

TikTok pronto a lanciare influencer generati dall'AI

Presto arriveranno gli influencer virtuali su TikTok generati dall'AI

Il web è già popolato da influencer virtuali, o **agenti virtuali basati su intelligenza artificiale (AI)**, utilissimi per portare avanti campagne di lancio di prodotti e servizi o più in generale per rendere più efficaci le strategie di marketing.

TikTok potrebbe lanciare il servizio a breve, secondo quanto riportato dal magazine *The Information*, ma centrandolo sulla figura degli **influencer virtuali AI based**.

La popolare piattaforma di video sharing, di proprietà della cinese ByteDance, sarebbe pronta ad aggiungere questa nuova funzionalità, tramite cui gli avatar AI sarebbero in grado di **recitare spot pubblicitari** seguendo i classici *prompt* generati da inserzionisti e venditori su **TikTok Shop**.

Influencer umani e virtuali lavoreranno assieme sulla piattaforma

Sostituiranno completamente gli attori in carne ed ossa? No, non proprio. La piattaforma ha già testato gli influencer virtuali, ma con risultati non proprio entusiasmanti, tanto da pianificare per il momento solo il loro affiancamento agli

esseri umani. Diciamo, una funzionalità complementare per potenziare le vendite.

Spesso si parla di difficile rapporto tra Ai e esseri umani, di come l'intelligenza artificiale possa soverchiare le capacità umane e soprattutto di come possa prendere il posto degli umani nel lavoro, come nella vita di tutti i giorni (un giorno forse, chissà, anche nei rapporti umani e più intimi e il cinema ha già abbondantemente affrontato il tema).

In questo caso il problema è squisitamente commerciale, economico e finanziario. I ricavi delle sponsorizzazioni a chi andranno? Come saranno divisi tra influencer umani e virtuali? L'AI può mettere in crisi le strategie di brand deal?

Che fine faranno i brand deal?

Il brand deal sono accordi di vendita e sponsorizzazione che si fanno tra brandi marchi e influencer umani, con questi ultimi che promuovono i brand e i loro prodotti sui social attraverso video, foto, podcast e recensioni (in pratica l'influencer marketing di oggi).

È proprio per via di questi brand deals che molti creatori e pubblicitari decidono di lavorare su TikTok per fare profitti.

“Chi” guadagna quanto?

Molti di questi contenuti sponsorizzati sono diventati virali, dei veri e propri tormentoni da condivisione, almeno fino a quando TikTok ha deciso di chiudere il famoso fondo da un miliardo di dollari dedicato a queste attività (nato nel 2020 e chiudo a fine 2023).

Non sono mancate le critiche, soprattutto da parte degli influencer e dei pubblicitari, perché i ricavi erano di pochi dollari per milioni di visualizzazioni. Il punto ora è capire “chi”, se umano o virtuale, guadagnerà quanto, visto che già i

profitti per gli esseri umani sono in calo in questo mercato e che per gli agenti virtuali non è neanche certo il quadro giuridico.

Un percorso, questo degli influencer virtuali creati dall'AI che ormai sta prendendo piede anche in altri settori, dal mondo della comunicazione a quello dello spettacolo, come nella moda, con le prime modelle generate da programmi AI based.

L'immagine di copertina è stata generata da intelligenza artificiale Dall-E3 tramite Copilot.

<https://www.key4biz.it/tiktok-pronto-a-lanciare-influencer-generati-dallai/486667/>