

LA GPT-DÉPENDANCE

COMMUNICATION

LES OUTILS D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE TENDENT À SE DÉVELOPPER DE PLUS EN PLUS AU SEIN DES ENTREPRISES, À L'IMAGE DE CHATGPT POUR LA GÉNÉRATION DE TEXTES. IL PRÉSENTE DE NOMBREUX AVANTAGES, MAIS AUSSI QUELQUES DÉSAVANTAGES.

En exploitant les capacités de l'IA, les PME peuvent améliorer l'engagement de leur public cible et accroître leur visibilité en ligne de manière rapide. Cependant, une utilisation abusive et superficielle de ChatGPT peut présenter quelques risques pour l'image de votre entreprise.

Un outil du quotidien

Selon une étude du Blog du Modérateur (média des professionnels du digital), plus de 73% des marketeurs utilisent ChatGPT dans le cadre de leur travail. Un chiffre qui montre à quel point ChatGPT est devenu un véritable assistant dans le quotidien des professionnels de la communication. Parmi les réponses des personnes interrogées, 50% indiquent l'utiliser tous les jours, et 40% l'utilisent au moins 1 fois par semaine. Les experts en SEO/SEA sont ceux qui l'utilisent le plus souvent (88%), suivi par les social media manager (83%), ainsi que les rédacteurs (77%).

Un gain de temps

L'intelligence artificielle représente une plus-value pour ses utilisateurs, car elle permet d'automatiser des tâches répétitives, comme celle de générer du contenu très rapidement. Autres avantages offerts par ChatGPT : il permet de trouver et de développer de nouvelles idées sur des sujets de communication. Ainsi, il est possible de se consacrer à des aspects du métier qui demandent plus de créativité et de réflexion.

Les pièges à éviter

ChatGPT est un outil extrêmement puissant. En revanche, l'outil est connu pour manquer d'originalité. En effet, lorsque vous demandez à ChatGPT de rédiger un post pour votre compte LinkedIn ou autre réseau social, il vous propose un contenu long et sans émotions. L'utilisation d'une tonalité générique peut donner l'impression que le contenu est impersonnel et automatisé. C'est à ce moment que la personnalisation du texte devient primordiale pour se démarquer des concurrents, qui montrent également des signes de « chatodépendance ». Quant aux suggestions de nouvelles idées, les sujets que ChatGPT vous propose sont les mêmes que ceux qu'il suggère à vos concurrents. Par conséquent, il existe le risque que vous développiez les mêmes thématiques que plusieurs entreprises, avec plus ou moins le même concept cloné.

La magie du prompt

Pour mieux exploiter ChatGPT, il est important que vous appreniez à lui parler par le biais d'un prompt. Le prompt est le terme anglophone qui désigne l'ordre à exécuter. Dans le cas de ChatGPT, il s'agit donc de la demande que vous lui faites. Il n'existe pas une seule approche pour rédiger le parfait prompt, car cela dépend du sujet et du résultat souhaité. Cependant, il existe des principes généraux que vous pouvez suivre. Il conviendra donc de rédiger des instructions, en prenant soin de spécifier le contexte et les objectifs, le nombre de signes souhaité, le ton, les destinataires du message et le style désirés. Après avoir lu son premier jet, demandez-lui de développer certains points ou de modifier d'autres. Autant de fois que nécessaire. Quand vous êtes satisfait de la proposition, ajoutez-y la touche humaine indispensable pour vous différencier. Une démarche un peu plus chronophage, certes, mais au résultat beaucoup plus authentique.

En conclusion

Votre entreprise doit-elle faire l'impasse sur l'IA ? Absolument pas ! La solution est de profiter du meilleur des deux mondes : la réalisation de prompts détaillés et la plume d'un pro de la rédaction. En effet, pour mieux exploiter ChatGPT, il est essentiel de considérer l'intelligence artificielle comme un assistant extraordinaire, mais qui ne parvient à exprimer son potentiel qu'à l'aide d'instructions précises. Vous trouverez de nombreux prompts sur le web, que vous pouvez personnaliser en fonction de votre activité, de vos besoins et de vos objectifs. Finalement, ChatGPT reste un appui et ne peut entièrement remplacer l'humain. Des posts améliorés par un professionnel disposant d'une connaissance approfondie des réseaux sociaux vous aideront à vous démarquer de la concurrence et à apporter, cette fois-ci, une réelle valeur ajoutée à votre audience.



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 55 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