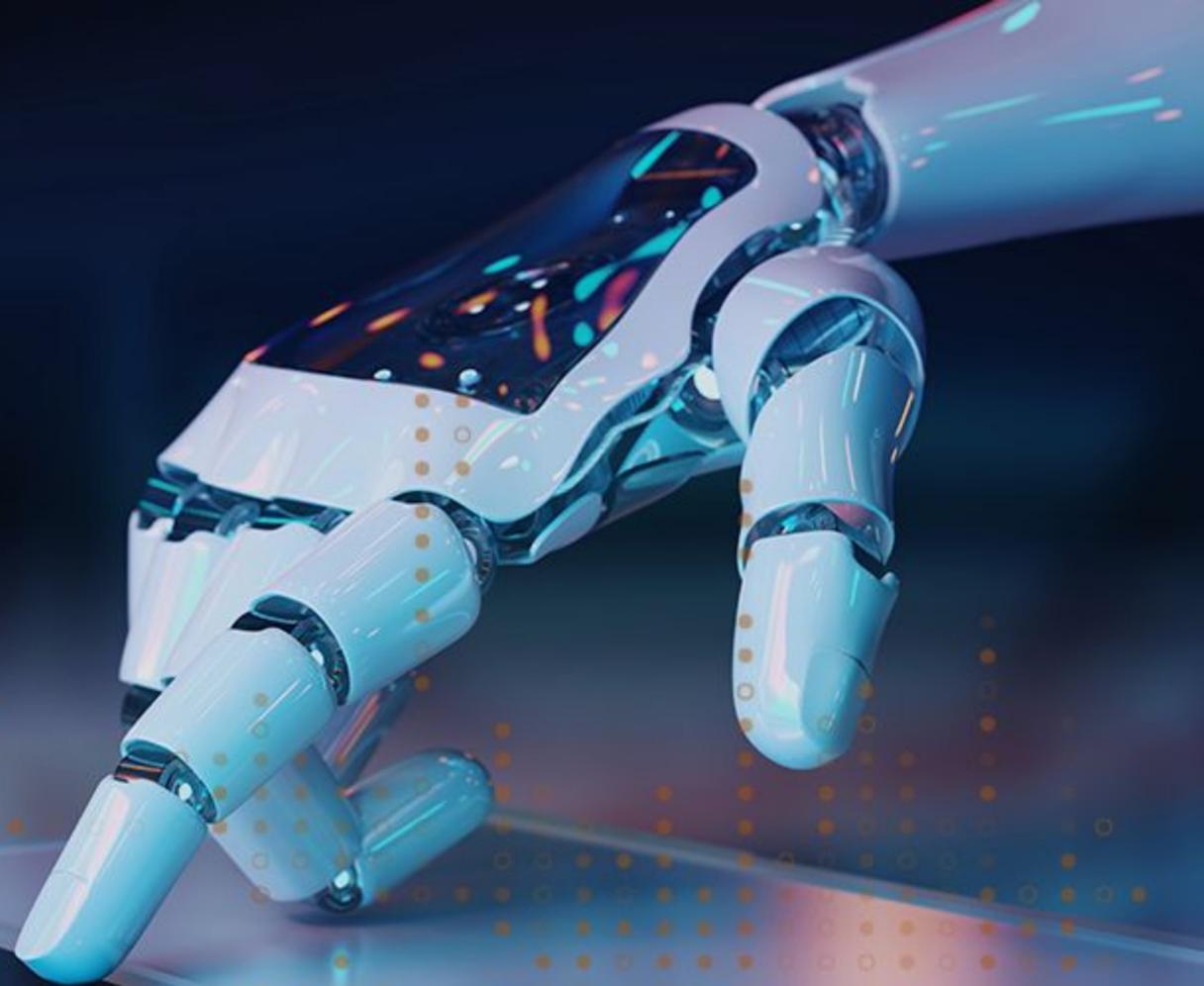


ESTUDO

IA EM MARKETING DE INFLUÊNCIA 2023

SOCIAL_PUBLI



O que é a SocialPubli?

SOMOS UMA PLATAFORMA

que conecta marcas com influenciadores. Contamos com **mais de 8 anos de experiência** e já realizamos **mais de 10.000 campanhas**.

OS NOSSOS CLIENTES E ANUNCIANTES

são conhecedores do estado do Marketing de Influência e das suas tendências. A sua opinião ajuda-nos a otimizar as campanhas.

TEMOS TECNOLOGIA

para realizar campanhas com influenciadores de forma automatizada em todas as redes sociais: **Facebook, Instagram, X, YouTube, blogs, LinkedIn, Twitch, TikTok e WhatsApp**.

OS NOSSOS MAIS DE 400.000 INFLUENCIADORES

são verdadeiros líderes de opinião e criadores de tendências. São segmentados e autênticos: falam do que sabem e do que gostam. **Porque todos somos Influenciadores.**

PRESENÇA EM MAIS DE 30 PAÍSES

Além disso,, **contamos com equipa comercial em 9 países:** Espanha, Portugal, Reino Unido, França, Italia, Estados Unidos, México, Perú e Colombia. Isto proporciona-nos um conhecimento extenso de diferentes mercados.

SOMOS A MELHOR AGÊNCIA DE INFLUENCIADORES

segundo eAwards 2017, 2018 e 2019.

Somos membro da comissão de influenciadores da IAB.

Partner do TikTok em Espanha, México e Chile.

Porquê um estudo de IA em Marketing de Influência?

A **Inteligência Artificial** está a arrasar em todos os setores!

Em particular, já vimos como a **IA no Marketing de Influência** é capaz de identificar criadores de conteúdos relevantes, personalizar eficazmente as publicações e analisar dados para otimizar as estratégias.

Além disso, a tecnologia alimentada por IA permite uma abordagem mais precisa da segmentação do público e a descoberta de tendências emergentes. Isto pode resultar em campanhas mais eficazes e em ligações genuínas com o público.

Com este estudo, procuramos compreender se as marcas podem adaptar as suas estratégias de Marketing de Influência para maximizar o impacto utilizando a IA para obter resultados mensuráveis num ambiente altamente competitivo e em constante evolução.

Fonte:

Los 5 robots más populares que trabajan como influencers
7 herramientas de inteligencia artificial para crear contenidos



Ficha técnica

NÚMERO TOTAL DE ENTREVISTADOS

1.235 influenciadores e 73 agências.

TIPO DE PREGUNTAS E CANAIS

Perguntas online respondidas por influenciadores registrados na nossa plataforma e anunciantes que trabalham com a ferramenta.

DATA DE REALIZAÇÃO

Setembro de 2023.



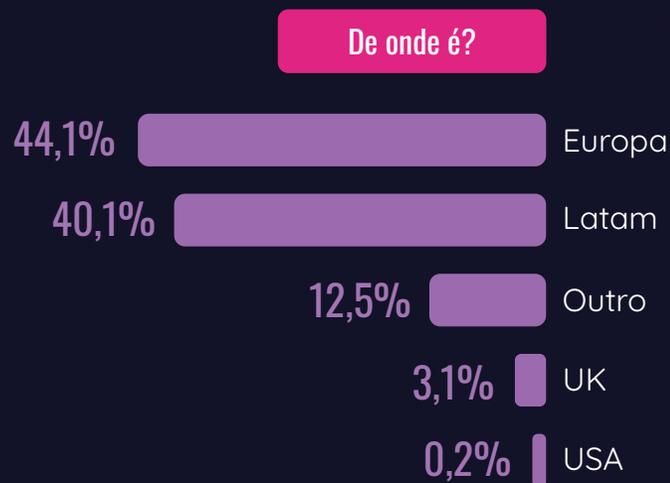


INFLUENCIADORES

Datos demográficos

Entre os 1.235 influenciadores interessados em aportar informações sobre as suas experiências e opiniões sobre IA, **mais de 44% eram espanhóis**, enquanto **40%** estavam distribuídos pelos diferentes países da **América Latina**.

Mais de 60% das respostas foram de **mulheres**, percentagem similar à dos participantes com idades compreendidas entre os **26 e os 45 anos**.



Conhecimento e contacto

Quase 90% dos influenciadores inquiridos já ouviram falar de inteligência artificial.

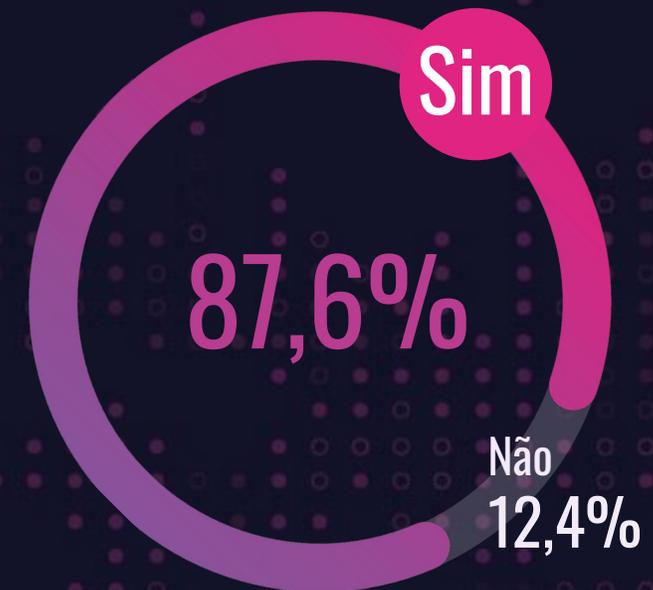
Na última década, a **popularidade da IA** aumentou consideravelmente. Os avanços tecnológicos permitiram o desenvolvimento de aplicações práticas de IA em **áreas como os cuidados de saúde, o comércio e até o sector automóvel**. A disponibilidade de grandes quantidades de dados e de capacidade de processamento impulsionou a aprendizagem automática.

Além disso, a IA foi integrada na **vida quotidiana** através de dispositivos inteligentes e assistentes virtuais, aumentando a sua visibilidade e utilidade na sociedade.

Fonte:

[A última década e o futuro do impacto da IA na sociedade](#)

Conoce a inteligência artificial (IA)?



Preocupação pelo futuro

Os nossos influenciadores têm **opiniões divididas** quanto à sua confiança na inteligência artificial.

41% dos influenciadores **mantêm-se neutros** e não fazem quaisquer previsões ou avaliações. Preferem ver como a IA continua a evoluir ao longo do tempo nos próximos meses.

Por conseguinte, a minoria, com **22,1%** dos inquiridos, **não prevê um futuro promissor**. No entanto, quase **37%** têm **pensamentos positivos**.

Como se sentiu com o aumento do uso da IA nos últimos tempos?

36,9%

Mais entusiasmado que preocupado

41,0%

Igual de entusiasmado e preocupado

22,1%

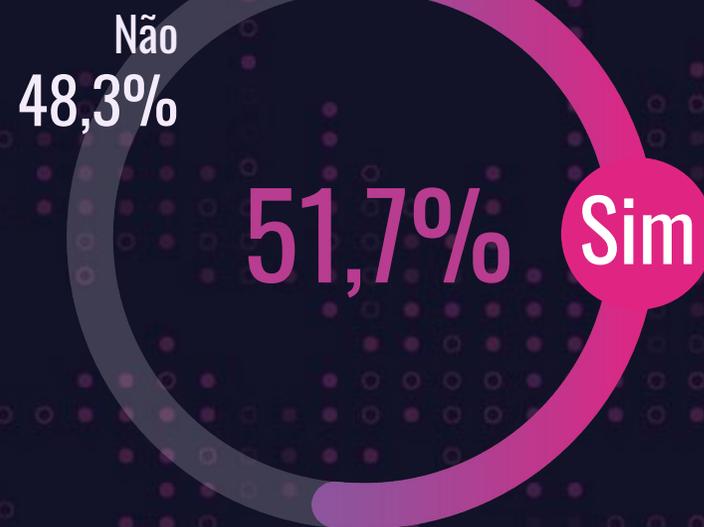
Mais preocupado que entusiasmado

Uso atual da IA

Sabemos que a inteligência artificial está presente no cotidiano de muitos influenciadores.

Mais de metade deles utilizam a IA para gerar conteúdos, obter ideias ou inspiração para o seu trabalho.

Usa a IA para o trabalho como influenciador / criador de conteúdo?



Utilidade nas redes sociais

A principal função para a qual os influenciadores utilizam a IA é a **pesquisa de informações**. **Mais de 45%** dos inquiridos confirmam a utilização da inteligência artificial para procurar ideias, inspiração ou novos projectos.

Além disso, **mais de 33%** dos influenciadores utilizam a IA para **editar imagens e vídeos ou para criar textos**. No entanto, muitos **ainda não utilizam a IA** no seu trabalho como criadores de conteúdos.

Por outro lado, a geração de áudios e a utilização de chatbots são utilizações **menos populares** para os influenciadores.

Que uso dá à IA para o trabalho como influenciador / criador de conteúdo?



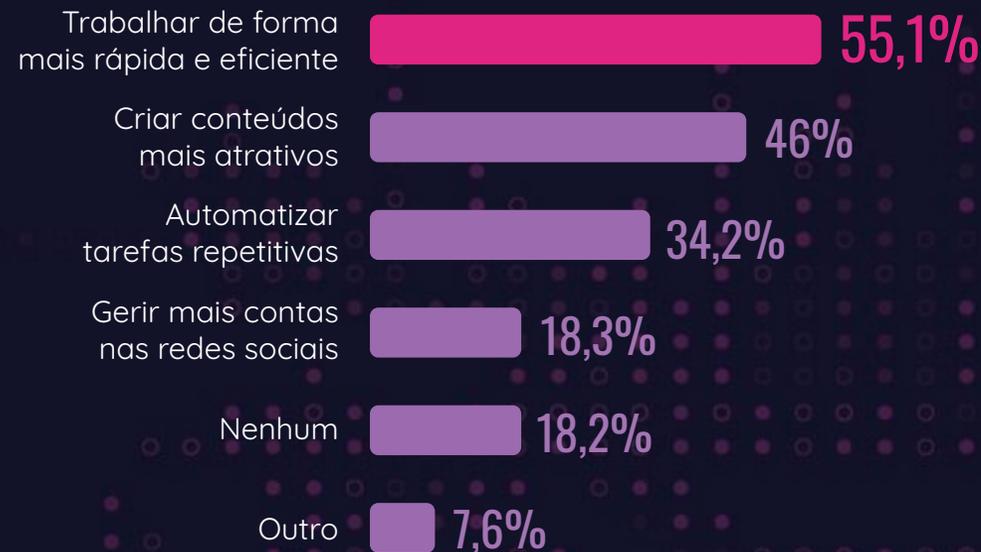
Vantagens para os influenciadores

Mais de 55% dos influenciadores concordam que a **inteligência artificial os ajuda a trabalhar de forma mais rápida e eficiente.**

Graças a isso, podem também criar **conteúdos mais atrativos e automatizar tarefas** repetitivas que ocupam tempo criativo valioso.

Por outro lado, alguns influenciadores afirmam que, graças à IA, também podem **gerir mais perfis nas diferentes redes sociais.**

Que benefícios considera que aporta a IA no trabalho?

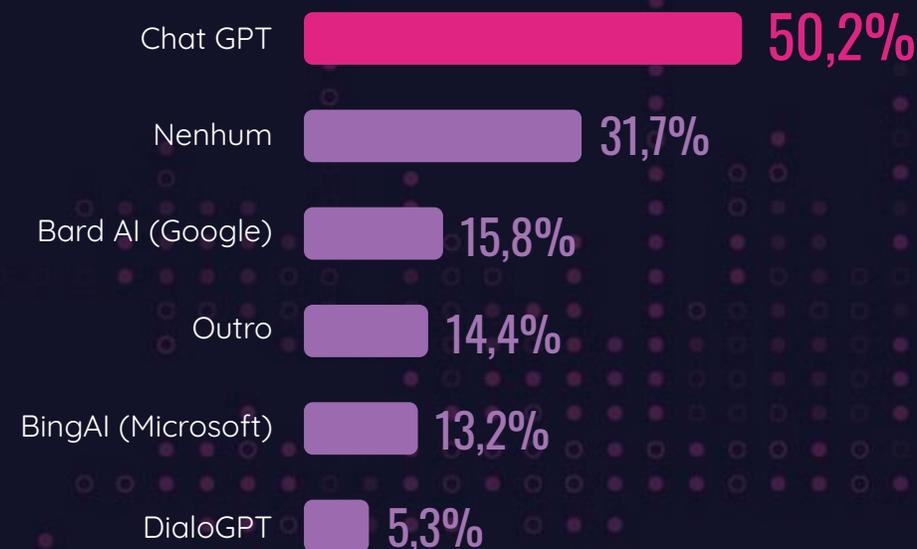


IAs de textos

Mais de metade dos nossos influenciadores utilizam o **Chat GPT** como ferramenta de inteligência artificial para a criação de conteúdos nas redes sociais.

Este programa é o **preferido** em relação a outros, como o Bard Ai da Google ou o Bing AI da Microsoft, que ainda não são tão populares.

Que programa de IA utilizou para gerar conteúdos de texto?



IAs de imagens

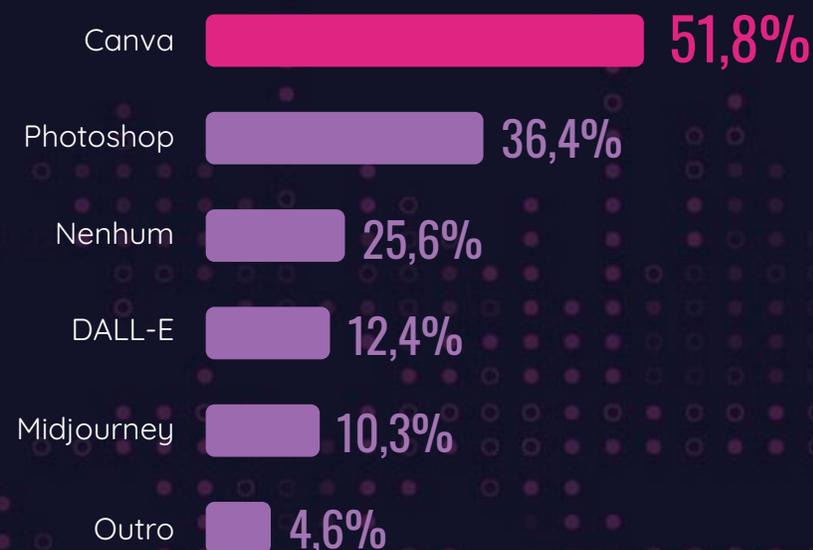
Ao mesmo tempo, o Canva continua a ser o software de **edição de imagem e vídeo preferido da inteligência artificial**, para mais de metade dos inquiridos.

Segue-se o **Photoshop**, que é utilizado por 36,4% dos criadores de conteúdos.

Um quarto dos influenciadores não utiliza **programas de IA** para editar imagens ou vídeos, pelo que provavelmente utilizam as ferramentas das próprias aplicações, como o Instagram ou o TikTok.

Por último, as IA como **DALL-E e Midjourney** ainda não são muito populares entre os influenciadores.

Que programa de IA utilizou para gerar imagens?



Fiabilidade e confiança

Os criadores de conteúdos tendem a confiar nas informações fornecidas pela IA. Cerca de **64% confiam nos dados** que a mesma fornece.

No entanto, é preciso lembrar que, embora a inteligência artificial possa processar grandes quantidades de dados com rapidez e precisão, também é **vulnerável a erros humanos, como a parcialidade** dos dados ou a falta de contexto.

Fonte:

Quão fiáveis são as informações obtidas através da Inteligência Artificial?

Confia na informação que a IA lhe dá?

Não
36,2%

63,8% Sim

Influenciadores virtuais

Quase 72% dos influenciadores inquiridos não seguem nem conhecem nenhum influenciador virtual.

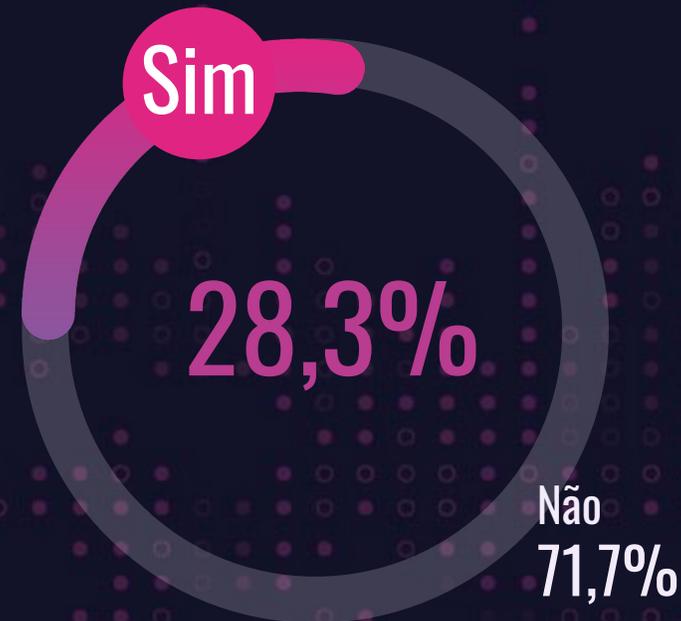
Lil Miquela tem atualmente 2,7 milhões de seguidores no Instagram e é a criadora de conteúdos virtuais mais famosa. É seguida por outros com uma média de 200 000 seguidores, pelo que, em termos de localização (América) e de audiência, os influenciadores virtuais ainda não são bem sucedidos entre a comunidade de língua portuguesa.

Fonte:

[Os 5 influenciadores virais mais famosos](#)

SOCIAL.PUBLIC

Segue algum influenciador virtual?



Transparência

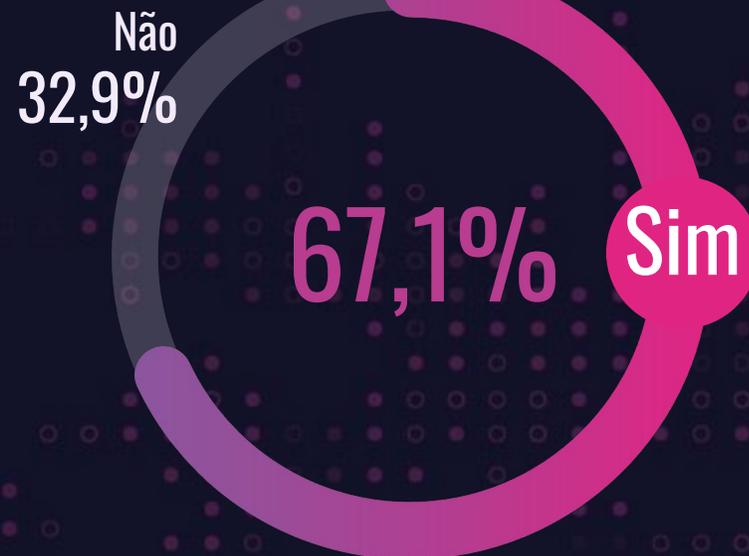
Um dos aspectos mais importantes a considerar quando se cria conteúdo utilizando inteligência artificial é a transparência.

A IA é uma tecnologia em desenvolvimento que ainda enfrenta desafios como o desvio de dados ou a falta de contexto, pelo que é aconselhável avisar o público da sua utilização.

É assim que os influenciadores vêem a situação. **67,1% deles informariam os seus seguidores.**

A maioria dos influenciadores comunicá-lo-ia, embora quase 33% preferissem mantê-lo em segredo.

Diria aos seus seguidores que está a utilizar a IA para gerar conteúdos?

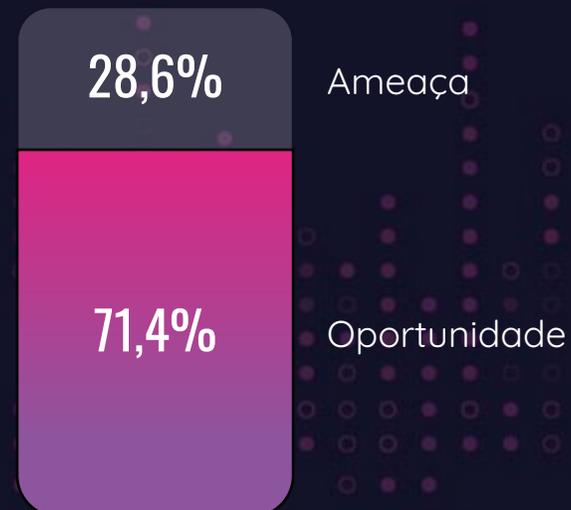


Sentimentos

Confrontados com o debate sobre o perigo ou o benefício da IA em diferentes setores sociais, os influenciadores demonstram um sentimento positivo, com **71,4% a verem-na como uma oportunidade de crescimento e sucesso.**

28,6% têm um sentimento negativo, encarando a IA como uma ameaça ou um problema no seu trabalho.

¿Cómo te hace sentir el aumento en el uso de IA en los últimos tiempos?



Conclusões

- 1 A **popularidade da IA** está a crescer exponencialmente nos últimos meses, mesmo entre os influenciadores.
- 2 A maioria dos influenciadores vê a inteligência artificial como uma **ferramenta útil e benéfica**. Atualmente, metade deles já a incluíram no seu trabalho e utilizam-na principalmente para procurar informação, inspiração, editar conteúdos e gerar copys. Além disso, afirmam que podem trabalhar mais rapidamente e dedicar esse tempo a tarefas mais humanas, como interagir com a sua comunidade e gerar feedback.
- 3 Os **programas mais populares e mais utilizados** entre os criadores de conteúdos são o Chat GPT e o Canva, ambos constantemente atualizados e oferecendo mais funcionalidades à medida que os seus consumidores as exigem.
- 4 Uma grande parte dos influenciadores considera que a **inteligência artificial oferece mais oportunidades** do que ameaças ao seu trabalho. Têm também uma **perspetiva positiva sobre o futuro** que os espera com estas ferramentas tecnológicas.



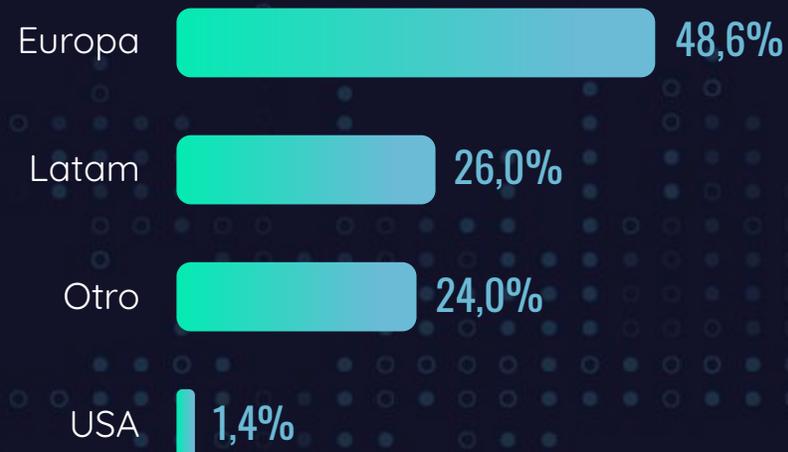
ANUNCIANTES

Localização

Quase metade dos especialistas em marketing inquiridos tem a sua empresa em **Espanha**.

Outros 26% estão sediados na **América Latina**, enquanto outros 24% pertencem a empresas de outros países europeus e americanos.

Onde está localizada a sua empresa?



Conhecimento e contacto

Os números relativos ao conhecimento da IA entre as empresas são **muito semelhantes** aos dos influenciadores.

Mais de **88%** dos especialistas já ouviram falar de inteligência artificial ou já tiveram contacto com ela.

Sabe o que é IA?



Preocupação com o futuro

No entanto, as preocupações dos profissionais de marketing com a IA **são muito diferentes** das dos influenciadores.

Quase **55% dos empresários estão mais entusiasmados do que preocupados com a inteligência artificial**. Isto contrasta com os influenciadores com 36,9%.

Neste caso, as empresas têm uma visão mais positiva e entusiástica da IA.

Apenas 15,5% estão preocupados ou têm uma percepção negativa. Por outro lado, **29,6% são neutros**.

Como se sente com o aumento da utilização da IA nos últimos tempos?

54,9%

Mais entusiasmado do que preocupado

29,6%

Igualmente entusiasmado e preocupado

15,5%

Mais preocupado do que entusiasmado

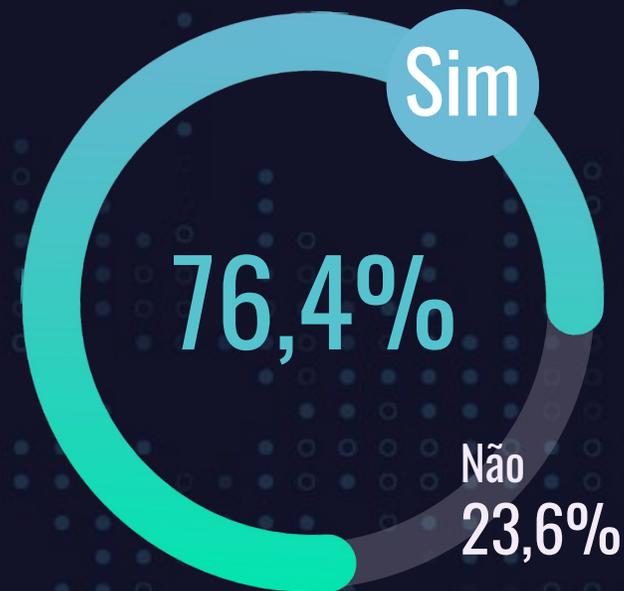
Uso da IA em Marketing

Outra métrica que os diferencia dos influenciadores é a utilização da IA no local de trabalho.

Os especialistas em marketing, para além do seu conhecimento da IA, também a aplicam no seu setor.

Mais de 76% das empresas utilizam ferramentas de inteligência artificial para levar a cabo as suas estratégias de marketing ou planear conteúdos.

Utiliza a IA no seu trabalho?



Fiabilidade e confiança

Mais uma vez, a percentagem de uma pergunta dirigida a especialistas de marketing **é superior** à dos influenciadores.

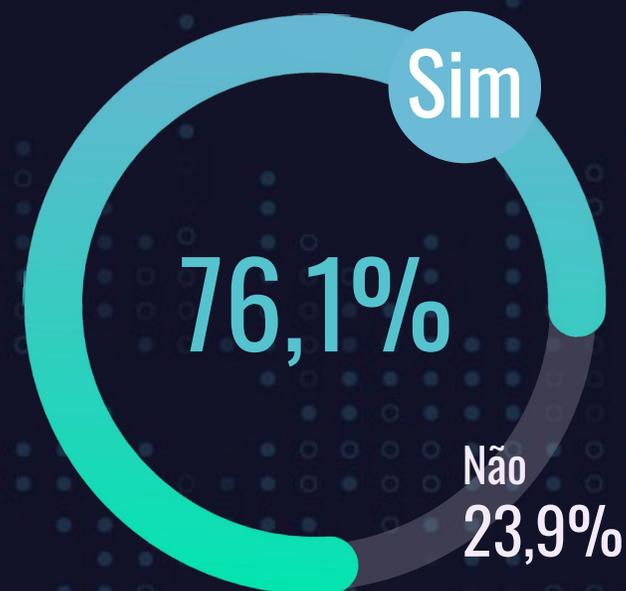
76,1% das empresas confiam nas informações fornecidas pela inteligência artificial, o que também se refere a uma visão positiva da IA e a um maior conhecimento das ferramentas.

Muitos empresários **pesquisam previamente** as informações fornecidas pelas ferramentas para verificar a sua veracidade.

Fonte:

Como verificar a veracidade dos conteúdos criados com ferramentas de inteligência artificial

Confia nas informações que a IA lhe dá?



Utilizações da IA no Marketing

As utilizações da inteligência artificial no marketing são realmente variadas e diferentes.

Quase metade das empresas utiliza a IA para **gerar textos e publicações nas redes sociais**.

Depois, em cerca de **40%**, muitos especialistas produzem imagens e vídeos com IA, editam conteúdos, aplicam-na ao copywriting, ao brainstorming ou à pesquisa de conteúdos.

Para além disso, **30% a 18% identificam tendências, desenham gráficos e procuram influenciadores com IA**.

Que utilizações vê para a IA no seu trabalho de marketing?



Programas e ferramentas de IA

Mais uma vez, o **Chat GPT** conquista a coroa da inteligência artificial mais popular e mais utilizada. **Mais de 71% das empresas confiam e utilizam o Chat GPT.**

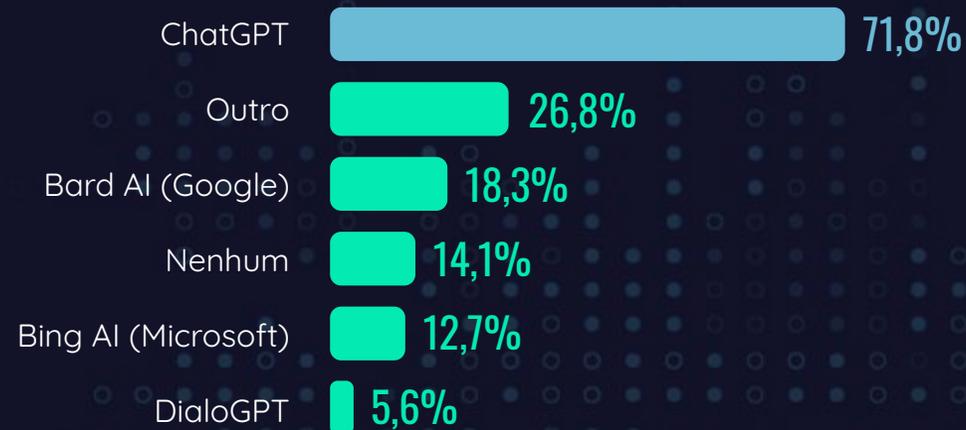
Da mesma forma, mas mais lentamente, **a Bard AI e a Bing AI continuam a crescer em popularidade.**

Por outro lado, há uma série de ferramentas menos conhecidas que também são utilizadas pelos especialistas em marketing.

Fonte:

ChatGPT, Google Bard ou Bing Chat: diferenças e qual é o melhor chatbot atualmente

Que programa de IA já utilizou?



Colaborações com Influenciadores de AI

62% dos profissionais de marketing **concordariam em trabalhar com um influenciador virtual gerado por IA.**

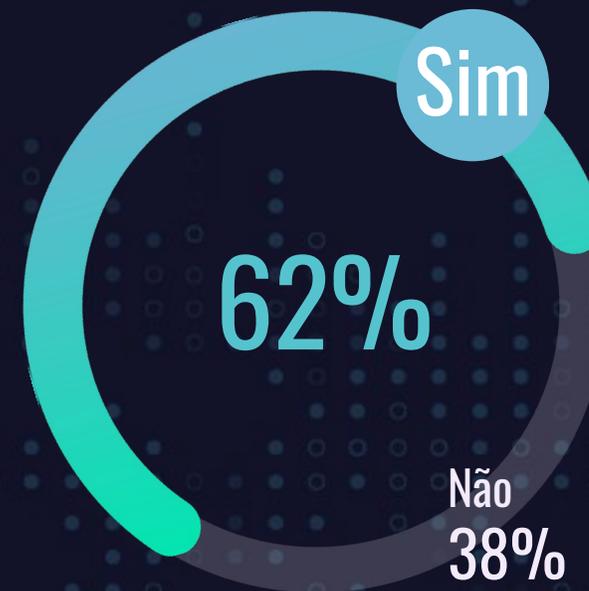
Este é um número bastante surpreendente, e que já podemos confirmar ao analisar algumas **colaborações existentes com os influenciadores virtuais** acima mencionados.

No entanto, **38% das empresas continuam a preferir trabalhar com influenciadores reais** que trazem humanidade e emoção às suas promoções.

Fonte:

O que são os influenciadores virtuais e como funcionam com as marcas?
Influenciadores virtuais: o futuro das marcas e das passarelas

Trabalharia com um influenciador virtual?



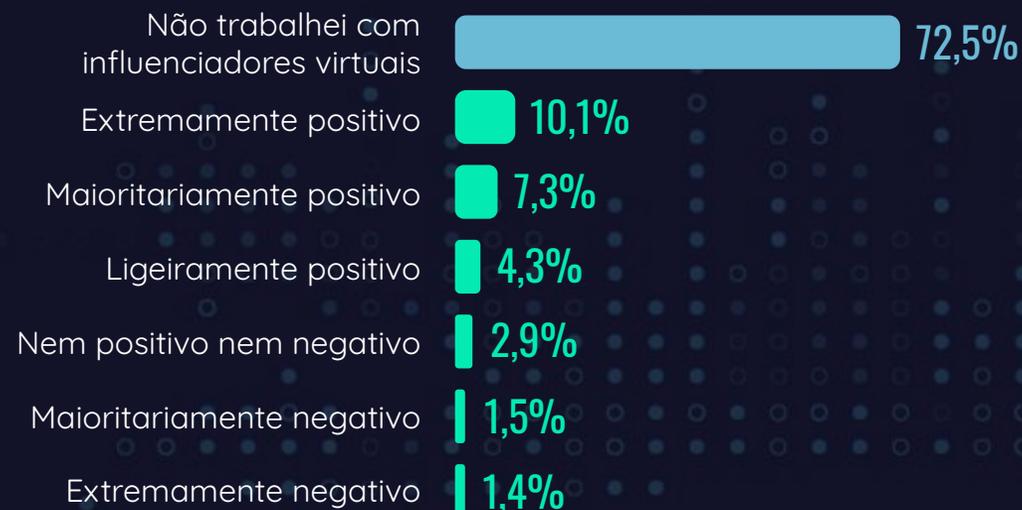
Experiências

Embora as marcas apreciem a utilização da IA na publicidade e muitas trabalhem com influenciadores artificiais, **72,5% ainda não tiveram a oportunidade de colaborar com um influenciador virtual.**

Apenas **27,5%** dos profissionais de marketing puderam **partilhar a sua experiência de colaboração com influenciadores de IA.** Entre estes, a maioria (21,7%) alcançou bons resultados.

Por outro lado, **2,9%** tiveram uma experiência **neutra** e outra minoria de **2,9%** teve **maus resultados.**

Se já trabalhou com um influenciador virtual, como descreveria a sua experiência?



Transparência

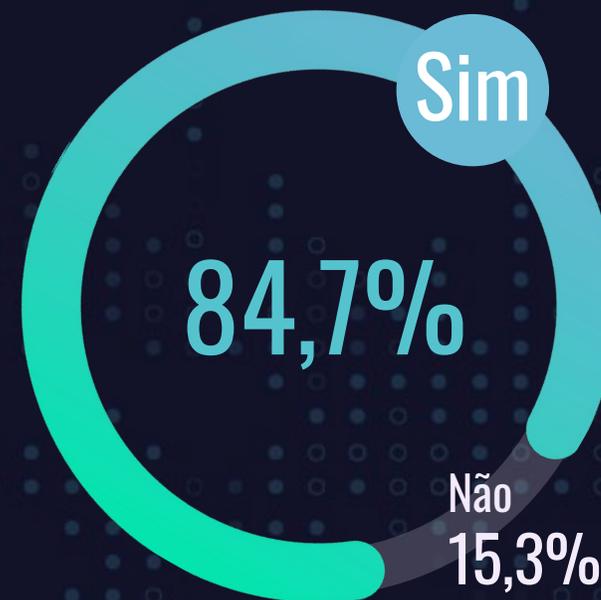
Ao contrário dos influenciadores, a grande maioria das marcas **concordaria em informar o público** sobre a utilização da inteligência artificial nas suas promoções.

Ainda não existe uma **regulamentação concreta** sobre os conteúdos gerados por IA, mas é possível que em breve **surjam leis** para controlar estes processos que afectam diariamente a vida dos consumidores.

Fonte:

Regulamentação da IA: situação atual e possibilidades futuras

Acha que é necessário que os influenciadores informem as marcas se estão a utilizar IA para campanhas pagas?



Sentimentos

Tendo em conta todos os outros pontos acima, podemos ter uma ideia sobre os sentimentos que as empresas têm em relação à IA.

Em geral, e com **81,7%** das respostas, **as marcas vêem a inteligência artificial como uma oportunidade de crescimento, melhoria e eficiência para a indústria do Marketing**, tanto Digital como de Influenciadores.

Relativamente ao futuro do marketing de influência, vê a IA como uma ameaça ou uma oportunidade para o sector?

18,3%

Ameaça

81,7%

Oportunidade

Conclusões

- 1 A inteligência artificial **é uma ferramenta que gera muita preocupação e curiosidade entre as marcas que trabalham no sector do marketing.**
- 2 Muito poucas empresas desconhecem a existência ou a utilidade da IA, pelo que as restantes **já a aplicam no seu trabalho e estratégias.**
- 3 Ao obterem bons resultados na geração de conteúdos e no planeamento de estratégias, **as marcas vêem a IA como uma grande oportunidade de crescimento e eficiência.**
- 4 O programa de IA mais utilizado pelas empresas é o **Chat GPT**, que lhes dá **confiança e uma forma de trabalhar mais fácil, rápida e cómoda.** Além disso, os especialistas não teriam qualquer problema em afirmar publicamente a sua utilização.
- 5 No entanto, no que diz respeito ao Influencer Marketing, muito poucas empresas conseguiram colaborar com influenciadores virtuais ou gerados por IA. **Isto denota um mercado emergente que ainda não foi totalmente explorado, apesar do facto de as ferramentas de geração de texto, imagem ou vídeo estarem a tornar-se cada vez mais populares e utilizadas.**



SOCIAL_PUBLI

ESPAÑA - PORTUGAL - ITÁLIA - REINO UNIDO - FRANÇA - EUA - MÉXICO - PERU - COLÔMBIA

#TodosSomosInfluenciadores

www.socialpubli.com

Siga-nos em:



Contacto:
info@socialpubli.com