

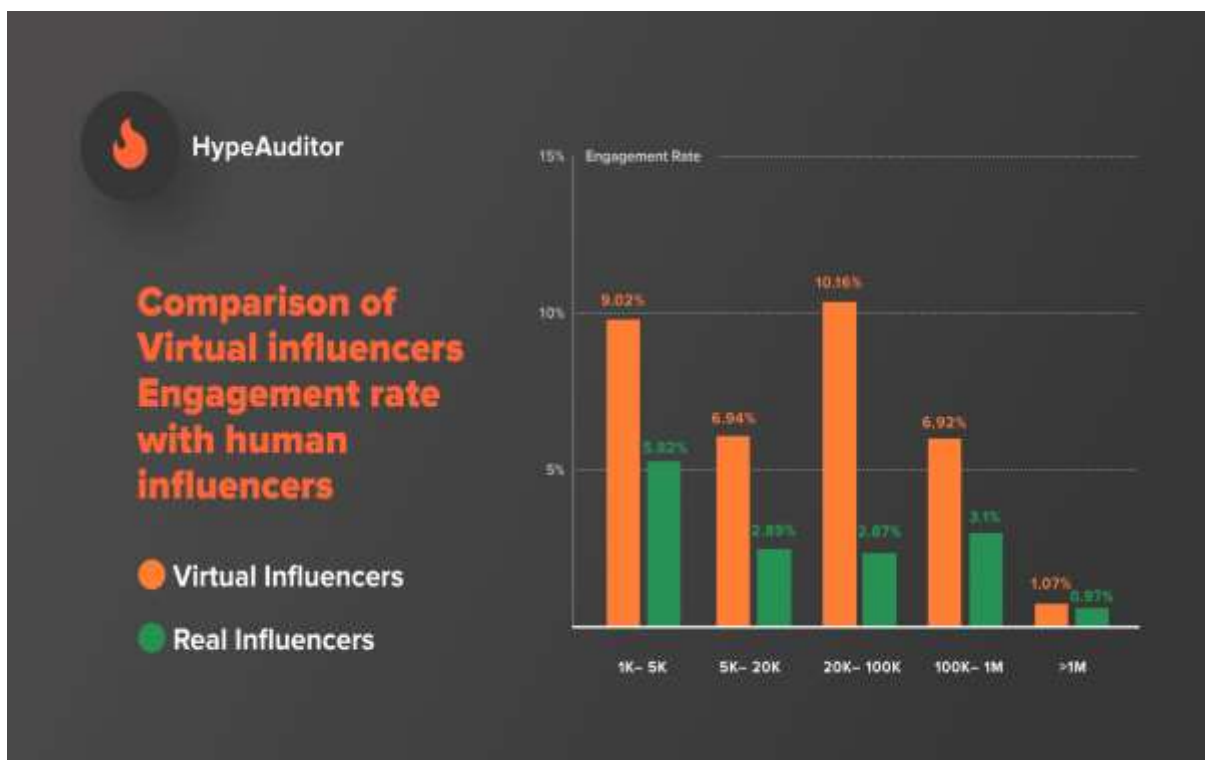
Influenceur virtuel : une vague d'avenir

Nous vivons à l'ère numérique où les médias sociaux jouent un rôle important pour influencer les individus. Les influenceurs sont souvent utilisés par les entreprises pour promouvoir leur marque et leurs produits. Selon le centre de marketing d'influence, le marketing d'influence devrait atteindre 16,4 milliards de dollars d'ici 2022 à l'échelle mondiale. Les influenceurs sont utilisés par environ 67% des entreprises pour commercialiser leurs marques. En conséquence, les influenceurs jouent un rôle important dans la promotion d'une marque ou d'un produit.

Influenceur humain

Les entreprises planifient et dépensent de l'argent pour promouvoir leur marque par le biais d'influenceurs humains. Le budget pour les influenceurs humains est principalement décidé par le type d'influenceur en fonction des abonnés. Il existe différents types d'influenceurs, y compris les nano, micro, macro et méga influenceurs. De la même manière que les dalles salariales pour les employés de bureau, chaque catégorie d'influenceurs est définie en fonction de la dalle des abonnés assignés.

Les influenceurs utilisent les médias sociaux pour influencer les consommateurs, développer la confiance dans les produits et services et sensibiliser à certaines préoccupations sociales. Pendant COVID19, plusieurs influenceurs ont partagé du contenu inspirant pour aider les gens à faire face à la situation. Cependant, compte tenu de l'état actuel de la technologie de pointe, la dépendance à l'égard des influenceurs humains pourrait être réduite. Une comparaison publiée par hypeAuditor le confirme.



Source : [The Top Instagram Virtual Influencers in 2020 \(hypeauditor.com\)](https://hypeauditor.com)

Influenceur virtuel

Les influenceurs virtuels régneront la période suivante. Un influenceur virtuel est une image numérique générée par ordinateur utilisée de la même manière que les influenceurs humains. L'avantage d'utiliser un influenceur virtuel est que plusieurs itérations peuvent être appliquées. Selon les données de Statista, 58% des clients suivent des influenceurs virtuels. Les entreprises développent de plus en plus d'influenceurs de marque virtuels. L'un des principaux avantages d'un influenceur virtuel est qu'il ne vieillit jamais et n'est jamais impliqué dans des scandales.

Rappelez-vous, le concept de personnage virtuel a été retracé en 1930. Les influenceurs virtuels d'aujourd'hui sont les descendants de personnages imaginaires tels que Cynthia le mannequin de plâtre, Hatsune Mike, Ami Yamato, etc. Quelques-uns des influenceurs virtuels sont présentés ci-dessous:

Influenceur virtuel	Première apparition
Barbie	1959
Geico Gecko	2000
Hatsune Miku	2007
Lu of Magalu	2009
Serah Reikka	2010
Anna Cattish	2011
Ami Yamato	2011
Pete Zaroll	2014
Ion Gottlich	2015
Any Malu	2015
Miquela Sousa	2016
Kizuna AI	2016
Bermuda	2016
Ezmusgita	2017
Scazy Boy	2017
Yoox	2018
Bee	2019
Kyra	2021

Source : [Who Was the First Virtual Influencer? — VirtualHumans.org](https://www.virtualhumans.org/who-was-the-first-virtual-influencer/)

Influenceur virtuel Mondial

Himanshu Goel, diplômé en gestion, a créé « KYRA », le premier influenceur virtuel en Inde. Il a fait sa première apparition en 2021 et a été mis à jour en 2022. Selon les données de

janvier 2022, il y a environ 100000+ abonnés. 'KYRA' a également participé à l'événement de mode métaverse et a reçu des commentaires positifs de la part des clients.

De même, de nombreuses autres entreprises utilisent des influenceurs virtuels pour promouvoir leurs marques. Par exemple, le 2 décembre 2022, Capital Land (Singapour) a introduit un influenceur virtuel nommé « RAE » et s'est engagé dans diverses campagnes avec des marques de mode telles que Moschino et Gucci.

Les entreprises sud-coréennes utilisent également une variété d'influenceurs virtuels pour commercialiser leurs produits et services. Les entreprises sont heureuses de travailler avec des influenceurs virtuels, car elles peuvent gérer et modifier les activités en fonction de leurs besoins. Ils sont heureux que ces influenceurs virtuels ne remettent pas en question le contenu et sa viabilité. AESPA, ROZY, KIM-JU-HA, DAIN sont quelques noms d'influenceurs virtuels sud-coréens. Dans les années à venir, ils continueront à maintenir leur domination avec un nombre croissant de nouveaux influenceurs virtuels alimentés par l'IA.



Virtual Influencer RAE: Photo: CapitaLand (Source : CNA- channelnewsasia.com)

L'avenir avec Virtual Influencer

En raison de leurs qualités dynamiques, les influenceurs virtuels générés par l'IA continueront sans aucun doute à dominer le marché. Le concepteur est en mesure de réguler l'activité en utilisant un contenu efficace basé sur les changements environnementaux. D'ici 2025, les influenceurs virtuels représenteront 30% de toutes les dépenses de marketing d'influence, selon Gartner. Une fois que les spécialistes du marketing comprennent le concept, le potentiel des influenceurs virtuels devient évident car il s'agit d'une proposition rentable avec moins de tracas.

Source : [India's First Virtual Influencer is 21-year-old Kyra with over 95K Followers on Instagram \(msn.com\)](#) ; [The rise of virtual influencers: the phenomena taking over fashion marketing \(fashionunited.com\)](#) ; Gartner Report; [CapitaLand reveals it created virtual influencer Rae to test commercial viability of new technology - CNA \(channelnewsasia.com\)](#)