

# I 7 peccati capitali dell'influencer marketing

## #1 Gola



Vogliamo tutti raggiungere un vasto pubblico ma dobbiamo entrare nell'ottica che questo non deve essere l'unico obiettivo quando si parla di influencer marketing. Più che della dimensione della sua fanbase, dovremmo soffermarci su come interagisce con i suoi follower. Micro e nano-influencer hanno un pubblico più ristretto, ma si impegnano a coltivare maggiormente la relazione con la community. vince!

## #2 Lussuria



Rand Fishkin afferma che "...non vale la pena pagare Instagrammer seminudi per pubblicare una foto del prodotto. Speriamo che questa sia una tendenza che si inverte nei prossimi anni".

Devi cercare influencer che siano in grado di attirare l'attenzione attraverso post che ne attestino la thought leadership e che creino engagement autentico. Sono i profili che creano contenuti autentici a guidare le conversazioni e portano engagement reale.

## #3 Accidia



Datti una mossa! I brief non si scrivono da soli. Condividi i dettagli della tua campagna con il tuo influencer: definisci un calendario per le pubblicazioni, i KPI, gli obiettivi, le scadenze, le linee guida aziendali, gli hashtag, le landing page e la CTA.

Evita contenuti eccessivamente promozionali o costruiti. Il tuo influencer deve mantenere il suo stile, altrimenti i suoi fan non prenderanno il suo messaggio sul serio.

## #4 Ira



Non affidarti a influencer controversi. Sì, sono un ottimo modo per animare una conversazione ma saresti pronto a gestire una potenziale crisi reputazionale? Evita argomenti sensibili a meno che non siano allineati con lo scopo e il business del tuo brand al 100%. Lavorare con influencer ostili può danneggiare lo stato di salute del tuo marchio.

## #5 avarizia



Un passo alla volta! Raggiungere tutti gli utenti di social media nel mondo sarebbe incredibile ma non avrebbe molto senso. Cerca di identificare il tuo target ideale e di lavorare con quegli influencer che parlano proprio a quel segmento. Trova il giusto target, crea i giusti contenuti e raggiungi l'obiettivo!

## #6 invidia



Non desiderare le campagne di influencer marketing della concorrenza. Analizzale sfruttando la competitive intelligence e cerca di replicare quello che per loro ha funzionato. Scopri quali strategie stanno funzionando per loro, di quali argomenti stanno discutendo e come sta reagendo la loro audience. Infine, trova mercati di nicchia ancora inesplorati e lasciati ispirare per creare nuovi contenuti.

## #7 superbia



Un post dell'influencer non può essere definito campagna. Un fattore fondamentale per la buona riuscita delle campagne di influencer marketing è una relazione duratura con gli influencer. Collaborare con il tuo influencer scambiando feedback, idee e opinioni. Inoltre, monitora costantemente chi sta parlando del tuo brand, potrebbe essere un nuovo potenziale influencer.