

# Influencer marketing

La nuova frontiera della comunicazione

LA NOSTRA ESPERIENZA AZIENDALE

Stefano Colombo, titolare e  
amministratore delegato

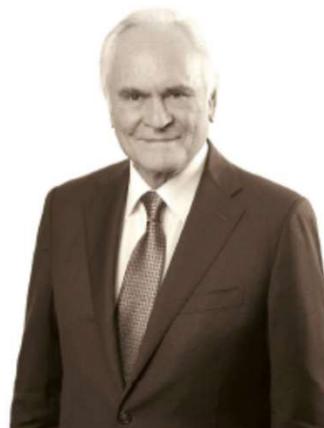
11 Aprile 2022

# 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**



**M**ONTEFARMACO  
*Si prende cura del tuo benessere*

## I NOSTRI BRAND PRINCIPALI

Lactoflorene

Vitalmix

Briovitase®

Multivita<sup>MIX</sup>

normalene

Sedipram<sup>5</sup>®

ORSOVit

pumilene vapo

iridina®

Dentinale

irilens®

iridil®

irilenti®

Chetosil<sup>®</sup>  
REPAIR<sup>SPRAY</sup>

Dentinale<sup>®</sup>  
natural



CALMADOL<sup>®</sup>

PANCIA PIATTA  
DREN

AFOMILL

Respiro

NOKSAN

**M**ONTEFARMACO  
Si prende cura del tuo benessere

# LICENSING E DISTRIBUZIONI

## LICENSING



AMPLIFICATORI ACUSTICI

## DISTRIBUZIONI

# Fastum



**M**ONTEFARMACO  
*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?

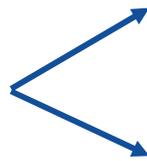
2\_ creare endorsement, ovvero un accreditamento positivo del proprio brand tramite i canali social e i suoi utilizzatori: users, influencer e celebrity?

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

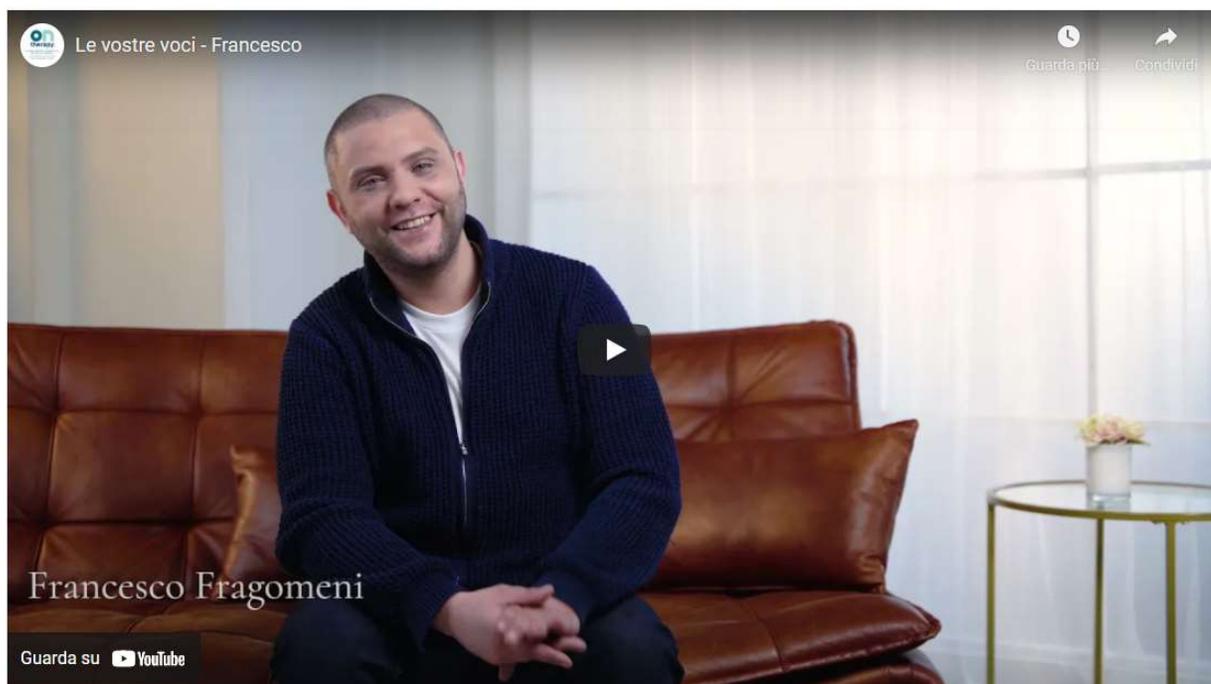


# STORIE SU INSTAGRAM



## 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



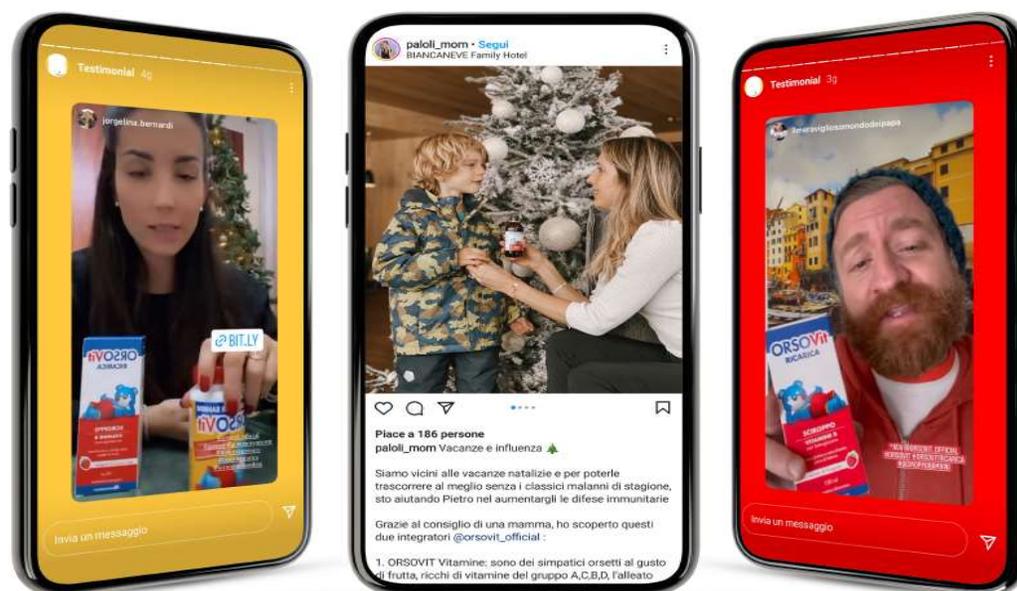
## PROGETTO INFLUENCER

**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