



RADIO NEXT — 23/02/2020

Influencer marketing: a che punto siamo? Etciiu lancia la sua nuova piattaforma

In un mondo, come quello dei social media, in continua e irrefrenabile evoluzione, è diventato ormai sempre più difficile emergere. Ce lo spiega in modo molto efficace **Stefano Longoni**, web talent scout che da più di dieci anni si occupa di questo.

Ed è proprio lui che ci presenta **Etciiu**, innovativa piattaforma (Attenzione! Non è un altro social network) completamente italiana, guidata da **Marco Di Gioacchino**, pensata proprio per supportare gli influencer nel loro lavoro e per creare connessioni molto più intime tra influencer e fan.

Ma quanto è cambiato il mondo degli influencer dagli esordi ad oggi? Moltissimo, basti pensare che al momento nel mondo se ne contano più di 40 milioni e che quella degli influencer è divenuta una vera e propria realtà, ben lontana dal fenomeno iniziale. Se i primi talenti nascevano spesso nella cameretta davanti ad un computer, si pensi al famosissimo **Favij**, la situazione attuale è completamente diversa. Gli influencer sono i testimonial 2.0 scelti accuratamente da agenzie specializzate che vengono ingaggiate dalle aziende per selezionare il talento più adatto a veicolare messaggi ed espandere il valore di un marchio. Per le aziende gli influencer possono essere quindi portatori di grande valore ma anche, ahimè, di grosse problematiche. È importante infatti che si instauri tra azienda e influencer un rapporto di reciproca stima e collaborazione, questo perché per certi versi gli influencer hanno "il coltello dalla parte del manico", possono sponsorizzare prodotti di aziende competitor, possono trasmettere un messaggio non sempre affine a quello aziendale, possono avere comportamenti non congrui con i valori dell'impresa.

Influencer e impresa possono essere però un connubio assolutamente vincente, grazie anche al fatto che quello degli influencer sta diventando un mondo sempre più organizzato, istituzionalizzato e controllato.

Le domande che ci poniamo sono tantissime: quanto è difficile per un influencer diventare un vero e proprio imprenditore? Come è possibile sfuggire alla "tirannia" del social network che oggi dà e domani toglie? Cosa fare per ottenere sponsorizzazioni di successo? Qual è il giusto rapporto tra azienda e influencer? Alcune risposte, molte riflessioni e tantissimi spunti su questo tema così discusso nel nuovo podcast di RadioNext.