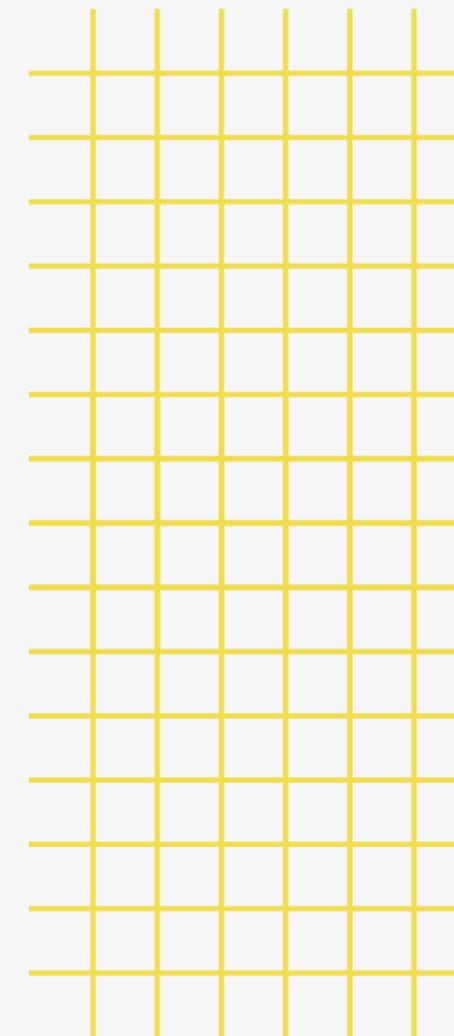




# Come collaborare con una influencer

---





# Chi sono

---

Sono Mariachiara Montera: **racconto il mondo e le storie attraverso il cibo, con un approccio interdisciplinare.** Sono content strategist e content creator, copywriter, talent, podcast host.

 Podcast per Storytel e Chora

 Autrice per Einaudi

 Founder Conserve, +4k di iscritti

 Due bookclub: Burro e Banchetto

 Diversi progetti: Pensieri di burro e Food Masterclass

 Community Torino Elettrica

 Creator in ambito food, ma non solo

---

# Influencer, perché

# I motivi per cui le aziende mi contattano

---

- Mostrare gli utilizzi di un prodotto al mio pubblico: ricetta o degustazione.
- Creare un contenuto diverso e più credibile di quello che potrebbero fare loro
- Portare persone sul sito e sull'eCommerce con un'offerta commerciale
- Far conoscere un prodotto / brand + avere recensioni tecniche e informazioni competenti
- «Perché lo fanno gli altri»

# Esempi di attività

---

- **SEEDING:** distribuire prodotti per ottenere pubblicazioni e condivisioni degli stessi.
- **LANCIO DI PRODOTTO:** permette di dare visibilità e ottenere recensioni ed endorsement positivi sul prodotto.
- **BRANDED CONTENT:** utilizzo e racconto del prodotto, in campagne ad hoc o su assi temporali meno definiti.
- **EVENTI:** presentazioni prodotto, party, blog tour, anche online.

# Punti di forza e no di un\* creator

---

<b>PUNTI DI FORZA</b>	<b>PUNTI DI DEBOLEZZA</b>
Relazione di fiducia con la community	Sfiducia nelle scelte orientate al business
Capacità creativa	Decadenza dei contenuti a favore dell'engagement
Competenze tecniche	Difficile misurare la conversione
Assonanza valoriale	Difficoltà a veicolare i messaggi del brand

In cosa l'azienda può avere un ruolo per intervenire sui punti di debolezza? Fornire un brief, ad esempio. Stare attenta agli hashtag.

# Come contattarli\*

---

## Email no social

Sembra spesso un'operazione semplice ma non lo è. Gli influencer più evoluti l'hanno inserita nel profilo IG, alcuni sul blog/sito altri su Facebook. Non contattate gli influencer sui social.

## Agenzie e manager

Molti influencer sono autonomi e scrivendo a loro pattuite l'attività e il budget. Altri sono strutturati con agenzia o manager che gestirà le cose per loro e ovviamente avrà una percentuale.

## Scrivere l'email

- Ponetevi sempre in modo gentile e nominate sempre il nome della persona a cui state scrivendo.
- Indicate perché la state contattando e chiedete nel caso se è interessata ad approfondire il progetto.

# Ci sono due modi: gratis

---

**Digital PR:** contatti e invio merce per stabilire un contatto e fare seeding, non misurabile, senza accordo formale.

**Occhio a:** mail di contatto, packaging, personalizzazione invio, card con hashtag e menzioni, repost.

E anche: quando vi serve qualcuno che vi dedica il suo tempo e quando qualcuno che vi dedica il suo lavoro?

# A pagamento

---

**Influencer Marketing:** attività misurabile con strumenti in carico all'agenzia / brand ma soprattutto all'Influencer

Prevede degli obiettivi misurabili, la lettura di dati / Insights, la lettura della performance o la tracciabilità del percorso del contenuto

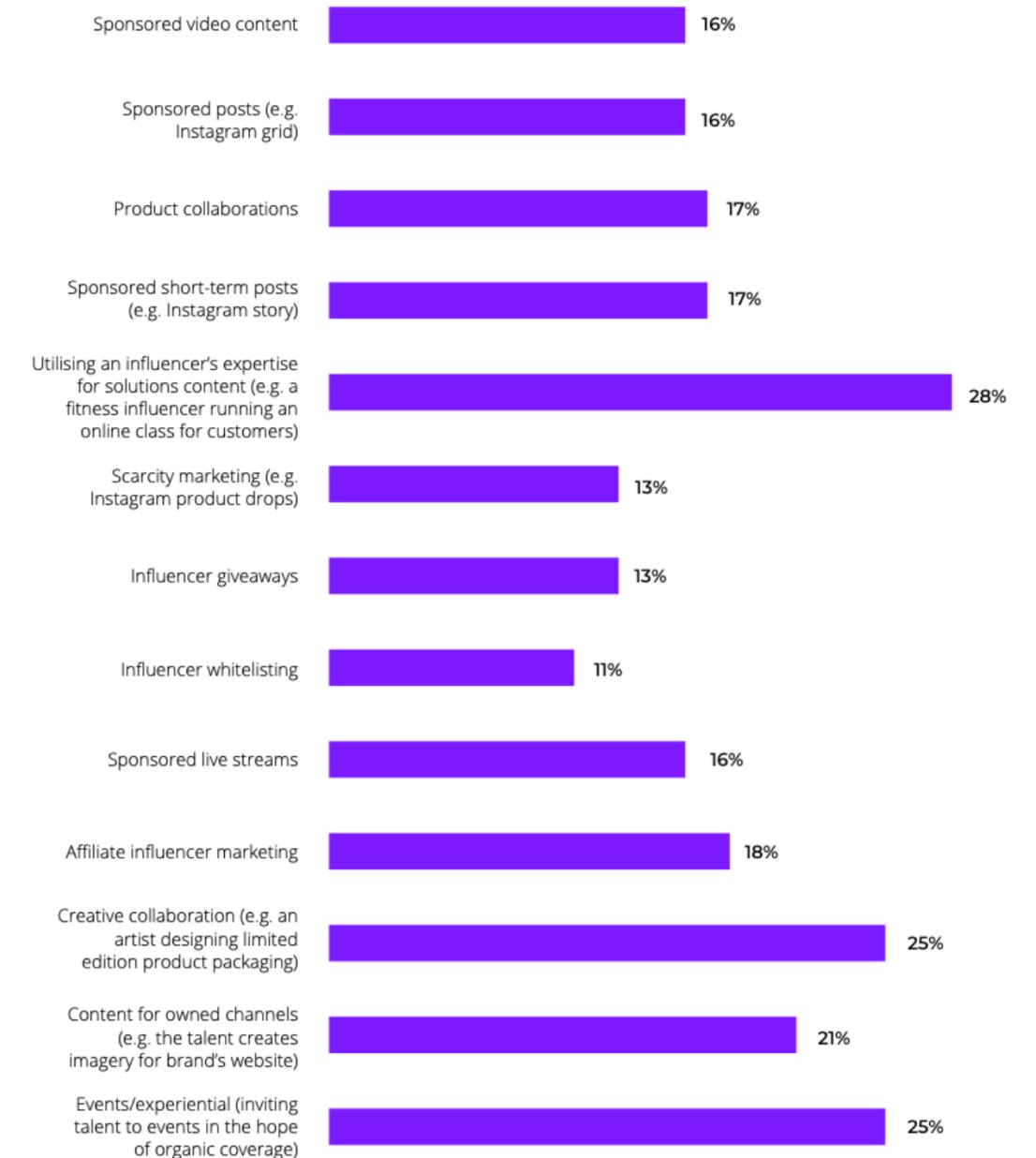
È una delle attività del digital marketing.

**Occhio a:** funnel, brief, richiesta metriche prima, media kit, tracciamento, obiettivi misurabili.

# Gratis o a pagamento: cosa valutare

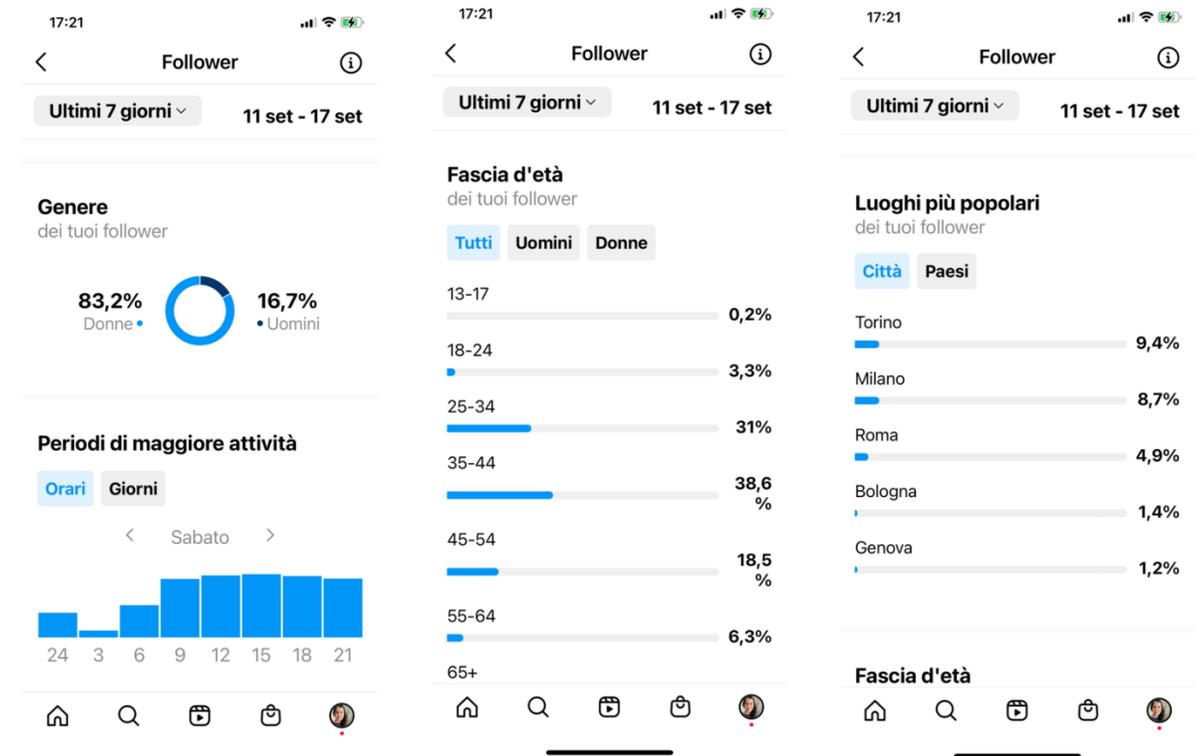
- I parametri da valutare dipendono da
  - > Obiettivo di campagna
  - > Tipologia di campagna
  - > Budget
  - > Aspettative del cliente

FIGURE 9. WHICH TYPES OF PARTNERSHIPS HAVE YOU SEEN MOST SUCCESS WITH THIS YEAR? PLEASE SELECT YOUR TOP THREE OPTIONS



# Alcuni esempi di parametri

- È un evento? >> Conta dove vive
- Il target è giovane / più anziano? >> Conta che canali utilizza
- L'obiettivo è il traffico sul sito? >> Contano i numeri e l'engagement rate
- Il brand ha una distribuzione delimitata? >> Conta da dove arriva il pubblico dell'Influencer
- Il brand ha un target femminile? >> Conta il genere del pubblico



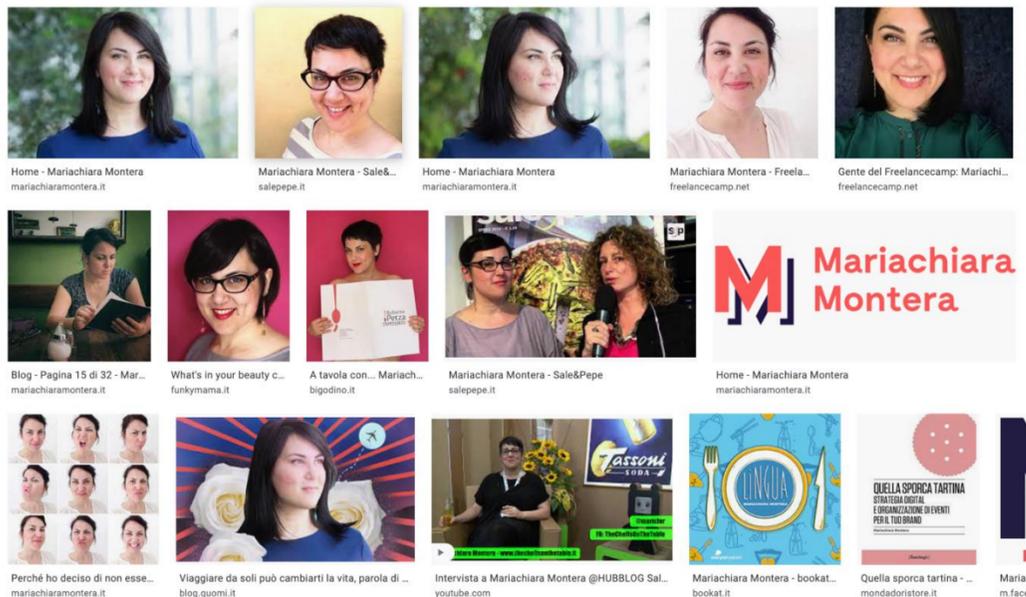
# Alcuni esempi di obiettivi

---

- **Aumentare il tasso di coinvolgimento:** campagna di branded content, per far parlare in positivo del brand e del prodotto.
- **Traffico e conversioni:** stories con swipe-up con link da social al sito
- **Posizionamento:** evento con testimonial e influencer per creare chiacchiericcio
- **Recensioni:** blogpost e video su YouTube per favorire la ricerca di opinioni sul prodotto online

# Oltre i numeri

- Rete: con chi vi può mettere in relazione l'Influencer
- Reputazione e notorietà: per cosa è conosciuta
- Interviste e visibilità: da chi viene riconosciuta



S Scatti di Gusto

## Foodblogger e influencer esistono a Torino malgrado Luca ...

Mariachiara Montera @maricler (18,3mila follower); Monica Pianosi @avegetarianitaly (20,4 mila follower) @lestradeditorino (40,6 mila...  
13 apr 2022

Huffington Post

## Huffpost weekend: ricordando Raffaella, programmando un tour di serie tv e cucinando una ricetta d'autore

Il Podcast di Mariachiara Montera: si chiama Conserve ed è anche una newsletter. Ho adorato l'ultima puntata e la capacità di Mariachiara di...  
25 giu 2022

Influencer.it

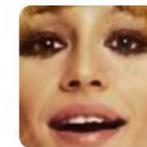
## I food influencer di Torino sono pronti per l'Eurovision

Di seguito i reel realizzati, per i propri profili, da 5 di loro. · Giorgia Pagliuca · Monica Pianosi · Rosalia Imperato · Mariachiara Montera.  
14 apr 2022

Linkiesta

## Le newsletter (italiane e straniere) da non perdere su cibo e dintorni

È appena nata, ma già si sta facendo notare perché la sua autrice, Mariachiara Montera ha già avuto successo con un podcast,...  
21 mar 2022



- 12 maggio 2022 | Andrea De Cesco, [L'intimità delle conversazioni a tavola](#)
- 1° aprile 2022 | Milano Today, [Tutto quello che c'è da sapere sui podcast](#)
- 21 marzo 2022 | Linkiesta Gastronomica, [Le newsletter da non perdere sul cibo e dintorni](#)
- 6 luglio 2021 | Rrl 102.5 News, [La comunicazione del cibo](#)
- 3 marzo 2021 | Gambero Rosso, [Donne e cibo: #ilgustononhagenero](#)
- 25 febbraio 2021 | Donna Moderna, [Hai già scoperto gli slip mestruali?](#)
- 14 gennaio 2021 | Donna Moderna, [Podcast al femminile](#)
- 14 dicembre 2020, Wall Street Journal | [Natale durante il Covid-19](#)
- 30 novembre 2020, Fantastico! | [Cibo e parole](#)
- 9 ottobre 2020, Kiki Nanni | [The power of food](#)
- 24 settembre 2020, Cook di Corriere della Sera | [Podcast food](#)
- 27 maggio 2020, Tostoini | [Le illustrazioni per Lingua](#)
- 18 novembre 2019, Rivista Blam | [Consigli per podcast](#)
- 13 novembre 2019, Corriere della Sera | [Consigli sui Podcast](#)
- Nel portfolio di Christian Fregnan | [Eccomi](#)
- 14 novembre 2018, Raffaella Ronchetta | [Il cibo fra memoria ed emozione](#)
- 9 ottobre 2018, Cosmopolitan | [I foodwriter di TravelWithGusto](#)
- 2 ottobre 2018, Gambero Rosso | [Arriva TravelWithGusto](#)
- 22 marzo 2018, parlo di [Viaggiare da soli per Quomi](#)
- 11 dicembre 2017, di Torino e sabaudità | [I banchi dei contadini](#)
- 16 luglio 2017, Podcast Lavoro da casa | [Soddisfare l'esigenza di equilibrio vita lavoro](#)

# Esempi di attività

BANCHETTO #1 ONLINE  
**24 OTTOBRE 18.30**

FRANCESCA GIOVANNINI  
**CUCINA ESSENZIALE**  
 SEMPLICE E CONSAPEVOLE

Galbusera  
**Belle Buone**

BANCHETTO

## Olasagasti Orlando

Le mitiche acciughe del Mar Cantabrico di @olasagastiorlando



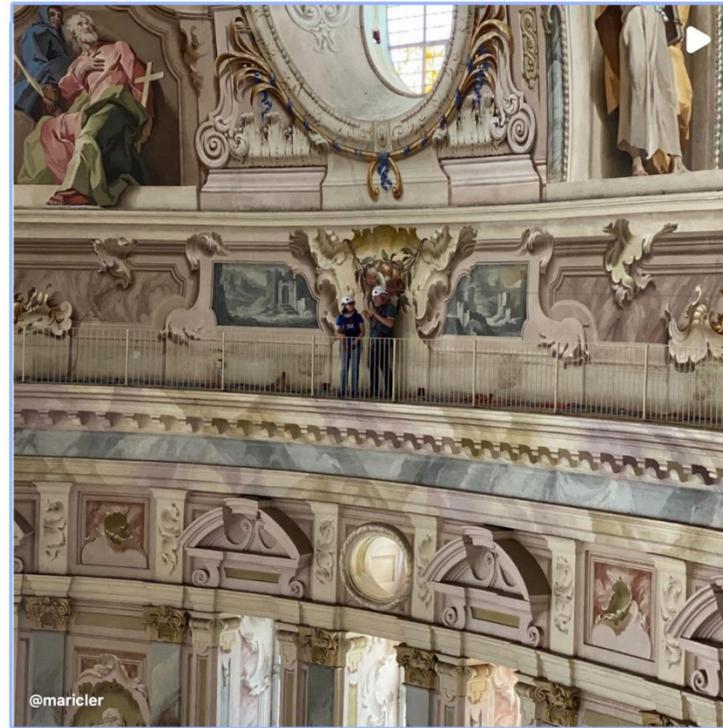
## Ursini Grandi Oli

C'è una vita prima e una dopo l'olio al limone di @ursinigrandioli



## Kalatà

Sono salita sulla cupola ellittica più grande al mondo: a Vicoforte, con Kalatà.



maricler  
 Partnership pubblicizzata  
 Torino

maricler Latte 100% sardo, mix di latte vaccino e ovino, gusti che richiamano la bontà del gelato: quando ho assaggiato gli yogurt cremosi A-Yo di @arborea.it, potevo fermarmi lì. Cremosi, carichi di sapore, buon tenore proteico e pure col packaging 100% riciclabile. Ma ho voluto mescolare le carte e assecondare la mia indole per i dolci semplici - meringhe a parte, voi sapete. Ho usato quindi lo yogurt ai gusti per 3 dolci diversi:

- Una meringa con una crema di panna montata e cremoso alla nocciola e nocciole tostate
- Una ciotola con cremoso alla vaniglia, pesche caramellate e rosmarino, granola e frutta secca
- Un tiramisù veloce con cremoso di stracciatella e panna montata

E voi: avete mai usato lo yogurt per dei dolci o lo preferite per colazione o merenda?  
 AD #unicococmelanostraterra #arborea #lattesardo  
 55 sett

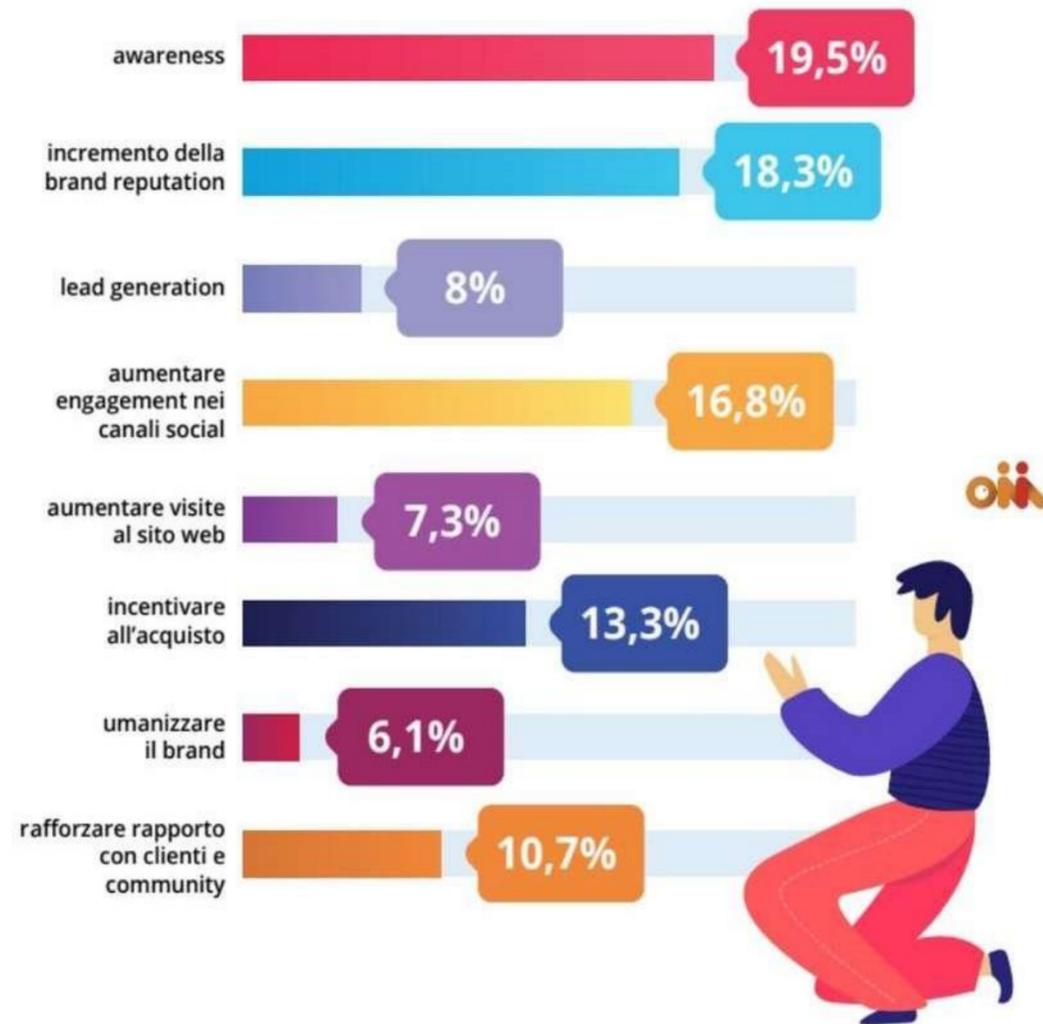
emanuela\_casula\_ Che bello che hai potuto provare i prodotti della nostra terra dai migliori

Visualizza insight Promuovi post

Placce a kikkatikka e altri 217  
 22 SETTEMBRE 2022

Aggiungi un commento...  
 Pubblica

# Parametri fissi



Gli obiettivi possono essere diversi.

Sono quelli che determinano le scelte, le azioni e le piattaforme della nostra campagna di influencer marketing.

Ci sono due parametri che guidano e delimitano le nostre campagne:

- Il **budget**
- Il **periodo** della campagna (meglio non una tantum)

# Il budget Influencer

---

- [Ci ho scritto un intero post](#)
- Ma intanto: non ha senso contattare un creator professionista, chiedergli un lavoro che lo impiega per giorni e proporre una fee di 200 euro
- Perché poi vi rovinate la relazione tra il brand e il creator

---

# Partiamo dal Media Kit

# Nel dubbio, chiedete il Media Kit

---

- Numeri e progetti
- Coerenza: con quali aziende
- Pubblico, tutti i dati

# I miei canali

---

## Instagram



- Follower: 24,7 k
- Engagement Rate: 2%
- Media like: 398

➔ [www.instagram.com/maricler/](https://www.instagram.com/maricler/)

## Newsletter

- Numero iscritti: 4.120
- Open rate: 62%
- Views 30 gg: 10k
- Temi: cibo, libri, vita personale, acquisti, lavoro

➔ <https://conserve.substack.com/subscribe>

# Insights Instagram

**Follower** ⓘ

Ultimi 30 giorni ▾ 8 set - 7 ott

**24.723**  
Follower

+0,7% rispetto a: 7 set

**Luoghi principali**

Città Paesi

Torino	11,1%
Milano	9%
Roma	5,7%
Bologna	1,6%
Genova	1,2%

**Crescita**

- Follower complessivi: 178
- Follower: 377
- Persone che non seguono più la Pagina: 19

**fascia di età**

Tutti Uomini Donne

13-17	0,5%
18-24	2,6%
25-34	26,3%
35-44	39,7%
45-54	20,9%
55-64	7,4%
65+	2,3%

**Interazioni** ⓘ

Ultimi 30 giorni ▾ 10 ago - 8 set

A causa dei regolamenti sulla privacy di alcune aree geografiche, gli insights relativi ai messaggi non sono disponibili. I dati statistici interessati mostrano "--" al posto dei dati.

[Scopri di più](#)

**4.399**  
Account che hanno interagito

+19,9%  
**74,2%** Follower • **25,7%** Non follower

**In base al tipo di contenuto**

Tutti Follower Non follower

Post	3.142
Reels	1.642

**Copertura** ⓘ

Ultimi 30 giorni ▾ 8 set - 7 ott

**71.095**  
Account raggiunti

11,2% dalle inserzioni

16,4% Follower • 83,6% Non follower

Impression: 708.913 (-17%)

**Genere**

83,4% Donne • 16,5% Uomini

Post Ultimi 3 mesi

**Copertura**

I figli sono la risposta migliore all'assistenza per i genitori? 28,748	oggi MEME 8,729	STAI COMODA 8,342
cosa cucinare e come cucinare 5,849	CUCINARE E COME CUCINARE 5,636	COME PERDERE UN FRENO 5,586

Storie Ultimi 3 mesi

**Copertura**

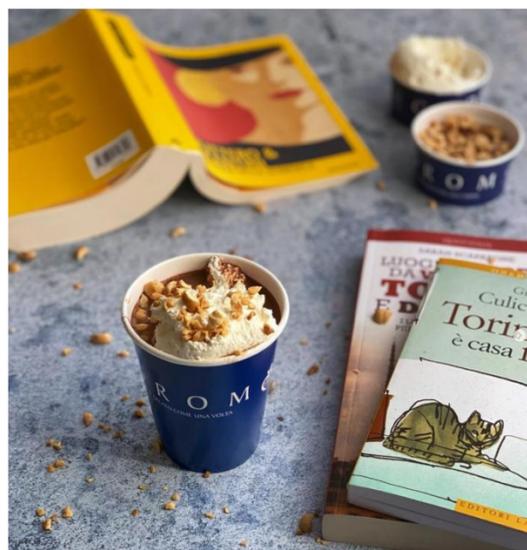
Se avessi più tempo da investire, aprirei un canale gastronomico sulla scia di @normalizenormalhome: lo chiamerei Normalize Normal Food. Segue. 24,412	Domandine (Grazie @coscospo, avrei ragione) 21,864	Ieri sera ho visto il documentario "Perfette ma" di @alylabocce, disponibile in streaming su LAZ. 10,118
Un po' di spesa fatta su @ricetta.it 7,404	8,287	8,048

Reel Ultimi 3 mesi

**Copertura**

COME METTO I SOTTOTITOLI AUTOMATICI NELLE STORIES? 90,691	BOOKCLUB GASTRONOMICO A TORINO 17,734	PENSIERI DI BURRO 11,753
11,530	Torno a casa per gli affetti 8,943	MA TU, PER CASO, TI SOPRAVVVALUTI? 8,665

# Cosa possiamo fare #1: contenuti



Creo contenuti foto e video per le aziende, singoli o a pacchetto, da distribuire sui miei canali Instagram e blog.

I temi e i prodotti che condivido sono diversi: food&beverage, libri, beauty, sport, casa, arte.

Collaboro con pochi brand e lo faccio con **trasparenza, spontaneità ed entusiasmo**.



**Alcune collaborazioni:** Sca Italy, Helpcode, FruiteGourmet, Intesa Sanpaolo, Kalatà, Grom, Arborea e Fattorie Girau, Consorzio Vini Alto Adige, Pam Panorama, Widiba, Winemanbox, Storytel, Ursini Grandi Oli, Gerard's Cosmetics, Eataly Torino, Boiron, Mediterranea Cosmetics, Olasagasti.

Collaborazioni in blind: **Giordano Vini**.

# Cosa possiamo fare #2: storie + speaker



Scrivo e interpreto storie sul tuo prodotto: dal vivo, per i tuoi eventi privati, per la tua azienda. Sono stata speaker per Raccolti Festival, Scuola Holden, Surgital SPA.

Ho scritto e pubblicato due podcast con Storytel: **Guscio**, dove parlo di psicoterapia, attraverso la lente narrativa del cibo e **Lingua**, che parla di cibo e relazioni. Sono anche autrice per **Chora Media**, per cui ho scritto Al Nocciolo, un branded podcast dedicato all'olio extravergine di oliva.



Ho pubblicato un eBook per **Einaudi**: è un saggio autobiografico sul tema della vergogna quando il lavoro non gira per il verso giusto.



Ho anche un podcast e una newsletter indipendente: si chiama **Conserve** è la mia newsletter + podcast, ed è per chi vuole scoprire tutti i modi in cui, col cibo, si può raccontare una storia.

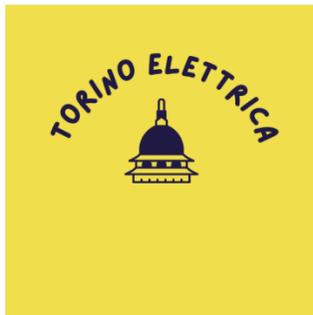
# Cosa possiamo fare #3: eventi e format

---



**Creo eventi e format legati a esperienze gastronomiche, online e offline.**

- Ho cominciato con un format di eventi creato nel 2012 da me e Francesca Gonzales: la Foodie Geek Dinner, cene a tema per fare rete. Tra gli sponsor: Cirio, Haribo, Lavazza, Ford.
- A Torino ho fondato [Torino Elettrica](#), un gruppo Telegram per uscire a cena o pranzo insieme a Torino.
- Ho poi creato il format «Pagnotte», una serie di dirette Instagram in cui ho intervistato diversi professionisti del cibo, per parlare di percorsi, soldi, privilegi, possibilità.
- Ho creato le Food Masterclass: corsi pratici e concreti per le piccole aziende e i liberi professionisti del food che vogliono migliorare la loro comunicazione.



**BANCHETTO**



# Alcuni link a contenuti



Collaboro con una ONG, Helpcode, da due anni. Per loro seguo il lavoro sull'agricoltura che fanno in Mozambico, con viaggi in loco e con un focus sul cibo. Ho pubblicato reel, post su Instagram, blogpost.

[Guarda l'ultimo reel.](#)



Per Fruitgourmet ho creato ricette per la campagna europea I Love Fruit and Veg From Europe, per promuovere l'utilizzo stagionale di frutta e verdura.

[Guarda il reel.](#)



Per Sperling&Kupfer ho collaborato al lancio dell'ultimo libro di Ameya Gabriella Canovi, a tema psicologia.

[Guarda il reel.](#)



Per Sca Italy ho seguito le tappe del campionato italiano degli specialty coffee, e ho gestito il loro account con un takeover durante il Sigep.

[Guarda il reel.](#)

# Con chi ho lavorato

---

Al di là delle collaborazioni come Content Creator, ho lavorato per diverse aziende food e non solo.

**Ho scritto per:** Cook Corriere, Dissapore, Coop, Manfrotto, De' Longhi, Gambero Rosso, Identità Golose, PhotoSì, Munchies, Cucchiaio, Citrosodina.

Ho lavorato come **consulente e copywriter** per: Fior di Loto e Baule Volante, WayCap, De' Longhi, Tutte le Spezie del Mondo, Vergnano, Verona Fiere, Mondadori, ShopPiemonte.



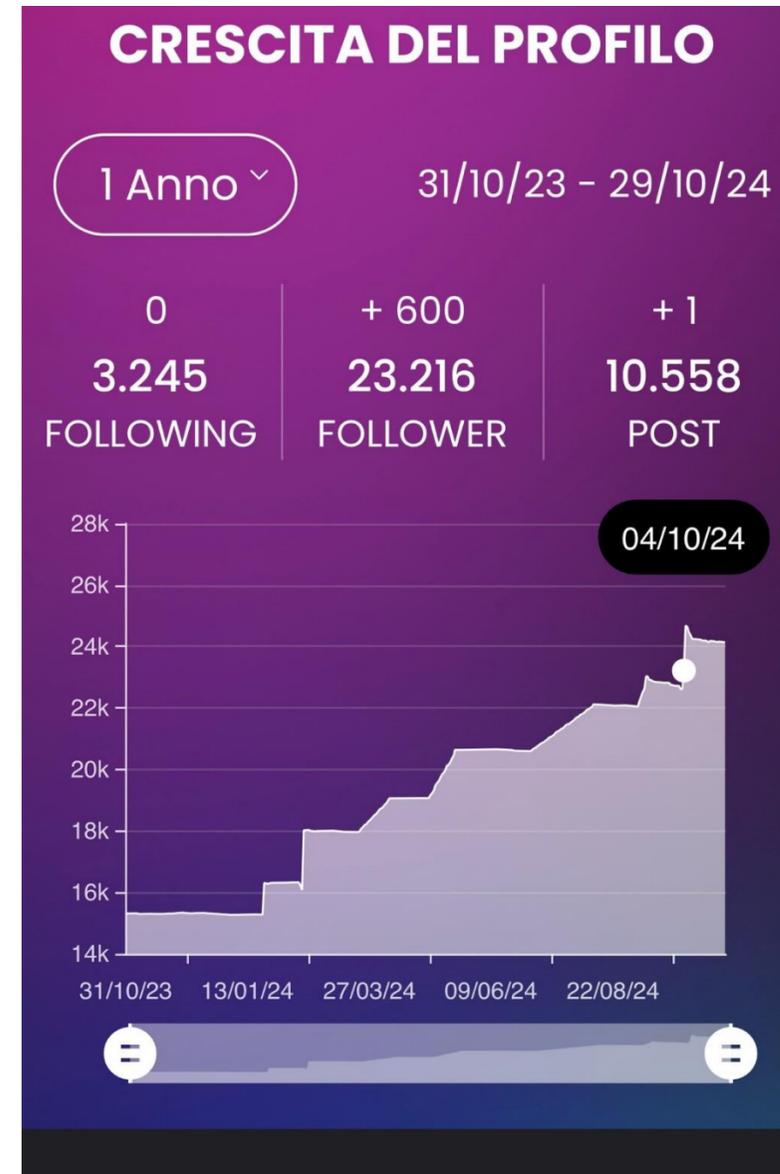
# Se non ha il media kit

- Crescita organica o meno: Ninjalitics
- Engagement rate
- Chi sono i follower
- Ratio commenti / follower

 10.577 Post	 24.141 Follower	 3.320 Following
 92 Media Like	 7 Media Commenti	 1.130 Media View

**0,41%**

E.R. più basso rispetto  
alla media 



-  suchet...  
Sucheta... [Segui](#)
-  louistin... [Segui](#)
-  syouse... [Segui](#)
-  amri\_ta...  
sarita [Segui](#)
-  divya\_v...  
Divya V... [Segui](#)
-  cg\_gila... [Segui](#)
-  rico\_04...  
Rico417... [Segui](#)
-  lalak32... [Segui](#)

---

# L'esempio dei Maestri del Gusto

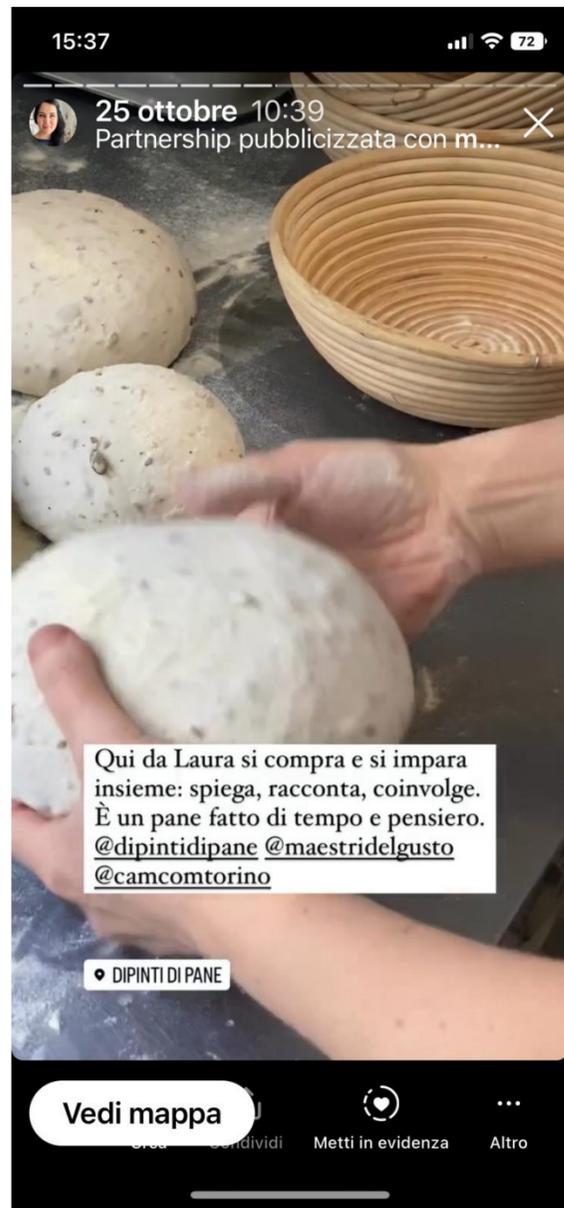
# I Maestri del Gusto

---

- 2022: ho raccontato 8 dei nuovi Maestri del Gusto
- Per ogni Maestro: intervista, foto, video
- Per ogni Maestro: Reel parlato + stories
- Tempo per ogni set di contenuti: 10 ore circa
- Nel 2024: scrittura itinerari Maestri del Gusto e provincia



- Ogni Reel è stato montato, musicato e narrato con del testo scritto in precedenza
- Evidenzio le caratteristiche che mi hanno colpito
- Do anche informazioni pratiche
- [Il link al Reel è questo](#)



- Uso le stories per fornire dettagli sui prodotti, sul percorso, sul negozio
- Tutte le stories hanno l'etichetta di partnership pubblicizzata
- Possono essere foto o video

-  **maricler** Mani, gesti, farine, persone: qui non c'è poesia, ma un lavoro quotidiano di un'artigiana molto tenace: è Laura Cavallo di @dipintidipane, e il pane è la sua capacità di essere felice.  
@maestridelgusto @camcomtorino  
\*AD #maestridelgusto #dipintidipane #maestridelgustotorino #torino #torinoèlamiacittà #boomtorino  
4 sett.
-  **alternativeeating** Meraviglioso. Tu poetessa!   
4 sett. Mi piace: 1 Rispondi  
— Visualizza le risposte (1)
-  **cera\_una\_bolla** Che meraviglia 🙌 tu e il pane di Laura ❤️   
4 sett. Mi piace: 1 Rispondi  
— Visualizza le risposte (3)
-  **elisasassoceramiche** Che bello ascoltarti e che buono dev'essere questo pane, da provare   
4 sett. Piace a 2 persone Rispondi
-  **la\_v\_** lo commossa dalla meraviglia 😍   
4 sett. Mi piace: 1 Rispondi ...  
— Visualizza le risposte (1)
-  **blenderandbasil** É inutile queste opere di panificazione sono sempre visioni 😞   
4 sett. Piace a 2 persone Rispondi  
— Visualizza le risposte (1)
-  **convittocafetorino** Bellissimo 🙌   
4 sett. Mi piace: 1 Rispondi
-  **alessandra\_si\_es** E la seguo subito!   
4 sett. Piace a 2 persone Rispondi
-  **lasagneacolazione** Meraviglia 🙌 ci andrò di sicuro 

Ciao Mariachiara.

Mi imbarazzo a scriverti, come fossi mia amica, anziché la perfetta estranea che sono per te (sono 1 dei 20072 di cui lì sopra 😊), ma desideravo ringraziarti per quello che fai e per come lo fai.

Mio marito è andato da Dipinti Di Pane e quello che ha portato a casa è andato oltre ogni aspettativa, per qualità, freschezza e gusto (kanelbullar spaziali!).

Ringrazio te e le persone come te per le quali la condivisione di informazioni così preziose (un buon forno, un negoziante gentile, un prodotto di qualità), raccontate con garbo e passione, è un buon motivo per stare qui. Ancora grazie.

Chiara

16:51 ✓✓

- A livello locale, la risposta è altissima in termini di conversione
- Ma anche per chi viene da fuori



---

# Domande?

# ECCOMI



Vivo a Torino, online  
sono più o meno  
dovunque come  
[@maricler](#)

Sito e blog

[www.mariachiaramontera.it](http://www.mariachiaramontera.it)



Mail

[ciao@mariachiaramontera.it](mailto:ciao@mariachiaramontera.it)



Linkedin

[linkedin.com/in/mariachiaramontera/](https://linkedin.com/in/mariachiaramontera/)



Instagram

[@maricler](#)





**GRAZIE!**