



influenze

L'ETICA DEL CONTAGIO

Salute, influencer, imprese

Opportunità e regole per una collaborazione
trasparente nel rispetto dei consumatori



Uno, nessuno e centomila health influencers



Stefania Borghini

Milano, 11 giugno
2024



Potenziale impatto degli influencers su health market

Trend di mercato e statistiche



Milano, 11 giugno
2024



Investimento in Influencer Marketing



\$24 Miliardi

Valore economico stimato entro la fine del 2024 per l'industria del marketing degli influencer – rispetto ai \$13.8 miliardi nel 2021

Influencer Marketing Hub, 2024



\$3.14 Miliardi

Spesa in social media advertising nel settore health prevista entro il 2025 – aziende health e pharma con investimento crescente in collaborazioni con influencer

market.us, 2024

Efficacia dell'Influencer Marketing



\$5,78

Entrata media dei brand per ogni \$ investito in influencer marketing – Return on Investment (ROI)

storyclash.com, 2024



78%

Marketer in healthcare che reputano il calcolo del ROI come una grande sfida, ma si stimano ritorni ancora più elevati nei settori health and wellness rispetto ai tradizionali settori di influencer

market.us, 2024

Fiducia da parte del consumatore



49%

Porzione di consumatori che dipende dalle raccomandazioni degli influencer

69%

Porzione di consumatori che si fida di ciò che gli influencer dicono e raccomandano

Digital Marketing Institute, 2024



63%

Porzione di consumatori in healthcare che si fida di informazioni condivise da health influencer

82%

Porzione di pazienti propensa a seguire consigli di salute forniti da health influencer

market.us, 2024

Engagement Rates



Influencer tipicamente con engagement rate più elevati rispetto a canali tradizionali dei brand:

- **7%** – micro-influencer (10.000-50.000 follower)
- **2/3%** – influencers più grandi

Digital Marketing Institute, 2024



+45%

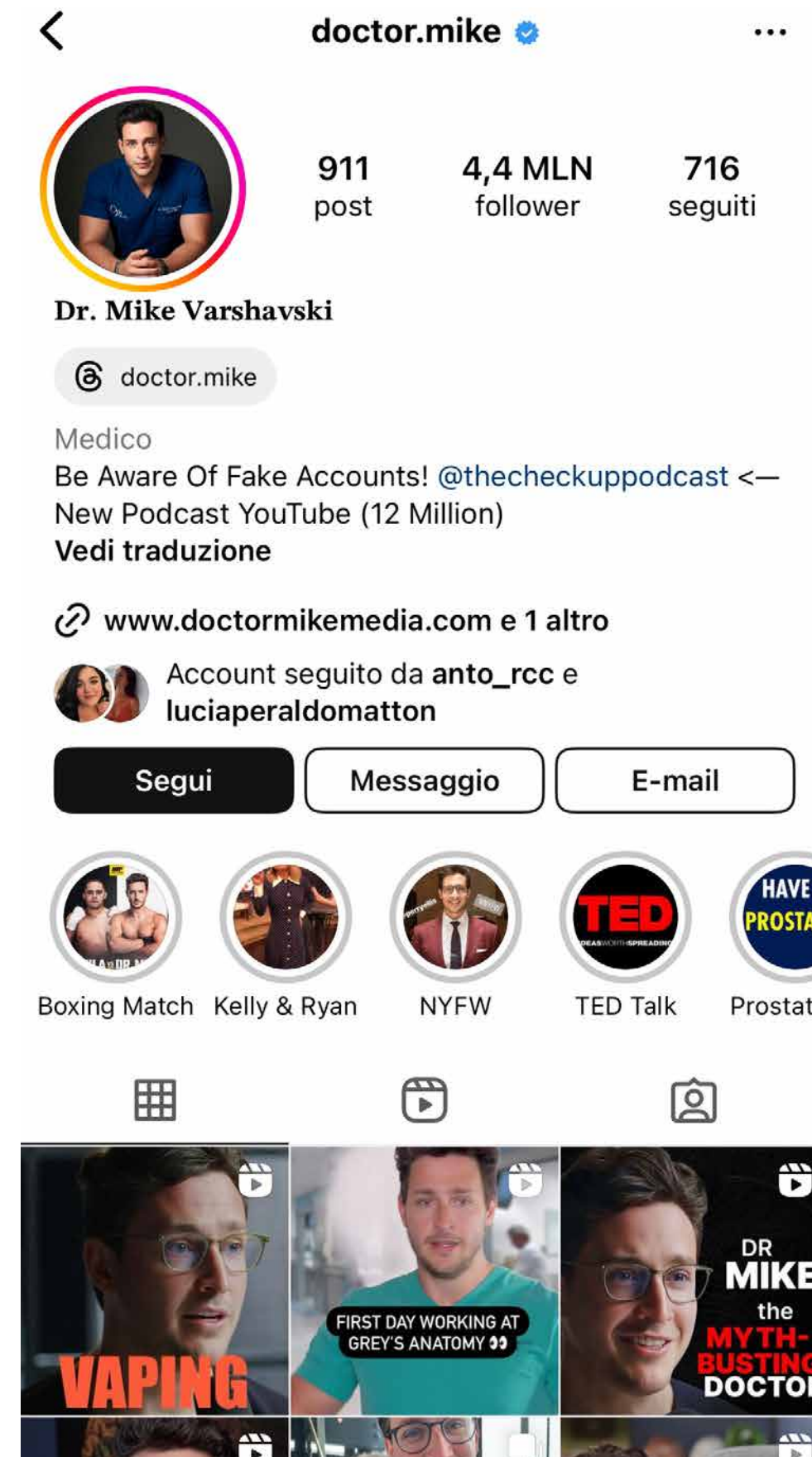
Delta in engagement rate fra contenuti di healthcare pubblicati da health influencer e contenuti pubblicati direttamente da aziende del settore di riferimento

market.us, 2024

Audience

Gli health influencer:

- possono raggiungere **milioni di follower**
- possono rivolgersi a **gruppi demografici specifici**,
 - giovani adulti → fitness
 - persone di mezza età → consigli sul benessere
 - pazienti con patologie croniche → supporto



Consumer Behavior



80%

User di Internet che hanno cercato online un argomento relativo alla salute

60%

Utenti dei social media che si fidano dei post di medici e altri professionisti

Pew Research Center



70%

Millennials che dichiarano di essere influenzati dalle raccomandazioni dei propri coetanei nelle decisioni di acquisto, compresi i prodotti per la salute

Collective Bias



C'è un grande **effetto alone** a vantaggio del brand quando collabora con gli influencer:

1. Il **76%** dei consumatori ha una percezione più positiva dei brand che collaborano con gli health influencer che seguono
2. Il **68%** degli health influencer pensa più positivamente i brand che collaborano con influencer come loro

Win-win per i brand

Healthline Media, 2020

Preferenze degli influencer



Preferenze di pubblicazioni:

- *Contenuti educativi*
- *Tutorial*
- *Recensioni di prodotti*
- *Storie di salute personali*



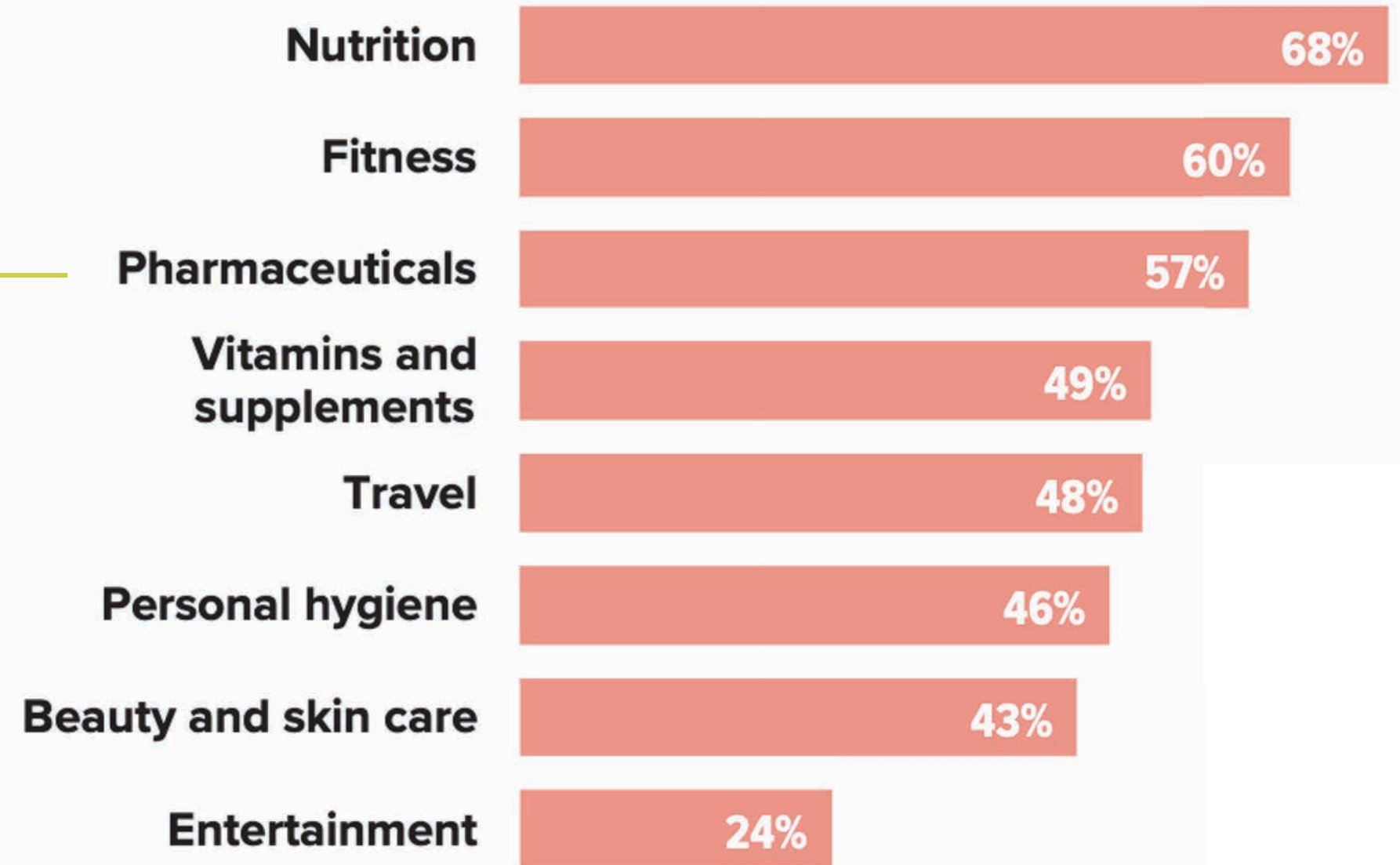
Instagram, YouTube, Facebook e TikTok.

Instagram rimane dominante per contenuti visivi e di breve durata, mentre YouTube è preferito per i video più lunghi

Preferenze degli influencer

Opportunità per brand pharma

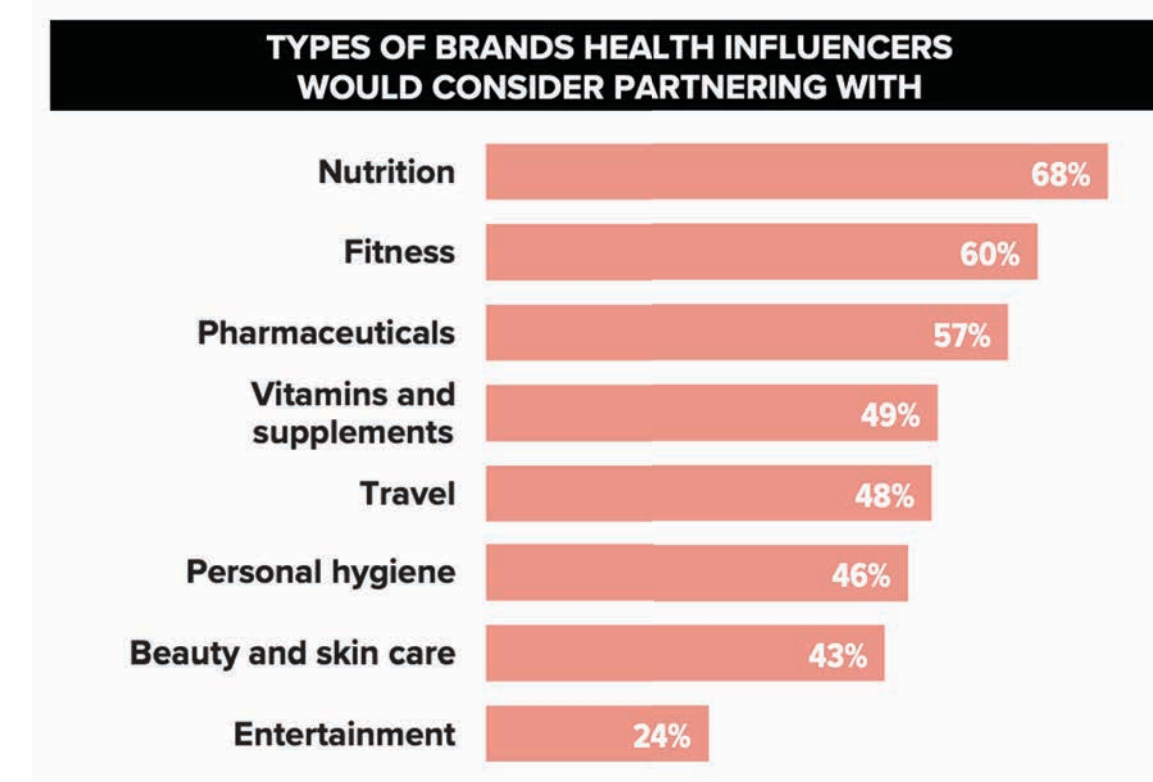
TYPES OF BRANDS HEALTH INFLUENCERS WOULD CONSIDER PARTNERING WITH



Healthline Media, 2020

Interesse accademico

Pharma industry – health influencers



*“**Pharmaceutical companies** have also recently entered the social media marketing arena and—within the bounds of governmental regulations—have found ways to **build relationships directly with patients** using covert persuasion tactics like **partnering with social media influencers**. Due to consumers’ negative perceptions of pharmaceutical companies, it makes sense that new marketing tactics are being used to establish and improve relationships with consumers”*

Willis & Delbaere, 2022

Casi di successo



Milano, 11 giugno
2024



Obiettivo

Aumentare la consapevolezza del centro risorse «*Get Healthy, Stay Healthy*» di Pfizer attraverso campagne con health influencer diversi sui social media



Overview

- Collaborazione con health influencer su diverse piattaforme di social media, tra cui **Instagram, Facebook e Twitter**
- Condivisione di contenuti **informativi** e **coinvolgenti** sul centro risorse da parte di health influencer, promuovendone la disponibilità e i vantaggi ai rispettivi pubblici
- Monitoraggio e gestione della campagna dal team dell'agenzia in collaborazione con il team legale di Pfizer per garantire **conformità alle normative**

Risultati

Awareness

500,000 user raggiunti

Engagement

16,000 reazioni (like,
commenti, condivisioni)

Reach

250,000 native view
impressions

Casi di successo



Milano, 11 giugno
2024



Obiettivo

Entrare in contatto con i pazienti in modo autentico e significativo attraverso influencer capaci di condividere le loro storie personali e consigli per la gestione del diabete

Responsabilizzare i pazienti a prendere il controllo della propria condizione e ad apportare cambiamenti positivi allo stile di vita

Overview e Risultati

- Boehringer Ingelheim, azienda farmaceutica specializzata nella cura del diabete, ha collaborato con un gruppo di influencer del diabete di tipo 2 per lanciare la campagna **«Crea il tuo cambiamento»**

Awareness

71% aumento traffico nel web

Reach

22M impressioni

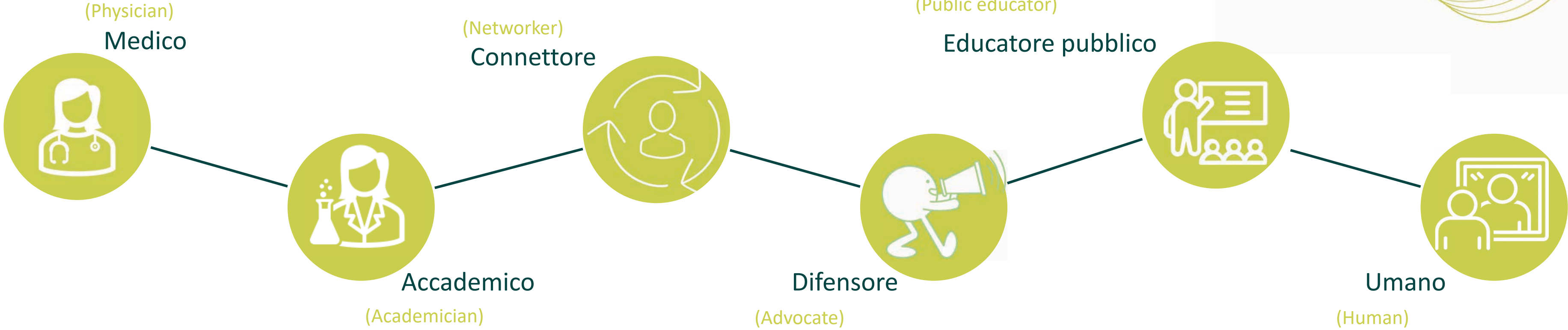
I «sé» multipli degli health influencer

Le identità degli health influencer: dalla teoria alla pratica



Milano, 11 giugno
2024

Pharma industry

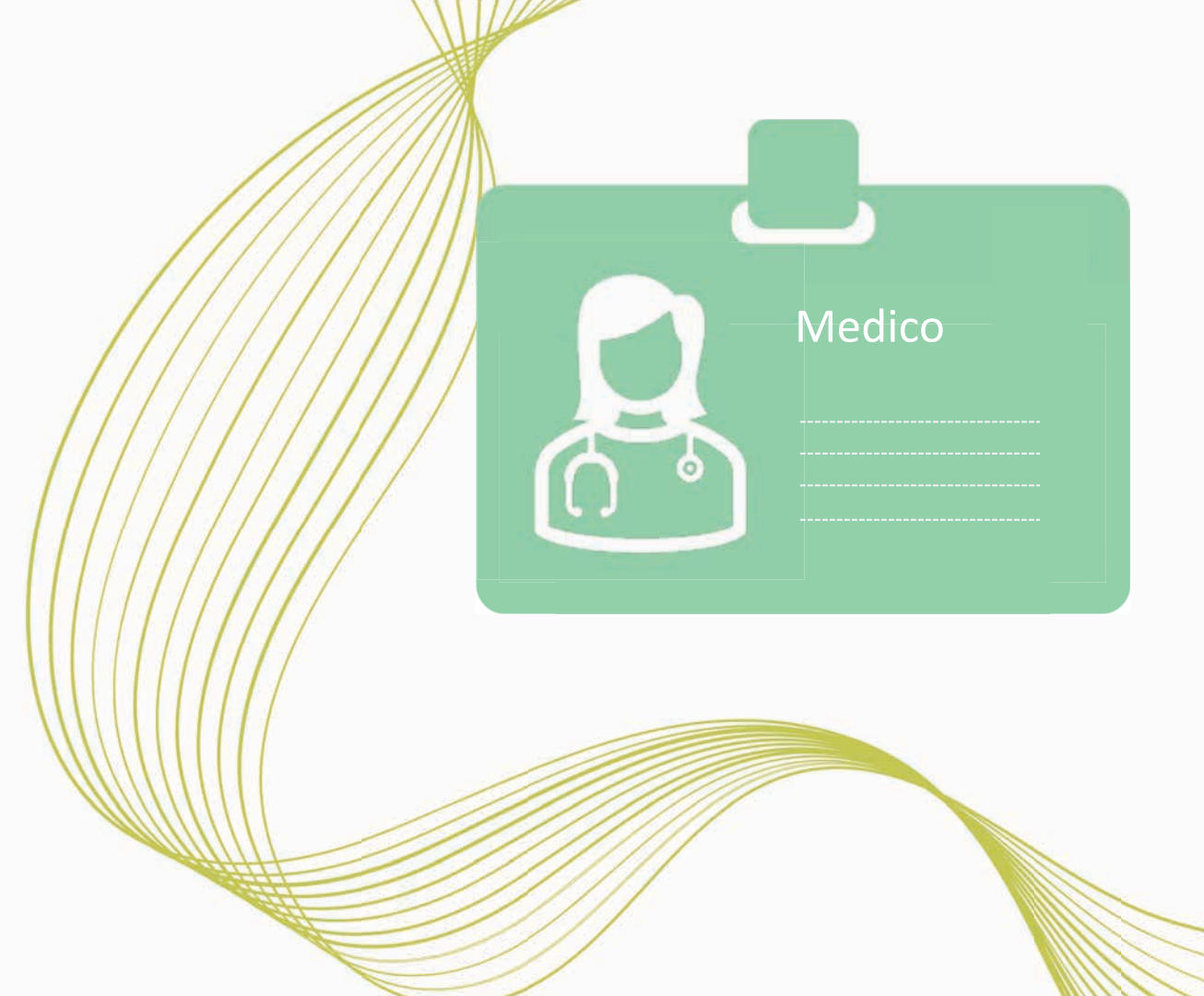
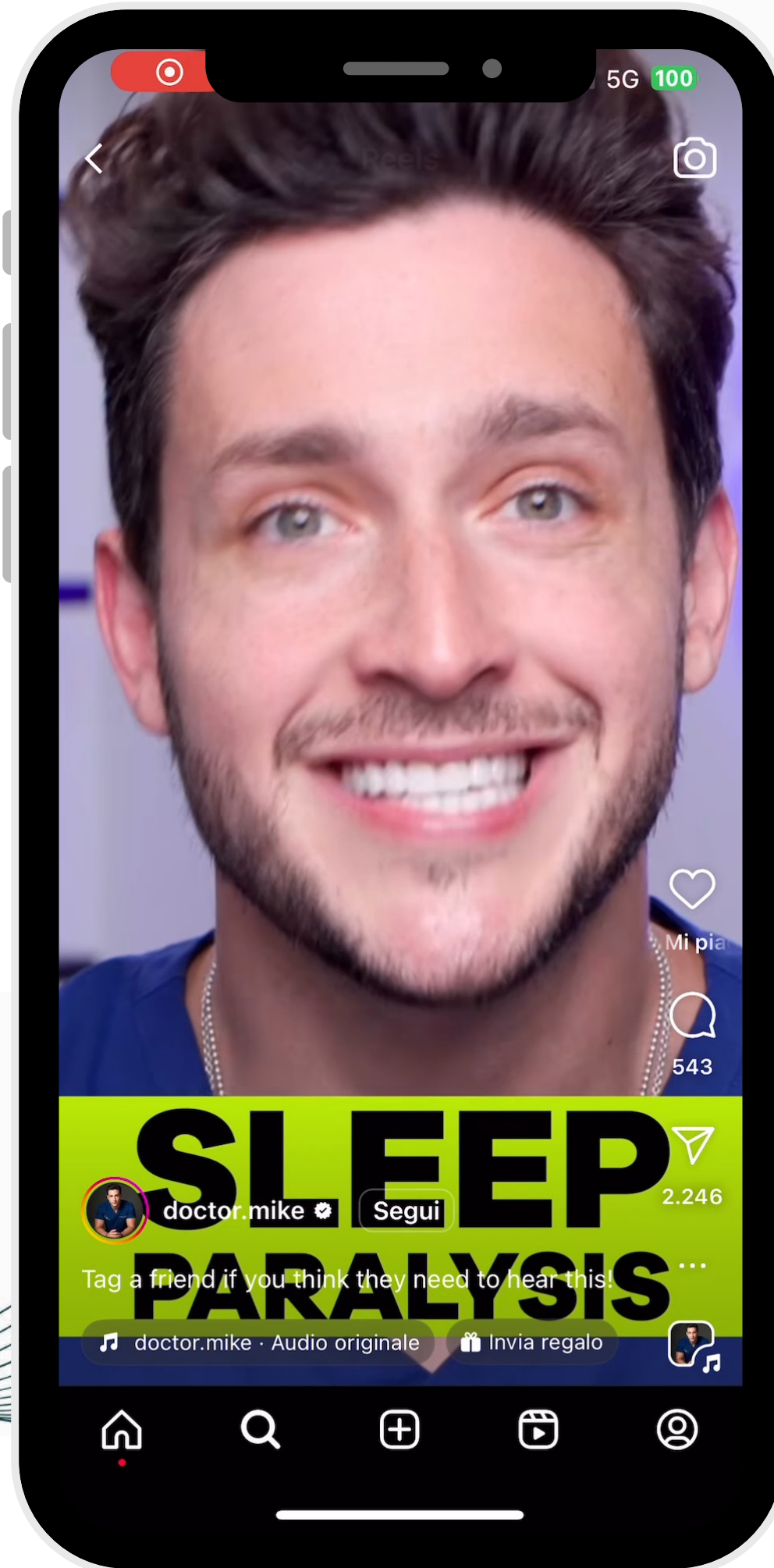


Maggio et al., 2023

Milano, 11 giugno
2024



I «sé» multipli



Dr. Mike Varshavski
4.4M followers
N.1 Health influencer (Maggio, 2024)
FeedSpot ranking

Milano, 11 giugno
2024

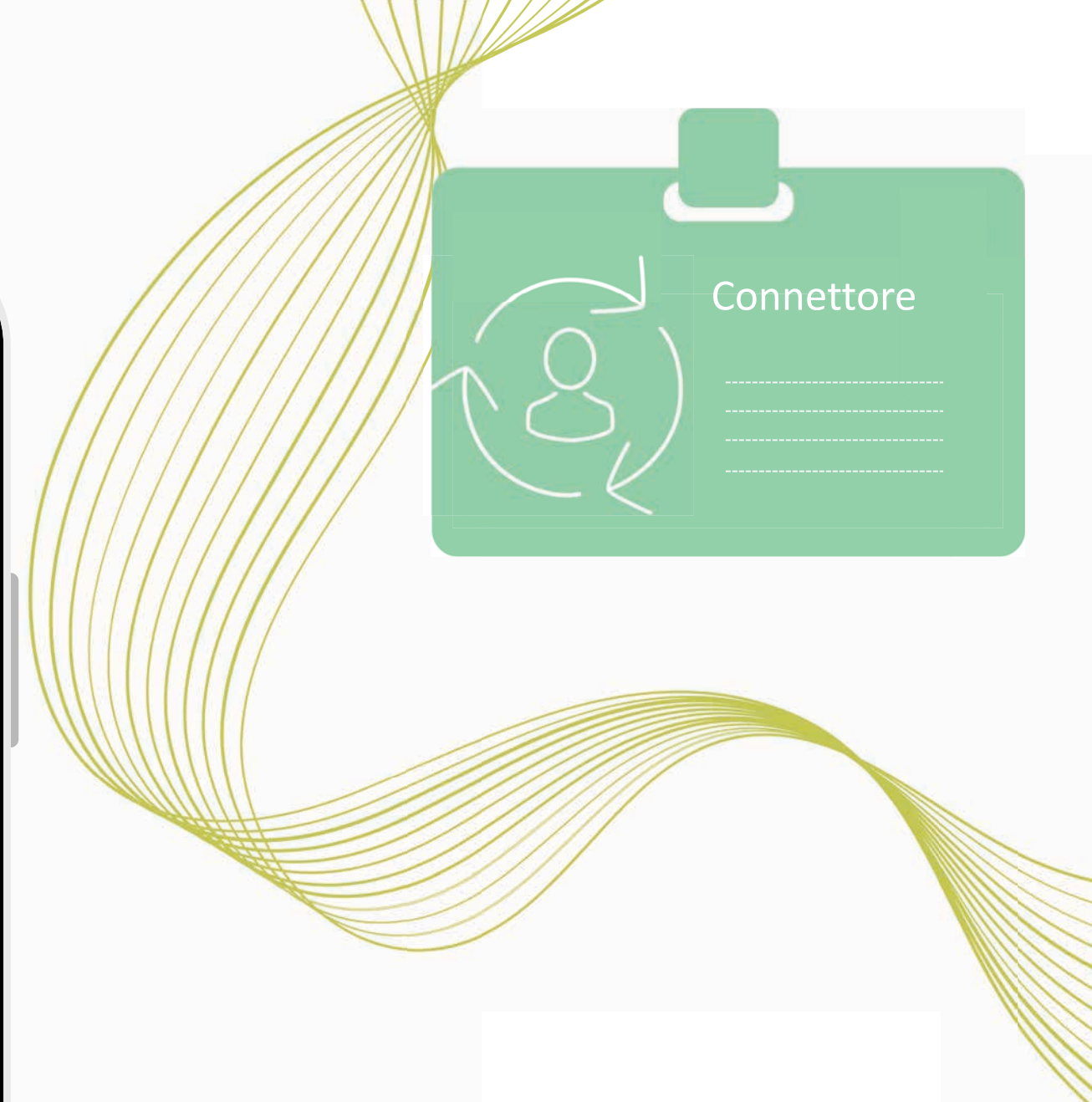
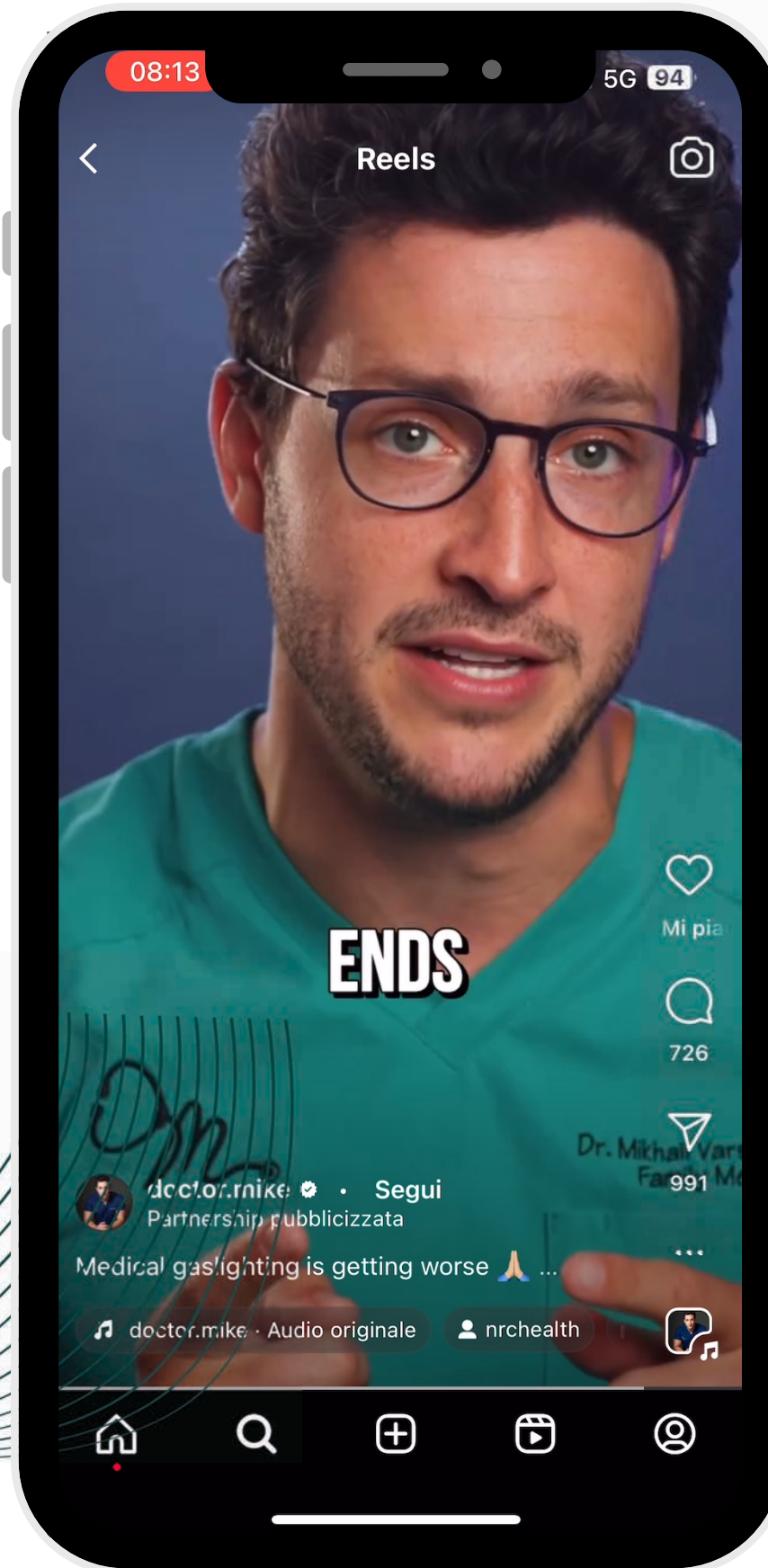


I «sé» multipli



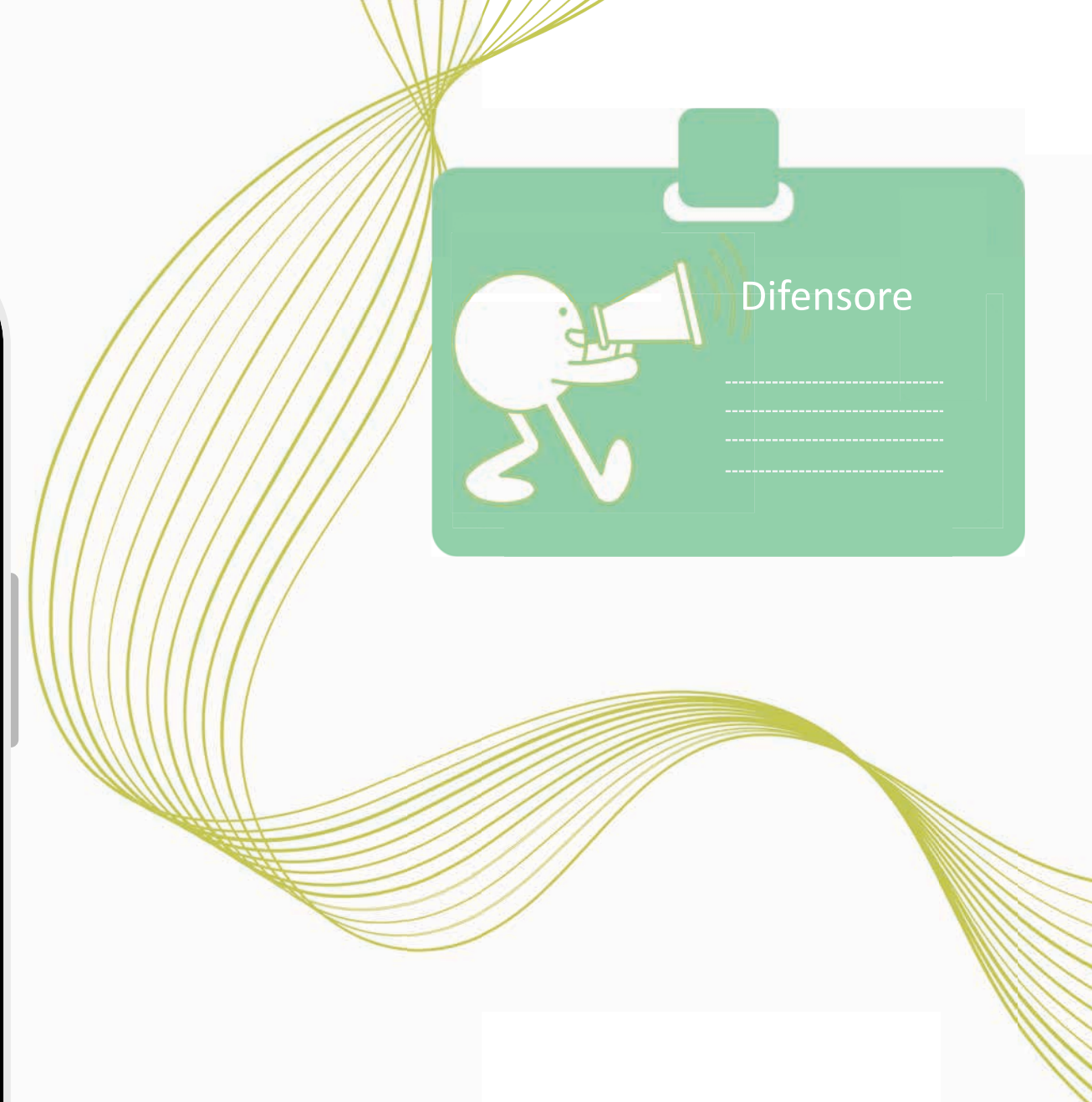
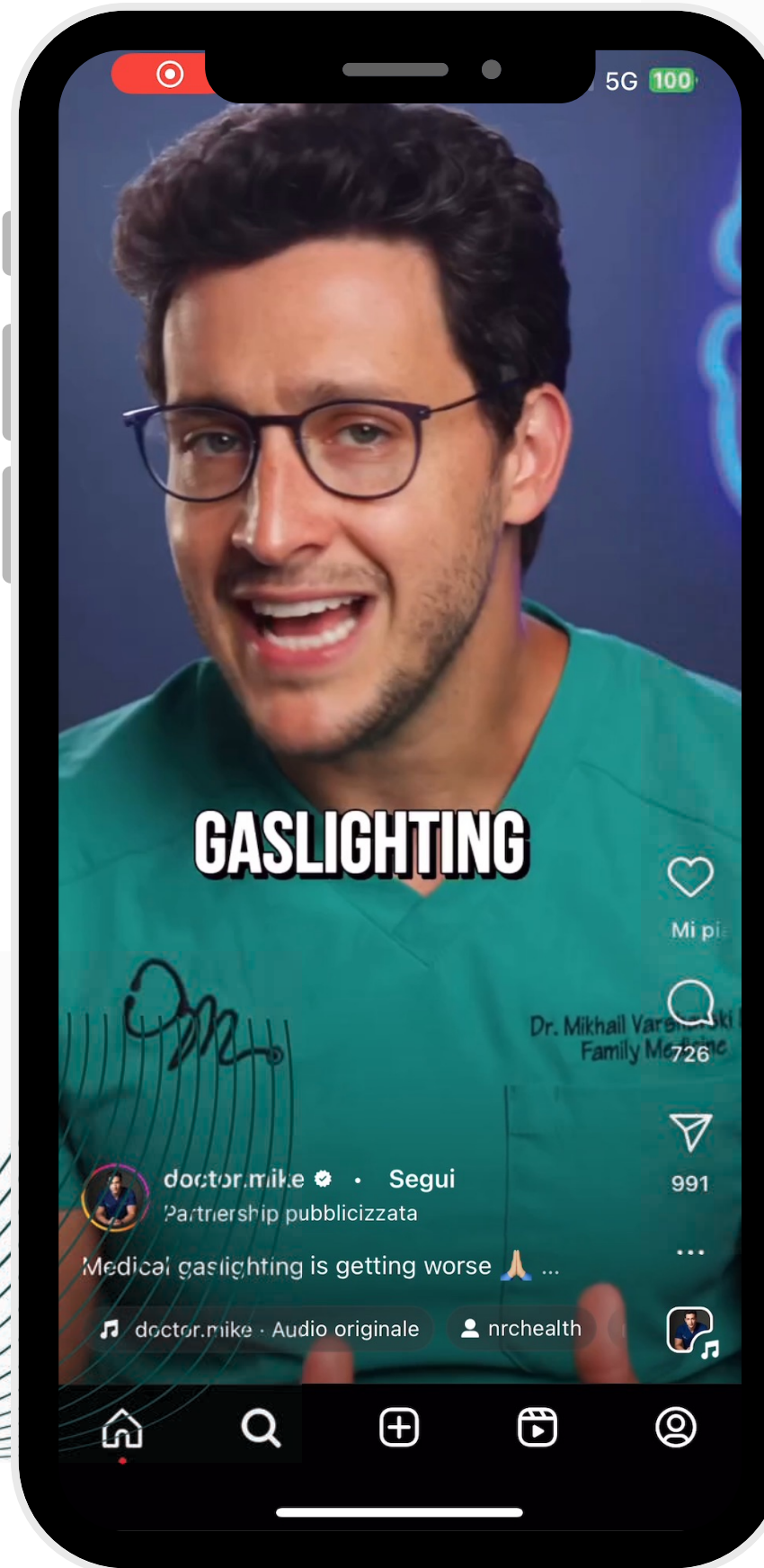
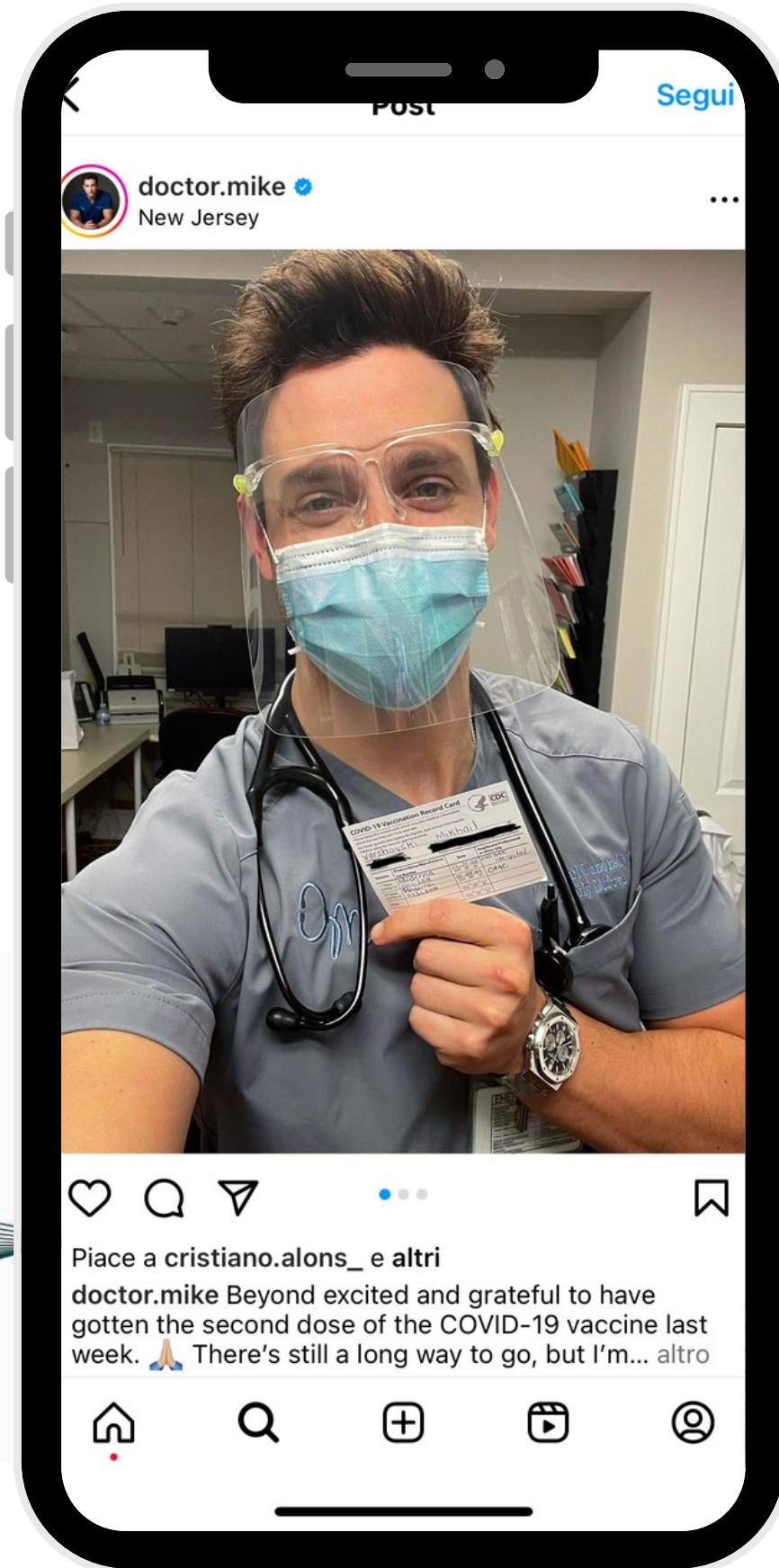
Dr. Mike Varshavski
4.4M followers
N.1 Health influencer (Maggio, 2024)
FeedSpot ranking

I «sé» multipli



Dr. Mike Varshavski
4.4M followers
N. 1 Health influencer (Maggio, 2024)
FeedSpot ranking

I «sé» multipli



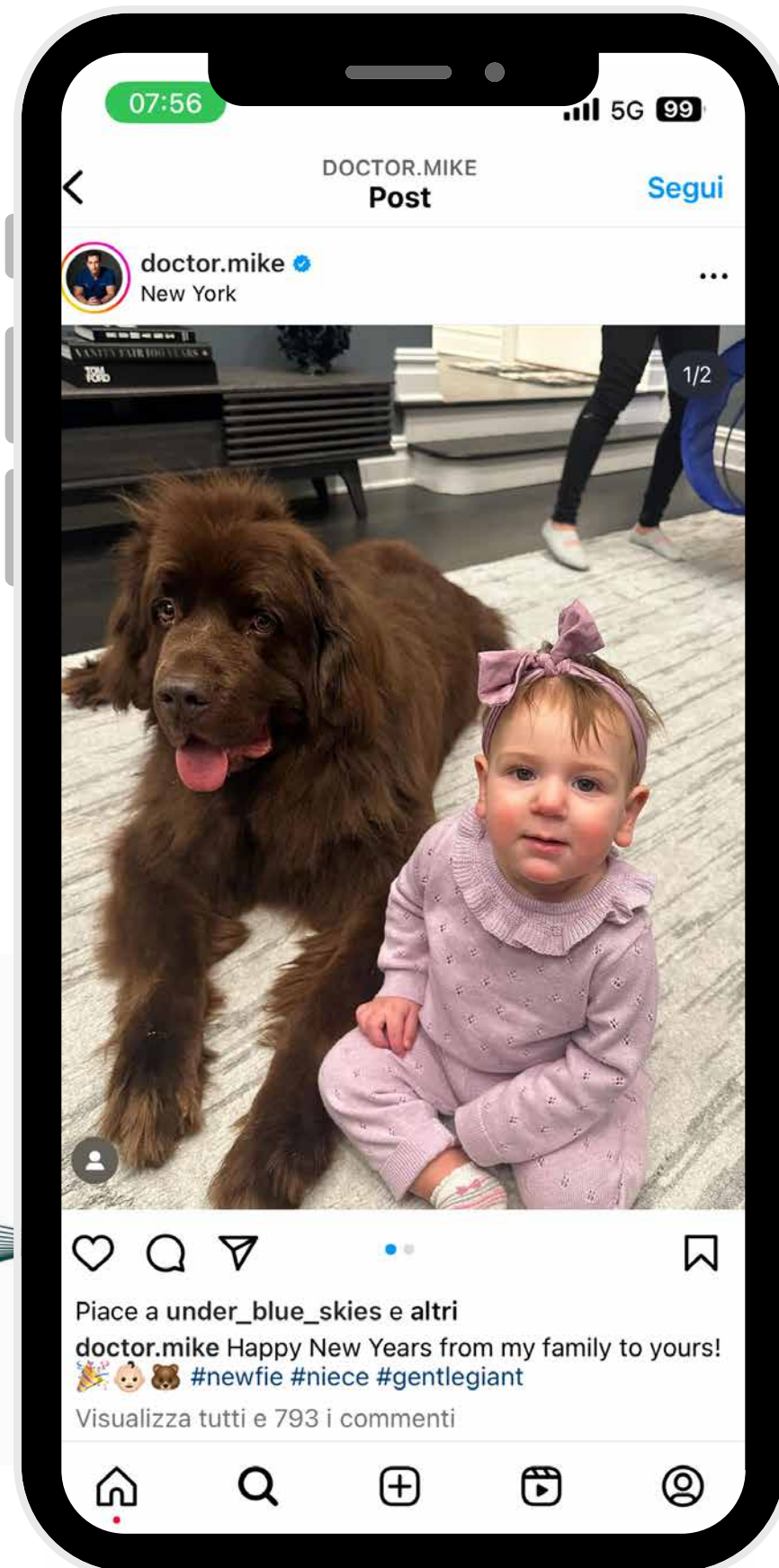
Dr. Mike Varshavski
4.4M followers
N. 1 Health influencer (Maggio, 2024)
FeedSpot ranking

I «sé» multipli



Dr. Mike Varshavski
4.4M followers
N. 1 Health influencer (Maggio, 2024)
FeedSpot ranking

I «sé» multipli



Dr. Mike Varshavski
4.4M followers
N. 1 Health influencer (Maggio, 2024)
FeedSpot ranking



I «sé» multipli



Maggio et al., 2023



Advertiser



Milano, 11 giugno
2024

Dr. Mike Varshavski
4.4M followers
N. 1 Health influencer (Maggio, 2024)
FeedSpot ranking

influenze
L'ETICA DEL CONTAGIO



Ringraziamenti

Un progetto di



In collaborazione



Partner



Media partner



Technical partner

