

des

IA génératives pour créer du contenu

LA PETITE

BOÎTE À OUTILS

LA COLLECTION BUSINESS N°1 DES VENTES

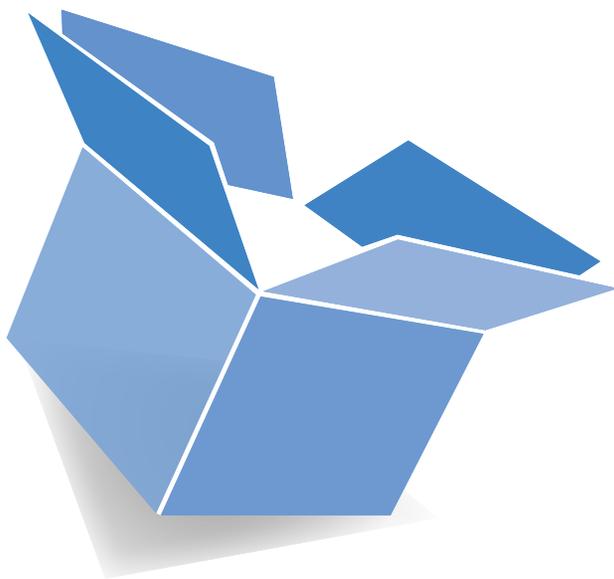
des

IA génératives pour créer du contenu

Sébastien Beaujault

Julien Pibourret

36 outils
clés en main
+ 4 plans d'action



DUNOD

Crédits iconographiques

Page 114 : photos Nina Schick et Barsee, droits réservés ; page 116 : photo Stanislas Leloup, droits réservés ; page 117 : photo Zain Kahn, droits réservés.

Éditorial : Laure Duclaud et Yaël Aouizrat
Fabrication : Nelly Roushdi Nabih
Conception de maquette : mokmok.agency et Élisabeth Hébert
Couverture : Elizabeth Riba
Mise en pages : Belle Page

NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :



Nos livres sont imprimés sur des papiers certifiés pour réduire notre impact sur l'environnement.



Le format de nos ouvrages est pensé afin d'optimiser l'utilisation du papier.



Depuis plus de 30 ans, nous imprimons 70 % de nos livres en France et 25 % en Europe et nous mettons tout en œuvre pour augmenter cet engagement auprès des imprimeurs français.



Nous limitons l'utilisation du plastique sur nos ouvrages (film sur les couvertures et les livres).

© Dunod, 2024
11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com
ISBN : 978-2-10-086574-1

La petite Boîte à outils

des outils opérationnels

tout de suite



Sommaire

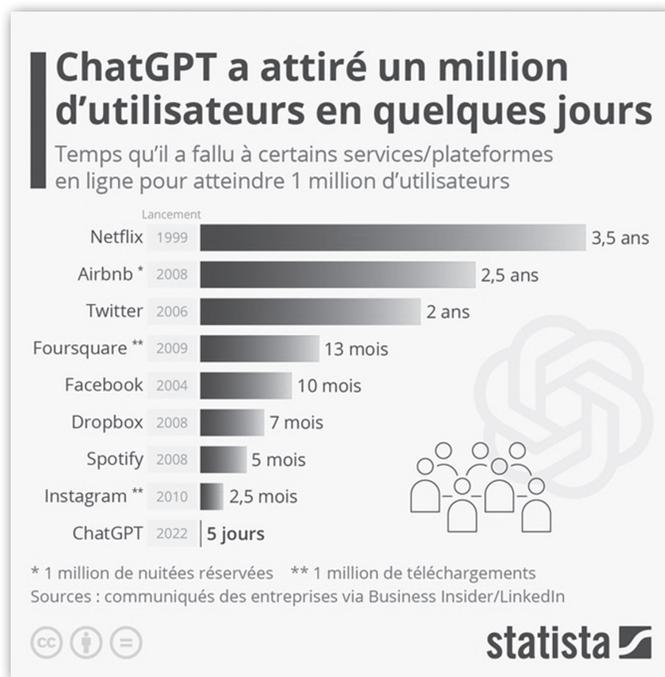
Introduction.....	8
Témoignage Le <i>content marketing</i> a-t-il encore un avenir à l'ère de l'IA ? (Stéphane Truphème).....	10
Témoignage Les conséquences de l'arrivée des IA génératives dans nos mondes professionnels (Renaud Varoqueaux).....	12
Dossier 1 LES IA POUR LE TEXTE ET L'IMAGE	14
Outil 1 ChatGPT.....	16
Plan d'action Écrire un article de blog avec ChatGPT.....	18
Plan d'action Réaliser une campagne e-mailing avec ChatGPT.....	20
Plan d'action Rédiger une publication sur LinkedIn avec ChatGPT.....	22
Outil 2 Mistral AI.....	24
Outil 3 Jasper AI.....	26
Outil 4 Copy.ai.....	28
Outil 5 Perplexity.....	30
Outil 6 Midjourney.....	32
Interview Simuler des paradoxes avec Midjourney (Bastien Sabot).....	34
Plan d'action Aller plus loin avec Midjourney.....	36
Outil 7 Stable Diffusion XL.....	38
Outil 8 Lexica Art.....	40
Outil 9 DALL·E.....	42
Outil 10 Flair AI.....	44
Dossier 2 LES IA POUR LA VIDÉO ET L'AUDIO	46
Outil 11 Synthesia.....	48
Interview Le développement d'une IA incroyable, sûre et utile (Victor Riparbelli).....	50
Outil 12 Lumen 5.....	52
Outil 13 D-ID.....	54
Outil 14 Murf AI.....	56
Outil 15 ElevenLabs.....	58
Outil 16 Runway.....	60

Outil 17	OpusClip	62
Outil 18	HeyGen	64
Dossier 3	LES IA POUR LES PRÉSENTATIONS ET LES RETRANSCRIPTIONS	66
Outil 19	Otter AI	68
Outil 20	Tactiq	70
Interview	Les IA génératives dans les métiers de l'écriture (Sébastien Beaujault)	72
Outil 21	Submagic	74
Outil 22	Tome App	76
Outil 23	Beautiful AI	78
Dossier 4	LES AUTRES USAGES DES IA	80
Outil 24	ChatGPT et les plug-ins	82
Outil 25	Les IA dans les moteurs de recherche (intégration avec Bing)	84
Interview	L'IA change le référencement (Julien Muller)	86
Outil 26	Les IA dans les réseaux sociaux (exemple avec LinkedIn)	88
Interview	L'usage des IA pour les community managers (Clément Pellerin)	90
Outil 27	Les IA pour créer de la musique (exemple avec Beatoven)	92
Outil 28	Les IA pour la construction de sites web (exemple avec Durable)	94
Outil 29	Les IA pour la création de contenus publicitaires (exemple avec AdCreative AI)	96
Outil 30	L'IA pour créer son chatbot (Answerly)	98
Outil 31	L'IA en open source (Hugging Face et HuggingChat)	100
Outil 32	Les extensions Chrome pour les IA	102
Outil 33	Gemini (Google)	104
Outil 34	Tout votre marketing depuis une IA (CastMagic)	106
Outil 35	Les <i>marketplaces</i> pour les prompts IA	108
Outil 36	Le plus grand répertoire d'outils IA (Futurpedia)	110
Conclusion		112
Bonus	10 expert-es à suivre sur les IA génératives	114
Bonus	4 exemples d'utilisation réussie des IA génératives	118
Glossaire		120
Les auteurs		122
Remerciements		123

Introduction

La démocratisation des IA génératives (IAG*) est une révolution technologique, sociale et surtout professionnelle. Tous les secteurs d'activité sont ou seront impactés. En premier lieu, les métiers liés à la communication numérique et à la création de contenus. Soyons clair, tout cela va vite,

très vite (trop vite ?). Il est parfois difficile de suivre le mouvement. Ce manuel, *La petite BAO des IA génératives pour créer du contenu*, a pour mission de vous aider à appréhender des écosystèmes en pleine mutation.



L'importance des IAG dans la création de contenu n'est plus à prouver. Elles offrent une panoplie d'avantages, allant de la génération de texte et d'images à la création de contenu audio et même vidéo. Les applications telles que

ChatGPT, Jasper IA, Synthesia, ou encore des outils visuels comme Dall-E et Midjourney, transforment radicalement la façon dont les contenus sont conçus. Elles rendent la production plus accessible, plus rapide et souvent plus innovante.

Ces outils apportent une aide précieuse dans la génération d'idées, la rédaction de contenus, et même dans l'optimisation SEO. Le champ des possibles semble infini.

Cependant, il est crucial de souligner que ces plateformes numériques ne sont pas des solutions miracles. Leur utilisation doit être guidée par une stratégie réfléchie et une compréhension approfondie de leur fonctionnement et de leurs limites. Les IAG, bien qu'efficaces, requièrent un contrôle humain pour garantir la pertinence, l'authenticité et l'éthique des contenus produits. Il est donc essentiel pour les professionnels de s'approprier ces outils tout en conservant un regard critique.

Pour les community managers et les créateurs de contenu, cela présente des opportunités significatives. Cela inclut une meilleure productivité, la possibilité de personnaliser le contenu à grande échelle, et l'exploration de nouvelles formes de narration. Néanmoins, cette évolution impose également des défis, tels que la nécessité de développer de nouvelles compétences, de comprendre les nuances, et de rester à jour face aux développements rapides dans ce domaine.

Ce guide propose une exploration des divers outils disponibles (en tout cas une partie), accompagnée de conseils pratiques et d'études de cas. Il vise à vous apporter les connaissances et les compétences nécessaires pour tirer le meilleur parti des IAG, tout en naviguant de manière réfléchie dans ce paysage technologique en constante évolution.

La petite BAO des IA génératives pour créer du contenu est un outil indispensable pour tous les professionnels souhaitant intégrer les IAG dans leur stratégie de contenu. Il encourage non seulement l'apprentissage et l'adaptation, mais aussi une réflexion continue sur l'éthique, la qualité et l'impact du contenu généré par l'IA. Alors que nous naviguons dans cette ère de changement rapide, ce guide se présente comme une boussole essentielle pour rester à la pointe de l'innovation en matière de création de contenu numérique.

NB : Pour faciliter la compréhension, les mots dont la première occurrence est suivie d'une astérisque sont répertoriés dans le glossaire en fin d'ouvrage.



<http://dunod.link/24dfv16>

Ressources numériques

Retrouvez tous les liens de l'ouvrage en scannant le QR code ci-contre.

“TÉMOIGNAGE

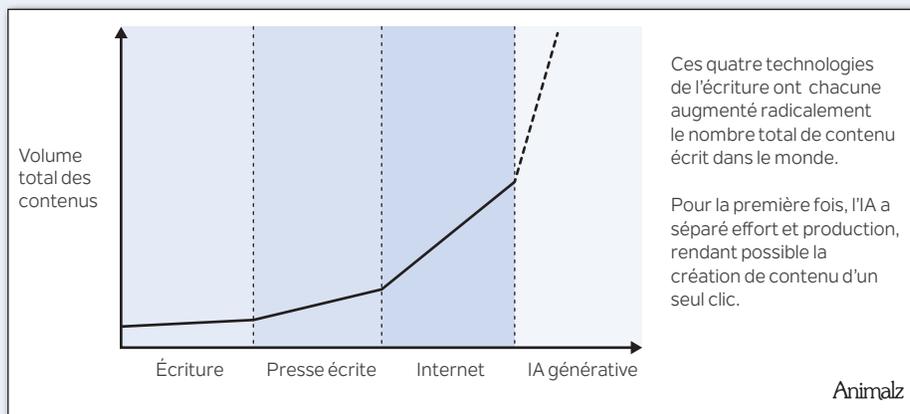


Stéphane Truphème,
auteur et « solopreneur »

Le content marketing* a-t-il encore un avenir à l'ère de l'IA ?

La vitesse à laquelle l'IA générative s'est imposée nous oblige à questionner la pertinence de nos stratégies de **content marketing**. Le monde

était déjà inondé de contenus, mais l'accélération promise par l'**IA marketing** est ABSOLUMENT vertigineuse.



Tous les formats sont concernés : articles de blog, vidéos, images, podcasts... Même les « lives » n'échapperont pas à la tendance et pourront être animés, dans n'importe quelle langue, par votre avatar.

Il va falloir repenser l'intégralité de nos **stratégies de contenu** afin de les adapter à l'IA, et rapidement ! L'idée n'est pas de refuser l'IA en bloc, mais d'apprendre à s'en servir pour se réinventer.

Je vous propose ici quatre axes qui permettent d'utiliser efficacement l'**IA dans sa stratégie de content marketing**. Bien évidemment, *la Boîte*

à *Outils* que vous tenez entre les mains vous offrira d'autres pistes à exploiter, ainsi que les bons réflexes à adopter.

AXE 1 : UTILISEZ L'IA AVEC UN OBJECTIF PRÉCIS

Commencez par **lister les principales difficultés** que vous rencontrez au quotidien dans votre production de contenus : s'agit-il d'un manque de temps ? d'idées ? de compétences SEO ? de relecture ? de combler des lacunes en copywriting ? Cette réflexion préliminaire vous évitera de vous disperser, ce qui est souvent le risque avec un nouvel outil.

Choisissez un but précis, vous pourrez alors expérimenter et apprendre à vous servir de l'IA efficacement. Lorsque votre objectif est atteint, rien ne vous empêche d'en viser un autre et de progresser ainsi dans l'utilisation de l'IA.

AXE 2 : MISEZ SUR LES ATOUTS DE L'IA MARKETING (ET CONSERVEZ LES VÔTRES !)

- L'IA peut produire des contenus en quantité industrielle. Vous pouvez quant à vous apporter à vos contenus une « profondeur », un vécu, une expérience éprouvée, une sensibilité particulière.
- L'IA ne connaît pas le syndrome de la page blanche. Il peut fournir une quantité presque infinie d'idées sur un sujet donné. Mais l'IA restera limitée sur des sujets plus complexes, tels qu'établir une stratégie pérenne.
- Donnez à l'IA des tâches qu'elle peut exécuter simplement et retravaillez cette matière brute en lui apportant votre personnalité.

AXE 3 : N'AYEZ PAS UNE CONFIANCE AVEUGLE EN L'IA

- Ne faites pas confiance aveuglément à l'IA. Elle est aussi biaisée, menteuse, approximative que nous pouvons l'être !
- Lisez systématiquement les textes produits par ChatGPT ou toute autre IA. Tentez de repérer les incohérences, les inexactitudes, le plagiat éventuel, les erreurs.
- Conservez à l'esprit qu'il s'agit d'une matière brute. À vous de la façonner.

AXE 4 : VISEZ LE BON RATIO « IA / HUILE DE COUDE »

Vous pouvez opter pour une pratique minimaliste, équilibrée ou importante de l'IA. À vous de choisir votre camp. Toutefois, il semble relativement sage de commencer en étant minimaliste et d'évoluer vers une forme équilibrée.

QUELS SONT LES RISQUES LIÉS À L'INTRODUCTION DE L'IA DANS SA STRATÉGIE DE CONTENT MARKETING

Voici trois risques qu'il me semble important de connaître :

- **L'hallucination** : elle est probablement le risque majeur des IA génératives. Attention aux fausses citations, aux chiffres erronés, aux conseils foireux...

Vérifiez systématiquement vos contenus produits par les IA, ils peuvent contenir des informations potentiellement fausses et dangereuses.

- **L'éthique et le légal** : est-ce que les contenus produits par une IA sont véritablement éthiques ? Dans la mesure où les IA « scrapent » des contenus existants pour produire leurs réponses, nous pouvons sérieusement nous poser la question.

L'absence de source, de copyright, le « vol » de données sont-ils légaux ?

Se poser ces questions est légitime.

- **La médiocrité** : le risque est grand de tomber dans la facilité. Face à un problème quelconque, il est simple de demander une solution à ChatGPT. Créer du contenu demande beaucoup d'efforts, il est tentant de succomber à la facilité qui rime souvent avec médiocrité...

Ne vous cachez toutefois pas derrière ces risques pour justifier votre inaction ou votre scepticisme face à l'IA.

Mais le risque de l'**inaction** est d'après moi plus important que ceux que je viens de mentionner. Si vous arrivez trop tard, le rattrapage risque d'être laborieux, voire impossible. Le « test & learn » doit être votre devise. L'IA va s'imposer sans l'ombre d'un doute. Commencer à expérimenter dès à présent est la seule méthode qui tienne.

Cette *Boîte à Outils* devrait grandement vous aider dans cette quête.

“TÉMOIGNAGE

Les conséquences de l'arrivée des IA génératives dans nos mondes professionnels



Renaud Varoqueaux,
spécialiste des IA génératives
et fondateur de Khazad

L'arrivée de l'IA générative lance une réelle révolution, touchant tous les domaines de la société – travail, éducation, ludique, médical, recherche... –, et impactant la société elle-même, du marché de l'emploi jusqu'à la géopolitique. Nous manquons de repère pour qualifier cette

révolution de l'IA, nouvelle en tous points. Elle transcende celle de l'imprimerie et du partage des savoirs, celle des révolutions industrielles et de l'économie du travail, celle de l'arrivée d'Internet et de l'accélération des communications, celle des réseaux sociaux et du socio-ludique.

Le parallèle le plus proche pourrait être l'avènement du PC.

Tout comme les PC, l'IA concerne tout le monde, partout, transforme radicalement tous les secteurs, sans remplacer directement les emplois, mais en modifiant leur nature et en faisant « disparaître » des tâches. Les PC ont révolutionné notre manière de travailler, de communiquer, d'apprendre, de nous divertir et d'innover. Ils ont été le socle de changements sociaux et sociétaux à l'échelle planétaire. L'IA s'inscrit dans cette lignée, mais avec une portée encore bien plus profonde et bien plus vaste.

En France, vingt-cinq ans ont séparé l'arrivée des PC en entreprises et leur arrivée à l'école, et on parlait déjà de « fracture sociale ». Mais l'IA se déploie à une vitesse sans précédent. Les pays, les générations, les individus, les entreprises et les métiers ne sont pas égaux face à cette révolution, posant de nouveaux enjeux sociaux et sociétaux qu'il convient de relever, dès à présent, par l'agilité, la résilience, l'adaptation, le changement, voire la réforme.

**Si c'est bien là sa nature,
l'ampleur de cette révolution
de l'IA révèle des défis uniques.**

L'IA transforme le marché de l'emploi, en commençant, et c'est une première, par les métiers intellectuels.

Elle fait déjà disparaître les métiers répétitifs et mono tâches, dont la liste est longue, du pigiste qui reformule un article, à l'influenceuse qui publie des selfies en passant par le traducteur.

Elle va aussi, et surtout, impacter énormément de professionnels en les rendant plus productifs, plus efficaces, plus efficaces. Par conséquent, si

l'IA est bien loin de tuer tous les métiers, beaucoup d'emplois vont disparaître.

L'apprentissage, le questionnement, l'ouverture d'esprit, le refus de la bêtise et de l'obscurantisme sous toutes ses formes, le goût du défi avant le gain, de l'expérimentation avant la réussite, du cheminement avant l'arrivée, de l'« être » avant l'« avoir »... ce sont les nouveaux super pouvoirs des décennies qui viennent. Et le monde en a besoin.

L'éducation est une clé dans cette transition, pour tous les âges.

Cette révolution n'est pas une route balisée. Nous n'en sommes qu'à l'étape des premières versions publiques de l'IA générative. Les impacts des étapes suivantes nous sont inconnus, mais déjà, les questions émergent : utilisation et partage des données, biais algorithmiques, usages frauduleux, gouvernance, régulation, souveraineté, impacts sociétaux, écologiques, économiques, politiques... Des questions qui, ne nous y trompons pas, précédaient toutes l'arrivée de l'IA, mais qu'il devient urgent d'éclairer d'une réflexion profonde, philosophique et humaniste !

Cette révolution n'est pas non plus linéaire. Les premiers virages sont là, déjà, et il appartient à chacun et chacune de les négocier au mieux.

L'IA amplifie le potentiel des vrais passionnés et rend obsolètes les emplois sans valeur ajoutée réelle. Entre ces deux extrêmes, on a le choix : saisir l'opportunité ou la laisser passer.

C'est le moment de façonner votre avenir, de construire votre futur, de challenger votre intelligence, vos compétences et/ou votre culture. L'avènement de l'IA est une chance inouïe, un moment décisif dans l'histoire de l'humanité. Une chance qui ne doit pas être gâchée.

LES IA POUR LE TEXTE ET L'IMAGE

“

Le constat et la réflexion, c'est bien,
mais l'action c'est mieux.

Ce n'est pas une surprise si nous commençons cette exploration par la famille des intelligences artificielles génératives texte et image. C'est un point d'entrée assez connu du grand public et qui a fait l'objet de débats animés auprès des médias et des intellectuels français depuis fin 2022.

Dans ce dossier, nous aborderons plusieurs usages et retour d'expériences afin de commencer de la meilleure des manières cet approfondissement.

Le nouveau couteau suisse ChatGPT

ChatGPT est l'outil qui symbolise les opportunités et menaces des IAG. Nous abordons son fonctionnement lors de nos différentes conférences, interventions sur cette thématique. Même si nous orientons des pratiques au niveau de la création de contenu et la communication, il existe une variété phénoménale de possibilités.

Voici neuf catégories qui en font un véritable couteau suisse, et le terme second assistant prend ici tout son sens selon nous.

- La relation client et le SAV ;
- La vente et les CRM ;
- L'IT et la data ;
- Le recrutement et le sourcing ;
- Le juridique.

Nous avons par exemple assisté dernièrement à un live LinkedIn sur l'usage avancé de ChatGPT pour la finance.

Simuler des paradoxes

De la même manière, les outils IA image vous permettront de donner vie à toutes vos idées créatives en un temps record. Vous constaterez notamment le point de vue d'un directeur artistique qui joue avec la plateforme Midjourney pour simuler des paradoxes. Au même titre qu'une galerie d'art, vous disposez de la même chose pour les IAG avec Lexica Art. Les outils sont pour la plupart avec un modèle freemium. À vous de voir pour les tester de manière plus approfondie.

Construire sur AI

Les outils IA les plus puissants ne sont pas forcément les plus faciles à prendre en main. Il faut par exemple une certaine culture digitale et une appétence.

Pour cela, on assiste à l'arrivée d'outils tels que Jasper AI ou Copy.ai qui vont se brancher sur les solutions d'OpenAI par exemple. C'est le principe des API* démocratisées pour le développement web et les logiciels SAS.

Une étude récente du FMI (janvier 2024) indique que l'intelligence artificielle aura un impact sur 60 % des emplois dans les pays développés. Ce premier dossier propose une entrée en matière. Bonne découverte !

Les outils

1	ChatGPT	16
2	Mistral AI	24
3	Jasper AI	26
4	Copy.ai	28
5	Perplexity	30
6	Midjourney	32
7	Stable Diffusion XL	38
8	Lexica Art	40
9	DALL·E	42
10	Flair AI	44



ChatGPT

