Votre communication boostée à l'IA.

Commencez par la BONNE méthode !

Passez des prompts isolés à une communication plus efficace, plus régulière et mieux organisée.

STRATÉGIE MESSAGE SYSTÈME

Votre communication boostée à l'IA, sans compromis sur votre message ni votre voix.

INTRODUCTION

Vous utilisez déjà l'IA. Mais exploitez-vous vraiment son potentiel ?

Vous avez probablement déjà demandé à ChatGPT de rédiger un post LinkedIn, de reformuler un e-mail, de préparer une newsletter ou de trouver des idées de contenus.

Et vous avez peut-être été bluffé par la rapidité du résultat.

Mais après les premiers essais, quelques frustrations apparaissent.

Les textes sont corrects, mais ils ne ressemblent pas vraiment à votre entreprise. Vous devez les corriger, modifier le ton, ajouter des informations, reprendre certaines formulations.

À chaque nouvelle conversation, vous avez l'impression de repartir de zéro.

Et dans votre entreprise, chacun commence à utiliser l'IA à sa manière, avec ses propres prompts, ses outils et ses habitudes.

Vous utilisez l'IA. Mais votre façon de travailler, elle, n'a pas vraiment changé.

C'est précisément ce que nous allons explorer dans ce playbook.

Car l'IA peut faire bien davantage que rédiger quelques textes à votre place.

Elle peut vous permettre de repenser votre manière de préparer, produire, organiser et diffuser votre communication.

À condition de lui donner les bonnes connaissances, les bonnes instructions et une place claire dans votre organisation.

Et surtout, sans renoncer à ce qui fait la singularité de votre entreprise : son expertise, ses convictions, son message et sa voix.

LE PARCOURS

Six déclics. Une autre façon de travailler.

01 La connaissance

Donner à l'IA la matière de votre entreprise.

02 La continuité

Conserver un environnement de travail.

03 La communication

Organiser une matière, plusieurs supports.

04 Le processus

Regarder toute la chaîne de production.

05 L'équipe

Faire circuler les pratiques utiles.

06 La ma trise

Définir les règles et les responsabilités.

MON APPROCHE SMS

Stratégie.
Message. Système.

S Choisir la direction.

Votre activité, vos clients et ce que vous voulez développer.

M Préciser le message.

Vos arguments, vos preuves et votre manière d’expliquer votre travail.

S Organiser le travail.

Les références, les outils, les personnes et les contrôles qui rendent la méthode réutilisable.

01 / DÉCLIC

Le problème n'est pas forcément votre prompt.

Vous avez peut-être déjà passé du temps à perfectionner vos instructions.

Vous précisez le ton, le format, le nombre de mots, la cible, l'objectif et les expressions à éviter.

Le résultat s'améliore. Mais quelques jours plus tard, vous recommencez.

Pourquoi ? Parce qu'un prompt, même excellent, ne remplace pas la connaissance de votre entreprise.

Ce qui manque à votre IA

Pour communiquer efficacement, elle doit comprendre :

- Ce que fait votre entreprise et à qui elle s'adresse.
- Ce qui différencie vos offres.
- Les problèmes que rencontrent vos clients.
- Votre positionnement et vos messages clés.
- Votre ton, votre vocabulaire et votre identité.
- Les informations qu'elle peut utiliser et celles qu'elle doit vérifier.

Si vous ne lui transmettez pas ces éléments, elle complète les informations manquantes avec des formulations générales ou des suppositions.

01 / PASSER À LA PRATIQUE

Ma préconisation.

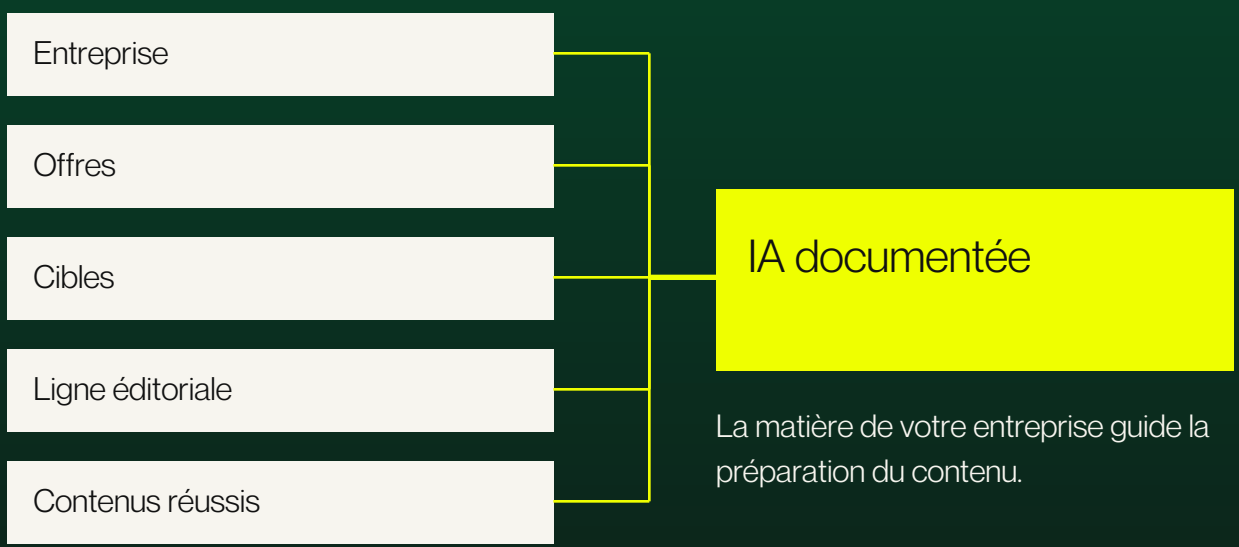
Avant de chercher un meilleur prompt, commencez par rassembler les informations essentielles à votre communication.

Vous n'avez pas besoin de créer immédiatement une base documentaire gigantesque.

Commencez avec cinq documents : la présentation de votre entreprise, vos offres, vos cibles, votre ligne éditoriale et quelques exemples de contenus réussis.

Vous disposerez déjà d'une matière beaucoup plus utile pour travailler avec l'IA.

VOTRE DOSSIER DE DÉPART



La matière de votre entreprise guide la préparation du contenu.

02 / DÉCLIC

Arrêtez de repartir de zéro.

Imaginez que vous recrutiez un nouveau collaborateur dans votre service communication.

Lui demanderiez-vous de rédiger une campagne sans lui expliquer votre stratégie, vos offres ou votre identité ? Évidemment non.

Pourtant, c'est souvent ce que nous faisons avec l'IA.

Nous ouvrons une conversation, nous donnons une instruction et nous attendons un résultat immédiatement exploitable. Puis nous recommençons le lendemain.

Passez de la conversation ponctuelle à un environnement de travail.

Les outils IA permettent désormais de créer des espaces de travail dédiés, d'enregistrer des instructions et de mettre à disposition des documents de référence.

Selon les outils et les fonctionnalités disponibles, vous pouvez ainsi éviter de répéter systématiquement les mêmes informations.

Par exemple, vous pouvez créer un espace consacré à votre communication LinkedIn, avec votre positionnement, vos cibles, vos messages et vos règles de rédaction.

Un autre espace peut être consacré à vos newsletters ou à vos supports commerciaux.

— Passez de la conversation ponctuelle à un environnement de travail.

02 / PASSER À LA PRATIQUE

Ma préconisation.

Choisissez un seul usage récurrent de votre communication.

Créez un environnement IA dédié à cet usage, avec les connaissances nécessaires et des instructions claires.

Testez-le sur plusieurs contenus, corrigez ce qui ne fonctionne pas et améliorez progressivement vos références.

L'objectif n'est pas de créer le système parfait immédiatement. C'est de construire une méthode que vous pourrez réutiliser.

DEUX FA ONS DE TRAVAILLER

Ponctuelle

Consigne → texte → corrections.

Le lendemain, les mêmes informations sont redemandées.

Réutilisable

Références + instructions + exemples corrigés.

Le prochain contenu reprend une matière conservée et mise à jour.

03 / DÉCLIC

L'IA ne doit pas simplement écrire à votre place.

Lorsqu'on découvre l'IA générative, on commence souvent par lui demander de rédiger.

C'est normal : le résultat est immédiat et spectaculaire.

Mais la rédaction n'est qu'une petite partie du travail de communication.

Avant de produire un contenu, il faut choisir un sujet, comprendre son public, définir un message, identifier les bons arguments et sélectionner le format adapté.

Après la rédaction, il faut vérifier, adapter, diffuser et mesurer.

L'IA peut intervenir à chacune de ces étapes.

Prenons un exemple. Votre entreprise vient de publier une nouvelle étude sectorielle.

À partir de cette matière, vous pourriez préparer :

- Un article pour votre site internet.
- Plusieurs publications LinkedIn.
- Un carrousel présentant les principaux enseignements.
- Une newsletter destinée à vos clients.
- Une synthèse pour vos commerciaux.
- Des éléments pour une présentation commerciale.

Il ne s'agit pas de publier partout le même texte.

Chaque contenu doit être adapté à son audience, à son objectif et à son canal.

Mais vous n'avez plus nécessairement besoin de repartir d'une page blanche pour chaque support.

03 / PASSER À LA PRATIQUE

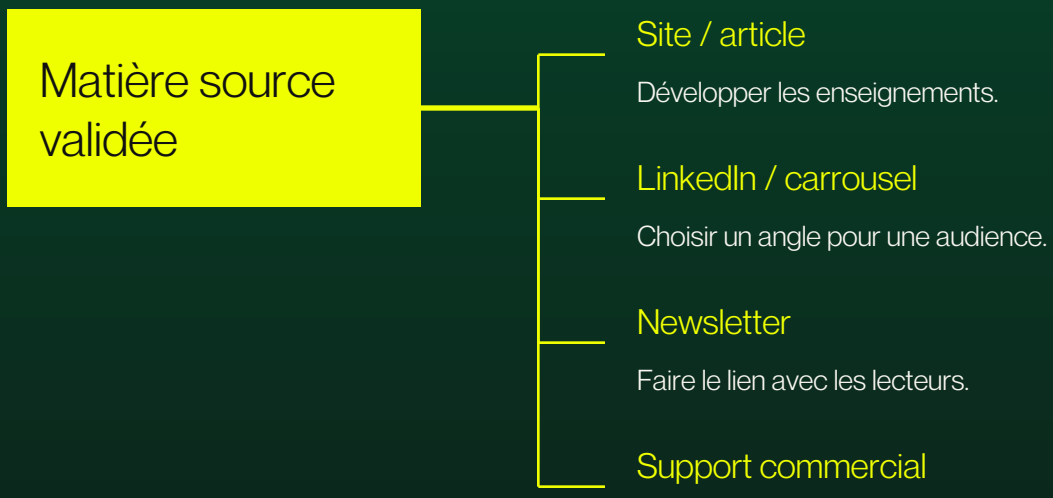
Ma préconisation.

Pour votre prochaine campagne, commencez par préparer une matière source complète et validée.

Puis demandez à votre IA de proposer les différentes déclinaisons possibles, en précisant les objectifs, les destinataires et les contraintes de chaque support.

Vous commencerez à découvrir ce que peut devenir une communication organisée autour d'une même matière stratégique.

UNE MATIÈRE · PLUSIEURS RÔLES



04 / DÉCLIC

Faire évoluer les méthodes de travail.

Vous pouvez désormais produire certains contenus beaucoup plus rapidement.

Mais que se passe-t-il ensuite ?

Les textes attendent-ils toujours plusieurs jours avant d'être validés ?

Les informations circulent-elles encore par e-mail entre plusieurs collaborateurs ?

Faut-il rechercher les mêmes documents à chaque nouvelle campagne ?

Les contenus sont-ils repris plusieurs fois parce que les consignes initiales n'étaient pas suffisamment précises ?

Accélérer une étape ne suffit pas si tout le reste du processus demeure inchangé.

C'est ici que l'IA commence à transformer réellement le fonctionnement d'une entreprise.

Regardez votre communication comme un processus complet.

Pour chaque type de contenu, posez-vous cinq questions :

1. D'où viennent les informations nécessaires ?

2. Qui prépare le contenu et avec quels outils ?

3. Qui le vérifie et le valide ?

4. Comment est-il diffusé ?

5. Comment mesure-t-on son efficacité ?

Vous découvrirez peut-être que votre principal problème n'est pas le temps de rédaction.

Il se situe ailleurs : dans la recherche d'informations, les allers-retours, les validations ou la coordination.

04 / PASSER À LA PRATIQUE

Ma préconisation.

Choisissez un processus simple, comme la production de votre newsletter mensuelle.

Reconstituez toutes les étapes, du choix du sujet jusqu'à l'envoi.

Identifiez les tâches répétitives, les pertes de temps et les étapes indispensables.

Puis déterminez ce que l'IA peut préparer, accélérer ou faciliter, et ce qui doit rester sous contrôle humain.

L'objectif n'est pas de supprimer toutes les validations. C'est de rendre chacune utile, claire et proportionnée au risque.

REGARDEZ AUSSI LES ATTENTES



Une rédaction plus rapide ne suffit pas si les contenus attendent toujours avant diffusion.

05 / DÉCLIC

Faire de l'IA une compétence collective.

Dans beaucoup d'entreprises, les usages de l'IA se développent progressivement.

Un collaborateur l'utilise pour ses e-mails. Un autre pour ses présentations. Un troisième pour ses publications.

Certains obtiennent d'excellents résultats. D'autres restent déçus.

Et les méthodes de chacun ne profitent pas nécessairement au reste de l'équipe.

Le véritable changement commence avec le partage.

Une utilisation collective de l'IA suppose de définir des pratiques communes.

Quels outils sont autorisés ?

Quelles informations peut-on leur transmettre ?

Quels contenus peuvent être préparés avec l'IA ?

Quelles vérifications sont nécessaires ?

Comment partager les méthodes qui fonctionnent ?

Et surtout, comment permettre à chaque collaborateur de progresser ?

L'enjeu n'est pas de remplacer les compétences de votre équipe.

C'est de lui donner les moyens de les exercer autrement.

Les connaissances métier, la créativité, le jugement, la stratégie et la compréhension des clients restent essentiels.

L'IA peut accélérer une partie du travail. Elle ne dispense pas de savoir ce que l'on veut communiquer, ni pourquoi.

05 / PASSER À LA PRATIQUE

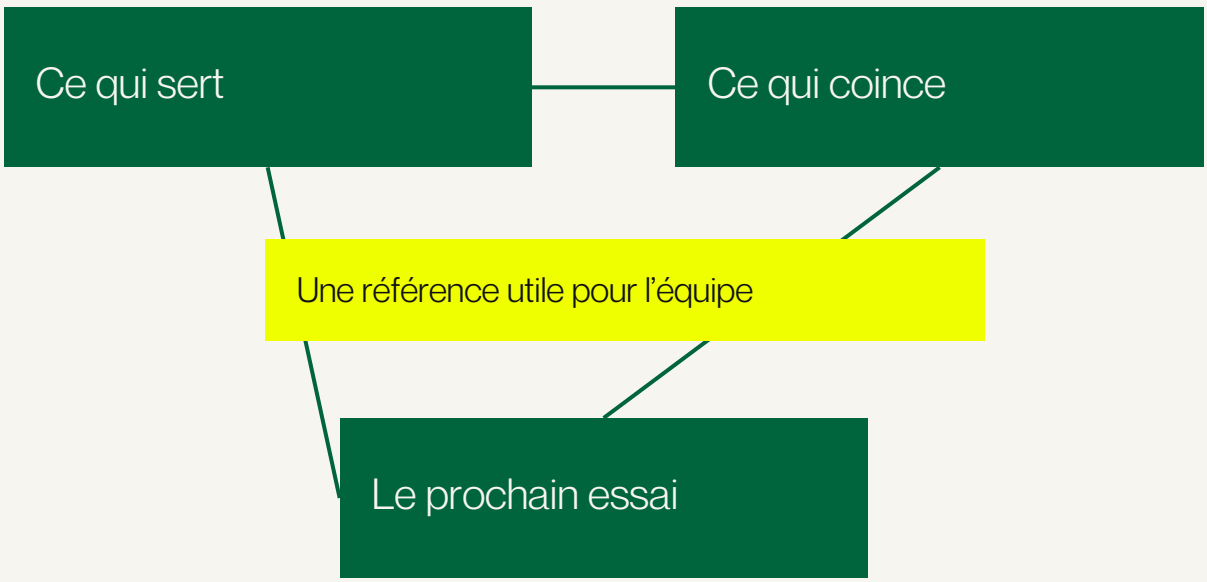
Ma préconisation.

Organisez un premier atelier avec les personnes impliquées dans votre communication.

Demandez à chacun de présenter un usage IA qui lui fait gagner du temps, une difficulté rencontrée et une tâche qu'il aimerait améliorer.

Vous obtiendrez une première cartographie des pratiques et des besoins, sans imposer immédiatement une transformation complète.

FAIRE CIRCULER LES PRATIQUES



06 / DÉCLIC

Avancer sans perdre le contrôle.

Intégrer l'IA dans votre communication soulève des questions légitimes.

Peut-on lui transmettre des informations clients ?

Peut-on utiliser les images qu'elle génère ?

Comment vérifier les faits ?

Quelles précautions prendre concernant les droits d'auteur, le droit à l'image ou les données personnelles ?

Faut-il signaler l'utilisation de l'IA ?

Ces questions ne doivent ni être ignorées ni conduire à interdire systématiquement tous les usages.

Elles nécessitent un cadre adapté à votre entreprise.

Les premières règles à définir

Avant de généraliser l'utilisation de l'IA, établissez des consignes simples concernant :

- Les outils autorisés et leurs conditions d'utilisation.
- Les données confidentielles ou personnelles qui ne doivent pas être transmises sans garanties appropriées.
- La vérification des faits, chiffres et sources.
- Les droits applicables aux textes, images et autres contenus.
- Les responsabilités de validation et de publication.
- Les obligations de transparence applicables à vos usages.

Ces règles doivent être définies avec les personnes compétentes dans l'entreprise, notamment la DSI, le DPO ou les conseils juridiques lorsque nécessaire.

06 / PASSER À LA PRATIQUE

Ma préconisation.

Rédigez une première charte d'utilisation de l'IA adaptée à vos activités.

Elle doit être suffisamment simple pour être comprise et appliquée par vos collaborateurs.

Un document clair et réellement utilisé sera plus utile qu'une procédure complexe que personne ne consulte.

TROIS CONTRÔLES COMPLÉMENTAIRES

01

La matière

Sources, données, confidentialité, accès.

02

Le contenu

Faits, engagements, droits, identité.

03

La décision

Une version, une personne responsable.

07 / VOTRE POINT DE DÉPART

Votre entreprise est-elle prête à aller plus loin ?

Prenez quelques minutes pour faire le point. Cochez les affirmations qui correspondent à votre situation.

- ☐ Nous utilisons déjà l'IA pour certaines tâches de communication.
- ☐ Nous avons identifié les usages qui nous apportent une véritable valeur.
- ☐ Nos informations de référence sont organisées et accessibles.
- ☐ Nous avons défini des instructions et des méthodes réutilisables.
- ☐ Plusieurs collaborateurs partagent leurs pratiques.
- ☐ Nous savons quelles informations peuvent être utilisées avec nos outils IA.
- ☐ Nos processus de production et de validation ont été examinés.
- ☐ Nous mesurons les gains obtenus.
- ☐ Nos collaborateurs sont accompagnés dans l'évolution de leurs pratiques.
- ☐ Nous savons quelles seront les prochaines étapes de notre transformation.

Ce questionnaire n'est pas un diagnostic certifié ni un score scientifique.

Il sert à identifier les sujets que votre entreprise pourrait approfondir.

Si vous avez coché peu de cases, cela ne signifie pas que vous êtes en retard.

Cela signifie simplement qu'il existe encore des possibilités à explorer.

Et vous n'avez pas besoin de tout transformer en une seule fois.

08 / VOTRE FEUILLE DE ROUTE

Par où commencer ?

Voici une démarche simple pour passer des premiers essais à des pratiques plus structurées.

ÉTAPE 1 — Faites le point sur vos usages actuels.

Identifiez qui utilise l'IA, pour quelles tâches, avec quels résultats et quelles difficultés.

ÉTAPE 2 — Choisissez un processus prioritaire.

Commencez par un travail récurrent qui mobilise plusieurs personnes et dont les résultats sont faciles à observer.

ÉTAPE 3 — Organisez les connaissances nécessaires.

Rassemblez les documents, les messages et les règles dont votre IA aura besoin.

ÉTAPE 4 — Construisez une méthode réutilisable.

Définissez les étapes, les outils, les responsabilités et les contrôles.

ÉTAPE 5 — Testez avec les collaborateurs concernés.

Mesurez les résultats, recueillez les retours et corrigez les difficultés.

ÉTAPE 6 — Étendez progressivement ce qui fonctionne.

Une fois la méthode stabilisée, adaptez-la à d'autres contenus, équipes ou processus.

L'objectif n'est pas d'utiliser l'IA partout.

C'est de l'intégrer là où elle apporte une réelle valeur à votre communication.

EXEMPLE PÉDAGOGIQUE FICTIF

Du catalogue au message local.

Un magasin prépare une opération commerciale. Le catalogue constitue la matière de départ ; les informations locales doivent être confirmées avant toute diffusion.

01 Rassembler

Offres, prix, dates, conditions et visuels autorisés.

02 Confirmer localement

Sélection, disponibilité, services et interlocuteur.

03 Adapter les supports

Une information utile au client, adaptée au canal.

04 Contrôler

Comparer chaque prix, date et condition à la source validée.

VOTRE ATELIER

Un processus.
Votre feuille de route.

Le contenu à travailler

Newsletter, campagne, publication ou support.

Le résultat attendu

Ce que le lecteur doit comprendre ou faire.

La matière qui fait foi

Documents actuels et personne responsable.

Le frein observé

Recherche, correction, attente ou coordination.

Les personnes et les contrôles

Qui prépare, vérifie et décide ?

Le premier essai

Périmètre, date et résultat à observer.

POUR POURSUIVRE

L’avenir de votre communication ne se résume pas à de meilleurs prompts.

L’IA ouvre des possibilités considérables pour les entreprises qui communiquent.

Produire plus rapidement, décliner des contenus, exploiter les connaissances de l’entreprise, mieux organiser le travail et faciliter la collaboration.

Mais ces possibilités ne deviennent pas automatiquement des résultats.

La différence se fait dans la manière dont vous intégrez l’IA à vos pratiques.

Le véritable changement commence lorsque vous cessez de considérer l’IA comme un outil ponctuel et commencez à l’intégrer dans votre manière de travailler.

Vous n’avez pas besoin de tout révolutionner demain.

Vous pouvez commencer par un processus, une équipe, une méthode.

Et construire progressivement une communication plus efficace, plus régulière et fidèle à votre entreprise.

QUI VOUS TRANSMET CE PLAYBOOK ?

Je suis Céline Pinto.



Depuis 26 ans, j'évolue dans les métiers de la communication commerciale. J'ai accompagné leurs transformations, de l'essor des réseaux sociaux à la démocratisation des outils de création.

Aujourd'hui, j'intègre l'intelligence artificielle à mes propres méthodes de travail et j'accompagne les entreprises qui souhaitent faire évoluer leur communication grâce à ces nouvelles possibilités.

MON APPROCHE

Votre communication. Votre message. Votre voix.

Mon approche repose sur une conviction simple :

Votre communication boostée à l'IA, sans compromis sur votre message, ni votre voix.

LA MÉTHODE SMS

Je pars de votre activité, de vos clients et de ce que vous voulez développer. La stratégie donne la direction, le message exprime votre singularité, le système organise le travail.

POURQUOI PARTAGER CE GUIDE ?

Je mets ce playbook et mes formations en accès libre sur YouTube pour transmettre ma démarche et vous permettre de faire un premier pas. Vous pouvez ensuite me confier un projet ou travailler cette méthode avec votre équipe.

TRAVAILLER ENSEMBLE

Apprendre.
Mettre en place.
Faire avancer un projet.

FORMER VOTRE ÉQUIPE

La formation « Communiquer à l'ère de l'IA » part d'un cas adapté à votre travail : préparer, produire, vérifier et conserver une méthode réutilisable.

Formule standard : 2 jours, en individuel ou jusqu'à 8 personnes d'une même entreprise. 1 600 € pour les deux jours, formation exonérée de TVA. Autres formats et éventuels frais sur devis.

METTRE LA MÉTHODE EN PLACE

Nous examinons un processus récurrent et choisissons un premier périmètre : références, étapes, outils, tests et transmission. Installation sur devis, avec trois mois d'accompagnement après installation, cadrés dans la proposition.

Votre stratégie, votre message ou un support peuvent aussi faire l'objet d'une mission dédiée.

VOTRE PROCHAIN PAS

Et si nous parlions de votre communication ?

Vous utilisez déjà ChatGPT ou Claude dans votre entreprise, mais vous vous demandez comment aller plus loin ?

Écrivez-moi sur LinkedIn.

Expliquez-moi comment vous utilisez l'IA aujourd'hui et ce que vous aimeriez améliorer dans votre communication.

Nous pourrons échanger sur les possibilités adaptées à votre organisation.

Réserver un premier échange offert

LinkedIn · Céline Pinto

mapmecommunique.com/contact/

celine@mapmecommunique.com

Céline Pinto · Conseil en communication commerciale & IA · MA PME COMMUNIQUE