

**70% des
influenceurs
pensent que le
métavers va
remplacer les
réseaux sociaux**

Instagram, Snapchat... Bientôt has been ? Pour des centaines d'influenceurs, délaisser les réseaux pour se lancer dans le métavers relève d'une évidence.

À l'heure où Roblox affole les cours de récréés, où Facebook devient Meta, plus question d'en douter : le métavers s'installe pour de bon.

D'une plateforme à l'autre, de nombreux utilisateurs ont flairé le potentiel économique de ces nouveaux espaces de création et d'échange virtuels.

Et on a de tout, de l'immobilier numérique dans The Sandbox jusqu'aux ventes de prêt à porter virtuel dans Zepeto. Mais, si jusqu'ici nous évoquions l'intérêt des marques pour s'impliquer dans le métavers, qu'en est-il pour les influenceurs ?

56% des influenceurs américains déjà présents dans le métavers
D'après l'étude près de 56% d'entre eux ont déjà rejoint le métavers, quand seulement 11% des utilisateurs des réseaux sociaux en général disent avoir tenté l'expérience.

De plus, 72% des influenceurs envisagent ou gagnent déjà de l'argent dans le métavers. Notons enfin qu'en termes de rémunération, près de 49% des influenceurs se disent favorables à l'idée d'être rémunéré en bitcoin plutôt qu'en dollars dans le métavers.

70% des influenceurs estiment que les réseaux sociaux vont céder leur place au métavers

À l'heure où l'économie de la création souffre et où les grandes plateformes comme YouTube ne parviennent plus à rémunérer correctement les créateurs, de nombreuses personnalités du net voient dans le métavers une bouée de sauvetage pour rémunérer leurs contenus.

Ainsi, pour 70% des influenceurs sondés délaissent les réseaux sociaux pour s'impliquer à fond dans le métavers n'a pas de quoi les faire pâlir. Ce qui les rassure ? La présence ou l'installation récente de nombreuses grandes enseignes dans les différents métavers.

Cette étude reste centrée sur le marketing

d'influence aux États-Unis.

Mais il est évident qu'en termes d'opportunités de vente et de diffusion

d'image, certains

métavers offrent déjà

aux influenceurs des

perspectives.

Source : Izea - étude effectuée

auprès de 1 034

internautes américains âgés

de 18 à 60 ans et plus.

L'ADN

Plus d'info

ladn.eu