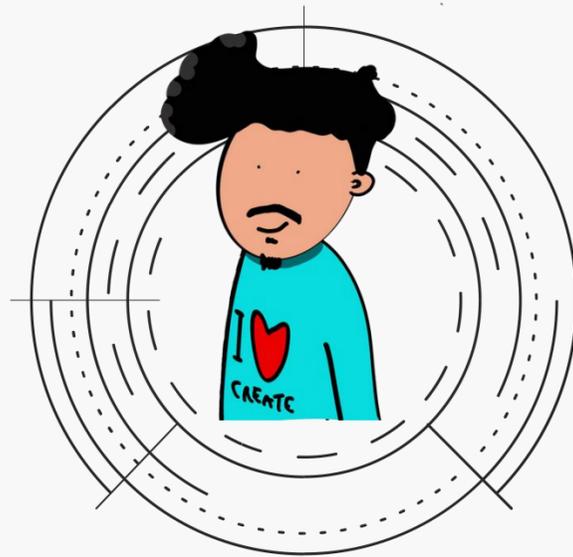


CREATIVITÀ E INTELLIGENZA ARTIFICIALE: LA PERCEZIONE DI CONSUMATORI E CREATIVI



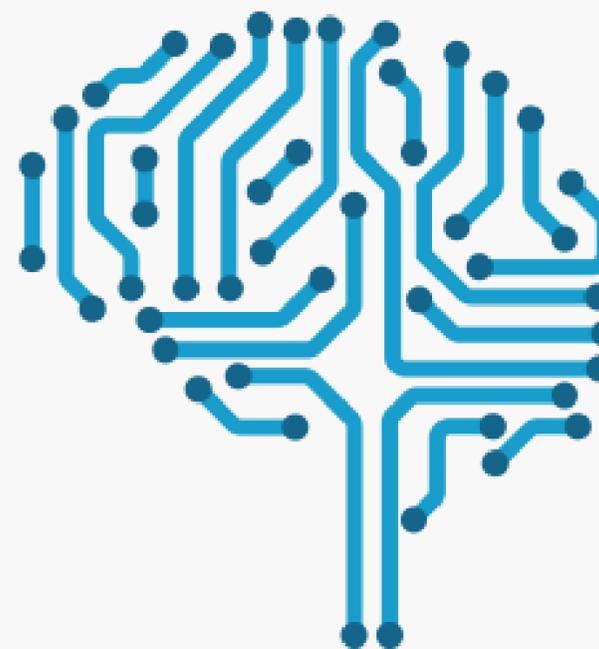
STEFANO QUINZII 4712690
UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE

CREATIVITÀ
UMANA



VS

INTELLIGENZA
ARTIFICIALE

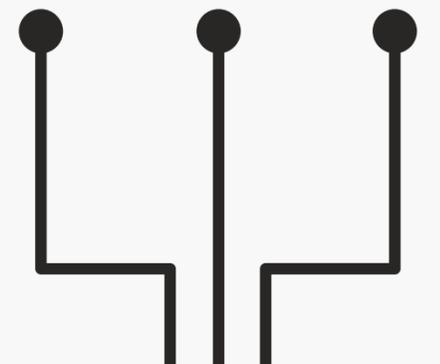


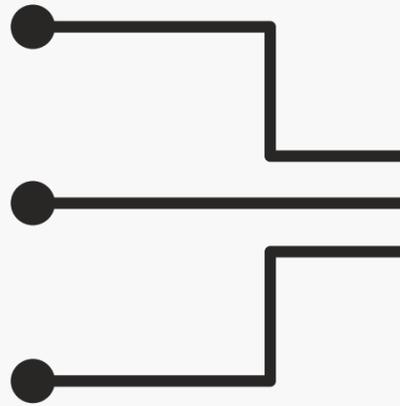
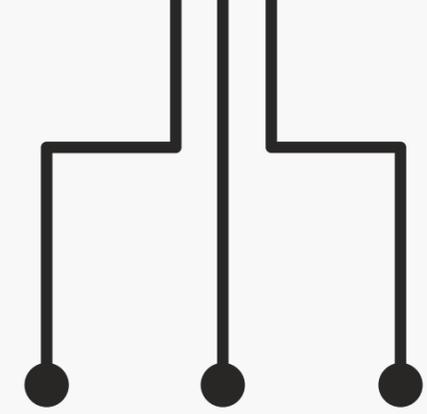
E IN AMBITO
PUBBLICITARIO?

IL CASO LEXUS

LEXUS PRESENTS
A FILM WRITTEN BY ARTIFICIAL INTELLIGENCE

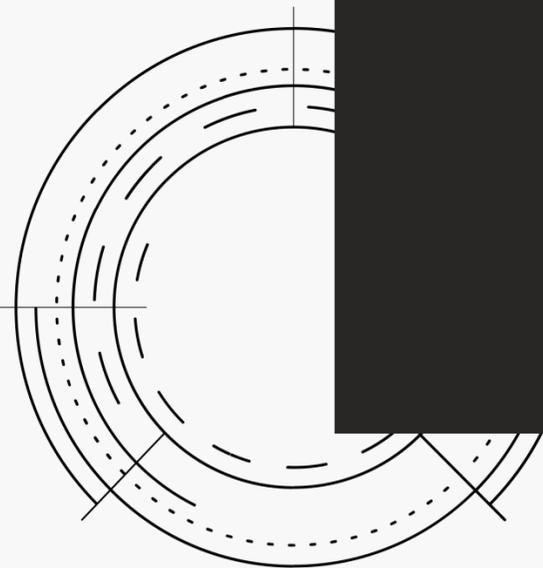
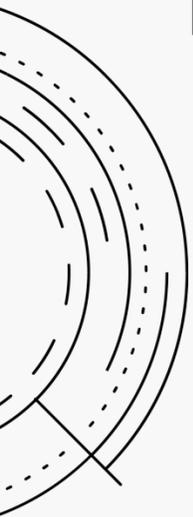
- *Drive by intuition*, 2018
- Script pubblicitario scritto dall'intelligenza artificiale
- Analisi delle pubblicità automotive premiate a Cannes



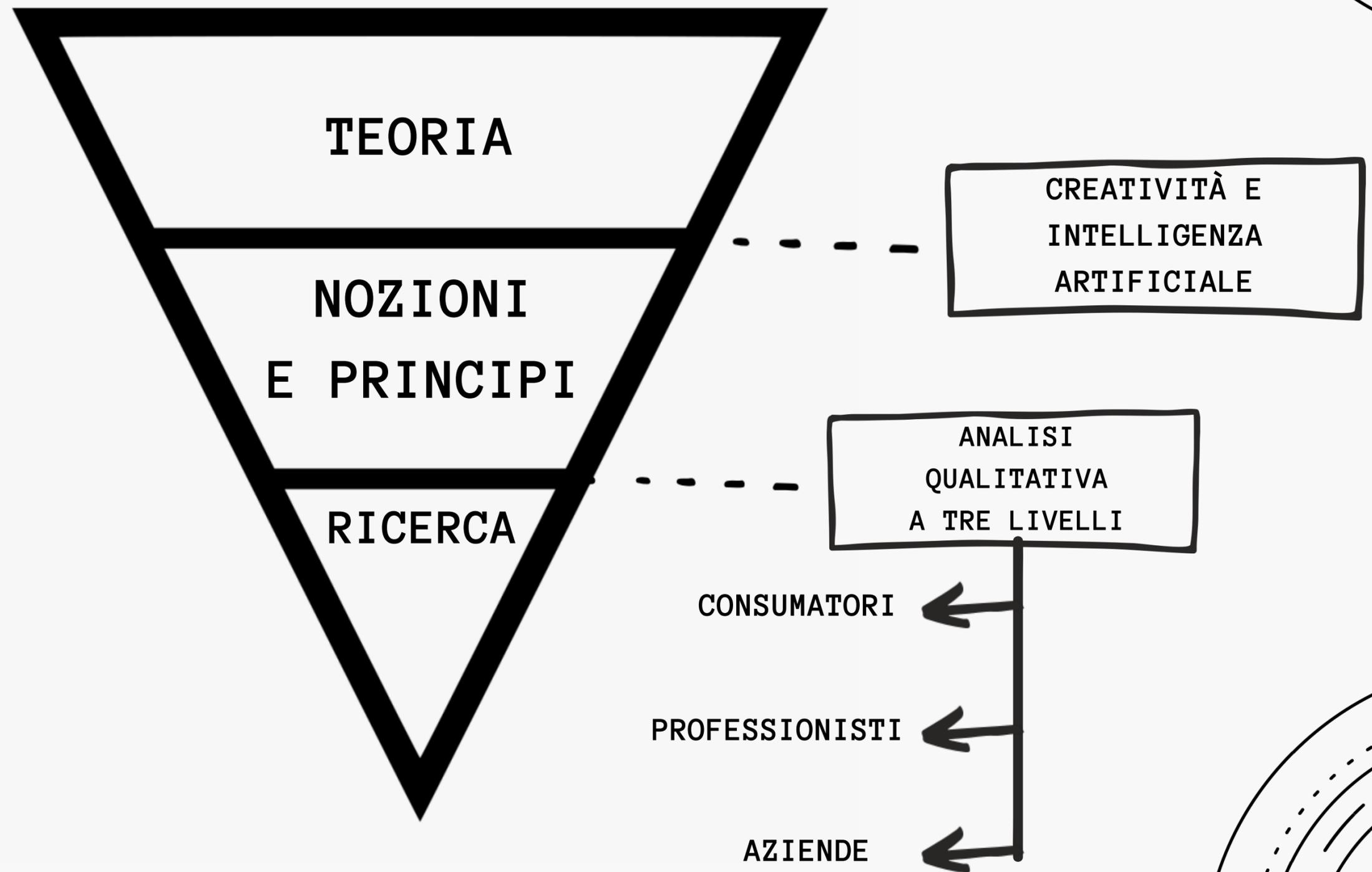


DOMANDA DI RICERCA

Indagare la percezione dell'utilizzo dell'intelligenza artificiale nella creatività pubblicitaria da parte dei principali player del settore



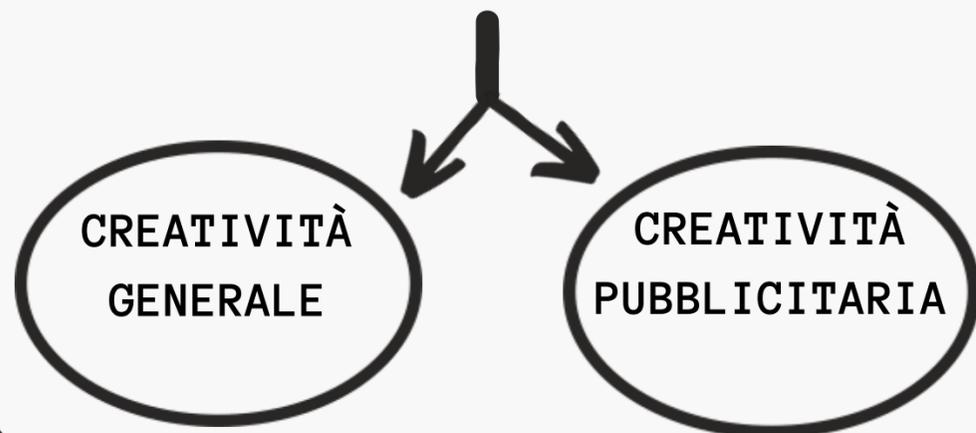
DALLA TEORIA
ALLA RICERCA





CREATIVITÀ

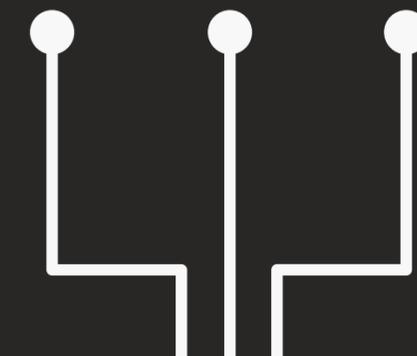
- Caratteristiche e fattori
- Il ruolo dell'individuo
- Modalità di misurazione

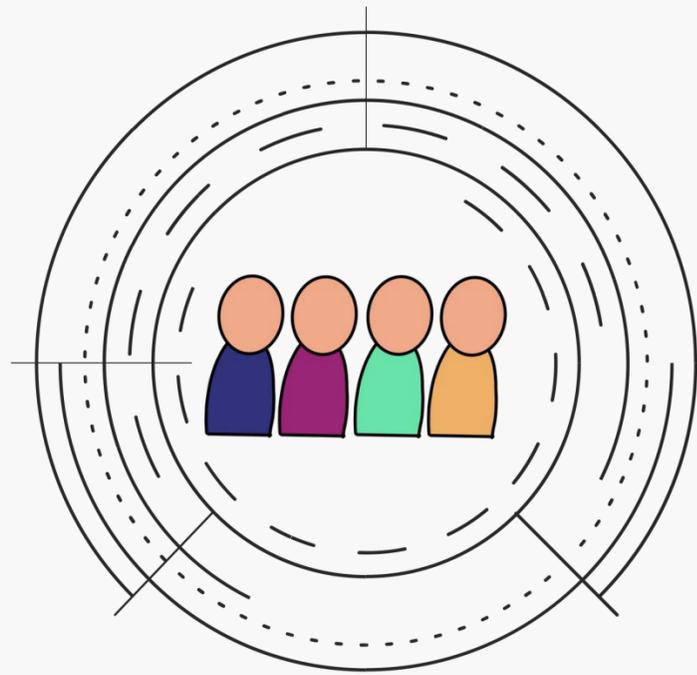


INTELLIGENZA ARTIFICIALE

- Definizione e applicazioni
- Caratteristiche, tecniche e processi
- Utilizzo in marketing e personalizzazione dell'esperienza
- "*Pubblicità intelligente*" e caso Lexus

SYSTEMATIC REVIEW

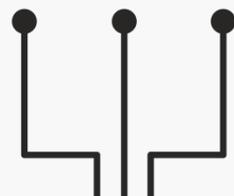




CONSUMATORI

Interviste in
profondità e copy test

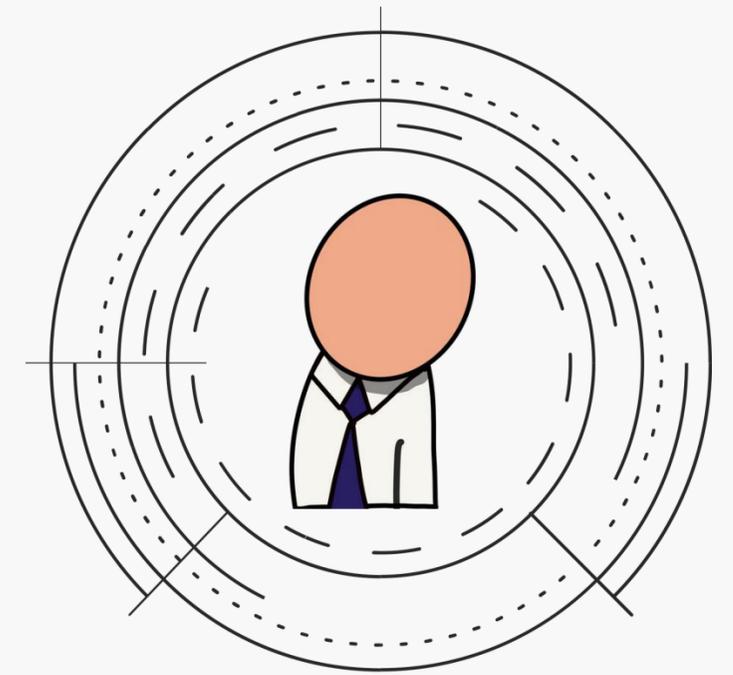
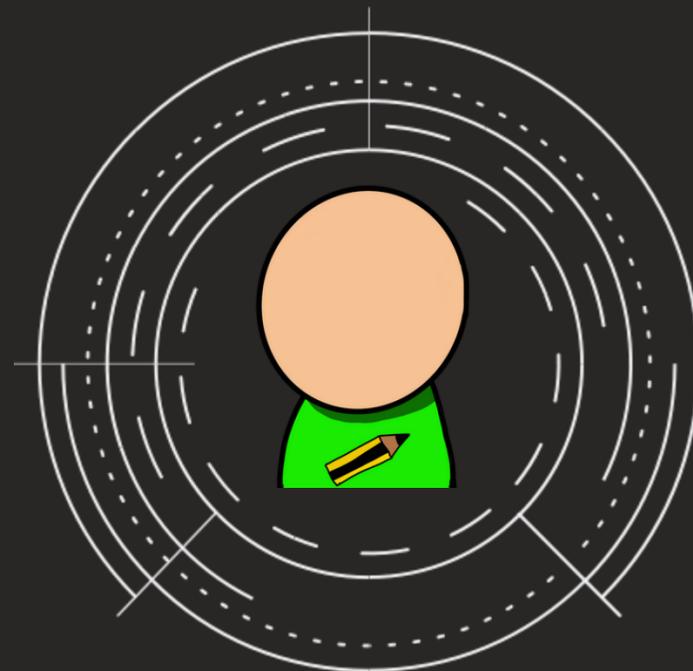
Come viene percepito il
prodotto pubblicitario
creato dall'intelligenza
artificiale?



Che ruolo può svolgere
l'intelligenza
artificiale nel processo
creativo?

PROFESSIONISTI DELLA CREATIVITÀ

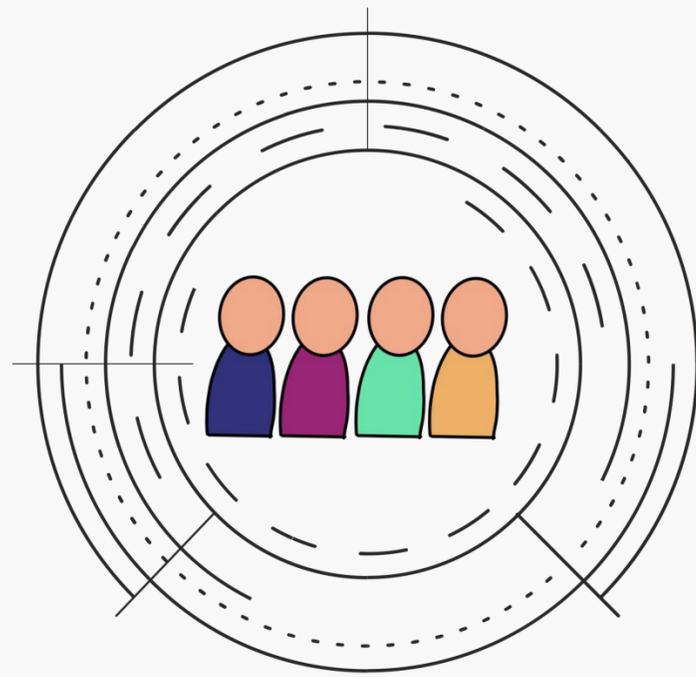
Focus group



OPERATORI DI MARKETING E DEL BRAND MANAGEMENT

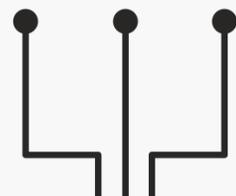
Interviste in
profondità

Quali caratteristiche
individuano le aziende
in questa tecnologia?
La utilizzerebbero?



CONSUMATORI

- 12 soggetti
- Gender balanced
- Tre differenti generazioni



– **Non è percepito** dal consumatore l'utilizzo dell'intelligenza artificiale nella realizzazione dello spot

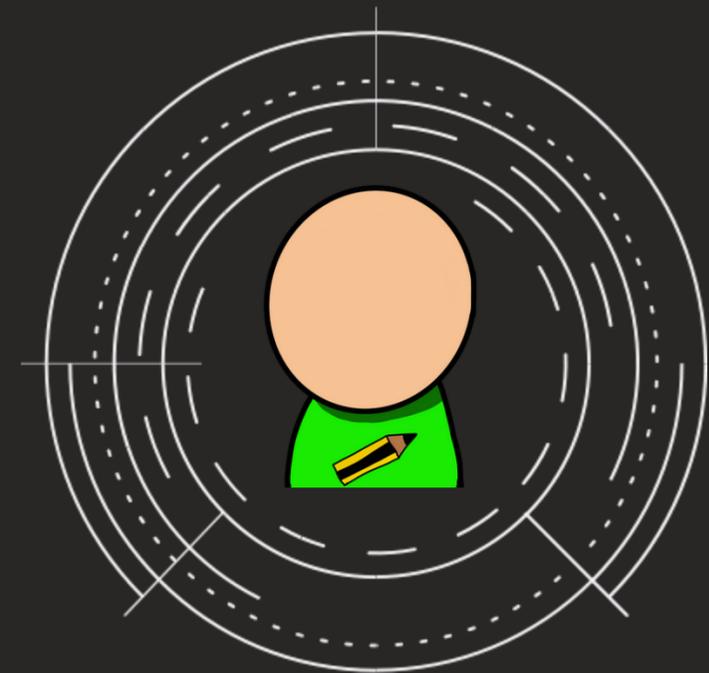
– Lo spot Lexus è visto come **canonico e non originale**, assente sotto il **profilo emotivo** e manchevole del carattere della **rilevanza**

– i soggetti reputano possibile soltanto una **collaborazione** tra intelligenza artificiale ed essere umano

- È stato ribadito il ruolo centrale della **rilevanza** nella creatività pubblicitaria, mostrando come gli **insight di vita quotidiana** risultino fondamentali

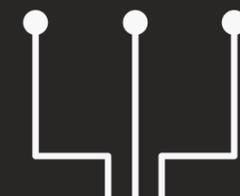
- Anche muovendosi all'interno di dati canonici è possibile aggiungere creatività al prodotto pubblicitario **utilizzando informazioni prese dal quotidiano** che permettono allo spettatore di **immedesimarsi** nella pubblicità

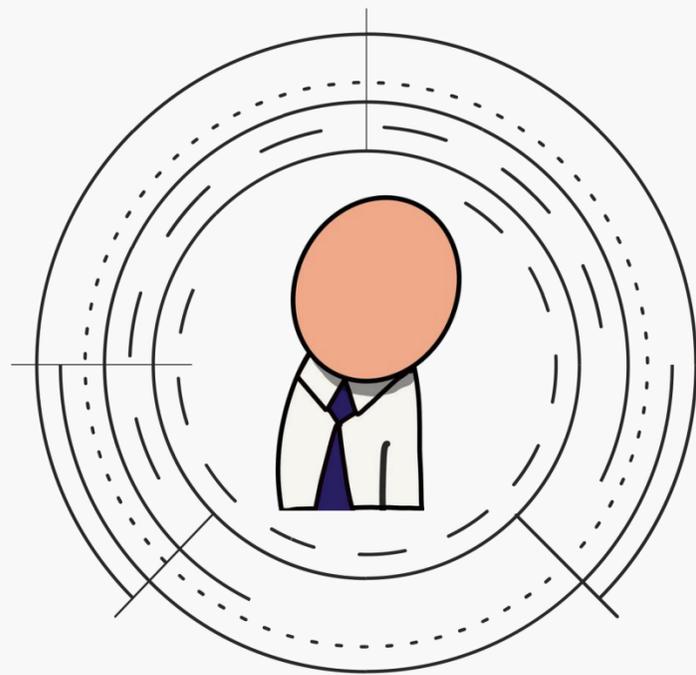
- l'intelligenza artificiale può essere un valido aiuto al lavoro creativo per presentare ai clienti creatività **maggiormente affidabili e non contestabili** conservando l'elemento dell'**errore**



PROFESSIONISTI DELLA CREATIVITÀ

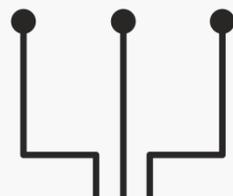
- 6 soggetti
- Tre categorie differenti protagoniste del processo creativo





OPERATORI DI MARKETING E DEL BRAND MANAGEMENT

- 5 soggetti
- Aziende big spender in pubblicità secondo il report Nielsen 2019



- Capacità di **analisi**
- **Velocità** di lavorazione
- **Comodità** di utilizzo

S

- Assenza di **novità**
- Mancata **autonomia**
- **Distacco emotivo** per mancata esperienza

W

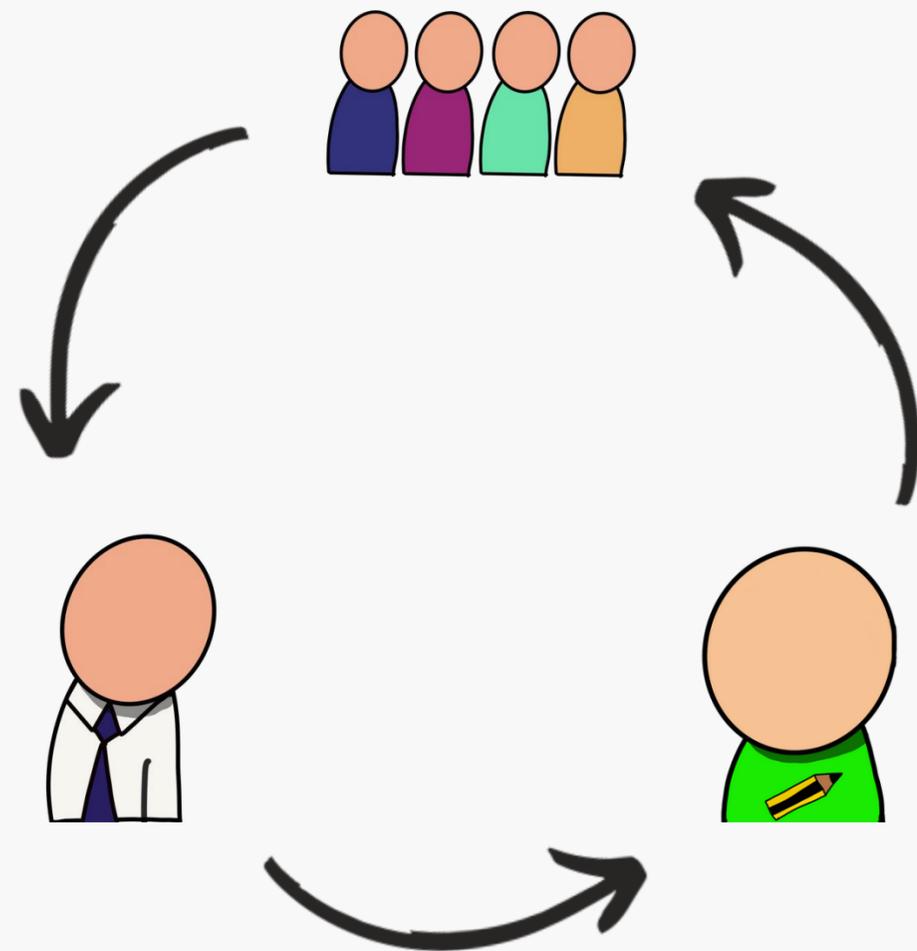
- Time saving
- Cost saving
- **Vantaggio competitivo**
- Impatto positivo sulla **brand image**

O

- **Standardizzazione e appiattimento**
- Problemi per **equilibri interni** all'azienda
- **Distacco e allontanamento**

T

RISPOSTA ALLA DOMANDA DI RICERCA



- Lo spot Lexus è manchevole sotto il profilo della *novità* e della *rilevanza*
- La *rilevanza* gioca un ruolo fondamentale nella creatività pubblicitaria
- L'intelligenza artificiale può rappresentare un valido **strumento di supporto**

LIMITI DELLA RICERCA

- Il caso Lexus è l'unico caso di applicazione di intelligenza artificiale alla creatività pubblicitaria
- Per la misurazione della creatività pubblicitaria degli spot sono stati scelti consumatori e non esperti in materia

SPUNTI PER LA RICERCA FUTURA

- Monitorare la penetrazione del fenomeno e nuove applicazioni per altre categorie merceologiche
- Approfondire l'analisi utilizzando una metodologia dalla maggiore rilevanza scientifica

GRAZIE

