

LIVRE BLANC · MARKETING ET AGENCES

Produire du contenu et du SEO avec l'IA **sans perdre la voix** de la marque.

Pour les rédacteurs, les consultants SEO, les social media managers et les équipes marketing, en agence ou chez l'annonceur. Fiche de voix, intentions de recherche, articles nourris d'expertise, pages optimisées, FAQ, posts, newsletter, vidéo courte, relecture : dix cas, des prompts prêts à copier, et les vérifications avant de publier.



SOMMAIRE

Dix cas d'usage, de la fiche de voix à la relecture avant publication.

Chaque cas tient sur une page : pour qui, avec quel outil, quelles données fournir, le prompt à copier, ce que vous obtenez et le point de vigilance. Commencez par les cinq règles de la page suivante.

–	Avant de commencer : cinq règles pour vos données	p. 3
01	Écrire la fiche de voix de la marque	p. 4
02	Cartographier les requêtes et les intentions de recherche	p. 5
03	Construire le plan d'un article SEO	p. 6
04	Rédiger l'article à partir de l'expertise interne	p. 7
05	Optimiser une page existante	p. 8
06	Écrire une FAQ que les moteurs et les assistants IA peuvent citer	p. 9
07	Décliner un article en posts pour les réseaux	p. 10
08	Écrire la newsletter du mois	p. 11
09	Écrire un script de vidéo courte et ses sous-titres	p. 12
10	Relire un contenu avant publication	p. 13
–	Aller plus loin avec Wavia	p. 14

Cinq règles pour produire plus avec l'IA sans écrire comme tout le monde.

1

Une voix documentée, un projet par marque

La fiche de voix, les textes de référence et les mots à bannir vivent dans un projet par marque. Chaque contenu part des mêmes règles, quel que soit le rédacteur, et on ne mélange jamais deux annonceurs dans le même projet.

2

De l'expertise réelle dans chaque contenu

Les moteurs de recherche ne sanctionnent pas l'IA, ils écartent les contenus sans valeur produits en masse. Un entretien avec un expert, un exemple vécu, un chiffre maison : c'est ce qui fait qu'un contenu se positionne et se cite.

3

Chaque fait se vérifie avant publication

Chiffres, dates, citations, caractéristiques d'un produit : l'IA peut se tromper avec assurance. Tout ce qui n'est pas dans la matière fournie est marqué à vérifier et vérifié par une personne.

4

Les mentions et les droits ne se négocient pas

Mention de la publicité et des partenariats, mention « image virtuelle » pour une image générée dans un contenu d'influence commerciale, droits sur la musique et les images : on applique la loi et on garde la trace de ce qui a été généré.

5

Former les rédacteurs, pas seulement leur donner un outil

Une formation par métier (rédaction, SEO, social media), sur vos marques et vos contenus, apprend à briefer l'outil, à relire et à garder la main. C'est aussi ce que demande l'article 4 de l'AI Act.

01

Écrire la fiche de voix de la marque

POUR QUI

Conception-rédaction,
responsables éditoriaux

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets (un
projet par marque)

DONNÉES À FOURNIR

Dix textes publiés
représentatifs, la
plateforme de marque,
les retours de
l'annonceur

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici dix textes publiés par [marque] (fichier joint) et sa plateforme de marque.

1. Décris la voix en cinq traits, chacun illustré par une phrase tirée des textes.
2. Donne les règles de forme : longueur des phrases, vouvoiement ou tutoiement, ponctuation, emojis, majuscules, chiffres.
3. Dresse la liste des mots maison à employer et des mots à bannir.
4. Réécrit le paragraphe suivant dans cette voix, puis explique tes choix : « [paragraphe neutre] ».

Rends une fiche d'une page, à placer dans les instructions du projet.

Ce que vous obtenez

Une fiche de voix testée sur un exemple, qui sert de consigne permanente au projet de la marque.

Point de vigilance

Mettre à jour la fiche à chaque retour de l'annonceur : une voix se précise au fil des corrections.

02

Cartographier les requêtes et les intentions de recherche

POUR QUI

Consultants SEO,
responsables contenu

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou Copilot dans
Excel

DONNÉES À FOURNIR

L'export de la Search
Console ou de votre
outil de mots-clés
(requêtes, impressions,
clics, position)

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici l'export des requêtes de [site] sur trois mois (fichier joint) : requête, impressions, clics, position moyenne, page.

1. Regroupe les requêtes par intention (s'informer, comparer, acheter, se rendre sur place) et par thème.
2. Repère les requêtes à fortes impressions et à faible taux de clic, et celles qui hésitent entre deux pages.
3. Propose pour chaque thème la page qui doit y répondre, existante ou à créer.

Présente le résultat en tableau et écris tes hypothèses de regroupement.

Ce que vous obtenez

Une carte des intentions et des pages, base du plan de contenu des trois prochains mois.

Point de vigilance

Deux pages sur la même requête se concurrencent : on décide d'une page par intention avant d'écrire.

03

Construire le plan d'un article SEO

POUR QUI

Rédacteurs web,
consultants SEO

OUTIL CONSEILLÉ

Claude avec recherche
web

DONNÉES À FOURNIR

La requête visée, les
questions des clients
remontées par les
commerciaux ou le
service client

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Prépare le plan d'un article pour la requête « [requête] », destiné à [cible].

1. Décris l'intention de recherche en deux phrases : ce que la personne veut savoir ou faire.
2. Analyse les cinq premiers résultats : angles traités, questions sans réponse, formats utilisés.
3. Propose un H1, six H2 au plus formulés comme des réponses, et une FAQ de quatre questions tirées de [questions des clients].
4. Indique pour chaque partie l'exemple, le chiffre ou l'avis d'expert à aller chercher en interne.

Ce que vous obtenez

Un plan qui répond mieux à la question que les pages déjà en place, avec la matière à recueillir.

Point de vigilance

Copier la structure des concurrents ne suffit pas : c'est l'apport propre de la marque qui fait la différence.

04

Rédiger l'article à partir de l'expertise interne

POUR QUI

Rédacteurs, équipes marketing

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets avec la fiche de voix

DONNÉES À FOURNIR

Le plan validé, la transcription d'un entretien de vingt minutes avec un expert de la maison

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici le plan validé (joint) et la transcription de mon entretien avec [expert, fonction] (jointe).

1. Rédige l'article dans la voix de la marque, en t'appuyant d'abord sur les propos de l'expert.
2. Reprends deux citations exactes de l'expert, entre guillemets, sans les modifier.
3. Signale entre crochets chaque affirmation qui ne vient pas de l'entretien et qui doit être vérifiée.
4. Termine par un paragraphe d'appel à l'action vers [page ou offre].

Ce que vous obtenez

Un article qui parle comme la maison et apporte ce qu'on ne trouve pas ailleurs.

Point de vigilance

L'expert relit les passages qui le citent ou qui touchent à son métier avant publication.

05

Optimiser une page existante

POUR QUI

Consultants SEO,
webmasters, équipes
marketing

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou ChatGPT

DONNÉES À FOURNIR

Le texte de la page, sa
requête cible, ses
performances
(impressions, clics,
position)

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici le texte de la page [URL] (joint), sa requête cible « [requête] » et ses performances sur trois mois : [chiffres].

1. Propose trois titres de 60 caractères au plus, requête en tête, et trois méta-descriptions de 120 à 155 caractères avec un bénéfice et un appel.
2. Repère les passages qui ne répondent pas à l'intention de recherche et propose une réécriture.
3. Propose quatre liens internes contextuels vers [pages du site], avec le texte du lien.

Ne change ni l'URL ni le H1 sans me le signaler.

Ce que vous obtenez

Des retouches précises et justifiées, au lieu d'une réécriture complète de la page.

Point de vigilance

Noter la date de chaque retouche et attendre quelques semaines avant d'en juger l'effet.

06

Écrire une FAQ que les moteurs et les assistants IA peuvent citer

POUR QUI

Responsables contenu,
consultants SEO

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou ChatGPT

DONNÉES À FOURNIR

Les questions réelles
des clients (service
client, commerciaux,
avis), les réponses
validées par le métier

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici vingt questions réelles de nos clients sur [produit ou service] (fichier joint) et nos réponses validées.

1. Regroupe-les en huit questions, formulées comme un client les taperait.
 2. Rédige pour chacune une réponse de deux à quatre phrases : la réponse directe d'abord, puis la précision utile.
 3. Indique pour chaque réponse la page du site qui la développe.
- Aucune réponse ne doit promettre plus que nos réponses validées.

Ce que vous obtenez

Une FAQ claire, reprise telle quelle sur la page et dans les données structurées du site.

Point de vigilance

La FAQ affichée et celle des données structurées doivent être identiques, mot pour mot.

07

Décliner un article en posts pour les réseaux

POUR QUI

Social media,
community managers

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou ChatGPT,
puis Canva

DONNÉES À FOURNIR

L'article publié, la fiche
de voix, les formats de
chaque réseau

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

À partir de l'article publié ci-joint, dans la voix de [marque] :

1. Écris trois posts LinkedIn différents (une anecdote, une liste, une opinion), 1 200 caractères au plus chacun.
2. Écris un carrousel Instagram de six diapositives : texte de chaque diapositive et légende.
3. Propose pour chaque post l'accroche de la première ligne en deux versions.

Garde les mêmes faits que l'article, sans en ajouter.

Ce que vous obtenez

Une semaine de publications tirée
d'un seul article, à valider puis à
programmer.

Point de vigilance

Un post publié pour une marque
engage la marque : la relecture
humaine avant programmation
n'est pas optionnelle.

08

Écrire la newsletter du mois

POUR QUI

Équipes marketing,
CRM, rédacteurs

OUTIL CONSEILLÉ

Claude relié à Brevo ou
HubSpot, ou Claude
seul

DONNÉES À FOURNIR

Les contenus publiés
dans le mois, les
actualités validées, les
statistiques de la
newsletter précédente

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Prépare la newsletter de [mois] pour [marque], destinée à [segment].
Contenus du mois : [liens et résumés]. Statistiques de la précédente :
[ouvertures, clics par bloc].

1. Propose cinq objets de 45 caractères au plus et leur pré-en-tête.
2. Rédige trois blocs (titre, deux phrases, bouton), dans l'ordre qui sert le mieux l'objectif [objectif].
3. Explique en trois lignes ce que les statistiques précédentes t'ont fait changer.

Ce que vous obtenez

Une newsletter prête à monter
dans l'outil d'envoi, avec des
objets à tester.

Point de vigilance

Vérifier les liens, la mention de
désinscription et le segment avant
tout envoi.

09

Écrire un script de vidéo courte et ses sous-titres

POUR QUI

Social media, vidéastes, conception-rédaction

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou ChatGPT

DONNÉES À FOURNIR

Le message clé, la cible, la durée et le réseau visé

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Écris le script d'une vidéo de [durée] secondes pour [réseau : Reels, TikTok, Shorts, LinkedIn], sur « [message clé] », pour [cible], dans la voix de la marque.

1. L'accroche des trois premières secondes, en trois versions.
2. Le découpage plan par plan : image, voix, texte à l'écran.
3. Les sous-titres, une ligne de 32 caractères au plus par séquence.
4. Le texte de la légende et l'appel final.

Ce que vous obtenez

Un script tournable, avec ses sous-titres prêts pour le montage.

Point de vigilance

Musique, images d'archive et personnes filmées : les droits et les autorisations se vérifient avant le tournage.

10

Relire un contenu avant publication

POUR QUI

Responsables éditoriaux, directions de clientèle

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets avec la fiche de voix

DONNÉES À FOURNIR

Le contenu à publier, la fiche de voix, la liste des mentions obligatoires du secteur

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Relis le contenu ci-joint avant publication pour [marque].

1. Écart à la voix : cite chaque passage qui s'en éloigne et propose une correction.
 2. Faits : liste chaque chiffre, date, nom et promesse, avec la source à vérifier.
 3. Mentions : vérifie [mentions obligatoires : publicité, partenariat, conditions d'une offre, image générée par IA].
 4. Lisibilité : signale les phrases de plus de 25 mots et les répétitions.
- Ne réécris pas tout : liste les corrections, de la plus importante à la moins importante.

Ce que vous obtenez

Une liste de corrections hiérarchisée, qui fait gagner la relecture sans la remplacer.

Point de vigilance

La relecture par l'IA ne remplace pas la validation de l'annonceur ni celle du juriste sur une offre commerciale.

ALLER PLUS LOIN

De ces dix prompts à des contenus qui se positionnent et qui sonnent juste.

Wavia est une agence IA fondée à Nantes en 2023, certifiée Qualiopi. Nous formons les équipes à l'IA générative sur leurs vrais dossiers, nous relierons l'IA à leurs outils et nous développons les agents qui manquent.

Former l'équipe éditoriale

Rédaction, SEO, social media, CRM : par groupe de dix au plus, sur vos marques, vos contenus et vos exports. Finançable par votre OPCO.

Choisir et paramétrer vos licences

Claude Team, ChatGPT Business ou Microsoft 365 Copilot, avec un projet par marque et la charte d'usage qui règle les droits et les mentions.

Relier l'IA à vos outils éditoriaux

Connecteurs officiels en lecture d'abord (Notion, Google Workspace, HubSpot, Brevo), exports de la Search Console lus dans Excel, ou connecteur sur mesure pour votre CMS.

Un agent IA sur mesure

Déclinaison d'un article sur chaque canal, relecture de la voix et des mentions, FAQ par page : l'agent prépare, le rédacteur valide.

Réserver un échange de 15 minutes

Ou par téléphone : 06 44 22 69 86

4,9/5 sur plus de 280 avis Google · plus de 3 000 collaborateurs formés · wav-ia.fr/ia-marketing-agences