

L'IRRUPTION DE L'IA

MARKETING

EN CE DÉBUT D'ANNÉE, TOUT LE MONDE PARLE DE L'OUTIL BASÉ SUR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE POUR GÉNÉRER DU CONTENU, CHATGPT. LA VAGUE DE CHATGPT, SIGNIFIANT GENERATIVE PRE-TRAINED TRANSFORMER (TRANSFORMATEUR GÉNÉRIQUE PRÉ-ENTRAÎNÉ), SEMBLE ÊTRE DEVENUE LE NOUVEAU PHÉNOMÈNE TECHNOLOGIQUE.

La question n'est pas de savoir s'il faut utiliser ChatGPT ou non, mais plutôt de savoir comment. ChatGPT ne remplacera pas les humains, mais il constitue l'un des plus puissants outils à ce jour pour améliorer la productivité dans les métiers du digital. Vous trouverez dans cet article les principaux cas d'usage de ChatGPT pour les professionnels du marketing/communication et, plus particulièrement, la production de contenus.

Trouver de l'inspiration

L'intelligence artificielle est une pépite pour tout rédacteur qui veut gagner du temps, trouver l'inspiration et créer une première base de contenu. Le ChatGPT conserve dans sa base de données tous les articles disponibles sur le web. En lui demandant de fournir un article sur tel ou tel sujet, le robot est capable de transmettre plusieurs informations suivies d'un ou plusieurs articles sur le sujet. Ces derniers sont rigoureusement sélectionnés par les algorithmes et constituent ainsi une base d'inspiration fiable pour un plan d'article. Il est possible de demander à ChatGPT de rédiger un article en entier. Toutefois, la réponse sera plutôt succincte et ne sera pas à la hauteur d'un article complet. C'est aux rédacteurs de l'agrémenter avec leurs talents d'écriture.

Optimisation du référencement naturel (SEO)

ChatGPT est capable de donner quelques pistes pour améliorer le référencement naturel d'un contenu. Par exemple, en écrivant « mon article est-il optimisé SEO ? » suivi du texte, ChatGPT est en mesure de signaler l'oubli de mots-clés pertinents dans le titre et dans les titres de section du contenu. Il permet également d'indiquer des synonymes des mots-clés pour diversifier le vocabulaire du texte. L'outil propose même des liens internes et externes pertinents pour renforcer la crédibilité du contenu.

Et puis ses limites

Si cet outil est déjà révolutionnaire, il n'en reste pas moins limité. Certains cas d'utilisation ont révélé que l'IA transmet des informations fausses présentes sur le web. De plus, l'outil se nourrit uniquement – pour le moment – des événements antérieurs à 2022. Si le style d'écriture est bluffant, ChatGPT utilise également des tournures de phrases qui ne seraient pas toujours employées par un être humain.

Fake Smart

Les dangers évidents sont les nombreux risques d'utilisation trompeuse dans les devoirs d'étudiants, les textes journalistiques ou les articles de blogs des soi-disant experts. Après les fake news, bienvenue dans l'ère du fake smart où l'on peut produire un texte sur un sujet dont nous ne connaissons absolument rien ! Un début de riposte est apparu avec un outil en ligne créé par la start-up Draft & Goal et qui permet de détecter si un texte a été produit par ChatGPT et ainsi démasquer les utilisateurs frauduleux.

L'IA ne vaut pas l'humain

L'émergence des intelligences artificielles peut ressembler à une menace. Or, il est indispensable de garder en tête que ces outils, bien que de plus en plus convaincants, n'ont pas vocation à remplacer certaines pratiques. Il s'agit plutôt d'un moyen pour décupler la productivité, la créativité et la recherche. Mais aucun robot n'est encore doté des nuances et des subtilités d'un cerveau humain.

En conclusion*

ChatGPT offre des avantages considérables aux professionnels du digital et à toutes les entreprises qui créent du contenu marketing. Cependant, la prudence reste de mise. Il faut prendre en compte les limites de l'intelligence artificielle pour continuer à fournir un travail de grande qualité. Le but étant que la technologie ouvre les portes d'un monde plus connecté, collaboratif et efficace, mais sans menaces pour l'intégrité humaine.

*Cet article a été rédigé par Gabriele Del Nunzio sans l'aide de ChatGPT.



Gabriele Del Nunzio.



GDNO SÀRL – STRATÉGIE | MARKETING | COMMUNICATION
Gabriele Del Nunzio - Spécialiste marketing et communication
gabriele@gdno.ch - www.gdno.ch

BULLETIN D'ABONNEMENT

Abonnez-vous !

Je m'abonne à l'AGEFI IMMO pour une année soit 45 francs pour 11 numéros.

Nom : _____ Prénom : _____
Rue : _____ NPA/Localité : _____
Tél. : _____ Date : _____
Signature : _____

Coupon-réponse à retourner à AGEFI, Magazine AGEFI IMMO, Route de la chocolatière 21, 1026 Echandens-Denges, T +41 21 331 41 40, abo.agefi-immo@agefi.com

