppure in International Management, Bachelor of Arts (SUP) in comunicazione e media
	Economista aziendale SSS (diploma federale)
	Capo/a del marketing EPS, capo/a delle vendite EPS, consulente in comunicazione EPS (diploma federale)
	Specialista in marketing APF, specialista in vendita APF, specialista della comunicazione APF, specialista in relazioni pubbliche APF (attestato professionale federale)
	Assistente di marketing
	Influencer
	Conoscenza ed esperienza di marketing nell'area di contenuto (vedi ammissione)