

Influencer marketing

La nuova frontiera della comunicazione

LA NOSTRA ESPERIENZA AZIENDALE

Stefano Colombo, titolare e
amministratore delegato

11 Aprile 2022

MONTEFARMACO: UNA STORIA DI SUCCESSO

**NASCIAMO A MILANO NEL
1945 COME LABORATORIO
GALENICO**

**ENTRIAMO NEL MERCATO
DELL'AUTOMEDICAZIONE NEGLI
ANNI '80**

**SIAMO UN'AZIENDA
STRUTTURATA,
MULTIBRAND, CHE OPERA
NEL MERCATO NAZIONALE E
INTERNAZIONALE**



MONTEFARMACO
Si prende cura del tuo benessere

I NOSTRI BRAND PRINCIPALI

Lactoflorene

Vitalmix

Briovitase®

Multivita^{MIX}

normalene

Sedipram⁵®

ORSO^{Vit}

pumilene vapo

iridina®

Dentinale

irilens®

iridil®

irilenti®

Chetosil[®]
REPAIR^{SPRAY}

Dentinale[®]
natural



CALMADOL[®]

PANCIA PIATTA
DREN

AFOMILL

Respiro



MONTEFARMACO
Si prende cura del tuo benessere

LICENSING E DISTRIBUZIONI

LICENSING



AMPLIFICATORI ACUSTICI

DISTRIBUZIONI

Fastum



MONTEFARMACO
Si prende cura del tuo benessere

SVILUPPO INTERNAZIONALE





Montefarmaco e l'Influencer Marketing

Le imprese sono sempre alla ricerca di nuovi modi per entrare in **contatto con i propri consumatori**



I **social media** sono la nuova **piazza** dove si incontrano i consumatori e gli **influencer** sono i nuovi **personaggi di riferimento** del mondo web capaci di orientare opinioni, gusti e comportamenti dei loro follower.

Che cosa abbiamo capito sui social media:

- I **contenuti** veicolati attraverso i social media sono **assimilabili** a quelli veicolati attraverso i **media tradizionali** (TV, stampa, radio...).
- Le conseguenze delle **comunicazioni scorrette** postate sui social media sono **facilmente individuabili** dal pubblico, dalle **autorità** e dai **concorrenti** e possono minare velocemente e radicalmente l'immagine e la reputazione di un brand e di un'azienda.
- I **contenuti** pubblicati sui social media sono **difficili da rimuovere** e da far dimenticare completamente.

Come possono le imprese:

1_ utilizzare i social media e gli influencer per condurre una corretta comunicazione commerciale?

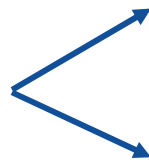
2_ creare endorsement, ovvero un accreditamento positivo del proprio brand tramite i canali social e i suoi utilizzatori: users, influencer e celebrity?

3_ evitare il rischio di pubblicità «occulta» e ripartire le responsabilità tra brand e influencer?

Quale linea guida segue MONTEFARMACO?

PER TUTELARE IL CONSUMATORE OGNI
COMUNICAZIONE COMMERCIALE
DEVE ESSERE CORRETTA E SEMPRE ESPLICITATA

CORRETTA



Segue le norme del settore di riferimento

Segue le norme della comunicazione commerciale e del codice del consumo

ESPLICITA



Il consumatore deve sempre essere cosciente che si tratti di comunicazione commerciale

Che cosa si aspetta Montefarmaco da un Influencer:

- Sia in linea con i **valori e lo stile del brand** e mantenga un comportamento e delle opinioni che non pregiudichino la **reputazione del brand** o siano in contrasto con il suo sistema valoriale.
- Sia cosciente e **responsabile dei contenuti** che crea e che pubblica sul suo profilo social
- **Interpreti correttamente il messaggio** veicolato dal brand con il proprio stile di comunicazione
- Conosca le **normative** di riferimento dei prodotti e del canale



Campagna influencer Lactoflorene novembre-dicembre 2021

LA CAMPAGNA

FOCUS CAMPAGNA → integratori Lactoflorene Plus e Plus Bimbi

DURATA CAMPAGNA → 25 novembre/23 dicembre 2021 su Instagram

OBIETTIVI

→ **SUPPORTARE LE VENDITE IN UN PERIODO DI STAGIONALITA'**

Dare visibilità al marchio e ai prodotti

→ **TRASMETTERE IL VALORE DI PRODOTTO**

Utilizzo degli INFLUENCER come figure credibili di riferimento e testimonial di qualità del prodotto

→ **CRESCITA DELLA COMMUNITY LACTOFLORENE**

MODALITA' OPERATIVA

- ➔ **UTILIZZO DEL CENTRO MEDIA**
- ➔ **PUBBLICAZIONI A PAGAMENTO**



Contratto carente e poco tutelante nei confronti dell'azienda e degli influencer

CAMPAGNA INFLUENCER LACTOFLORENE

→ **CANALE Instagram: 1 POST + 3 STORY PER OGNI TALENT | DAL 25/11 AL 23/12**



FEDERICA FONTANA
26/11

FOLLOWER: 322K
RISULTATI
TOTAL REACH: 33K
ENGAGEMENT: 1,4%



FILIPPO MAGNINI
01/12

FOLLOWER: 400K
RISULTATI
TOTAL REACH: 50K
ENGAGEMENT: 1,1%



MICHELA COPPA
02/12

FOLLOWER: 287K
RISULTATI
TOTAL REACH: 97K
ENGAGEMENT: 0,9%



MARCO BIANCHI
10/12

FOLLOWER: 413K
RISULTATI
TOTAL REACH: 146K
ENGAGEMENT: 0,14%



MAX ROSOLINO
15/12

FOLLOWER: 94K
RISULTATI
TOTAL REACH: 26K
ENGAGEMENT: 1%



ELEONORA BRUNACCI
25/12

FOLLOWER: 1.3M
RISULTATI
TOTAL REACH: 460K
ENGAGEMENT: 1,5%



Progetto Influencer Ontherapy Ottobre 2020

LA CAMPAGNA

FOCUS CAMPAGNA → cosmetici per pazienti oncologici Ontherapy

DURATA CAMPAGNA → autunno 2020

OBIETTIVI

- Far conoscere i prodotti Ontherapy
- Dare nuove voci alla «Campagna di sensibilizzazione sul paziente oncologico»
- CRESCITA DELLA COMMUNITY ONTHERAPY

MODALITA' OPERATIVA

➔ UTILIZZO DELL'AGENZIA WEB/PR

➔ PUBBLICAZIONI GRATUITE



Non abbiamo contrattualizzato le collaborazioni ma **abbiamo chiesto agli influencer di esplicitare che si trattasse di prodotti inviati dall'azienda.**

Abbiamo registrato delle video interviste con alcuni influencer, a titolo gratuito.

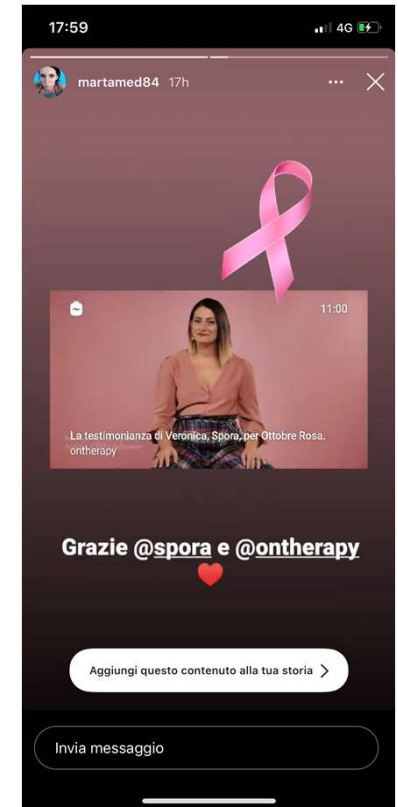
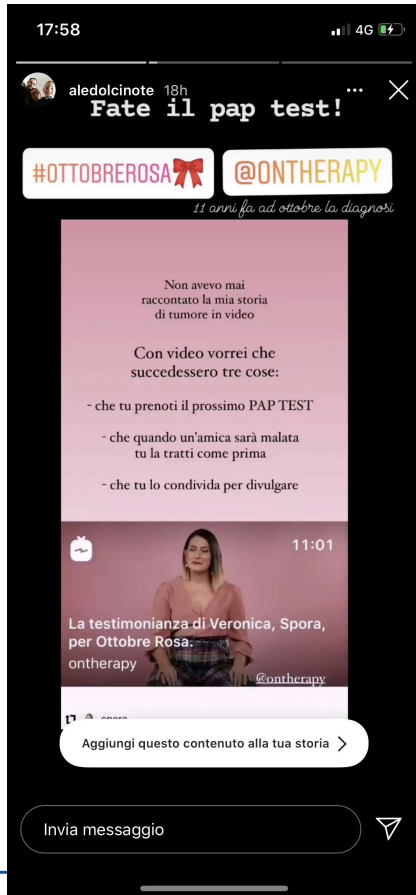
STORIE SU INSTAGRAM



STORIE SU INSTAGRAM

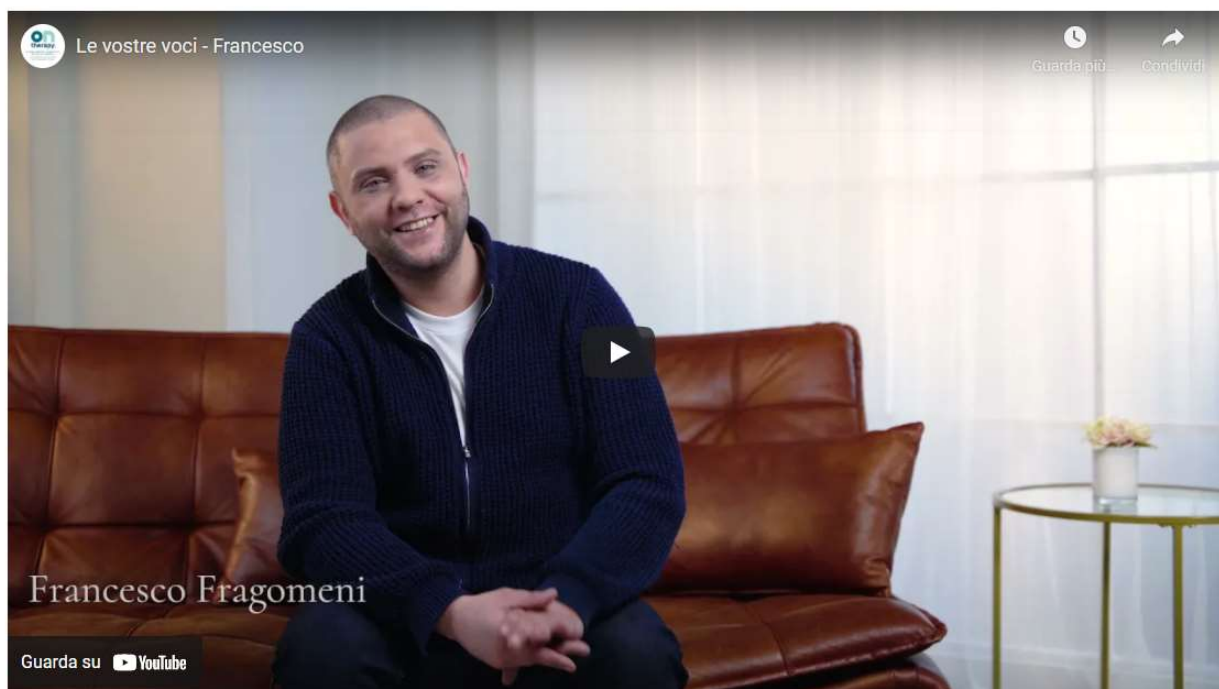


STORIE SU INSTAGRAM



VIDEO INTERVISTA

La voce di Francesco



Francesco Fragomeni,
speaker e autore Radio Capital
19.500 followers



VIDEO INTERVISTA



Veronica Benini detta SPORA,
Digital strategist
149.000 followers





Campagna Digital Orsovit Autunno 2021

LA CAMPAGNA

FOCUS CAMPAGNA → integratori per bambini Orsovit

DURATA CAMPAGNA → ottobre-dicembre 2021

PROGETTO INFLUENCER



MODALITA' OPERATIVA

→ **ATTIVITA' DI DIGITAL PR CON MICROINFLUENCER**

→ **INVIO DEI PRODOTTI A 10 INFLUENCER
PUBBLICAZIONI GRATUITE MA NON GARANTITE**



Non abbiamo contrattualizzato le collaborazioni ma **abbiamo chiesto agli influencer di esplicitare che si trattasse di prodotti inviati dall'azienda.**

ORSOVIT E GLI INFLUENCER



PROGETTO INFLUENCER

**Buone e giocose
come il Natale**

Una ricarica di vitamine per vivere il periodo delle festività con uno sprint in più. Le caramelle Orsovit sono davvero **Buone e giocose, come il Natale!**



ORSOVIT E GLI INFLUENCER





Grazie