

FOOD INFLUENCER PROGRAMME

Cosa
Perché
Come
1,2,3
Con

**UN NUOVO PROGETTO
DELLA FOOD & DIGITAL
FACTORY SPRIM ITALIA**

**L'UNICO PROGRAMMA
DI INFLUENCER MARKETING
SPECIALIZZATO NEL FOOD**

**CONTENUTI ECCELLENTI
UNITI AD UN NETWORK DI MIDDLE
E MICRO INFLUENCER**

CHE PARLANO
DI FOOD E BENESSERE
IN TUTTE LE SALSE

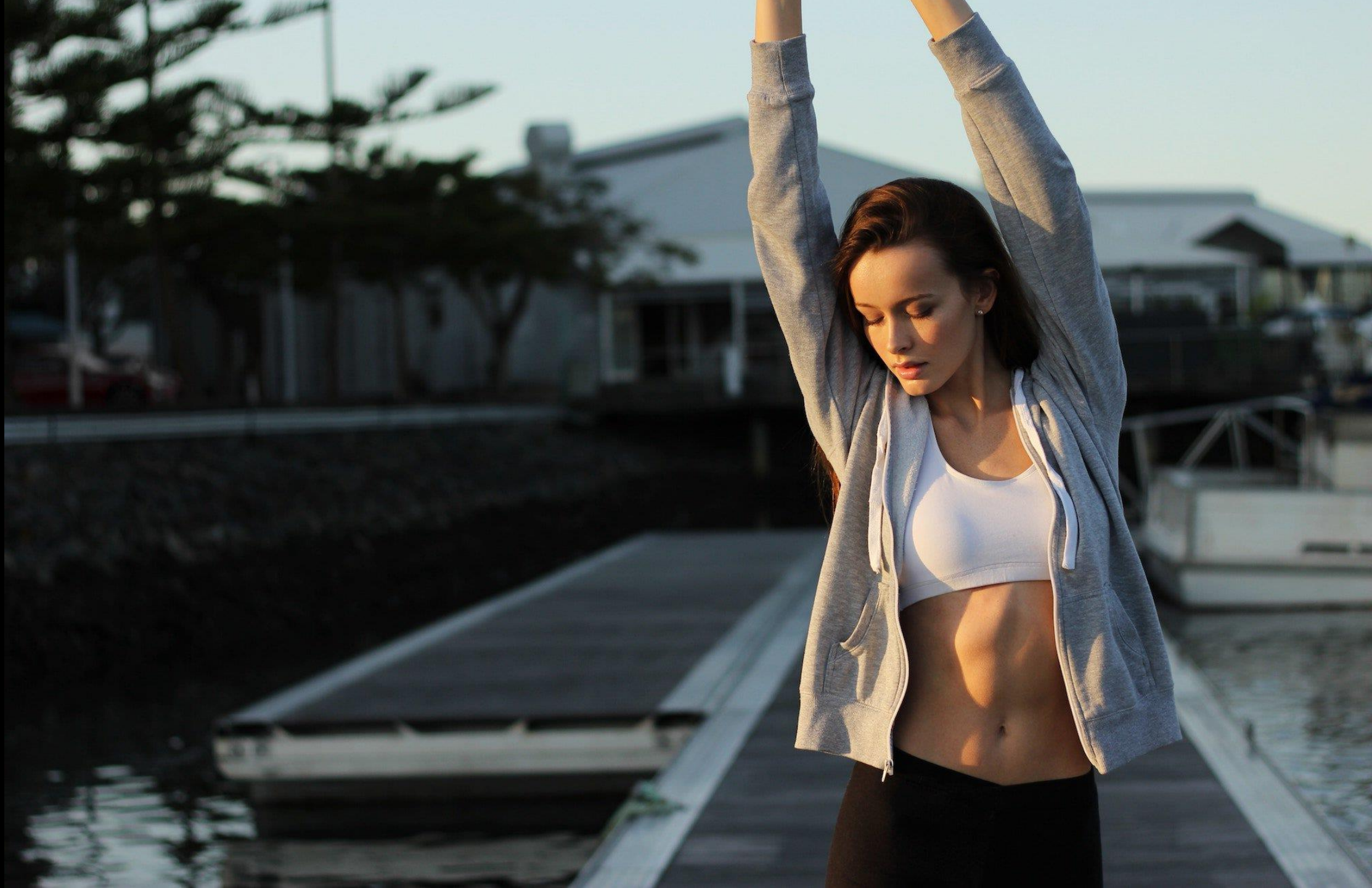
FOODISM



NUTRITION



HEALTH-TITUDE



>150 INFLUENCER SPECIALIZZATI

>4% ENGAGEMENT RATE MEDIO

Cosa
Perché
Come
1,2,3
Con

**GLI INFLUENCER NON
SONO TUTTI UGUALI**

Secondo una desk research Mavrck, condotta su 6.500 influencer e 35mila post, **le celebrities sono «ampiamente sopravvalutate»** mentre, per i brand del largo consumo in particolare, i **micro-influencer sono «decisamente sottovalutati»**.



non_chiamatela_dieta • Segui

non_chiamatela_dieta Qualche giorno fa vi ho parlato di come introdurre, in un'alimentazione completa, equilibrata e varia, le carni trasformate, secondo la frequenza e le quantità raccomandate dalle linee guida (50gr), in modo da godere dei vantaggi che i salumi italiani DOP e IGP offrono, in termini di gusto e di piacere di consumo oltre che di apporti di nutrienti di alto valore.

Oggi vi propongo una nuova combinazione, utilizzando un pregiato prosciutto crudo italiano: il Prosciutto di San Daniele DOP (Denominazione di Origine Protetta), un alimento naturale, privo di additivi o conservanti, dal gusto dolce e delicato 🍷

Il suo buon profilo nutrizionale, con



+41%

ENGAGEMENT RATE DEI MIDDLE-INFLUENCER
RISPETTO AI CELEBRITY INFLUENCER



iniziolunedì • [Segui](#)

iniziolunedì Cosa ne penso Delle Bowl?
Penso che siano dei contenitori e che
bisogna guardare il contenuto.

Spesso in queste si trovano porzioni
sproporzionate di salmone, avocado, frutta a
guscio, semi e olio.
Tutti ingredienti "sani", presi da soli.
Ma quanti acidi grassi?
Del QUANTO si stanno tutti preoccupando
troppo poco, in nome di nei contenitori e
mode oltre-Atlantico.

Eh, ma sono "grassi buoni".
Ok.

Ci tengo a ricordare che un eccesso di
grassi è un eccesso di grassi.
Sono tutti buoni? Poco cambia, anzi,
secondo diversi studi un eccesso di grassi
"buoni", darebbe effetti simili a una



Piace a 341 persone

1 NOVEMBRE 2018

70%

DEI MILLENNIALS PREFERISCE PRODOTTI
PROMOSSI DAI **MICRO-INFLUENCER**



jeveronique • Segui

jeveronique Cose che amo? La cucina gustosa, ma light e così mi diverto a sperimentare ricette ♥ Vi ricordate della farinata di ceci? Mi avete scritto in tante per chiedermi consigli. Trovate la ricetta su Profondamentebuono.it cliccando sul link nella mia biografia Instagram. Presto vi darò una nuova ricetta buonissima, intanto ditemi se avete provato a cucinare questa con le mini sardine all'olio d'oliva @tonno_nostromo © ad #advertising #healthyfood #tonnonostromo #incucinaconnostromo #salmon #sardine #pilchard #healthylifestyle #healthymenu #food #pranzo #cena #dinner #lunch #happyhour #summerlunch #fitfood #ricettafacile #easytounch #nostromo #summertime #summer #summer2018 #estate #pranzoitaliano #cucinaitaliana #italianfood #tuna



Piace a 115 persone

24 OTTOBRE 2018

MIDDLE IS THE NEW BIG

MICRO IS THE NEW BIG

Cosa
Perché
Come
1,2,3
Con

**ABBIAMO SVILUPPATO UNO
SCORE PER SCEGLIERE
L'INFLUENCER IDEALE**

**CINQUE PARAMETRI CHE
SELEZIONANO IL MIGLIORE
PER IL TUO BRAND**

REACH

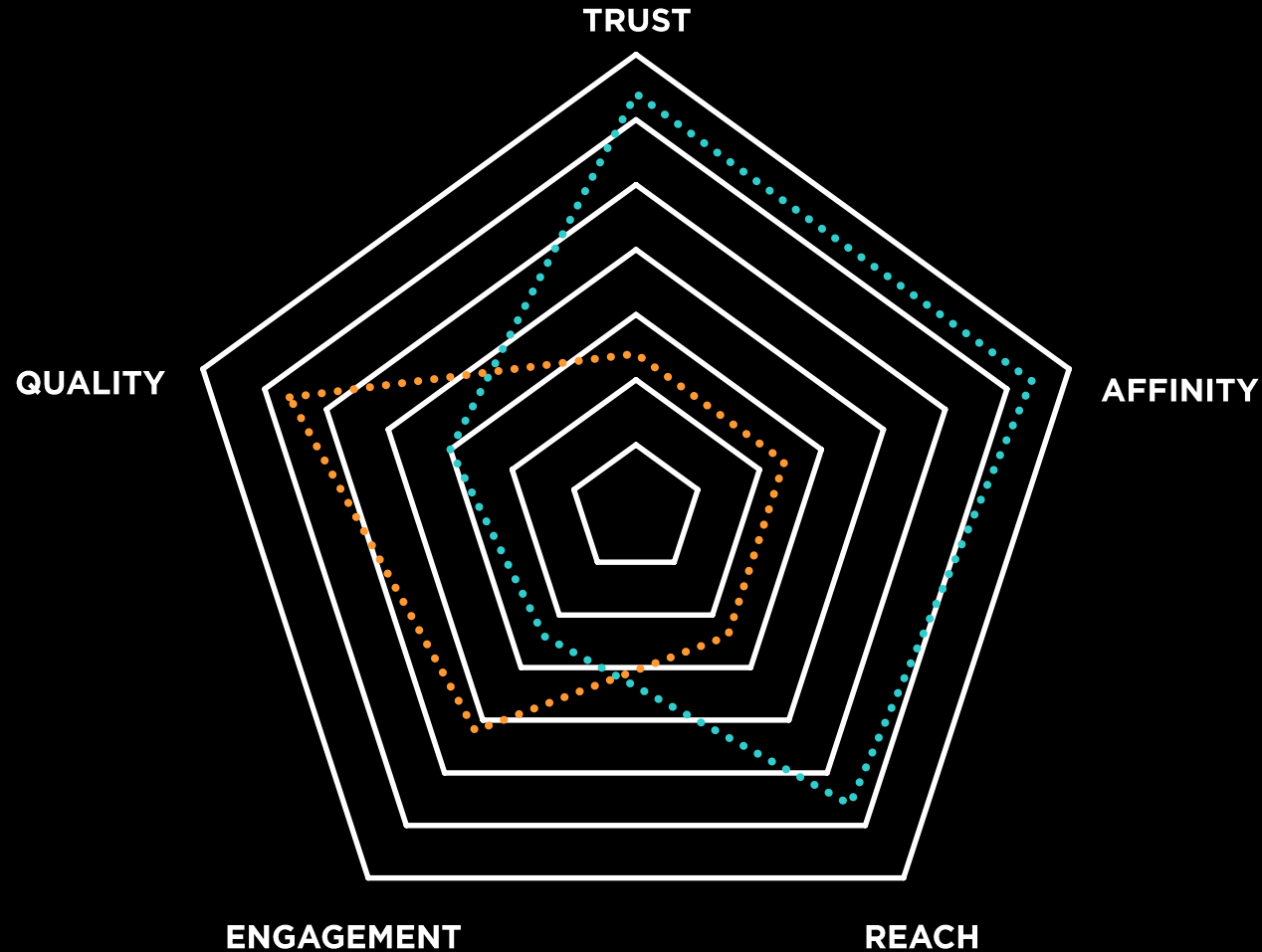
ENGAGEMENT

AFFINITÀ

QUALITÀ

TRUST

CINQUE PARAMETRI, UN RISULTATO



Influencer A

4.7

Influencer B

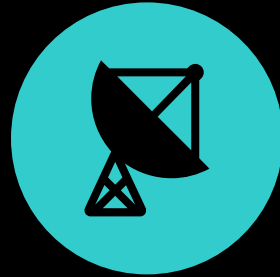
3.5

— INFLUENCER A — INFLUENCER B

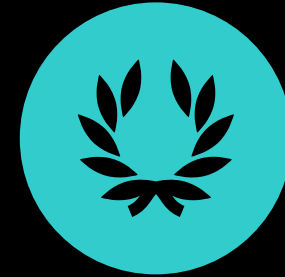
Cosa
Perché
Come
1,2,3
Con



**STRATEGIA
E CONTENUTI**



**SELEZIONE
E TRAINING**



**TRACKING
E REPORTING**



Identifichiamo la strategia di digital influence, i canali social e l'approccio **più adatto al brand**.

Sviluppiamo contenuti multimediali **distintivi, coinvolgenti e compliant** alle normative.



Identifichiamo gli asset strategici di progetto e selezioniamo **gli influencer con il FIP score.**

Coinvolgiamo e formiamo gli influencer per garantire **contenuti in linea con la brand identity.**



Settiamo gli obiettivi e i KPI all'inizio di ogni progetto e **monitoriamo in real time l'andamento.**

Forniamo un report trasparente dei parametri attraverso **insight concreti, chiari e comprensibili.**

Cosa
Perché
Come
1,2,3
Con

CI HANNO GIÀ SCELTO

Coca-Cola



siggis®

myDietor



Selenella

FEED YOUR BRAND

responsabile progetto

Alessandra Ciliberto

Field Activation & PR Platform Director

alessandra.ciliberto@sprim.com

02 45495838 | 393 9312296

GRAZIE PER L'ATTENZIONE