

LIVRE BLANC

# Tutoriel IA à l'usage des entrepreneurs

Ce livre blanc est conçu pour accompagner les entrepreneurs dans leur découverte et leur maîtrise des outils d'intelligence artificielle. À travers 8 chapitres pratiques, vous apprendrez à automatiser vos tâches quotidiennes, à créer des contenus efficaces, à développer des sites web et à exploiter les dernières innovations en matière d'IA. Que vous souhaitiez optimiser votre veille professionnelle, surveiller votre e-réputation, ou créer des agents IA spécialisés, ce guide vous fournira les connaissances et les techniques nécessaires pour transformer votre activité grâce à l'intelligence artificielle.



# Sommaire

1

Automatiser sa veille professionnelle avec Make, Feedly et Google Sheets ou Notion

Pages 3 à 17

2

Automatiser la surveillance de son e-réputation avec Make et Google Alerts

Pages 18 à 37

3

Créer un GPT dédié à une tâche précise (agent IA spécialisé)

Pages 38 à 57

4

Structurer un prompt efficace pour réduire les hallucinations

Pages 58 à 67

5

Automatiser la création de contenus pour les réseaux sociaux

Pages 68 à 87

6

Créer un site avec Emergent, Lovable ou Google AI Studio

Pages 88 à 101

7

Bien prompter sur Nano Banana pour retoucher une image sans la déformer

Pages 102 à 121

8

Exploiter NotebookLM quand on est entrepreneur

Pages 122 à 134



# Automatiser sa veille professionnelle avec Make, Feedly et Google Sheets ou Notion

Dans un environnement entrepreneurial en constante évolution, suivre l'actualité de son secteur, surveiller ses concurrents et identifier les tendances émergentes représente un investissement temps considérable. Ce chapitre vous guide dans la mise en place d'un système automatisé qui collecte, organise et centralise les informations pertinentes pour votre activité sans intervention manuelle quotidienne. Vous apprendrez à configurer une veille intelligente qui alimente automatiquement une base de données structurée, vous permettant de consulter l'essentiel en quelques minutes plutôt que de passer des heures à naviguer entre différents sites web.

# Feedly : votre agrégateur de flux RSS

## Qu'est-ce que Feedly ?

Feedly est une plateforme d'agrégation de contenu qui centralise les publications de multiples sources web dans une interface unique. Concrètement, au lieu de visiter dix sites différents chaque matin pour vérifier les nouveautés, Feedly compile automatiquement tous les nouveaux articles, billets de blog et actualités provenant de vos sources favorites.

## Comment ça fonctionne pour vous, entrepreneur ?

La plateforme fonctionne selon le principe des flux RSS, un format standardisé qui permet aux sites web de diffuser leur contenu. Lorsqu'un blog publie un nouvel article ou qu'un média diffuse une actualité, Feedly détecte cette publication et l'affiche dans votre fil personnalisé. Vous organisez vos sources par catégories thématiques appelées « boards » ou « dossiers », facilitant ainsi la segmentation de votre veille selon vos différents centres d'intérêt professionnels.

## Intérêt entrepreneurial

Pour un dirigeant d'entreprise, Feedly transforme la veille stratégique d'une tâche chronophage en un processus fluide. Vous surveillez l'actualité réglementaire de votre secteur, détectez les innovations de vos concurrents, identifiez les tendances émergentes et repérez les opportunités commerciales, le tout depuis une interface centralisée. L'automatisation avec Make amplifie cet avantage en éliminant même le besoin de consulter Feedly quotidiennement, puisque les articles pertinents arrivent directement dans votre système de gestion.

# Les formules tarifaires de Feedly



## Plan Basic (gratuit)

Jusqu'à 100 sources, 3 flux personnalisés, accès mobile et desktop. Ce plan convient parfaitement pour débiter et tester le système de veille automatisée.



## Plan Pro (5 \$/mois)

Sources illimitées, recherches avancées, intégrations tierces, absence de publicités sponsorisées, support prioritaire. Cette formule s'adresse aux entrepreneurs souhaitant une veille professionnelle complète.



## Plan Teams (18 \$/utilisateur/mois)

Toutes les fonctionnalités Pro plus le partage de flux entre collaborateurs, tableaux partagés, intégration Slack, accès API puissant, authentification SSO/SAML, analytiques d'équipe.



**Pour l'automatisation présentée dans ce chapitre, le plan gratuit Basic suffit largement pour démarrer votre système de veille.** L'accès API, nécessaire pour l'intégration avec Make, est disponible uniquement sur le plan Teams.

# Création de compte et récupération de la clé API Feedly

01

## Inscription sur Feedly

Connectez-vous sur la plateforme Feedly via l'adresse suivante :

<https://feedly.com>. Si vous ne possédez pas encore de compte, cliquez sur le bouton « Get Started for Free » situé en haut à droite de la page d'accueil. Le processus d'inscription vous demande une adresse email professionnelle et un mot de passe sécurisé. Vous pouvez également vous inscrire via votre compte Google pour accélérer la procédure.

02

## Accès aux paramètres

Une fois connecté, accédez aux paramètres de votre espace de travail en cliquant sur le nom de votre workspace situé dans le coin supérieur gauche de l'interface. Dans le menu déroulant qui apparaît, repérez la section « Workspace » et sélectionnez « Settings ». Cette action vous dirige vers la page de configuration de votre espace.

03

## Génération de la clé API

Dans la barre latérale gauche de la page des paramètres, identifiez l'onglet « API » et cliquez dessus. Cette section dédiée aux développeurs et aux intégrations vous permet de générer les accès nécessaires pour connecter Feedly à des outils externes.

04

## Création du token

Cliquez sur le bouton « New API Token » pour initier la création d'une nouvelle clé d'authentification. Une fenêtre contextuelle vous demande de nommer ce token. Choisissez un nom explicite comme « Make - Veille professionnelle » pour identifier facilement l'usage de cette clé si vous en créez plusieurs par la suite. Validez en cliquant sur « Generate API Token ».

05

## Conservation sécurisée

La plateforme affiche immédiatement votre clé API, une longue chaîne de caractères alphanumériques. Copiez cette clé et conservez-la dans un endroit sécurisé comme un gestionnaire de mots de passe. Cette clé ne sera affichée qu'une seule fois pour des raisons de sécurité. Si vous la perdez, vous devrez en générer une nouvelle, ce qui invalidera l'ancienne.

# Récupération des identifiants de flux (Stream IDs)

Pour que Make puisse récupérer les articles d'un dossier ou d'un board spécifique dans Feedly, vous devez identifier son Stream ID, un identifiant unique attribué à chaque collection de sources.



## Sélectionnez votre flux

Dans votre interface Feedly, naviguez vers le dossier ou le board que vous souhaitez intégrer dans votre automatisation.



## Accédez au menu

Une fois le flux sélectionné et affiché, repérez les trois points verticaux « ... » situés en haut à droite de la zone de contenu. Cliquez sur ces trois points pour ouvrir le menu contextuel.



## Trouvez le Stream ID

Dans ce menu, sélectionnez l'option « Sharing ». Une nouvelle interface s'ouvre, présentant différentes options de partage et d'intégration. Localisez la section intitulée « Feedly API Stream ID ».



## Copiez l'identifiant

Cliquez sur le bouton « Copy ID » pour copier automatiquement cet identifiant dans votre presse-papiers. Notez cet identifiant dans un document de travail car vous en aurez besoin lors de la configuration dans Make.

Répétez cette opération pour chaque flux que vous souhaitez intégrer dans votre système de veille automatisée.



# Make : la plateforme d'automatisation no-code

Make, anciennement connu sous le nom Integromat, est une plateforme d'automatisation qui connecte différentes applications entre elles sans nécessiter de compétences en programmation. Le terme « no-code » désigne cette approche visuelle où vous construisez des automatisations en glissant-déposant des modules représentant des actions, plutôt qu'en écrivant du code informatique.

## Fonctionnement et concept des scénarios

Make fonctionne selon une logique de « scénarios », des séquences automatisées composées de modules interconnectés. Chaque scénario démarre par un « trigger » (déclencheur), un événement qui initie l'automatisation, comme l'apparition d'un nouvel article dans Feedly. Suivent ensuite des « actions », des opérations réalisées dans d'autres applications, comme l'ajout d'une ligne dans Google Sheets ou la création d'une page dans Notion.

Un scénario typique de veille automatisée ressemble à cette séquence : **Feedly détecte un nouvel article → Make récupère le titre, l'URL et le résumé → Make insère ces informations dans une nouvelle ligne de votre tableau de suivi**. Cette chaîne s'exécute automatiquement selon la fréquence que vous définissez, sans intervention manuelle.



# Les formules tarifaires de Make

Make utilise un système de crédits pour facturer l'utilisation de ses services. Chaque opération effectuée par un module dans un scénario consomme des crédits. La plateforme propose plusieurs formules :

## Plan Free (gratuit)

- 1 000 crédits par mois
- Accès au constructeur visuel
- Intégration de plus de 3 000 applications
- Jusqu'à 2 scénarios actifs simultanément
- Intervalle minimum de 15 minutes entre les exécutions automatiques

Ce plan ne nécessite aucune carte bancaire et reste accessible indéfiniment, ce qui le rend idéal pour tester et déployer une première automatisation de veille.

## Plan Core (10,59 \$/mois)

- 10 000 crédits mensuels
- Scénarios actifs illimités
- Planification à la minute près
- Limites de transfert de données augmentées
- Accès à l'API Make

Cette formule convient aux entrepreneurs gérant plusieurs automatisations professionnelles.

## Plan Pro (18,82 \$/mois)

Tout le contenu du plan Core plus l'exécution prioritaire des scénarios (traitement plus rapide), variables personnalisées, recherche en texte intégral dans les journaux d'exécution.

📌 **Pour l'automatisation d'une veille professionnelle standard, le plan gratuit suffit amplement.** Les 1 000 crédits mensuels permettent de récupérer quotidiennement des dizaines d'articles sans approcher la limite.

## Intérêt entrepreneurial

Make élimine les tâches répétitives qui consomment inutilement du temps de gestion. Pour un entrepreneur, automatiser la veille libère des heures hebdomadaires précieuses, réduisant ainsi le coût d'opportunité lié à ces activités manuelles. La plateforme centralise également la gestion des flux d'information, créant un système documenté et reproductible que vous pouvez dupliquer pour différentes thématiques de veille ou partager avec vos collaborateurs.

# Création de votre compte Make

## 1 Accès à la plateforme

Rendez-vous sur le site officiel de Make à l'adresse <https://www.make.com>. Sur la page d'accueil, identifiez le bouton « Get started free » situé dans la barre de navigation supérieure ou au centre de la page. Cliquez sur ce bouton pour accéder au formulaire d'inscription.

## 2 Options d'inscription

Make propose plusieurs options d'inscription pour accélérer le processus. Vous pouvez créer un compte en utilisant votre adresse email professionnelle, ou vous connecter directement via votre compte Google, Microsoft ou Apple. L'authentification via un compte existant simplifie la procédure et évite la création d'un nouveau mot de passe.

## 3 Validation de votre compte

Si vous choisissez l'inscription par email, renseignez votre adresse professionnelle et définissez un mot de passe sécurisé respectant les critères affichés (longueur minimale, caractères spéciaux). Validez votre email en cliquant sur le lien de confirmation envoyé dans votre boîte de réception. Cette étape vérifie que vous êtes bien le propriétaire de l'adresse renseignée.

## 4 Accès immédiat

Une fois la validation effectuée, Make vous redirige vers votre tableau de bord principal. Aucune carte bancaire n'est demandée pour accéder au plan gratuit. Vous disposez immédiatement de vos 1 000 crédits mensuels et pouvez commencer à construire vos premiers scénarios d'automatisation.

# Google Sheets ou Notion : vos bases de données de veille

Pour stocker les articles collectés par votre système de veille, vous devez choisir entre deux solutions de gestion de données.

## Google Sheets

Google Sheets est un tableur en ligne gratuit, similaire à Microsoft Excel, accessible via n'importe quel navigateur web. Cette solution convient parfaitement aux entrepreneurs familiers avec les tableaux et souhaitant une structure simple en lignes et colonnes. Chaque nouvel article devient une ligne dans votre feuille, avec des colonnes dédiées au titre, à l'URL, à la date de publication et à la source.

**L'avantage principal** de Google Sheets réside dans sa simplicité et son accessibilité. Vous consultez et filtrez vos données depuis n'importe quel appareil, partagez facilement le tableau avec des collaborateurs et exportez les informations vers Excel ou d'autres formats si nécessaire. La solution ne nécessite qu'un compte Google gratuit.

## Notion

Notion est une plateforme de gestion de connaissances qui combine base de données, traitement de texte et organisation de projet dans un environnement modulaire. Contrairement à Sheets qui présente une grille fixe, Notion offre une flexibilité de présentation : vos articles de veille peuvent s'afficher sous forme de tableau, de cartes visuelles, de calendrier ou de liste.

Cette solution convient aux entrepreneurs souhaitant aller au-delà d'un simple stockage de liens. Vous pouvez enrichir chaque article avec des notes personnelles, des tags de catégorisation, des priorités d'importance et des statuts de lecture. Notion intègre également des fonctionnalités de collaboration avancées, permettant à une équipe d'annoter collectivement les articles collectés.

Notion propose un plan gratuit généreux incluant toutes les fonctionnalités essentielles pour un usage individuel. Les plans payants (à partir de 8 \$/mois) s'adressent aux équipes nécessitant des fonctionnalités collaboratives avancées.

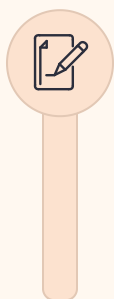
**Choix recommandé selon votre profil :** Optez pour Google Sheets si vous privilégiez la simplicité, la rapidité de consultation et l'analyse quantitative de votre veille (comptage d'articles par source, tri chronologique). Choisissez Notion si vous souhaitez construire une base de connaissances enrichie, annoter les articles, les catégoriser finement et les relier à d'autres projets de votre activité.

# Configuration de votre base de données Google Sheets



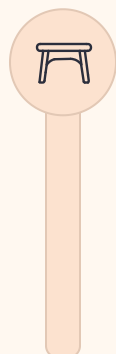
## Création de la feuille

Connectez-vous à votre compte Google et accédez à Google Drive via l'adresse <https://drive.google.com>. Cliquez sur le bouton « Nouveau » situé en haut à gauche de l'interface, puis sélectionnez « Google Sheets » dans le menu déroulant, et enfin « Feuille de calcul vierge ».



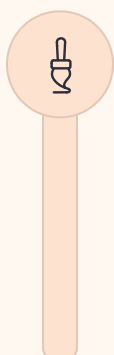
## Nommage du document

Une nouvelle feuille de calcul s'ouvre dans un onglet séparé. Renommez immédiatement ce document en cliquant sur « Feuille de calcul sans titre » en haut à gauche. Attribuez un nom explicite comme « Veille professionnelle 2026 » pour faciliter son identification ultérieure.



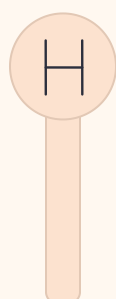
## Structure des colonnes

Structurez maintenant votre tableau en créant les en-têtes de colonnes dans la première ligne. Dans la cellule A1, saisissez « Date ». Dans B1, inscrivez « Titre ». La cellule C1 recevra « URL ». En D1, ajoutez « Source ». Enfin, en E1, notez « Résumé ». Cette structure correspond aux informations que Make transférera automatiquement depuis Feedly.



## Formatage visuel

Formatez les en-têtes pour améliorer la lisibilité. Sélectionnez la ligne 1 entière en cliquant sur le numéro « 1 » à gauche. Dans la barre d'outils, cliquez sur l'icône de mise en gras et appliquez une couleur de fond en cliquant sur l'icône de pot de peinture. Choisissez une teinte sobre comme le gris clair pour différencier visuellement les en-têtes des données.



## Ajustement des largeurs

Ajustez la largeur des colonnes en double-cliquant sur les séparateurs entre les lettres de colonnes (entre A et B, B et C, etc.) dans la barre d'en-tête. Cette action ajuste automatiquement la largeur au contenu, garantissant que les titres d'articles longs restent lisibles sans déborder.

Votre feuille est maintenant prête à recevoir automatiquement les articles collectés par votre système de veille. Conservez cet onglet ouvert, car vous aurez besoin de l'URL de ce document lors de la configuration dans Make.

# Configuration de votre base de données Notion



## Connexion à Notion

Connectez-vous à votre espace de travail Notion via <https://www.notion.so>. Si vous ne possédez pas encore de compte, créez-en un gratuitement en cliquant sur « Get Notion free » et en suivant les instructions d'inscription.



## Création de la base

Une fois dans votre espace, naviguez vers la section ou la page où vous souhaitez créer votre base de données de veille. Cliquez sur le bouton « + » qui apparaît lorsque vous survolez l'espace vide ou sur « Add a page » dans la barre latérale. Dans la liste des options proposées, faites défiler jusqu'à la section « Database » et sélectionnez « Table - Full page ».



## Configuration des propriétés

Notion génère automatiquement une base de données avec quelques colonnes par défaut. Renommez la page en cliquant sur « Untitled » en haut et en saisissant « Veille professionnelle ». La première colonne « Name » sert de titre principal. Renommez-la en « Titre de l'article » en cliquant sur son en-tête.



## Ajout des colonnes

Ajoutez une nouvelle propriété en cliquant sur le « + » situé à droite de la dernière colonne. Sélectionnez le type « URL » et nommez cette propriété « Lien ». Créez une troisième propriété de type « Date » nommée « Date de publication ». Ajoutez une quatrième propriété de type « Text » appelée « Source ». Enfin, créez une dernière propriété de type « Text » nommée « Résumé » pour stocker un extrait ou une description de l'article.

Votre base de données Notion est maintenant structurée pour accueillir les flux automatisés. Copiez l'URL de cette page depuis la barre d'adresse de votre navigateur, vous en aurez besoin lors de la configuration dans Make.

# Construction du scénario dans Make

## Création du scénario

Revenez sur votre tableau de bord Make (<https://www.make.com>). Dans le coin supérieur droit de l'interface, repérez le bouton bleu « Create a new scenario » et cliquez dessus. Make ouvre une zone de travail vierge appelée « canvas », une surface blanche où vous assemblerez visuellement les différentes étapes de votre automatisation.

En haut à gauche du canvas, identifiez le champ texte portant l'inscription « New scenario ». Cliquez sur ce champ et saisissez un nom descriptif comme « Veille Feedly vers Sheets » ou « Veille Feedly vers Notion » selon votre choix de destination. Cette dénomination facilitera l'identification du scénario lorsque vous en gérerez plusieurs.

## Ajout et configuration du module Feedly (déclencheur)

Au centre du canvas, Make affiche un grand cercle blanc avec un symbole « + ». Cliquez sur ce cercle pour ouvrir le catalogue des applications disponibles. Un panneau latéral apparaît à droite, présentant un champ de recherche et une liste d'applications.

Dans le champ de recherche, saisissez « Feedly » et appuyez sur Entrée. Make affiche l'icône de Feedly accompagnée de son nom. Cliquez sur cette icône pour accéder aux modules Feedly disponibles.

Make présente maintenant les différents déclencheurs et actions possibles avec Feedly. Sélectionnez le module « Watch Articles in a Feed » (Surveiller les articles dans un flux). Ce module vérifie périodiquement l'apparition de nouveaux articles dans le flux Feedly que vous spécifierez.

Une fenêtre de configuration du module s'ouvre. Make vous demande d'abord de créer une connexion avec votre compte Feedly. Cliquez sur le bouton « Add » situé à côté du champ « Connection ».

Dans la fenêtre de création de connexion, Make vous propose deux méthodes d'authentification. Pour une configuration simplifiée, sélectionnez l'option « API Token ». Collez la clé API que vous avez générée précédemment dans Feedly (celle que vous avez conservée en lieu sûr). Donnez un nom à cette connexion, par exemple « Mon compte Feedly », puis cliquez sur « Save ».

Une fois la connexion établie, Make affiche les paramètres de configuration du module. Dans le champ « Feed », collez le Stream ID que vous avez copié depuis Feedly (l'identifiant de votre dossier ou board de veille). Ce paramètre indique à Make quel flux spécifique surveiller.

Le champ « Limit » détermine le nombre maximum d'articles que Make récupérera à chaque exécution du scénario. Pour commencer, définissez cette valeur à 10. Cette limitation évite de surcharger le système lors des premières exécutions et consomme moins de crédits.

Validez la configuration en cliquant sur « OK » au bas de la fenêtre. Le module Feedly apparaît maintenant sur votre canvas, représenté par l'icône de Feedly. Un numéro « 1 » s'affiche sur ce module, indiquant qu'il s'agit de la première étape de votre scénario.



# Ajout du module de destination (Google Sheets ou Notion)

## Option A : Ajout du module Google Sheets

Si vous avez choisi Google Sheets comme destination, positionnez votre curseur sur le module Feedly que vous venez de configurer. Un petit cercle avec un « + » apparaît sur le côté droit du module. Cliquez sur ce cercle pour ajouter la prochaine étape de votre automatisation.

Le catalogue d'applications s'ouvre à nouveau. Dans le champ de recherche, saisissez « Google Sheets » et appuyez sur Entrée. Cliquez sur l'icône Google Sheets qui apparaît dans les résultats.

Make présente les différentes actions disponibles avec Google Sheets. Sélectionnez le module « Add a Row » (Ajouter une ligne). Cette action insère une nouvelle ligne dans votre feuille de calcul à chaque fois qu'un nouvel article est détecté.

La fenêtre de configuration s'ouvre. Make vous demande de créer une connexion avec Google Sheets. Cliquez sur « Add » à côté du champ « Connection ». Make vous redirige vers une page d'authentification Google où vous devez autoriser l'accès de Make à vos fichiers Google Sheets. Sélectionnez votre compte Google, cochez les autorisations demandées et cliquez sur « Autoriser ».

De retour dans Make, la connexion est maintenant établie. Le champ « Spreadsheet » vous demande de sélectionner le fichier Google Sheets que vous avez créé précédemment. Cliquez sur ce champ et parcourez la liste qui apparaît, ou utilisez la barre de recherche pour trouver « Veille professionnelle 2026 ». Sélectionnez ce fichier.

Le champ « Sheet » vous demande ensuite de spécifier quelle feuille utiliser dans le document. Si vous n'avez pas créé de feuilles supplémentaires, sélectionnez « Sheet1 » ou le nom que vous avez attribué à votre première feuille.

**Mapping des données :** Make doit savoir quelles informations de Feedly placer dans quelles colonnes de votre tableau. Vous voyez apparaître la liste de vos colonnes (Date, Titre, URL, Source, Résumé) sous forme de champs à remplir.

- Pour le champ « Date », cliquez à l'intérieur. Make affiche une liste de variables disponibles provenant du module Feedly. Repérez et sélectionnez « published » ou « crawled » (selon que vous préférez la date de publication originale ou la date de découverte par Feedly).
- Pour le champ « Titre », cliquez dessus et sélectionnez la variable « title » dans la liste proposée. Cette variable contient le titre complet de l'article tel qu'il apparaît sur Feedly.
- Dans le champ « URL », insérez la variable « canonicalUrl » ou « alternate » (URL). Ces variables contiennent l'adresse web complète de l'article, permettant d'y accéder directement depuis votre tableau.
- Pour « Source », choisissez la variable « origin.title » qui indique le nom du site ou du blog source de l'article.
- Enfin, dans le champ « Résumé », sélectionnez la variable « summary » ou « content.content » pour obtenir un extrait du contenu de l'article.

Validez cette configuration en cliquant sur « OK ». Votre scénario comporte maintenant deux modules connectés : Feedly récupère les nouveaux articles, puis Google Sheets les enregistre ligne par ligne.

## Option B : Ajout du module Notion

Si vous préférez Notion comme destination, après avoir configuré le module Feedly, cliquez sur le « + » à droite de celui-ci pour ajouter l'action suivante.

Dans le catalogue, recherchez « Notion » et cliquez sur son icône. Make affiche les nombreuses actions disponibles avec Notion. Sélectionnez « Create a Database Item » (Créer un élément de base de données).

Créez une connexion avec Notion en cliquant sur « Add » à côté du champ « Connection ». Make vous redirige vers la page d'autorisation de Notion. Connectez-vous avec vos identifiants Notion si nécessaire, puis sélectionnez l'espace de travail contenant votre base de données de veille. Autorisez Make à accéder à vos pages Notion en cochant les autorisations demandées et en validant.

De retour dans Make, le champ « Database ID » vous demande de spécifier quelle base de données alimenter. Collez l'URL de votre page de veille Notion que vous avez copiée précédemment, ou cliquez sur le champ pour parcourir vos bases disponibles et sélectionner « Veille professionnelle ».

Make affiche maintenant les propriétés de votre base de données Notion. Vous devez mapper les informations de Feedly vers ces propriétés.

- Pour la propriété « Titre de l'article » (votre colonne Name), cliquez dans le champ correspondant et sélectionnez la variable « title » provenant du module Feedly.
- Dans la propriété « Lien » (type URL), insérez la variable « canonicalUrl » ou « alternate » pour enregistrer l'adresse complète de l'article.
- Pour « Date de publication », sélectionnez la variable « published » du module Feedly. Make convertit automatiquement ce format de date pour le rendre compatible avec Notion.
- Dans la propriété « Source », choisissez « origin.title » pour identifier le site web d'origine.
- Enfin, pour « Résumé », insérez la variable « summary » ou « content.content » selon la profondeur d'information souhaitée.

Validez la configuration en cliquant sur « OK ». Votre scénario est maintenant construit : Feedly détecte les nouveaux articles et Notion les enregistre comme nouvelles entrées dans votre base de données.



# Test et activation du scénario

## Exécution test

Avant d'activer l'automatisation en mode autonome, vous devez vérifier son bon fonctionnement. Dans le bas du canvas Make, repérez le bouton « Run once » (Exécuter une fois). Cliquez sur ce bouton pour lancer une exécution test manuelle du scénario.

## Contrôle du transfert

Le flux passe ensuite au module suivant (Google Sheets ou Notion). Celui-ci clignote à son tour pendant le traitement. Une fois l'exécution terminée, une bulle verte avec une coche apparaît sur ce module, confirmant que les données ont été correctement transférées. Ouvrez maintenant votre Google Sheets ou votre base Notion pour vérifier l'apparition des nouvelles lignes.

1

2

3

4

## Vérification des données

Make commence à traiter le scénario. Le module Feedly clignote, indiquant qu'il recherche les nouveaux articles dans votre flux. Après quelques secondes, si des articles sont disponibles, le module affiche une petite bulle avec un chiffre indiquant le nombre d'articles récupérés. Cliquez sur cette bulle numérique pour ouvrir le détail de l'exécution.

## Activation permanente

Une fois le test réussi et les données correctement transférées, activez l'automatisation permanente. Dans le coin inférieur gauche du canvas, repérez l'interrupteur « OFF » accompagné du texte « Scheduling ». Cliquez sur cet interrupteur pour le basculer en position « ON ».

Make affiche alors les options de planification. Le champ « Interval » détermine la fréquence d'exécution automatique du scénario. Sur le plan gratuit, l'intervalle minimum est de 15 minutes. Définissez une fréquence adaptée à vos besoins : toutes les heures pour une veille très réactive, deux fois par jour pour une surveillance modérée, ou une fois par jour pour une collecte quotidienne.

Enregistrez votre scénario en cliquant sur le bouton « Save » en haut à droite du canvas. Make confirme l'enregistrement et votre automatisation est maintenant active.

📌 **Si des erreurs apparaissent** (modules en rouge, données manquantes), cliquez sur le module en erreur pour lire le message d'erreur détaillé. Les problèmes courants incluent des autorisations insuffisantes (retournez aux paramètres de connexion), des mappings incorrects (vérifiez que vous avez sélectionné les bonnes variables) ou des formats de données incompatibles (particulièrement pour les dates).

# Utilisation et optimisation de votre système de veille

Votre système de veille automatisée fonctionne désormais en arrière-plan. À la fréquence définie, Make interroge Feedly, récupère les nouveaux articles et les enregistre dans votre base de données sans aucune intervention manuelle de votre part.



## Consultation régulière

Consultez régulièrement votre Google Sheets ou votre base Notion pour prendre connaissance des articles collectés. Dans Google Sheets, utilisez les fonctionnalités de tri et de filtre pour organiser l'affichage par date, par source ou par pertinence. Dans Notion, exploitez les vues multiples pour afficher vos articles sous forme de tableau, de calendrier ou de cartes, selon le contexte de consultation.



## Segmentation thématique

Si vous gérez plusieurs thématiques de veille distinctes, créez des scénarios séparés dans Make, chacun connecté à un flux Feedly différent et alimentant une feuille ou une base de données dédiée. Cette segmentation facilite la consultation et évite les mélanges d'informations entre des sujets sans rapport.



## Affinage des sources

Pour optimiser la pertinence de votre veille, affinez régulièrement les sources suivies dans Feedly. Supprimez les flux générant trop d'articles peu pertinents et ajoutez de nouvelles sources identifiées comme stratégiques pour votre activité. Cette curation progressive améliore le rapport signal/bruit de votre système.



## Surveillance des crédits

Surveillez périodiquement votre consommation de crédits Make dans la section « Organization » puis « Usage » de votre tableau de bord. Si vous approchez de la limite des 1 000 crédits mensuels du plan gratuit, réduisez la fréquence d'exécution de vos scénarios ou diminuez le nombre d'articles récupérés à chaque exécution.

**Félicitations !** Vous avez maintenant mis en place un système de veille professionnelle entièrement automatisé qui vous fait gagner des heures chaque semaine. Votre entreprise dans l'Allier dispose désormais d'un avantage concurrentiel grâce à cette surveillance intelligente et continue de votre secteur d'activité.

A faint, stylized illustration in the background shows a person sitting at a desk with a laptop. Behind them is a bookshelf filled with books. To the right, there is a round clock on the wall and a potted plant on the left. Floating around the person are icons representing communication: a speech bubble with three dots and another with a Wi-Fi symbol. The person's laptop screen displays a notification bell icon and some text.

# Automatiser la surveillance de son e-réputation avec Make et Google Alerts

La réputation en ligne constitue un actif stratégique pour toute entreprise. Un commentaire négatif non traité, une mention problématique sur un forum spécialisé ou une actualité concernant votre secteur peuvent impacter directement votre activité commerciale. Ce chapitre vous apprend à construire un système automatisé qui surveille continuellement les mentions de votre marque, de vos produits, de vos dirigeants ou de vos concurrents sur l'ensemble du web. Vous recevrez des alertes instantanées ou consolidées vous permettant de réagir rapidement aux opportunités comme aux menaces réputationnelles.

# Google Alerts : votre sentinelle gratuite sur le web

## Qu'est-ce que Google Alerts ?

Google Alerts est un service gratuit proposé par Google qui surveille l'apparition de termes spécifiques dans les résultats de recherche du moteur. Concrètement, Google parcourt continuellement des milliards de pages web, d'articles de presse, de blogs et de forums. Lorsqu'une nouvelle page contenant vos mots-clés apparaît dans son index, le service vous en informe automatiquement.

## Fonctionnement technique

Google Alerts fonctionne comme une recherche Google permanente et automatisée. Vous définissez une requête de recherche, par exemple le nom de votre entreprise entre guillemets pour une correspondance exacte, et Google exécute cette recherche en continu. Chaque fois qu'un nouveau résultat correspond à votre requête, le système génère une notification. Cette notification peut prendre deux formes : un email récapitulatif envoyé à la fréquence de votre choix, ou un flux RSS que vous pouvez intégrer à d'autres outils.

# Pourquoi Google Alerts est parfait pour les entrepreneurs

## 100% Gratuit

Google Alerts est entièrement gratuit et ne nécessite aucun abonnement payant. Le service ne comporte aucune limitation du nombre d'alertes créées, aucune restriction de fréquence et aucune publicité intrusive. Cette gratuité totale en fait un outil accessible à tous les entrepreneurs, quelle que soit la taille de leur structure.

## Protection réputationnelle

Pour un dirigeant d'entreprise, Google Alerts transforme la surveillance réputationnelle d'une tâche impossible à accomplir manuellement en un processus automatisé. Vous détectez immédiatement les mentions de votre marque dans la presse en ligne, identifiez les discussions sur les forums professionnels, repérez les avis clients publiés sur des sites tiers et surveillez les communications de vos concurrents.

## Veille concurrentielle

La surveillance de la concurrence constitue également un usage stratégique majeur. Créer des alertes sur les noms de vos principaux concurrents vous informe de leurs lancements produits, de leurs difficultés réputationnelles et de leur couverture médiatique, vous donnant un avantage informationnel précieux pour ajuster votre stratégie commerciale.

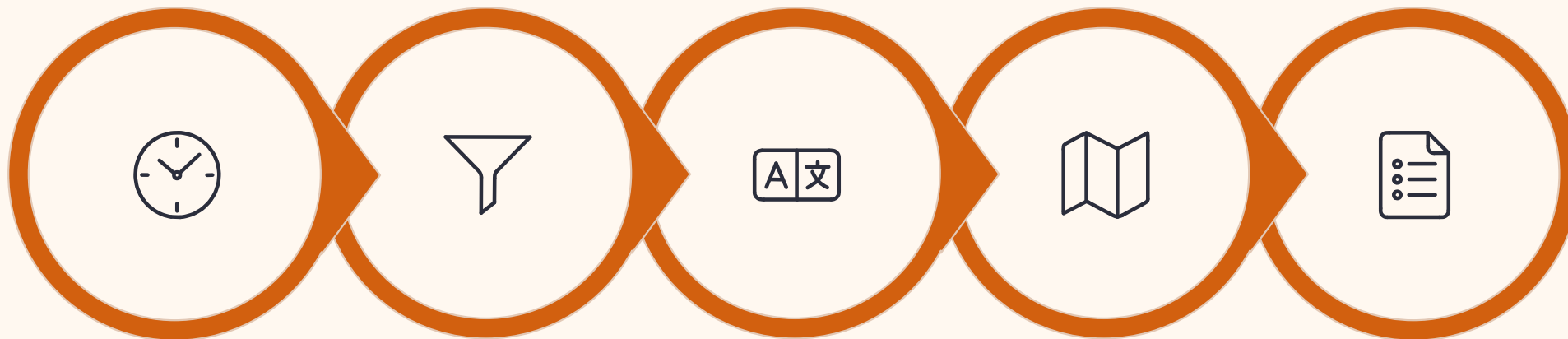
# Créer votre première alerte Google

Google Alerts ne nécessite pas d'inscription spécifique si vous possédez déjà un compte Google. Rendez-vous simplement sur l'adresse <https://www.google.com/alerts>. Si vous n'êtes pas connecté à votre compte Google, la page vous invite à vous authentifier. Utilisez votre compte Gmail professionnel pour centraliser vos alertes au bon endroit.

Une fois sur la page principale de Google Alerts, vous découvrez un champ de recherche central portant l'indication « Créer une alerte concernant... ». Ce champ fonctionne exactement comme la barre de recherche Google classique, acceptant les mêmes opérateurs de recherche avancée.

Pour surveiller votre marque, saisissez le nom de votre entreprise entre guillemets dans ce champ. Les guillemets forcent Google à rechercher cette expression exacte, évitant les résultats non pertinents contenant seulement l'un des mots. Par exemple, pour une entreprise nommée « Atelier Bois Design », tapez exactement "Atelier Bois Design" avec les guillemets.

# Les paramètres essentiels à configurer



Fréquence

Sources

Langue

Région

Nombre

Avant de créer l'alerte, cliquez sur le lien « Options » pour affiner les paramètres. Une section déroulante s'ouvre, présentant plusieurs configurations essentielles qui détermineront la qualité et la pertinence de votre surveillance.



# Fréquence et sources : trouvez le bon rythme

## 1

### Fréquence

Le premier paramètre « Fréquence » détermine le rythme d'envoi des notifications. Trois choix s'offrent à vous : « Au fil de l'eau » envoie un email immédiatement à chaque nouvelle mention détectée, idéal pour une surveillance critique nécessitant une réactivité maximale. « Au plus une fois par jour » regroupe toutes les mentions de la journée dans un email unique envoyé le soir, convenant à une surveillance régulière sans être submergé. « Au plus une fois par semaine » consolide les mentions hebdomadaires, approprié pour des surveillances moins urgentes comme le suivi de la concurrence.

## 2

### Sources

Le paramètre « Sources » filtre les types de sites surveillés. L'option « Automatique » couvre tous les types de sources, recommandée pour une surveillance exhaustive. Vous pouvez également restreindre aux « Actualités » pour ne recevoir que les mentions dans les médias professionnels, « Blogs » pour les opinions et analyses, « Web » pour les sites institutionnels et commerciaux, « Vidéos » pour YouTube et autres plateformes audiovisuelles, ou « Forums » pour les discussions communautaires.

# Langue, région et volume de résultats

## Langue

La « Langue » définit l'idiome des résultats. Sélectionnez « Français » si votre activité cible principalement le marché francophone, ou « Toutes les langues » si vous opérez à l'international.

## Région

Le paramètre « Région » géolocalise les résultats. Choisissez « France » pour vous concentrer sur les mentions locales, ou « Tous les pays » pour une surveillance mondiale.

## Nombre de résultats

« Nombre de résultats » propose deux niveaux : « Uniquement les meilleurs résultats » filtre les sources les plus pertinentes et autoritaires, réduisant le bruit informationnel. « Tous les résultats » capture l'ensemble des mentions, même sur des sites moins connus, garantissant une surveillance exhaustive au risque de recevoir davantage de contenus peu pertinents.

# L'option cruciale : le flux RSS

Enfin, le paramètre « Envoyer à » définit la méthode de notification. Par défaut, Google propose votre adresse email principale. Pour l'automatisation avec Make, sélectionnez plutôt « Flux RSS ». Cette option génère une adresse URL spécifique que vous utiliserez dans Make pour récupérer automatiquement les alertes sans passer par votre boîte email.

Une fois tous les paramètres configurés selon vos besoins, cliquez sur « Créer une alerte ». Google enregistre votre alerte et commence immédiatement la surveillance. L'alerte apparaît maintenant dans la liste en bas de page, vous permettant de la modifier ou de la supprimer ultérieurement si nécessaire.

# Récupérer l'URL du flux RSS

01

---

## Accéder au menu

Dans la liste de vos alertes créées, repérez celle que vous souhaitez automatiser. Sur la droite de chaque alerte, Google affiche une icône représentant trois points verticaux. Cliquez sur cette icône pour ouvrir le menu contextuel.

03

---

## Copier l'URL

Une fois « Flux RSS » sélectionné, une nouvelle indication apparaît : « Copier l'URL du flux RSS ». Cliquez avec le bouton droit de votre souris sur le texte « Flux RSS » qui s'affiche maintenant en bleu et souligné, puis sélectionnez « Copier l'adresse du lien » dans le menu contextuel. Cette URL longue et complexe, commençant généralement par <https://www.google.com/alerts/feeds/...>, constitue l'adresse unique de votre flux d'alertes.

02

---

## Modifier l'alerte

Dans le menu déroulant, sélectionnez l'option « Modifier l'alerte ». La section Options s'ouvre à nouveau, affichant tous les paramètres de cette alerte spécifique. Si vous avez déjà sélectionné « Flux RSS » lors de la création, le champ « Envoyer à » affiche cette option. Sinon, modifiez-le maintenant en sélectionnant « Flux RSS » dans le menu déroulant.

04

---

## Sauvegarder

Collez immédiatement cette URL dans un document de travail (bloc-notes, Google Doc, ou fichier texte) et étiquetez-la clairement, par exemple « RSS Google Alerts - Nom entreprise ». Vous aurez besoin de cette URL lors de la configuration dans Make. Répétez cette opération pour chaque alerte que vous souhaitez intégrer dans votre système automatisé.

# Créer plusieurs alertes stratégiques



## Nom de l'entreprise

Créez une première alerte pour le nom exact de votre entreprise entre guillemets, comme expliqué précédemment. Ajoutez une deuxième alerte pour votre nom de domaine sans le « www » ni le « .fr/.com », par exemple atelierboisdesign. Cette alerte capture les mentions de votre site web même lorsque l'auteur ne cite pas le nom complet de votre entreprise.



## Dirigeants

Si votre entreprise porte le nom de son fondateur ou si certains dirigeants bénéficient d'une visibilité publique, créez des alertes dédiées à leurs noms. Utilisez le format "Prénom Nom" entre guillemets pour éviter les homonymes.



## Produits phares

Pour vos produits phares ou vos marques commerciales distinctes de votre raison sociale, configurez des alertes spécifiques. Si vous avez lancé un produit innovant portant un nom particulier, surveillez-le indépendamment pour mesurer sa pénétration médiatique.



## Concurrents

La surveillance concurrentielle nécessite également des alertes dédiées. Créez une alerte par concurrent principal en utilisant leur raison sociale exacte entre guillemets. Configurez ces alertes avec une fréquence hebdomadaire plutôt que quotidienne, sauf si vous êtes dans un contexte de veille stratégique intensive.

# Surveiller votre secteur d'activité

Pour surveiller des thématiques sectorielles sans mention directe de votre marque, utilisez des combinaisons de mots-clés. Par exemple, si vous êtes menuisier à Clermont-Ferrand, créez une alerte menuiserie Clermont-Ferrand -"votre entreprise".

L'opérateur - exclut votre propre entreprise des résultats, vous montrant uniquement ce que disent vos concurrents locaux ou les demandes du marché.

# Make : votre plateforme d'automatisation

Make demeure la plateforme d'automatisation utilisée dans ce chapitre, comme dans le précédent. Si vous avez déjà configuré votre compte Make lors du chapitre 1, vous pouvez directement utiliser ce même compte pour cette nouvelle automatisation. Les crédits mensuels gratuits (1 000 opérations) se partagent entre tous vos scénarios actifs.

Si vous n'avez pas encore créé de compte Make, reportez-vous au chapitre 1, section « Les plateformes nécessaires - Make », où la procédure complète d'inscription et de compréhension du fonctionnement est détaillée. Les informations sur les modalités tarifaires, l'intérêt entrepreneurial et le concept de scénarios y sont expliquées exhaustivement.

## Rappel important

Make fonctionne par scénarios qui connectent différentes applications entre elles. Chaque action consomme des opérations de votre quota mensuel. L'interface visuelle facilite la création de workflows complexes sans programmation.



# Choisir votre base de données : Sheets ou Notion

## Google Sheets

Comme pour le chapitre précédent, vous devez choisir une destination pour stocker les mentions de votre marque détectées par Google Alerts. Google Sheets et Notion restent les deux options recommandées, chacune présentant les mêmes avantages et caractéristiques décrits au chapitre 1.

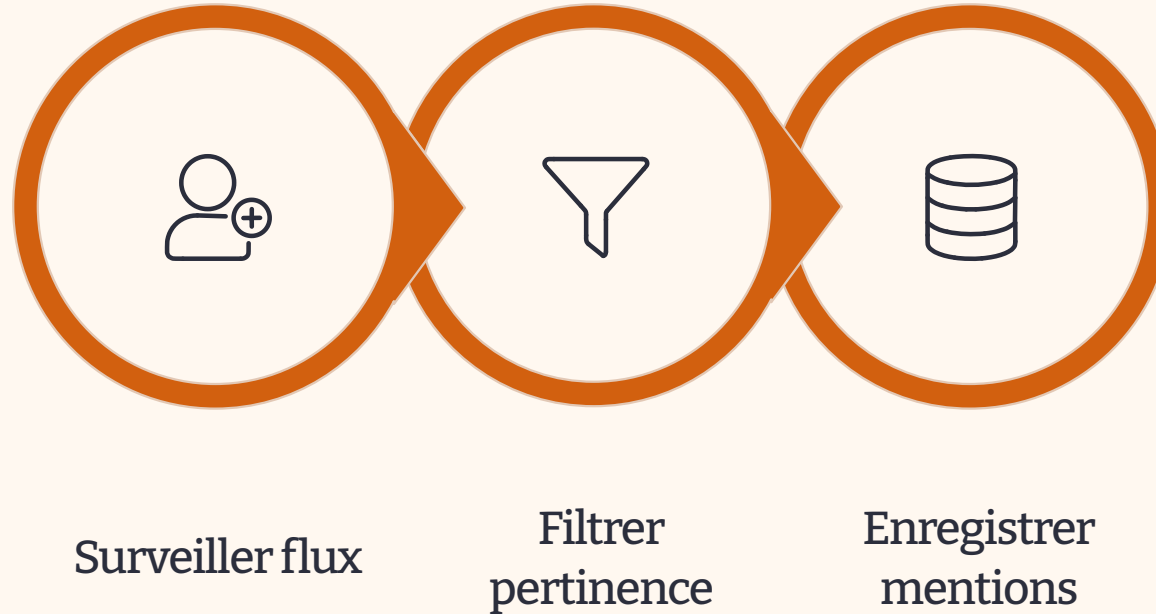
Si vous utilisez Google Sheets, créez une nouvelle feuille de calcul nommée « E-réputation 2026 » avec les colonnes suivantes : Date de détection, Titre de la mention, URL, Source Google Alert (pour identifier quelle alerte a généré cette mention si vous en avez plusieurs), Statut (à traiter/traité/archivé), Notes d'action.

## Notion

Pour ce chapitre spécifique de surveillance réputationnelle, la structure de votre base de données diffère légèrement. Vous stockerez non seulement le titre et l'URL de la mention, mais également la source précise, la date de détection et potentiellement un statut de traitement vous permettant de suivre quelles mentions ont été analysées et lesquelles nécessitent une action.

Si vous préférez Notion, créez une nouvelle base de données avec des propriétés équivalentes : Titre (titre de la mention), Lien (URL de la page), Date de détection (type Date), Alerte source (type Select avec options correspondant à vos différentes alertes), Statut (type Select avec options « À traiter », « Traité », « Archivé »), Actions prises (type Text pour noter les réponses apportées).

# Construire votre scénario dans Make



Connectez-vous à votre compte Make et accédez à votre tableau de bord. Cliquez sur le bouton « Create a new scenario » situé en haut à droite de l'interface. Make ouvre un canvas vierge où vous construirez votre automatisation de surveillance.

Renommez immédiatement ce scénario en cliquant sur « New scenario » en haut à gauche et en saisissant un nom explicite comme « E-réputation Google Alerts vers Sheets » ou « Surveillance marque vers Notion » selon votre configuration.

# Configurer le module RSS (déclencheur)

Au centre du canvas, cliquez sur le grand cercle blanc avec le symbole « + » pour ouvrir le catalogue d'applications. Dans le champ de recherche du panneau latéral qui apparaît, saisissez « RSS » et appuyez sur Entrée.

Make affiche le module RSS standard, reconnaissable à son icône orange représentant les ondes d'un flux. Cliquez sur cette icône pour accéder aux actions disponibles.

Sélectionnez le module « Watch RSS feed items » (Surveiller les éléments d'un flux RSS). Ce module vérifie périodiquement un flux RSS pour détecter les nouveaux éléments ajoutés, parfaitement adapté à la surveillance des Google Alerts configurés en flux RSS.

Une fenêtre de configuration s'ouvre. Contrairement aux autres modules, RSS ne nécessite pas de connexion à un compte externe, car les flux RSS sont des standards ouverts accessibles publiquement.

Dans le champ « URL », collez l'adresse du flux RSS que vous avez copiée depuis Google Alerts. Cette URL longue et complexe, commençant par <https://www.google.com/alerts/feeds/...>, identifie précisément votre alerte spécifique.

Le champ « Maximum number of returned items » définit le nombre maximum d'alertes récupérées à chaque exécution du scénario. Configurez cette valeur à 10 pour commencer. Si votre marque génère beaucoup de mentions quotidiennes, vous pourrez augmenter cette limite ultérieurement.

Validez la configuration en cliquant sur « OK ». Le module RSS apparaît maintenant sur votre canvas, portant le numéro « 1 » et affichant l'icône orange du flux RSS.

# Option A : Connecter Google Sheets



## Connexion

Si vous avez choisi Google Sheets comme destination, positionnez votre curseur sur le module RSS. Un petit cercle avec un « + » apparaît sur son côté droit. Cliquez sur ce cercle pour ajouter l'action suivante. Dans le catalogue d'applications, recherchez « Google Sheets » et cliquez sur son icône. Sélectionnez le module « Add a Row » pour insérer une nouvelle ligne à chaque mention détectée.



## Sélection

Si vous avez déjà configuré une connexion Google Sheets lors du chapitre 1, Make la détecte automatiquement et vous propose de la réutiliser. Sélectionnez cette connexion existante dans le menu déroulant « Connection ». Si c'est votre première utilisation de Google Sheets avec Make, cliquez sur « Add » et suivez le processus d'autorisation Google décrit en détail au chapitre 1. Dans le champ « Spreadsheet », sélectionnez le fichier « E-réputation 2026 » que vous avez créé précédemment.



## Mapping

Vient maintenant le mapping des données du flux RSS vers vos colonnes. Make affiche la liste des colonnes de votre tableau. Pour le champ « Date de détection », cliquez à l'intérieur et sélectionnez la variable « pubDate » ou « date ». Dans le champ « Titre de la mention », insérez la variable « title ». Pour « URL », sélectionnez la variable « link ». Le champ « Source Google Alert » doit identifier quelle alerte a généré cette mention. Pour « Statut », saisissez manuellement la valeur par défaut « À traiter ».

# Option B : Connecter Notion

Si vous préférez Notion comme destination, cliquez sur le « + » à droite du module RSS pour ajouter l'action suivante.

Recherchez « Notion » dans le catalogue et sélectionnez le module « Create a Database Item ».

Si vous avez configuré une connexion Notion lors du chapitre 1, réutilisez-la en la sélectionnant dans le menu déroulant. Sinon, cliquez sur « Add » et suivez le processus d'autorisation décrit au chapitre 1.

Dans le champ « Database ID », sélectionnez votre base de données « E-réputation 2026 » en la recherchant dans la liste ou en collant son URL.

Make affiche maintenant les propriétés de votre base Notion. Mappez les données du flux RSS vers ces propriétés. Pour la propriété « Titre », sélectionnez la variable « title » du module RSS. Dans « Lien » (type URL), insérez la variable « link » pour enregistrer l'adresse complète de la mention. Pour « Date de détection », choisissez la variable « pubDate » du module RSS. Make convertit automatiquement le format de date pour le rendre compatible avec Notion.

Dans « Alerte source » (type Select), vous devez spécifier manuellement le nom de l'alerte correspondante. Si vous n'avez configuré qu'une seule alerte Google, saisissez son nom (par exemple « Entreprise principale »). Si vous gérez plusieurs alertes, créez un scénario distinct pour chacune et identifiez-les différemment. Pour « Statut », sélectionnez manuellement l'option « À traiter » dans votre liste déroulante Notion. Cela marque automatiquement toutes les nouvelles mentions comme nécessitant une analyse. Laissez « Actions prises » vide ; vous le complétez manuellement après avoir traité chaque mention.

Validez en cliquant sur « OK ». Votre scénario automatise maintenant la collecte des mentions de Google Alerts vers votre base Notion.

# Ajouter un filtre pour éliminer le bruit

Pour affiner votre automatisation, vous pouvez ajouter un module de filtrage entre RSS et votre destination. Ce filtre empêche l'enregistrement de mentions non pertinentes ou de faux positifs.

Cliquez sur la ligne reliant le module RSS au module Google Sheets ou Notion. Un petit icône en forme d'entonnoir apparaît. Cliquez sur cet icône pour créer un filtre.

Dans la fenêtre de configuration du filtre, définissez une condition. Par exemple, pour exclure les mentions provenant d'un site spécifique générant régulièrement des faux positifs, créez une condition : « link » (URL) → « does not contain » (ne contient pas) → « nomdusiteaexclure.com ».

Vous pouvez également filtrer par mots-clés dans le titre. Si certaines mentions contiennent votre nom de marque mais dans un contexte non pertinent, créez une condition d'exclusion : « title » → « does not contain » → « mot-non-pertinent ».

Validez le filtre. Désormais, seules les mentions passant ce critère seront enregistrées dans votre base de données, réduisant significativement le bruit informationnel.

# Tester et activer votre automatisation

1

## Test manuel

Avant d'activer l'automatisation en production, testez son fonctionnement. Dans le bas du canvas Make, cliquez sur le bouton « Run once » pour lancer une exécution manuelle unique. Make commence à traiter le scénario. Le module RSS clignote, indiquant qu'il interroge le flux Google Alerts. Si votre alerte a détecté des mentions récentes, le module affiche une bulle numérique indiquant le nombre d'éléments récupérés.

2

## Vérification

Cliquez sur cette bulle pour visualiser les données extraites : titres des pages, URLs, dates de publication. Vérifiez que les informations correspondent bien aux mentions attendues de votre marque. Le flux passe ensuite au module suivant (Google Sheets ou Notion). Celui-ci clignote pendant le traitement. Une fois terminé, une coche verte apparaît, confirmant l'insertion des données.

3

## Contrôle final

Ouvrez votre Google Sheets ou votre base Notion. Vous devriez constater l'apparition de nouvelles lignes correspondant aux mentions récupérées. Vérifiez la cohérence : les titres sont-ils complets, les URLs sont-elles cliquables, les dates sont-elles au bon format, le statut indique-t-il « À traiter ».

4

## Activation

Une fois le test réussi et les données correctement transférées, activez l'automatisation permanente. Dans le coin inférieur gauche du canvas, activez l'interrupteur « Scheduling » en le basculant sur « ON ». Définissez la fréquence d'exécution dans le champ « Interval ». Pour une surveillance réputationnelle réactive, configurez une vérification toutes les heures. Pour une surveillance standard, deux à trois fois par jour suffisent. Sur le plan gratuit de Make, l'intervalle minimum reste de 15 minutes.

Enregistrez votre scénario en cliquant sur « Save » en haut à droite. Make confirme l'enregistrement et votre système de surveillance automatisée est maintenant opérationnel.



# Exploiter votre système de surveillance au quotidien

## Consultation quotidienne

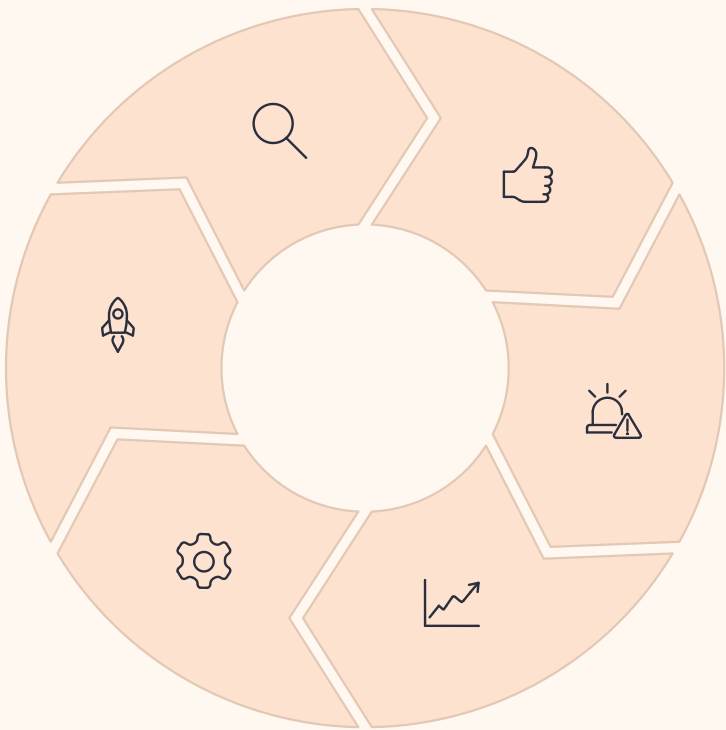
Votre système collecte désormais automatiquement toutes les mentions de votre marque détectées par Google Alerts et les centralise dans votre base de données structurée. Cette automatisation transforme la surveillance réputationnelle d'une tâche fragmentée en un processus organisé et exploitable. Consultez quotidiennement votre Google Sheets ou votre base Notion pour prendre connaissance des nouvelles mentions marquées « À traiter ».

## Aller plus loin

Pour aller plus loin, envisagez d'intégrer un module d'envoi d'email ou de notification Slack entre le module RSS et votre base de données. Ce module vous alerterait immédiatement lors de la détection d'une nouvelle mention, vous permettant d'intervenir en temps réel sur les sujets critiques sans attendre votre consultation quotidienne de la base.

## Optimisation continue

Ajustez régulièrement vos alertes Google pour affiner leur pertinence. Si vous recevez trop de faux positifs, ajoutez des opérateurs d'exclusion (le signe - suivi d'un terme à exclure). Si vous manquez des mentions importantes, élargissez vos requêtes en créant des variantes incluant des synonymes ou des appellations alternatives de votre marque. Surveillez votre consommation de crédits Make dans la section « Organization » puis « Usage ». Si votre système de surveillance multiple consomme trop de crédits, réduisez la fréquence d'exécution des scénarios moins critiques ou augmentez l'intervalle entre les vérifications.



## Mentions positives

Pour chaque mention, cliquez sur l'URL pour accéder à la page source et évaluer le contexte complet : la mention est-elle positive, neutre ou négative, provient-elle d'un média influent ou d'un petit blog, nécessite-t-elle une réponse ou un simple archivage. Pour les mentions positives, envisagez de remercier l'auteur, de partager le contenu sur vos réseaux sociaux ou de le citer dans vos communications marketing. Ces mentions constituent des preuves sociales précieuses pour renforcer votre crédibilité.

## Mentions négatives

Pour les mentions négatives ou critiques, analysez la légitimité de la critique. S'il s'agit d'un client mécontent, contactez-le directement pour résoudre le problème et démontrer votre réactivité. Si la mention provient d'un forum ou d'un site d'avis, répondez publiquement de manière professionnelle et constructive. Documentez chaque action dans la colonne « Actions prises » ou « Notes d'action » de votre base de données.

## Analyse des tendances

Pour les mentions neutres, comme la simple citation de votre entreprise dans une liste ou un annuaire, marquez-les comme traitées et archivez-les. Elles n'exigent aucune action mais témoignent de votre visibilité. Analysez périodiquement les tendances de vos mentions. Une augmentation soudaine du volume peut signaler un événement positif (couverture médiatique importante) ou négatif (crise réputationnelle naissante). Une baisse prolongée peut indiquer une diminution de votre visibilité, nécessitant un renforcement de vos actions de communication.

# Créer un GPT dédié à une tâche précise (agent IA spécialisé)

Imaginez avoir un assistant virtuel qui connaît votre entreprise par cœur, parle avec votre ton, et travaille 24h/24 sans jamais prendre de pause café. C'est exactement ce qu'un GPT personnalisé peut faire pour vous !

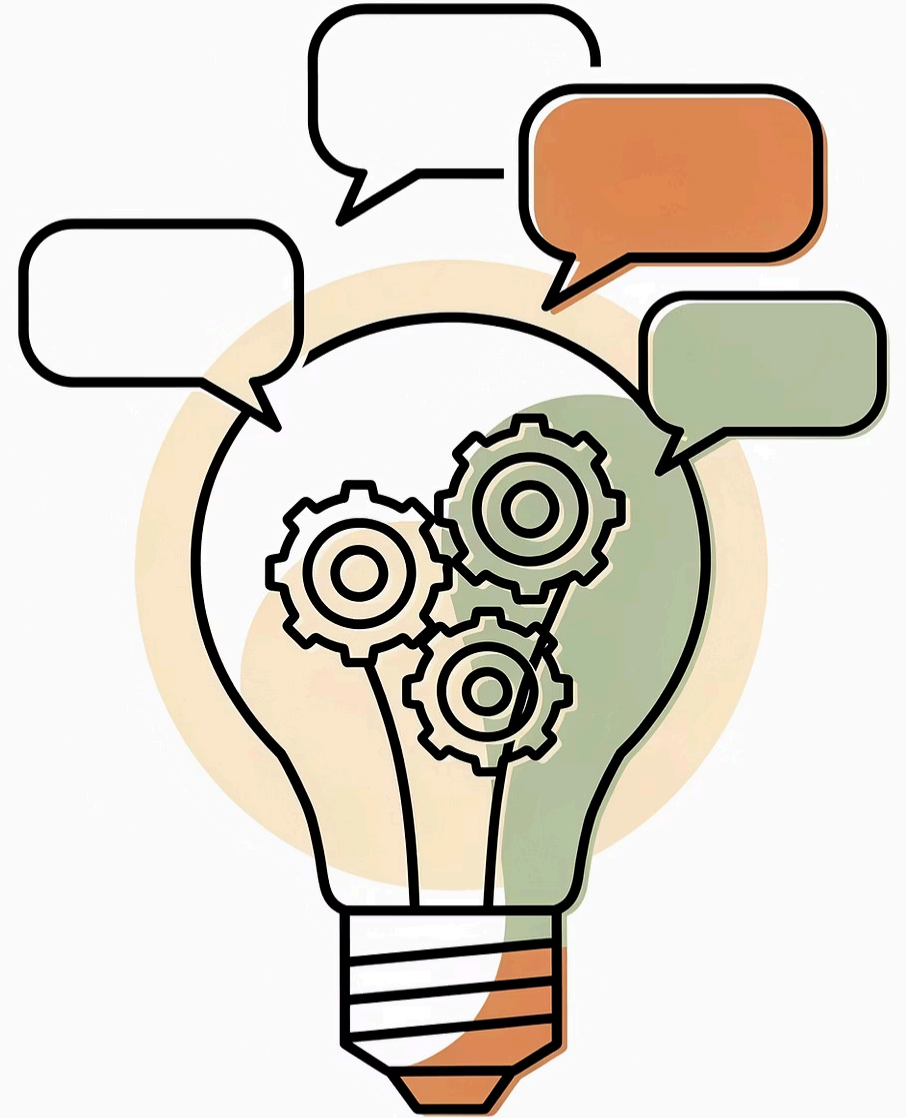


# Comprendre ce qu'est un GPT personnalisé

Un GPT personnalisé (souvent appelé « Custom GPT » ou « GPTs ») est une version spécialisée de ChatGPT que vous configurez pour une tâche précise : répondre aux questions sur vos offres, rédiger des posts LinkedIn dans votre style, faire de l'assistance client, analyser des documents, etc.

Au lieu de répéter vos consignes à chaque conversation, vous allez les écrire une fois dans une « fiche d'identité » du GPT (onglet Configurer), et le modèle les appliquera systématiquement. Vous pouvez aussi lui donner des ressources internes (PDF, docs) et même le connecter à des outils externes via des « actions » (APIs).

Pour un entrepreneur, cela revient à créer un assistant virtuel dédié à un usage précis : un agent pour le SAV, un coach marketing, un assistant pour générer des devis, etc., directement dans l'interface ChatGPT.



# Les super-pouvoirs d'un GPT personnalisé



## Mémoire intégrée

Il connaît vos offres, vos tarifs, votre style



## Disponible 24/7

Pas de congés, pas de pauses, toujours prêt



## Spécialisé

Concentré sur UNE tâche précise pour vous



## Cohérent

Applique toujours les mêmes règles

# Plateforme, accès et tarification

## Où se créent les GPTs ?

Les GPTs se créent dans l'interface ChatGPT, via le GPT Builder d'OpenAI :

- Accès direct à l'éditeur : <https://chatgpt.com/gpts/editor> ou via l'onglet « My GPTs » dans ChatGPT.
- L'éditeur propose deux onglets :
  - **Create** : vous discutez avec un assistant qui vous aide à construire le GPT en langage naturel.
  - **Configure** : vous paramétrez finement le nom, la description, les instructions, les fichiers de connaissance, les actions, etc.

# Plans et conditions d'accès

Pour créer et utiliser des GPTs personnalisés, il faut un compte ChatGPT avec une offre payante (Plus, Team, Pro ou Enterprise, selon l'évolution de l'offre) :

## Compte gratuit

Accès limité aux modèles, en général sans création avancée de GPTs (évolutif, à vérifier au moment de l'usage).

## ChatGPT Plus

**~20 \$/mois**

Accès élargi aux modèles avancés (GPT-5, GPT-4.x), à la création de GPTs et à la GPT Store pour les particuliers.

## ChatGPT Team

**~25-30 \$/utilisateur/mois**

Espace de travail partagé, confidentialité accrue des données, gestion des GPTs pour une équipe.

## ChatGPT Enterprise

**Tarif sur mesure**

Accès étendu, sécurité renforcée et déploiement à grande échelle.



**Pour les petites entreprises :** Dans le cadre d'une petite entreprise ou d'un indépendant, un abonnement Plus suffit pour créer un ou plusieurs GPTs spécialisés pour son activité.

# Besoin d'API ou de clé ?

Pour créer un GPT dans l'interface ChatGPT, vous n'avez **pas besoin de clé API** ni de compte développeur : tout se fait via l'interface web.

La clé API OpenAI devient utile si vous voulez :

- Intégrer l'IA dans vos propres applications (site, SaaS, back-office) via l'API.
- Gérer des « actions » qui appellent vos propres services REST, hébergés sur vos serveurs (dans ce cas vous décrivez ces APIs dans une spécification OpenAPI).

Dans ce chapitre, on reste dans le cas simple : création d'un GPT directement dans ChatGPT, utilisable en interne par le dirigeant ou l'équipe.

## Bonne nouvelle !

Pas de code, pas de technique compliquée.  
Juste vous et l'interface ChatGPT.



## Exemple de cas d'usage concret

---

**Créer un GPT « Assistant Marketing Allier » qui :**



**Connaît l'offre de l'entreprise**

Grâce aux fichiers fournis



**Génère des contenus**

Posts LinkedIn, fiches produits et emails



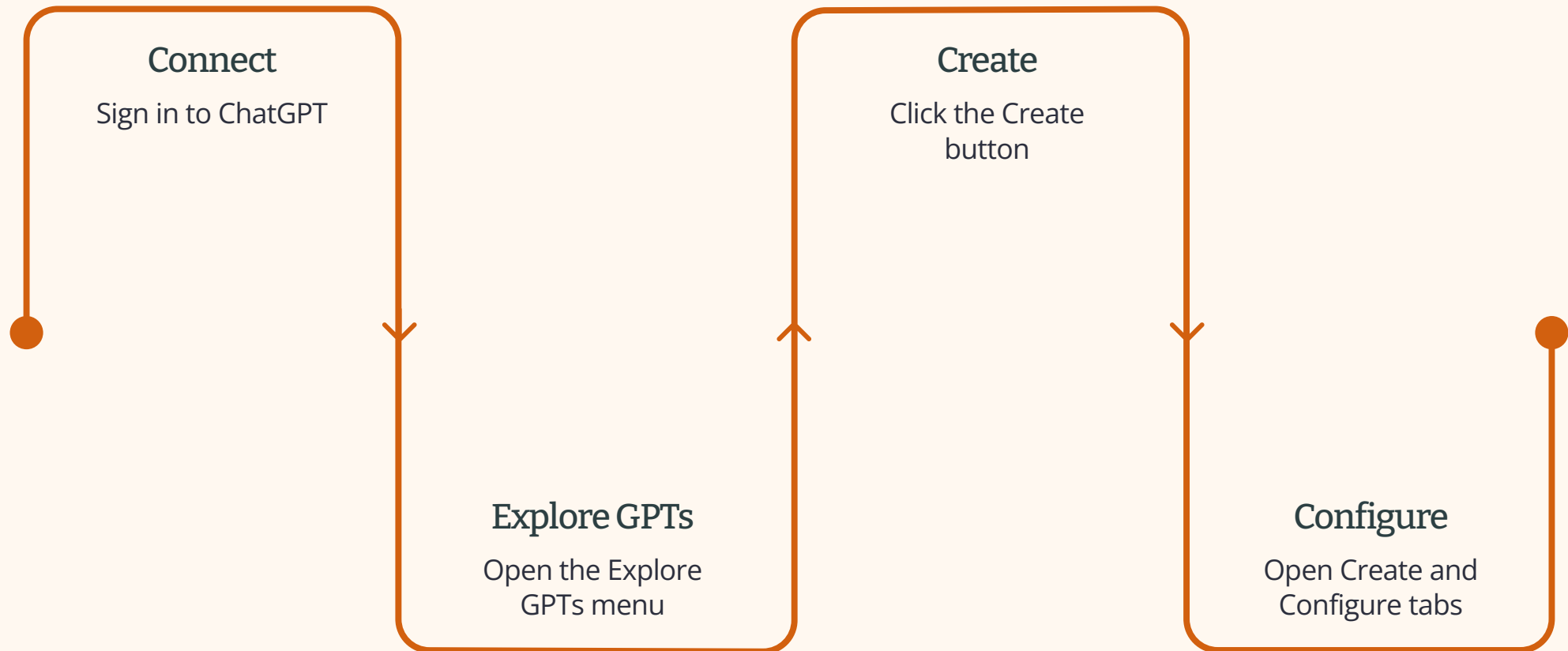
**Répond aux questions**

Sur la stratégie digitale de la structure

Les étapes ci-dessous sont transposables à d'autres cas (SAV, RH, juridique, etc.).



# Étape 1 : Accéder au GPT Builder



Voici le chemin à suivre pour démarrer la création de votre assistant IA personnalisé.

1. Connectez-vous à votre compte ChatGPT via <https://chatgpt.com>.
2. Dans le menu (souvent en bas à gauche), cliquez sur « Explore GPTs » ou « My GPTs », selon l'interface du moment.
3. En haut à droite de la page des GPTs, cliquez sur « + Create » pour ouvrir le GPT Builder.
4. Vous arrivez sur une interface avec deux onglets principaux : **Create** et **Configure**.

Vous pouvez construire votre GPT soit en mode conversation (Create), soit en mode formulaire (Configure). Pour des entrepreneurs débutants, la méthode la plus simple est souvent : démarrer avec Create pour générer une première version, puis affiner proprement dans Configure.

# Étape 2 : Construire le GPT en mode « Create »

Dans l'onglet Create, vous discutez avec le « GPT Builder » (un assistant spécial) qui va générer une configuration de GPT pour vous.

01

---

## Décrivez votre besoin

Dans la zone de chat, décrivez clairement l'agent que vous voulez créer.

03

---

## Affinez le comportement

Vous pouvez préciser en répondant avec des ajustements.

02

---

## Le Builder répond

Il va reformuler le rôle, proposer un nom, une description, parfois une image de profil.

04

---

## Basculez sur Configurer

Une fois le comportement général satisfaisant, passez à l'onglet Configurer pour vérifier et nettoyer les instructions générées.

# Exemple de message pour démarrer

« Crée un GPT spécialisé en marketing digital pour les petites entreprises de l'Allier.

Il doit :

- Comprendre l'offre de mon entreprise (je fournirai des documents PDF),
- Proposer des idées de posts pour LinkedIn, Instagram et Facebook,
- Adapter le ton au style professionnel et accessible,
- Me poser des questions si les informations sont insuffisantes,
- Toujours éviter de donner des conseils juridiques ou fiscaux. »

Le Builder va répondre en reformulant le rôle, proposer un nom, une description, parfois une image de profil.

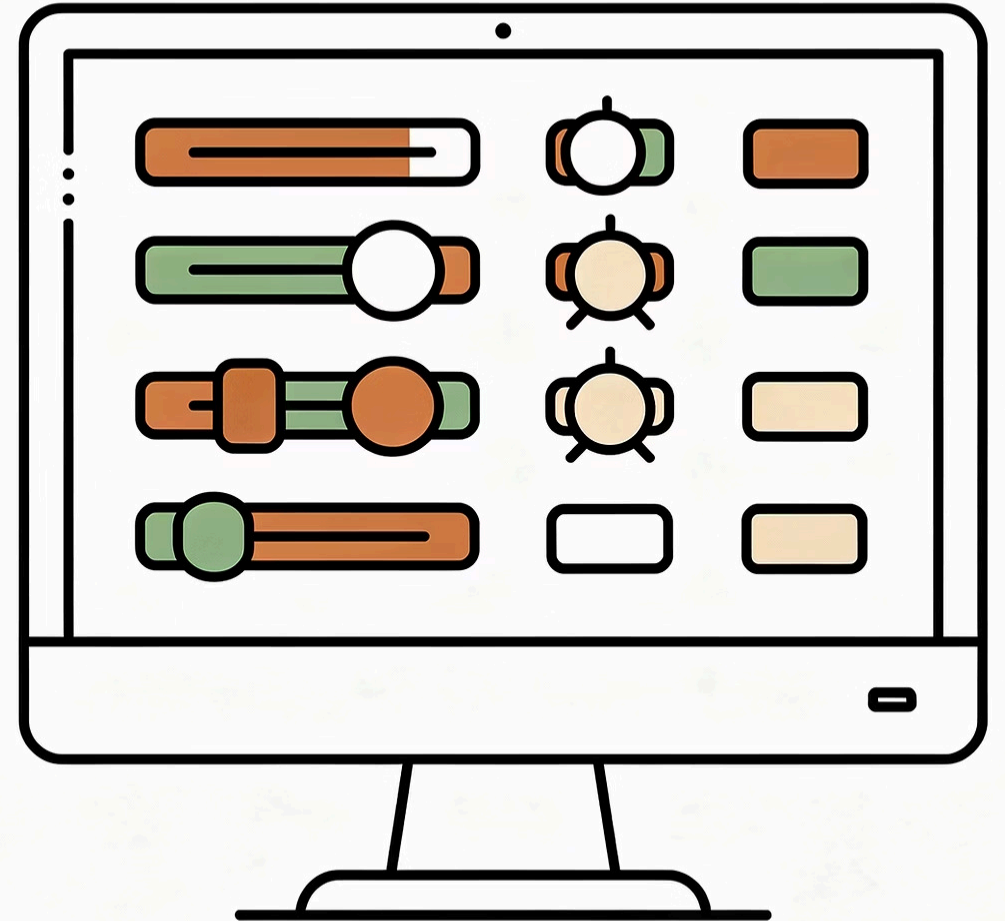
Vous pouvez affiner en répondant :

- « Ajoute que tu t'adresses à des entrepreneurs débutants. »
- « Précise que tu dois toujours proposer 3 versions de post. »

# Paramétrer finement votre GPT (onglet Configure)

L'onglet Configure est le **cœur de l'agent** : c'est là que vous définissez son identité, ses règles et ses ressources.

C'est dans cet onglet que vous allez transformer votre idée en un assistant vraiment opérationnel et aligné sur vos besoins.



# Nom, description et image

Dans la partie supérieure de l'onglet Configurer :



## Name

Choisissez un nom explicite pour l'entrepreneur.

*Exemple : « Assistant Marketing Allier » ou « Coach Contenu Réseaux Sociaux ».*



## Description

Phrase courte expliquant la mission du GPT.

*Exemple : « Assistant IA qui aide les petites entreprises à créer et optimiser leurs contenus marketing, à partir des informations de l'entreprise. »*



## Profile picture

Vous pouvez télécharger une image ou demander au Builder d'en générer une.

Ces éléments servent surtout à clarifier le rôle pour l'utilisateur.

# Instructions (le cerveau de l'agent)

La section Instructions contient un champ texte où vous définissez les règles de fonctionnement du GPT : c'est là qu'il faut être **clair, spécifique et concret**, comme le recommande OpenAI.

OpenAI donne plusieurs lignes directrices importantes :

- Simplifier les consignes complexes, les découper en étapes.
- Utiliser des instructions positives plutôt que des interdictions floues.
- Définir précisément les termes importants et donner des exemples d'outputs attendus (few-shot).

# Exemple d'instructions complètes

Pour un entrepreneur débutant, vous pouvez rédiger un bloc d'instructions de ce type (adaptable) :

Rôle :

Tu es un assistant en marketing digital pour les petites entreprises du bassin de l'Allier.

Tu aides les dirigeants à :

- clarifier leur offre,
- créer des contenus pour les réseaux sociaux,
- rédiger des emails simples,
- structurer des idées de campagnes.

Public cible :

- Dirigeants et entrepreneurs non spécialistes du digital, souvent TPE/PME, parfois artisans et commerçants.
- Ils manquent de temps et ont un niveau débutant en marketing.

Comportement :

- Pose toujours quelques questions au début pour comprendre l'activité, la cible et l'objectif (ex : notoriété, trafic, ventes).
- Utilise un ton professionnel mais accessible, sans jargon ou en expliquant les termes techniques.
- Propose des réponses structurées avec des titres et des paragraphes courts.
- Donne des exemples concrets adaptés au secteur de l'utilisateur (ex : artisan, restaurateur, consultant).

Format des livrables :

- Pour les posts réseaux sociaux : propose 3 variantes, avec un titre accrocheur et un texte prêt à publier.
- Pour les emails : structure avec objet + corps du mail.
- Pour les idées de contenu : propose une liste organisée par thème.

Limites :

- Ne donne jamais de conseils juridiques, fiscaux ou comptables. Indique à l'utilisateur de consulter un professionnel.
- Si les informations sont insuffisantes, demande des précisions plutôt que d'inventer.

Méthode :

1. Clarifie toujours le besoin de l'utilisateur avant de produire du contenu.
2. Reformule en une phrase ce que tu as compris.
3. Propose une première version, puis demande si l'utilisateur souhaite que tu ajustes (ton, longueur, vocabulaire).

Le principe est de transformer une idée vague (« un GPT marketing ») en un brief opérationnel précis, conforme aux recommandations d'OpenAI pour des instructions efficaces.

# Knowledge (fichiers internes, documentation)

La section Knowledge permet de téléverser des documents (PDF, DOCX, etc.) sur lesquels votre GPT pourra s'appuyer pour répondre. Typiquement :

- Présentation de vos offres et tarifs.
- Fiches produits.
- Charte éditoriale.
- FAQ interne, procédures.

Pour un entrepreneur, cela permet de transformer le GPT en assistant aligné sur la réalité de l'entreprise, plutôt qu'en conseiller générique.

01

---

## Upload files

Dans la section Knowledge, cliquez sur Upload files.

02

---

## Sélectionnez

Choisissez 1 à 5 documents clés (évitez d'en mettre 50 au début, mieux vaut un corpus clair).

03

---

## Vérifiez

Attendez la fin du téléchargement et vérifiez qu'ils apparaissent bien dans la liste.



**Conseil OpenAI :** Dans les instructions, mentionnez explicitement comment utiliser ces fichiers : « Utilise en priorité les fichiers de connaissance pour répondre aux questions sur l'entreprise. Si une information n'est pas présente, explique que tu ne disposes pas de ce détail, plutôt que de le deviner. »



# Capabilities : web, images, code

Selon votre abonnement, vous pouvez activer des capacités supplémentaires :

## Browse (navigation web)

Autorise le GPT à consulter le web pour actualiser ses réponses (utile pour des infos marché, actualité, etc.).

## Image generation (DALLÉ)

Permet de générer des visuels (ex : idées d'illustration de posts).

## Code

Utile si le GPT doit manipuler du code ou des scripts.

Pour un assistant marketing basique, l'activation de Browse peut être intéressante pour illustrer les conseils avec des références actuelles, mais ce n'est pas obligatoire.

# Actions (option avancée)

Les GPT Actions permettent de connecter votre GPT à des APIs externes (CRM, Google Sheets, Notion, etc.) via des appels REST décrits dans un fichier OpenAPI. C'est l'équivalent, côté GPT, de ce que vous faites déjà avec Make : appel d'APIs depuis une interface.

Ce que vous pouvez envisager plus tard :

- Exemple : un GPT qui lit et écrase des données dans un Google Sheet via une API, ou qui crée des tickets dans un outil de support.



## Pour plus tard

Les Actions sont puissantes mais techniques. Commencez par maîtriser les bases, vous y reviendrez quand vous serez à l'aise !

# Tester, corriger et publier votre GPT

## Tester dans l'interface

En bas ou sur le côté de l'onglet Configure, vous disposez d'un panneau de test où vous pouvez parler directement à votre GPT, exactement comme un utilisateur le ferait.



### Enregistrez

Cliquez sur Save pour enregistrer vos modifications.



### Testez

Dans le panneau de test, posez une question réaliste.



### Observez

Vérifiez le ton, le format, le respect des consignes.

Exemple de question test : « *Je suis artisan menuisier à Vichy, je veux plus de clients particuliers. Propose-moi 3 idées de posts Facebook.* »

Observez :

- Est-ce que le GPT pose des questions pour clarifier le besoin ?
- Est-ce que le ton est adapté ?
- Est-ce qu'il respecte le format promis (3 posts, etc.) ?

Si quelque chose ne va pas (par exemple, le GPT donne immédiatement des conseils fiscaux), retournez dans Instructions et modifiez les règles. Les guidelines OpenAI insistent sur la nécessité de raffiner progressivement les consignes à partir de tests concrets.

# Améliorer les instructions avec des exemples (few-shot)

Pour stabiliser le comportement, OpenAI recommande d'ajouter des exemples d'entrées/sorties dans les instructions (few-shot prompting).

Par exemple :

## **Exemple d'interaction attendue :**

Utilisateur : « Je suis coach sportif indépendant à Moulins, je veux attirer des cadres pressés. Aide-moi à préparer un post LinkedIn. »

Assistant :

1. Pose 3 questions sur la cible, l'offre et l'objectif.
2. Reformule le besoin en une phrase.
3. Propose 3 variantes de posts LinkedIn avec un ton professionnel et motivant.

Ces exemples servent de modèle de comportement pour le GPT et réduisent les « hallucinations » ou les réponses hors sujet.

# Paramètres de partage et publication

Une fois satisfait du comportement :

## 1 Choisissez le niveau de visibilité

Dans la partie Publish / Sharing :

- **Only me** : usage strictement personnel (idéal pour les dirigeants au début).
- **People with a link** : partageable avec vos collaborateurs (par exemple vos stagiaires ou associés).
- **Public / GPT Store** : visible par tous les utilisateurs éligibles au sein de la GPT Store (option plus stratégique, à réserver pour des GPTs génériques et bien testés).

## 2 Publiez

Cliquez sur Publish pour finaliser la mise à disposition du GPT.

Vous obtenez alors un lien partageable. Un entrepreneur peut l'ajouter :

- dans son navigateur (favoris),
- sur son intranet,
- dans un Notion interne regroupant ses outils.

---

## Synthèse

Pour un dirigeant non technique, le processus à retenir :

1. Souscrire à ChatGPT Plus (ou utiliser un compte existant) pour débloquer la création de GPTs.
2. Aller dans My GPTs → Create pour ouvrir le GPT Builder.
3. Décrire en langage naturel l'agent voulu (ex : assistant marketing, assistant SAV, coach contenu).
4. Passer dans Configure pour :
  - définir un nom et une description,
  - écrire des instructions claires (rôle, public, ton, limites, format de réponse),
  - ajouter éventuellement des documents internes dans Knowledge,
  - activer ou non la navigation web.
5. Tester avec des scénarios réels, ajuster les instructions jusqu'à obtenir un comportement stable.
6. Publier le GPT en « Only me » ou « People with a link » pour un usage interne.



**Félicitations !** Vous venez de créer votre premier assistant IA personnalisé. C'est le début d'une nouvelle façon de travailler, plus efficace et plus créative !



# Structurer un prompt efficace pour réduire les hallucinations

Apprenez à créer des consignes claires pour obtenir des réponses précises et fiables de votre IA. Un guide pratique pour entrepreneurs qui veulent maîtriser l'art du prompt.

# Ce qu'est un « bon prompt »



Un prompt est la consigne que vous donnez à l'IA : question, contexte, exemples, contraintes de style, etc.

Un bon prompt ne se limite pas à « poser une question » ; c'est un mini-brief qui précise :

- Qui parle et pour qui (rôle, public).
- Ce que l'IA doit produire (type de sortie).
- Avec quelles informations (contexte).
- Dans quel format (structure, longueur, ton).

📌 Les guides d'OpenAI insistent sur : instructions claires, structurées, positives, avec contexte et exemples.

# Structure idéale d'un prompt

Une structure simple, adaptée aux entrepreneurs, inspirée des bonnes pratiques OpenAI :

01	02	03
<b>Rôle</b>	<b>Objectif</b>	<b>Contexte</b>
À qui doit ressembler l'IA	Ce que vous voulez obtenir	Informations nécessaires (activité, cible, contraintes)
04	05	06
<b>Tâche précise</b>	<b>Format de réponse</b>	<b>Contraintes &amp; limites</b>
Ce que l'IA doit faire étape par étape	Structure attendue	Ce qu'il faut respecter ou éviter
07		
<b>Exemple facultatif</b>		
Entrée/sortie modèle (few-shot)		

OpenAI recommande explicitement d'utiliser des sections séparées et des délimiteurs (titres, séparateurs) pour plus de clarté.



# Exemple concret : post LinkedIn pour une TPE

## Rôle

Tu es un expert en marketing digital pour petites entreprises.

## Objectif

M'aider à rédiger un post LinkedIn pour attirer des clients locaux.

## Contexte

- Activité : artisan menuisier à Vichy.
- Cible : particuliers propriétaires de maisons anciennes.
- Objectif : les inciter à demander un devis pour rénover leurs menuiseries.

## Tâche

1. Reformuler en 1 phrase mon objectif.
2. Proposer 3 versions de post LinkedIn.
3. Pour chaque version, inclure un appel à l'action clair.

## Format de réponse

- Titre pour chaque version.
- Texte du post sous le titre.

## Contraintes

- Ton professionnel mais accessible.
- Évite le jargon technique.
- Ne donne pas de conseils juridiques ou fiscaux.



Cette structure suit les principes OpenAI : instructions précises, étapes numérotées, rôle défini, format explicite.

# Techniques recommandées par OpenAI

## Pour obtenir de meilleurs résultats



### Découper en étapes simples

OpenAI conseille de simplifier les consignes complexes et de les découper en étapes plutôt que de tout demander d'un bloc.

**Mauvais :** « Fais une stratégie marketing complète. »

#### Mieux :

1. « Analyse mon activité et ma cible. »
2. « Propose 3 objectifs prioritaires. »
3. « Pour chaque objectif, propose 3 actions concrètes. »

Les guides parlent de « granular steps » et de séparer clairement les sous-instructions.



### Utiliser des séparateurs

Les ressources OpenAI recommandent d'utiliser des délimiteurs (titres, ---, puces, blocs) pour séparer instructions, contexte et exemples.

#### Exemples de délimiteurs :

- Contexte : ...
- Données client : "..." ... "..."
- Exemple : ...

Cela évite que le modèle mélange consignes et texte de travail.



### Donner des exemples (few-shot)

Donner 1-2 exemples d'entrées et de réponses attendues aide beaucoup la qualité, ce que les guides appellent few-shot prompting.

#### Exemple pour un mail de relance :

Exemple attendu :

Contexte : client qui n'a pas répondu au devis depuis 10 jours.

Sortie : mail court, ton cordial, propose d'éclaircir les questions.

L'IA va caler son style sur cet exemple, ce qui diminue les réponses décalées ou trop générales.

# Plus de techniques pour réussir

## Formuler des instructions positives

OpenAI recommande d'éviter les consignes uniquement négatives (« ne fais pas... ») et de privilégier les formulations positives (dire ce qu'il faut faire).

**Moins efficace :** « Ne sois pas trop long. »

**Plus efficace :** « Fais une réponse de 150 à 200 mots maximum. »

Même chose pour la sécurité : « Ne donne pas de conseils juridiques » → « Indique systématiquement que l'utilisateur doit consulter un professionnel pour les questions juridiques ou fiscales. »

## Demander au modèle de « prendre son temps »

Les guidelines OpenAI suggèrent explicitement d'ajouter des formulations comme « prends ton temps », « vérifie ton travail », « relis ta réponse », pour encourager des réponses plus précises.

« Prends quelques secondes pour réfléchir à ta réponse, puis vérifie les incohérences avant de répondre. »

Cela réduit les erreurs grossières et améliore la cohérence globale.

# Réduire les hallucinations

## Bonnes pratiques spécifiques

Les « hallucinations » sont des réponses affirmatives mais fausses ou inventées. Pour les réduire, les recommandations OpenAI et les guides de prompt engineering convergent sur plusieurs leviers.



### Fournir du contexte concret

Plus le modèle a de données concrètes, moins il « invente ». Les guides insistent sur l'importance de fournir un contexte suffisant : détails, chiffres, contraintes.

**Mauvais :** « Fais-moi un argumentaire pour mon entreprise. »

#### **Mieux :**

- « Mon entreprise : cabinet de conseil en gestion pour TPE à Moulins. »
- « Cible : dirigeants de 1 à 20 salariés. »
- « Points forts : accompagnement terrain, financement, simplification administrative. »



### Demander d'avouer ses limites

OpenAI recommande d'être explicite sur ce que l'IA doit faire quand elle n'est pas sûre.

« Si tu n'es pas certain d'une information, indique clairement tes incertitudes et propose de poser des questions complémentaires plutôt que de deviner. »

Cela transforme une hallucination possible en une demande de clarification.

❏ Vous pouvez même ajouter : « Si une information n'est pas fournie dans le contexte, dis-le clairement au lieu de l'inventer. » Cette consigne est explicitement recommandée dans le cadre des Custom GPTs pour limiter les hallucinations.

# Encore plus de stratégies anti-hallucinations



## Structurer en « réflexion → réponse »

Les guides de prompt engineering suggèrent d'encourager une réflexion étape par étape (« chain-of-thought »), surtout pour des tâches complexes ou multi-étapes.

« Commence par lister les étapes de ton raisonnement brièvement, puis donne la réponse finale structurée. »

Pour le public novice, on peut simplifier en : « Explique en 3-4 phrases comment tu arrives à ta recommandation, puis donne la conclusion. »



## Limiter le périmètre de la demande

Plus la question est large, plus le risque de dérive augmente. Privilégier des demandes ciblées.

**Au lieu de :** « Fais ma stratégie digitale. »

### Préférer une séquence de prompts :

1. « Aide-moi à définir ma cible principale. »
2. « Propose 3 objectifs marketing pour cette cible. »
3. « Propose un plan d'action sur 3 mois pour le premier objectif. »

# Gabarit simple de prompt

## Votre modèle prêt à remplir

Voici un modèle prêt à remplir, inspiré des recommandations officielles d'OpenAI.

1	<b>Rôle de l'IA</b> Tu es : [ex : expert marketing pour TPE/PME dans le secteur ...].
2	<b>Objectif de ma demande</b> Je veux : [ex : rédiger un post LinkedIn / structurer un email / analyser un avis client].
3	<b>Contexte</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mon activité : ...</li><li>• Ma cible : ...</li><li>• Mon objectif business : ...</li><li>• Infos importantes : ...</li></ul>
4	<b>Tâche précise</b> Fais les étapes suivantes : <ol style="list-style-type: none"><li>1. Reformule mon objectif en 1 phrase.</li><li>2. Propose [X] idées / textes / variantes.</li><li>3. Ajoute [ex : un appel à l'action / des exemples concrets].</li></ol>
5	<b>Format de réponse</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Utilise des titres.</li><li>• Paragraphes courts.</li><li>• Longueur : environ [nombre] mots.</li></ul>
6	<b>Contraintes et limites</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ton : [pro / convivial / pédagogique].</li><li>• Évite : [jargon, conseils juridiques, etc.].</li><li>• Si une info manque, pose-moi des questions plutôt que d'inventer.</li></ul>

**Ce gabarit est directement aligné avec les principes d'OpenAI :** instructions structurées, contexte riche, étapes numérotées, limites explicites.

# À vous de jouer !

Prêt à créer  
vos prompts  
parfaits ?

Vous avez maintenant toutes les clés pour structurer des prompts efficaces qui réduisent les hallucinations et vous donnent des résultats précis.

## Récapitulatif des points essentiels :

- Structurez vos prompts en 6-7 sections claires
- Découpez les tâches complexes en étapes simples
- Fournissez du contexte concret et détaillé
- Utilisez des exemples pour guider l'IA
- Demandez à l'IA d'avouer ses limites
- Formulez des instructions positives

**Commencez dès maintenant avec le gabarit fourni et adaptez-le à vos besoins !**

A line-art illustration of a person sitting at a desk, working on a laptop. The person is shown in profile, facing right. On the desk, there is a potted plant on the left, a desk lamp on the right, and a cup. The laptop screen displays a dashboard with various icons. Floating around the person and the laptop are several social media and productivity icons: a bar chart, a location pin with a heart, a play button, a speech bubble, a Twitter bird, a camera icon, and a magnifying glass. The background is a light gray.

# Automatiser la création de contenus pour les réseaux sociaux

Découvrez comment transformer vos idées en posts optimisés automatiquement, sans passer des heures à réécrire le même contenu pour chaque plateforme !



# Objectif et principe général

L'objectif est de mettre en place un système où :

01

---

**Vous fournissez la matière première**

Par exemple : un article de blog, une fiche produit ou quelques infos sur une offre

02

---

**L'IA génère automatiquement**

Des posts optimisés pour vos réseaux sociaux

03

---

**Publication simplifiée**

Si vous le souhaitez, les posts sont directement planifiés ou publiés via un outil de gestion de réseaux sociaux

On va s'appuyer sur : **Make** (automatisation), **OpenAI** (ChatGPT via l'API) pour générer les textes, **Google Sheets** comme base de contenus à transformer, et un outil de programmation de posts (ex : Facebook Pages via Make directement, ou un outil dédié comme Buffer).

# Make : votre plateforme d'automatisation

Make est la plateforme d'automatisation no-code utilisée précédemment : vous assemblez des scénarios visuels composés de modules qui s'enchaînent (déclencheur → actions).

## Intérêt pour un entrepreneur

Transformer un processus répétitif (réécrire des idées de contenus en posts LinkedIn / Facebook / Instagram) en pipeline automatique.

## Tarifs

- Plan gratuit : 1 000 opérations/mois, idéal pour démarrer quelques scénarios simples
- Plans payants : plus de crédits, scénarios plus fréquents et plus lourds

Connexion : création de compte comme expliqué au chapitre 1, pas de carte bancaire pour le plan gratuit.

# OpenAI : l'intelligence artificielle au service de vos contenus

Ici on n'utilise pas l'interface ChatGPT, mais l'API OpenAI, via les modules OpenAI de Make.

## Intérêt

Appeler ChatGPT automatiquement pour générer :

- des posts LinkedIn à partir d'une description d'offre
- des posts Facebook à partir d'un article de blog
- des variations de posts pour A/B testing

## Tarification API

L'API est facturée au volume de tokens (morceaux de texte) traités, avec des tarifs différents selon les modèles.

OpenAI fournit une page « API Pricing » détaillant les prix par million de tokens pour chaque modèle (GPT, o-series, etc.).

**Pour un usage TPE** (quelques dizaines/centaines de posts par mois), le coût reste généralement très faible (quelques euros par mois au début).

# Création du compte API et récupération de la clé



## Accéder à la plateforme

Rendez-vous sur <https://platform.openai.com> et créez un compte ou connectez-vous avec votre compte existant.



## Section API Keys

Une fois connecté, accédez à la section API Keys dans le tableau de bord développeur.



## Créer une nouvelle clé

Cliquez sur Create new secret key.



## Nommer et sécuriser

Donnez un nom explicite à cette clé, par exemple « Make – Réseaux sociaux ».



## Copier et conserver

Copiez immédiatement la clé générée (une longue chaîne commençant par sk-...) et conservez-la dans un endroit sécurisé (gestionnaire de mots de passe ou document chiffré). La clé ne sera affichée qu'une seule fois.

 **Important :** Vous utiliserez cette clé dans Make pour connecter le module OpenAI.

# Google Sheets comme base de contenus

Nous allons utiliser Google Sheets comme « liste de contenus à convertir en posts ».

## Intérêt

- Les dirigeants peuvent facilement ajouter des lignes (titre, résumé, lien, type de post attendu)
- Vous pouvez faire un suivi : « à traiter », « traité », etc.

[illegible]

# Structure minimale recommandée

Créez un fichier « Contenus Réseaux Sociaux » avec les colonnes :

Colonne A	Source (ex : article de blog, fiche produit, événement)
Colonne B	Titre / Sujet
Colonne C	Description / Texte brut
Colonne D	Lien (URL) si applicable
Colonne E	Type de post souhaité (LinkedIn, Facebook, Instagram, ou « multi-plateforme »)
Colonne F	Statut (À générer / Généré / Publié)
Colonne G	Post LinkedIn (output IA)
Colonne H	Post Facebook
Colonne I	Post Instagram

Vous pourrez ensuite ajouter d'autres colonnes (date de publication prévue, visuel, etc.).

# Outil de programmation de posts

Vous avez deux grandes options :

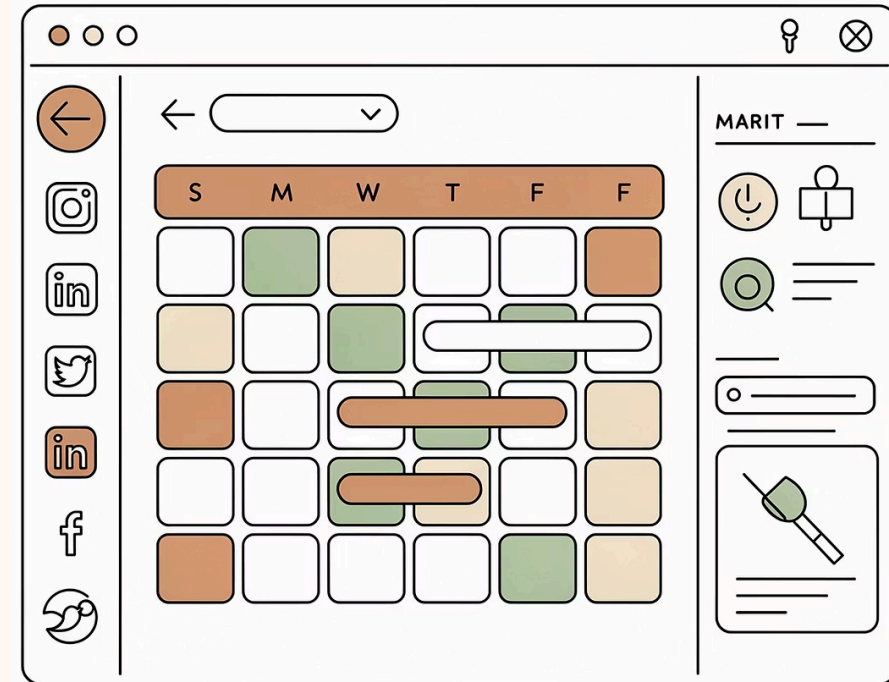
## Option 1 : Direct via Make

Passer directement par Make + modules officiels des plateformes

Exemple : module Facebook Pages pour créer des posts automatiquement à partir du contenu généré.

## Option 2 : Buffer (recommandé)

Utiliser un outil de planification comme Buffer et ne faire que la partie « génération de texte » avec Make.



# Buffer : l'outil idéal pour débutants

Buffer est une plateforme pour programmer des posts sur plusieurs réseaux (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.) avec une interface simple.

## Fonctionnalités clés

- Planification des posts
- Multi-plateformes
- Analytics
- Suggestions de contenus
- Assistant IA pour réécrire des captions

## Tarification 2026

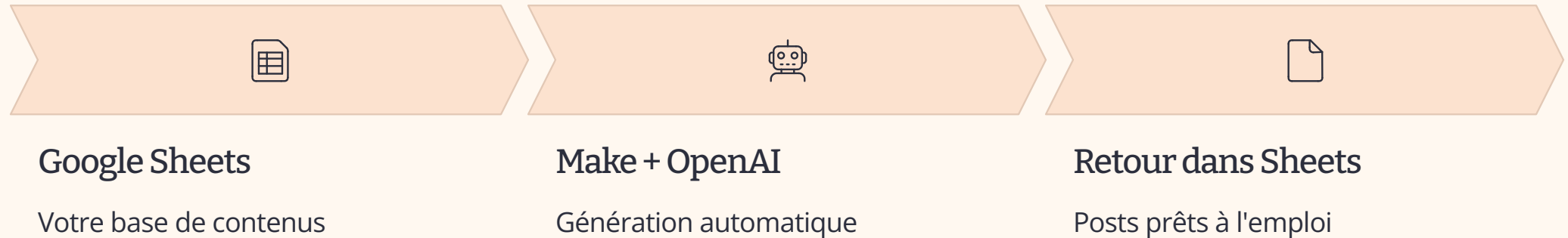
- **Plan Free** : jusqu'à 3 canaux, nombre de posts limité, pour tester
- **Plan Essentials** : à partir d'environ 5–6 \$/mois par canal, avec nombre de posts illimité et analytics plus poussés
- **Plan Team** : env. 10 \$/mois par canal, avec fonctions d'équipe et collaboration

Pour un entrepreneur solo ou une TPE, le plan Free ou Essentials suffit pour démarrer.



# Workflow simplifié

Dans ce chapitre, on va se concentrer sur un workflow simple :



Puis, au choix :

- Copie manuelle dans Buffer
- ou automatisation avancée avec modules Make (Facebook Pages, etc.) si vous êtes à l'aise

# Vue d'ensemble du scénario

Scénario type :

## 1. Déclencheur

Nouvelle ligne ou ligne marquée « À générer » dans Google Sheets

## 2. Module OpenAI

Génération des posts pour un ou plusieurs réseaux

## 3. Mise à jour Sheets


Écriture des textes générés dans les colonnes dédiées

## 4. Publication (optionnel)

Envoi vers Facebook Pages, LinkedIn, etc.

# Étape 1 : connecter Google Sheets (déclencheur)

- 1 Connectez-vous à Make et cliquez sur Create a new scenario.
- 2 Sur le canvas, cliquez sur le « + » central, recherchez Google Sheets.
- 3 Choisissez le module Watch Rows ou Watch New Rows (surveiller les nouvelles lignes) selon vos besoins.
- 4 Créez ou sélectionnez votre connexion Google (autorisation déjà vue précédemment).
- 5 Dans les réglages du module :
  - **Spreadsheet** : sélectionnez « Contenus Réseaux Sociaux »
  - **Sheet** : sélectionnez l'onglet correspondant (ex : « Feuille1 »)
  - Ajoutez un filtre dans Make ou dans Sheets pour ne traiter que les lignes où « Statut = À générer »

 Pour un public novice, vous pouvez simplifier : le scénario ne traite que les nouvelles lignes ajoutées.

# Étape 2 : module OpenAI – générer le contenu

01

---

## Ajouter le module

Ajoutez un nouveau module à droite du module Google Sheets (clic sur le petit « + »).

03

---

## Choisir l'action

Choisissez l'action Create a completion (prompt) / Create a model response (nom selon la version du module).

02

---

## Rechercher OpenAI

Recherchez OpenAI (ChatGPT, DALL-E, Whisper) dans la liste (ou « OpenAI » selon le nom affiché).

04

---

## Créer la connexion

Cliquez sur Add. Collez votre clé API OpenAI dans le champ prévu. Donnez un nom à cette connexion, ex. « OpenAI – Réseaux sociaux ».

# Paramétrer le module OpenAI

Paramétrez le module :

- **Model** : choisissez un modèle texte adapté (par exemple un modèle GPT récent supporté par Make, indiqué dans le module)
- **Prompt / Input** : c'est ici que vous allez utiliser la structure de prompt du chapitre 4

**Exemple de prompt structuré**, qui reprend les bonnes pratiques OpenAI (contexte, rôle, format) :

Rôle :

Tu es un expert en rédaction de contenus pour réseaux sociaux, spécialisé pour les petites entreprises françaises.

Objectif :

À partir des informations ci-dessous, tu vas générer des posts pour les réseaux sociaux.

Contexte :

- Source : {{Source}}
- Titre / sujet : {{Titre / Sujet}}
- Description / texte brut : {{Description / Texte brut}}
- Lien : {{Lien}}

Tâche :

1. Propose un post LinkedIn adapté à un public professionnel.
2. Propose un post Facebook adapté à un public grand public.
3. Propose un texte pour Instagram (légende) plus court et plus émotionnel.

Format de réponse :

- LinkedIn :  
[texte du post LinkedIn]
- Facebook :  
[texte du post Facebook]
- Instagram :  
[texte du post Instagram]

Contraintes :

- Langue : français.
- Ton : professionnel mais accessible, phrases simples.
- Ajoute un appel à l'action adapté à chaque réseau.
- Si des informations manquent, reste général et ne les invente pas.

Dans Make, vous insérez les variables de Google Sheets (Source, Titre, Description, Lien) en cliquant dans le texte du prompt et en sélectionnant les champs du module Google Sheets.

Cette approche s'aligne sur les recommandations de structuration de prompts d'OpenAI : contexte riche, étapes, format de sortie explicite, contraintes claires.

# Étape 3 : parser la réponse (option simple)

Pour un premier niveau, vous pouvez :

## Option A : Un seul module

Demander à l'IA de séparer les sections LinkedIn / Facebook / Instagram par des étiquettes très claires

Puis réutiliser des fonctions de Make (par ex. split) si besoin

## Option B : Plusieurs modules (recommandé)

Utiliser un module OpenAI par réseau :

- Module 1 : prompt spécifique LinkedIn
- Module 2 : prompt spécifique Facebook
- Module 3 : prompt spécifique Instagram

**Cela rend le parsing trivial :** chaque module renvoie un texte, que vous écrivez dans une colonne dédiée.

# Étape 4 : écrire les textes générés dans Google Sheets



## Ajouter le module

Ajoutez un module Google Sheets Update a Row.



## Row ID

Dans le champ Row ID, mappez l'ID de la ligne initiale (fourni par le module de départ).



## Reconnecter

Reconnectez au même fichier et à la même feuille.



## Mapper les colonnes

Pour les colonnes :

- G – Post LinkedIn : insérez le texte renvoyé par le module OpenAI LinkedIn
- H – Post Facebook : texte du module OpenAI Facebook
- I – Post Instagram : texte du module OpenAI Instagram
- F – Statut : remplacez « À générer » par « Généré »

Vous obtenez ainsi une feuille où chaque ligne comporte : les infos sources, les posts IA rédigés, un statut permettant un contrôle humain avant publication.

# Automatiser la publication sur les réseaux sociaux

Pour aller plus loin, il est possible d'ajouter une seconde couche :

## Scénario 2 dans Make

Pour publier les posts validés automatiquement

## Utilisation de Buffer

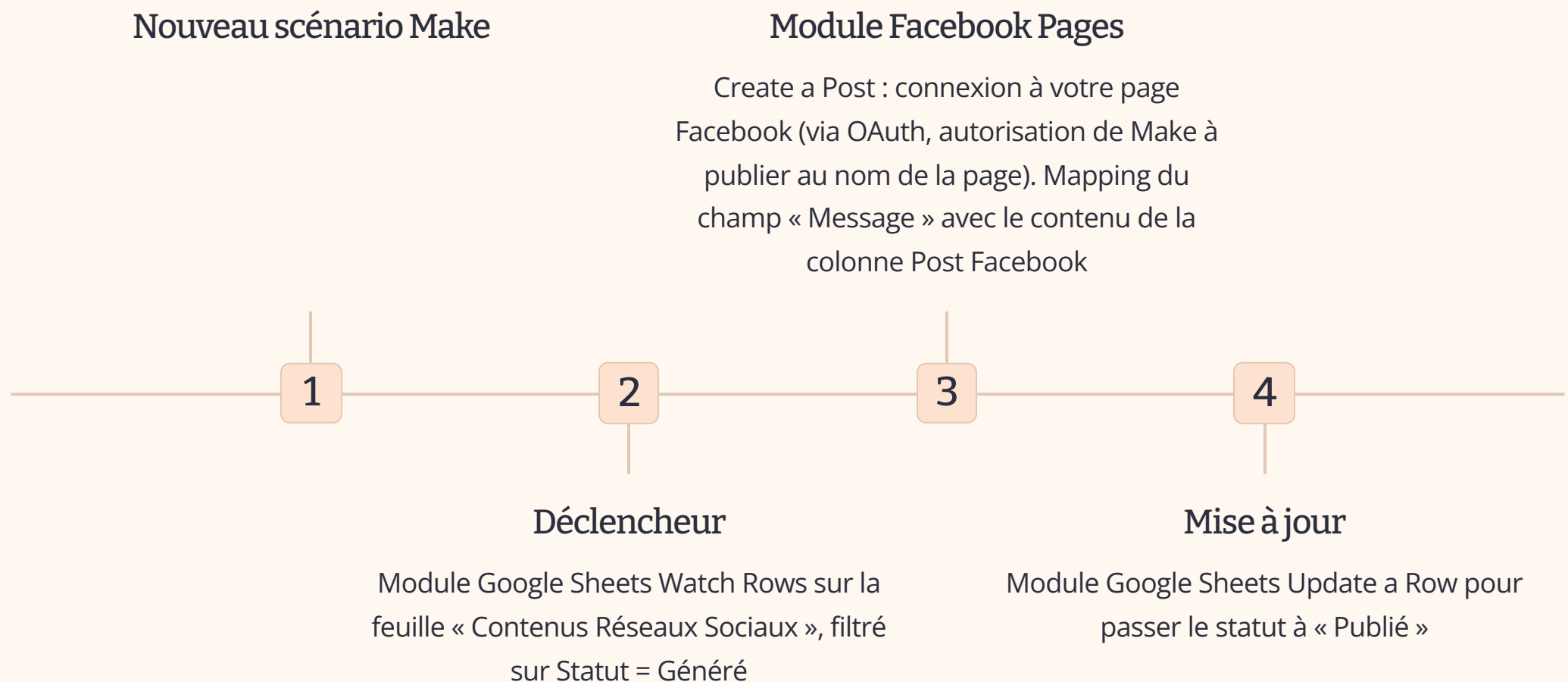
Où vous copiez-collez les textes pour une planification manuelle



# Publication automatique avec Make (ex : Facebook Pages)

Make propose des intégrations directes « OpenAI + Facebook Pages » pour créer des posts à partir de contenus générés.

## Flux possible :



Ce même principe peut s'appliquer à LinkedIn, X, etc., via les modules correspondants, comme le montrent divers tutoriels Make autour de l'automatisation de posts IA pour plusieurs plateformes.

- 📌 Pour vos stagiaires novices, vous pouvez présenter cette partie comme **niveau 2** : niveau 1 = génération des posts dans Sheets avec IA, niveau 2 = publication automatique (ou semi-automatique avec étape de validation humaine).

# Bonnes pratiques de prompting pour les posts

Pour relier avec le chapitre sur les prompts :



## Adapter le ton au réseau

- **LinkedIn** : plus professionnel, orienté expertise
- **Facebook** : plus convivial, orienté proximité
- **Instagram** : plus émotionnel, visuel, hashtags adaptés



## Toujours préciser

- le type d'entreprise
- la cible
- l'objectif du post (notoriété, trafic, vente)



## Limiter la longueur

Indiquez des ordres de grandeur (ex : « 600–800 caractères max pour LinkedIn »)

Évitez les posts trop longs pour les réseaux sociaux



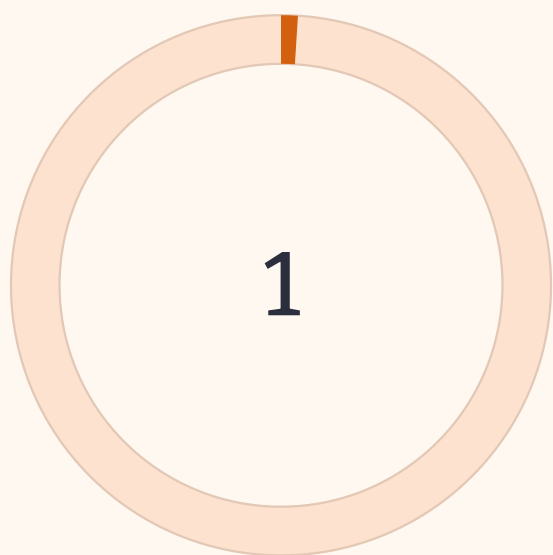
## Limiter les hallucinations

Bien rappeler dans le prompt : « Si tu ne connais pas un chiffre ou une info, n'en invente pas. Reste général. »

Fournir autant que possible les infos factuelles dans la description (prix, caractéristiques, etc.)

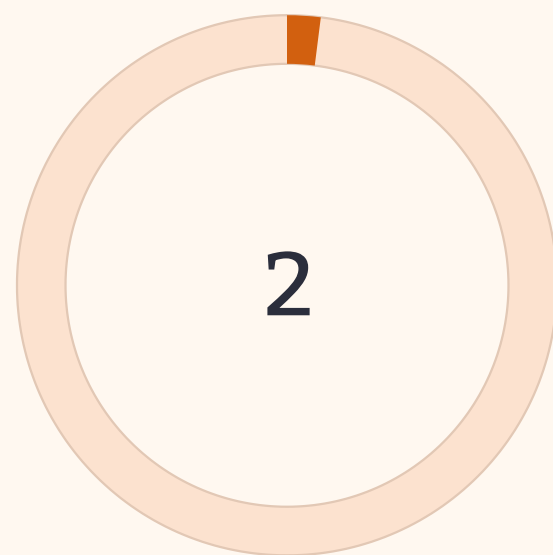
Récapitulatif : votre système d'automatisation est prêt !

**Félicitations !** Vous maîtrisez maintenant l'automatisation de contenus



Plateforme

Make pour orchestrer le tout



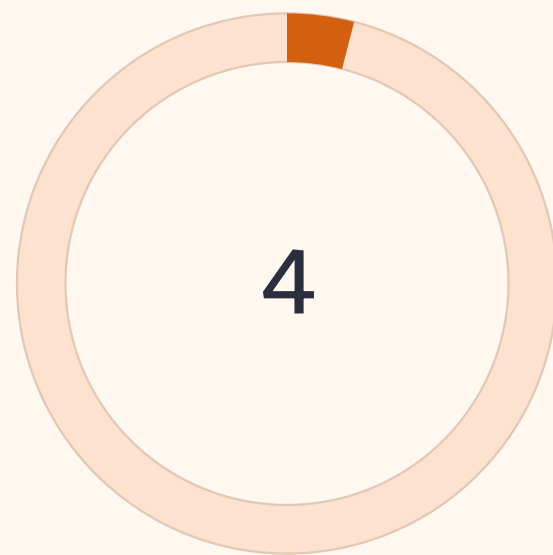
Intelligence

OpenAI pour générer les textes



Organisation

Google Sheets pour centraliser



Diffusion

Buffer ou modules Make pour publier

Vous disposez maintenant d'un système complet qui transforme vos idées en posts optimisés pour chaque réseau social, vous faisant gagner un temps précieux tout en maintenant une présence cohérente et professionnelle en ligne.

**Prochaine étape :** testez votre premier scénario avec quelques contenus, ajustez vos prompts, et observez la magie opérer !



# CHAPITRE 6 : Créer un site avec Emergent, Lovable ou Google AI Studio



# Panorama des trois outils

## Emergent

Construction d'apps et de sites « production-ready » par conversation

## Lovable.dev

Création d'applications web complètes avec éditeur de code intégré

## Google AI Studio

Web apps pilotées par Gemini directement depuis le navigateur

## 1.1. Emergent

Emergent est une plateforme qui permet de créer des sites web et des applications complètes en dialoguant avec un agent IA. Vous décrivez le site en langage naturel (ex : « site vitrine pour un artisan, avec page d'accueil, page services, page contact ») et l'IA génère le design, le code et le déploiement.

**Positionnement :** construction d'apps et de sites « production-ready » par conversation.

**Utilisateurs visés :** créateurs, freelances, fondateurs et entrepreneurs qui veulent un site ou une web app sans coder.

### Fonctionnalités typiques :

- Génération de sites multi-pages (home, services, contact...) avec UI moderne.
- Ajustements en direct par prompts (changer les couleurs, ajouter une section, modifier un bouton).
- Intégration de fonctionnalités (formulaire de contact, CTA WhatsApp, auth, etc.) selon les tutoriels disponibles.

### Tarifs (structure générale)

Les informations agrégées indiquent un modèle freemium :

**Plan Free :** pour tester la plateforme, créer des prototypes ou de petits projets.

**Plans payants :** à partir d'environ 19 \$/mois pour des fonctionnalités supplémentaires (plus de projets, capacités avancées, etc.).

### Pour un entrepreneur

Le plan gratuit permet de créer un premier site vitrine ou un prototype, les plans payants deviennent pertinents si vous multipliez les projets ou avez besoin de domaines personnalisés et de plus de capacité.

# Lovable.dev : l'outil pour les applications web

## 1.2. Lovable.dev

Lovable.dev est un outil IA qui génère des applications web (front-end et parfois back-end léger) à partir de prompts textuels. Il vise plutôt la création d'apps (SaaS, dashboards) que le simple site vitrine, mais peut très bien servir pour un site d'entreprise.

**Fonctionnement :** vous décrivez le projet, l'IA génère une base d'app, que vous pouvez ensuite éditer dans un éditeur de code intégré.

### Intérêt pour entrepreneurs :

- Idéal si vous voulez un peu plus qu'un simple site (ex : mini CRM, espace client, formulaire avancé, tableau de bord).
- Possibilité d'exporter ou d'éditer le code pour un développeur ultérieurement.

### Tarification 2025–2026 :

Plan	Prix indicatif	Pour qui	Points clés
Free	0 \$	Test, prototypes publics	5 crédits/jour, projets publics, badge Lovable
Pro / Starter	~20–25 \$/mois	Solo devs, entrepreneurs techniques	100 crédits/mois, projets privés, custom domains, accès éditeur de code
Business	~50 \$/mois et +	Petites équipes	Plus de crédits, sécurité, SSO, options de confidentialité
Enterprise	Sur devis	Grandes structures	Support dédié, intégrations sur mesure



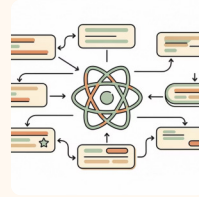
Pour un dirigeant non technique, le plan Free permet d'explorer ; si un développeur vous accompagne, le Pro est adapté pour un projet sérieux.

# Google AI Studio : la puissance de Gemini



## Mode Build

Permet de créer des web apps pilotées par Gemini directement depuis le navigateur



## Génération automatique

Génère un projet React ou Angular avec aperçu en temps réel

## 1.3. Google AI Studio (mode Build)

Google AI Studio, avec le mode Build, permet de créer des web apps pilotées par Gemini (modèle IA de Google) directement depuis le navigateur. Vous entrez un prompt décrivant l'app souhaitée, et l'outil génère un projet (par défaut en React) que vous pouvez tester et modifier.

### Fonctionnement :

01

#### Cliquez sur l'icône « Build »

Dans AI Studio, accédez au mode Build

02

#### Décrivez l'app

Par exemple : « une landing page qui prend une description de mon produit et génère la page avec texte et images »

03

#### Génération et aperçu

AI Studio génère le code, l'organise dans un projet React ou Angular, et affiche un aperçu en temps réel

### Intérêt pour entrepreneurs :

- Créer rapidement un site/landing IA que vous pourrez ensuite faire reprendre par un développeur.
- Bonne intégration avec l'écosystème Google (Gemini API, GitHub, etc.).

### Tarifs

L'accès à AI Studio pour prototyper est **gratuit** ; l'usage de l'API Gemini ensuite est facturé à l'usage (comme l'API OpenAI). Pour un site simple, le prototypage et les premiers tests peuvent rester à coût quasi nul.

# Avant de se lancer : prérequis et création de comptes

Pour un public entrepreneur novice, on recommande de partir sur **Emergent** pour un site vitrine simple, ou sur **Google AI Studio** si vous avez accès à un développeur ou un freelance.





# Créer votre compte Emergent



## Accédez au site

Rendez-vous sur  
<https://emergent.sh>



## Inscription

Cliquez sur Get started ou Sign up



## Validation

Validez l'email de confirmation si nécessaire

## 2.1. Compte Emergent

Rendez-vous sur <https://emergent.sh>.

Cliquez sur un bouton du type Get started, Sign up ou équivalent.

Créez un compte avec :

- votre adresse email professionnelle,
- ou une connexion Google/Apple si proposée.

Validez l'email de confirmation si nécessaire.

Accédez au tableau de bord : vous verrez des options pour créer un nouveau projet/app.



**Aucune clé API n'est requise** pour utiliser Emergent en mode « builder » ; l'IA et l'hébergement sont gérés par la plateforme.

# Créer votre compte **Lovable.dev**

## 2.2. Compte Lovable.dev



Allez sur <https://www.lovable.dev> (ou lien proposé dans les revues et tutoriels).



Cliquez sur Get started ou Sign up.



Inscrivez-vous avec email ou via GitHub selon l'option proposée (GitHub est souvent pratique pour la gestion du code).



Une fois connecté, vous arrivez sur un tableau de bord où vous pouvez créer un nouveau projet par prompt.

Le plan Free permet déjà de tester la génération de sites, avec **5 crédits/jour**.

# Créer votre compte Google AI Studio



## 2.3. Compte Google AI Studio

Rendez-vous sur <https://ai.google.dev> ou <https://ai.google/build/>.

Connectez-vous avec votre compte Google (idéalement celui de votre activité).

Accédez à AI Studio, puis au mode Build (icône « Build » dans le panneau de gauche).

Vous pouvez déjà créer des projets **sans clé API supplémentaire** pour la phase de prototypage dans AI Studio ; la gestion de l'API Gemini intervient surtout pour l'exploitation externe.

# Créer un site vitrine simple avec Emergent (pas à pas)

Prenons l'exemple : site vitrine pour un artisan ou une petite société de services.

## 3.1. Définir le brief en amont

Avant même d'ouvrir l'outil, notez :

<b>Nom de l'entreprise</b>	<b>Activité principale</b> (2-3 phrases)	<b>Cible</b> (ex : particuliers locaux, B2B régional)	<b>Pages souhaitées</b> (Accueil, Services/Offres, À propos, Contact)
<b>Style visuel souhaité</b> (ex : moderne, chaleureux, couleurs spécifiques)		<b>Appels à l'action</b> (ex : bouton « Demander un devis », lien WhatsApp)	

Cela vous évite de « bricoler » et permet un prompt plus clair, ce qui est crucial dans ces outils de génération.

## 3.2. Étape 1 : créer un nouveau projet

Connectez-vous à Emergent (emergent.sh) et, dans le tableau de bord, cliquez sur New Project ou équivalent (libellé exact variable).

L'interface vous propose généralement un champ de texte ou un chat avec l'IA pour décrire votre site.

# Écrire un prompt structuré efficace

## 3.3. Étape 2 : écrire un prompt structuré (application des chapitres 3–4)

Inspiré des bonnes pratiques de prompting, vous pouvez copier/coller un brief comme :

Je veux créer un site vitrine pour mon entreprise.

### **Contexte :**

- Nom de l'entreprise : Menuiserie Dupont.
- Activité : menuiserie sur mesure pour particuliers à Vichy (fenêtres, portes, escaliers).
- Cible : propriétaires de maisons anciennes qui veulent rénover avec du bois de qualité.

### **Objectif du site :**

- Présenter nos services.
- Rassurer sur la qualité (photos, témoignages).
- Inciter à nous contacter pour un devis.

### **Pages à créer :**

- Accueil
- Nos services
- Réalisations (galerie)
- À propos
- Contact (formulaire + coordonnées)

### **Style souhaité :**

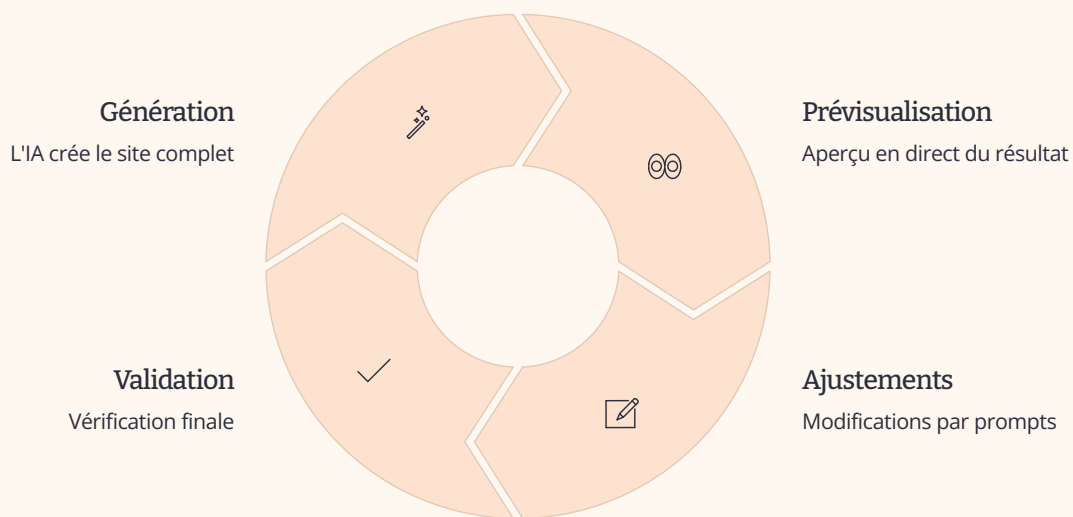
- Design moderne, chaleureux, couleurs bois et beige.
- Photos en grand format, look artisanal mais pro.

### **Fonctionnalités :**

- Bouton « Demander un devis » sur chaque page.
- Formulaire de contact simple (nom, email, téléphone, message).

Envoyez le prompt à l'IA d'Emergent.

# Générer et affiner votre site



## 3.4. Étape 3 : laisser Emergent générer le site

Emergent va :

- analyser le prompt,
- générer les pages, la structure, le layout et le contenu initial,
- parfois proposer un aperçu en direct (prévisualisation du site).

Selon les démos et tutoriels, l'IA crée en quelques minutes un site complet, avec sections, navigation et styles cohérents.

## 3.5. Étape 4 : affiner par prompts

Vous pouvez ensuite ajuster :

**Le texte :**

- « Raccourcis le texte de la section À propos. »
- « Ajoute une section FAQ en bas de la page d'accueil. »

**Le design :**

- « Passe la palette de couleurs en bleu marine et blanc. »
- « Ajoute des icônes devant les intitulés de services. »

**Les fonctionnalités :**

- « Ajoute un bouton WhatsApp sur la page contact. »
- « Ajoute une section témoignages clients sur la page d'accueil. »

Les tutoriels montrent qu'Emergent accepte ce flux itératif : vous tapez une instruction, l'IA adapte le site en temps réel.

## 3.6. Étape 5 : publier le site

Les détails exacts de publication dépendent de la version, mais généralement :


1

Vous pouvez publier sur un sous-domaine Emergent (ex : mon-site.emergent.sh),

2

Puis, sur les plans payants, connecter un nom de domaine personnalisé (ex : monentreprise.fr).

L'outil gère souvent l'hébergement et les mises à jour (vous n'avez pas à configurer un serveur).

 Pour un entrepreneur novice, cela permet d'avoir un site fonctionnel **sans toucher au code ni à la configuration serveur.**

# Créer un site / app avec Lovable.dev (approche plus « app »)

Lovable est intéressant si vous voulez aller au-delà du simple site vitrine (formulaires avancés, mini-CRM, application SaaS simplifiée).

## 4.1. Étape 1 : nouveau projet

- Connectez-vous à Lovable.
- Cliquez sur New Project (ou équivalent).
- L'interface propose un champ de prompt pour décrire l'application.

## 4.2. Étape 2 : prompt initial

Exemple pour un site + mini back-office :

Je veux une application web simple pour mon entreprise de formation.

### Fonctions front :

- Landing page présentant mes formations (liste, descriptions).
- Page de détail par formation.
- Formulaire de contact / demande d'inscription.

### Fonctions back-office :

- Interface simple pour que je puisse ajouter / modifier des formations (titre, description, prix, dates).

Public : dirigeants de TPE/PME. Style : design clair, professionnel, avec accent sur la lisibilité.

Lovable va générer une application avec pages, composants UI, logique de base, etc.

## 4.3. Étape 3 : ajustements et édition du code

Vous pouvez demander des modifications par prompts (ajouter un formulaire, une colonne, changer le texte).

Sur un plan payant, vous avez accès à un éditeur de code intégré, permettant à un développeur :

- de nettoyer le code,
- d'ajouter des logiques spécifiques,
- d'intégrer des APIs tierces.

### Conseil

Pour des entrepreneurs non techniques, Lovable est surtout intéressant s'ils travaillent en binôme avec un développeur ou un intégrateur.

# Créer une web app avec Google AI Studio (Build mode)

Google AI Studio en mode Build cible plutôt les apps IA (par ex. une landing qui génère du contenu avec Gemini), mais on peut l'utiliser pour un site marketing avec fonctionnalités IA.



## 5.2. Étape 2 : prompt pour une web app marketing

Exemple d'idée :

Crée une web app qui :

- Affiche une landing page pour mon produit (coaching marketing pour TPE).
- Permet à l'utilisateur de renseigner sa situation (type d'entreprise, taille, secteur).
- Génère une section de texte personnalisée avec des recommandations marketing en utilisant l'API Gemini.
- Utilise un design simple, responsive, en React.

Lorsque vous « run » ce prompt, AI Studio :

- génère un projet (par défaut en React, modifiable en Angular via les paramètres),
- affiche le code organisé dans un volet « Code »,
- montre un aperçu de l'app dans un panneau à droite.

## 5.3. Étape 3 : itérations

Vous pouvez :

**Modifier par prompt :** « Ajoute un bouton qui renvoie vers mon Calendly », « Change la palette de couleurs en bleu et blanc », etc.

**Modifier directement le code** dans l'onglet Code pour les ajustements plus fins.

**Sauvegarder le projet sur GitHub** pour qu'un développeur prenne le relais.

Cette approche est idéale si :

- vous voulez un POC (proof of concept) d'app IA,
- ou si vous travaillez avec un développeur qui pourra industrialiser le code généré.



# Quel outil pour quel entrepreneur ? (synthèse rapide)

Outil	Idéal pour...	Niveau technique requis	Coût d'entrée
<b>Emergent</b>	Site vitrine, landing pages, petites web apps	Très faible (tout par conversation)	Free + plans dès ~19 \$/mois
<b>Lovable.dev</b>	Web apps plus riches, prototypes SaaS	Faible à intermédiaire (idéal avec dev)	Free (5 crédits/jour), Pro ~20–25 \$/mois
<b>Google AI Studio</b>	Web apps IA, prototypes techniques, POC	Intermédiaire (concepts React/JS utiles)	Prototypage gratuit, facturation via Gemini API ensuite

## Pour un groupe d'entrepreneurs novices :



Site vitrine ou landing simple

Commencer par **Emergent**.



App un peu plus complexe + accompagnement technique

Regarder **Lovable**.



Prototype IA pour un projet plus ambitieux

Envisager **Google AI Studio** avec un partenaire technique.

# Bien prompter sur Nano Banana pour retoucher une image sans la déformer

Un guide pratique pour les entrepreneurs qui souhaitent maîtriser l'édition d'images par IA tout en préservant l'authenticité de leurs visuels professionnels.



# Ce qu'est Nano Banana et pourquoi c'est particulier

Nano Banana est un éditeur d'images piloté par IA qui permet de modifier une photo simplement en la décrivant avec du texte. Vous uploadez une image, vous indiquez en langage naturel ce que vous souhaitez changer, et le modèle applique la retouche en respectant au maximum le sujet et la scène d'origine.

## Cohérence du personnage

Conserve le même visage, les mêmes traits et expressions lors des retouches

## Préservation de la structure

Maintient la perspective, la lumière et la composition de la scène d'origine

Les modèles Nano Banana (et Nano Banana Pro) ont été conçus pour deux choses essentielles pour un entrepreneur : conserver la cohérence du personnage ou du produit et préserver la structure de la scène (perspective, lumière, composition). Là où certains outils "cassent" le visage, changent les proportions ou déforment un objet, Nano Banana excelle à garder le même visage, le même produit ou la même ambiance, tout en appliquant des retouches parfois importantes (fond, lumière, style, ajout d'éléments).

**C'est exactement ce qui nous intéresse dans ce chapitre : faire des retouches parfois ambitieuses, mais sans déformer le sujet.**

Dans l'écosystème Google, Nano Banana est directement accessible via des interfaces web et parfois intégré à d'autres produits (Gemini, Slides, etc.), avec la même logique : vous uploadez l'image, vous tapez une commande du type « change le fond en plage au coucher du soleil » et l'outil se charge de la retouche.

# Prise en main rapide : comment accéder et préparer ses images

La logique d'accès est simple : depuis une interface Nano Banana (ou un site qui l'intègre, par exemple nanobanana.io ou des portails partenaires), vous arrivez sur un éditeur en ligne où vous pouvez soit créer une image à partir de texte, soit modifier une image existante en la téléversant. Aucune installation logicielle n'est nécessaire, tout se fait dans le navigateur.

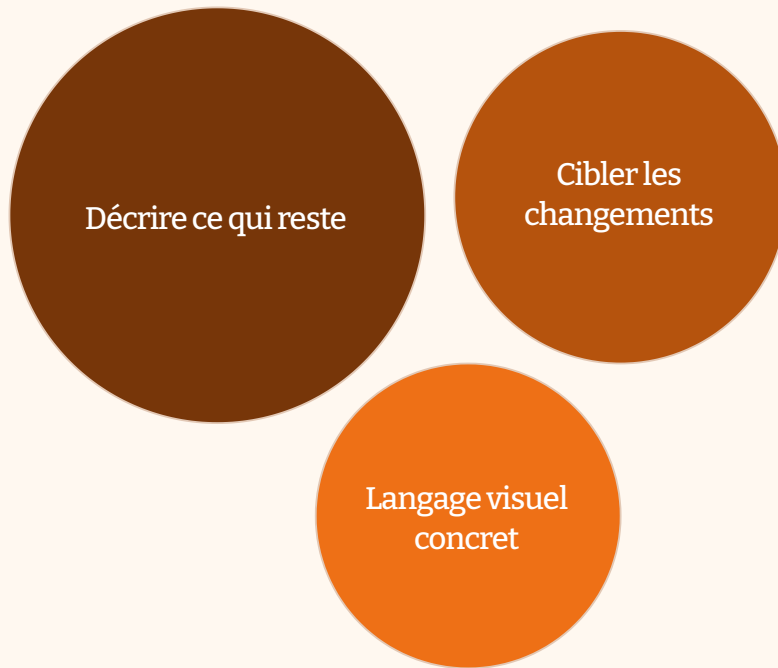
📌 **Bon réflexe d'entrepreneur :** Préparez un petit dossier d'images sources "propres" : photo produit de face, photo d'équipe, portrait du dirigeant, visuels de boutique, etc.

Plus la photo de départ est nette, bien cadrée, avec une bonne lumière, plus Nano Banana produira des retouches de qualité. L'outil accepte les formats standards comme JPEG et PNG.

Une fois l'image envoyée, l'interface vous propose un champ de texte pour décrire la retouche. C'est là que la qualité du prompt fait toute la différence entre un rendu naturel et un résultat "bizarre". Les sections suivantes vous donnent une méthode pour rédiger ces prompts spécifiquement pour Nano Banana.

# Principes de base du prompting sur Nano Banana

Même si Nano Banana comprend des instructions assez libres, les guides et exemples publiés montrent que certaines pratiques donnent des retouches beaucoup plus fiables et naturelles.



Ces trois principes forment la base d'un prompting efficace qui préserve l'intégrité de vos images tout en permettant des transformations significatives.

# Principe 1 : Décrire précisément ce qui doit changer... et ce qui doit rester

Le premier réflexe est de toujours dire à l'IA quoi garder avant de dire quoi changer. Nano Banana insiste sur le fait qu'il excelle dans la préservation du sujet et de la scène, mais encore faut-il le lui demander explicitement.

## Exemples de formulations adaptées :

« Garde le visage et l'expression exactement comme sur la photo. Change uniquement le fond pour un bureau moderne lumineux. »

« Conserve la forme et la couleur de la robe. Modifie seulement l'arrière-plan en plage au coucher du soleil. »

« Ne change pas le produit. Change uniquement la lumière pour un effet golden hour plus chaud. »

Cette manière de procéder s'appuie sur la force de Nano Banana à maintenir la cohérence du personnage ou de l'objet tout en modifiant le contexte, comme le montrent les guides orientés "character consistency" et "scene preservation".

# Principe 2 : Privilégier des retouches locales et ciblées

Un deuxième principe est d'éviter les demandes "magiques" trop globales, du type « améliore la photo » ou « rends la photo plus belle ». Les exemples d'édition avancée montrent que les meilleurs résultats viennent de retouches localisées.

## ✗ Prompts trop vagues

- « Améliore la photo »
- « Rends la photo plus belle »
- « Fais quelque chose de professionnel »

## ✓ Prompts ciblés efficaces

- « Supprime la tâche de café sur la chemise et floute légèrement le fond. »
- « Rends les couleurs un peu plus saturées et ajoute une lumière chaude de fin de journée. »
- « Lisse légèrement la peau mais conserve les traits et les petites rides naturelles. »

Nano Banana est particulièrement efficace pour ce type de modifications ciblées : correction de fond, d'éclairage, suppression d'objets, amélioration de couleurs ou de netteté. En pratique, cela réduit fortement les risques de déformation, parce que l'IA comprend que l'action ne porte que sur certains éléments.

# Principe 3 : Utiliser un vocabulaire concret et visuel

Les ressources et exemples de Nano Banana insistent sur l'usage de descriptions visuelles et concrètes, plutôt que des intentions floues.



## Vague

« Mets un fond plus professionnel »



## Concret

« Remplace le fond par un bureau moderne avec des murs en verre, lumière naturelle et plantes vertes »

De même, pour un effet météo :



## Vague

« Fais un temps pluvieux »



## Concret

« Rends le ciel nuageux et ajoute une pluie fine, avec des parapluies dans la scène »

Plus vous donnez de détails sur la scène voulue (lieu, ambiance, lumière, éléments), plus Nano Banana produit des retouches cohérentes et réalistes.



# Principe 4 : Indiquer clairement le type d'image souhaité

Nano Banana gère aussi bien des rendus photoréalistes que des styles plus artistiques. Si vous ne précisez rien, le modèle tend à rester proche du style de la photo d'origine. Pour éviter qu'il ne "style" trop l'image, vous pouvez ajouter des précisions comme :

## Pour le réalisme

- « Garde un style photo réaliste »
- « Ne transforme pas l'image en illustration »
- « Style photo professionnelle »

## Pour l'artistique

- « Style aquarelle »
- « Rendu ligne claire »
- « Ambiance bande dessinée »

Cela évite les demi-mesures et les rendus étranges. À l'inverse, si vous voulez un rendu illustré pour un visuel de campagne, indiquez clairement le style : aquarelle, ligne claire, bande dessinée, etc.

# Scénarios types pour entrepreneurs : prompts commentés

Dans cette partie, on va reprendre quelques cas d'usage fréquents des dirigeants (photo de profil, photo produit, photo de lieu) et proposer des structures de prompt adaptées à Nano Banana. L'idée n'est pas d'être exhaustif, mais de donner des modèles réutilisables.



## Photo de profil

Améliorer un portrait professionnel sans changer le visage



## Photo produit

Mettre en situation sans déformer l'objet



## Photo de lieu

Embellir boutique ou restaurant de façon crédible

# Scénario 1 : Améliorer une photo de profil sans changer le visage

## Cas d'usage

Un dirigeant veut une photo LinkedIn plus professionnelle à partir d'un portrait existant, sans ressembler à une autre personne.

**Photo :** portrait du dirigeant, fond banal ou encombré.

### Prompt type pour Nano Banana :

« Garde le visage, l'expression et la coiffure strictement identiques à la photo d'origine. Change uniquement le fond pour un bureau moderne lumineux avec des murs en verre. Ajoute une lumière douce sur le visage, type studio, sans lisser excessivement la peau. Style réaliste, photo professionnelle. »

Dans ce prompt, on souligne plusieurs éléments alignés avec les forces de Nano Banana :

- Conservation stricte du visage et de l'expression (cohérence de personnage)
- Retouche du fond uniquement (background editing)
- Indication d'un style photo réaliste, qui évite l'effet trop « IA »

Si le premier résultat est trop retouché, un prompt de correction peut préciser : « Réduis l'effet retouche, garde les rides et imperfections naturelles, ne change ni la forme du visage ni la couleur des yeux. » Cette itération s'appuie sur la capacité de Nano Banana à appliquer des modifications supplémentaires tout en gardant la scène cohérente.

# Scénario 2 : Mettre un produit en situation sans le déformer

## Cas d'usage

Photo produit sur fond neutre, on veut plusieurs variantes de mises en scène pour les réseaux sociaux.

**Photo :** produit bien cadré, fond blanc ou studio.



### Prompt type :

« Conserve exactement la forme, les proportions, la couleur et le logo du produit. Place ce même produit sur une table en bois dans un salon chaleureux, lumière naturelle venant d'une fenêtre à gauche. Floute légèrement l'arrière-plan pour garder le produit net. Style photo publicitaire réaliste. »

Ce prompt exploite la spécialité de Nano Banana : maintenir la cohérence du produit tout en changeant totalement le contexte visuel. Pour décliner la série, il suffit ensuite de changer la phrase de contexte :

« Place ce même produit sur un bureau moderne, à côté d'un ordinateur portable et d'un carnet. »

« Place le même produit sur une étagère dans une boutique, avec d'autres produits flous en arrière-plan. »

Dans tous les cas, la formule « **ce même produit** » ou « **garde le même produit** » aide le modèle à comprendre que l'objet ne doit pas être redessiné ou stylisé, mais seulement remplacé dans un nouveau décor.

# Scénario 3 : Améliorer une photo de lieu (boutique, restaurant, cabinet)

## Cas d'usage

Photo d'un lieu réel que l'on veut rendre plus attractif pour le site ou les réseaux, sans tromper le public.

**Photo :** intérieur de boutique ou de restaurant, avec lumière moyenne et quelques éléments parasites.



### Prompt type :

« Ne change pas la disposition générale de la pièce ni les meubles principaux. Supprime seulement les objets encombrants ou peu esthétiques (ex : cartons au sol, poubelle). Augmente légèrement la luminosité, rends la lumière plus chaude et ajoute une impression de fin de journée chaleureuse. Garde un rendu réaliste, comme une photo prise avec un bon appareil. »

Ici, le prompt donne un cadre clair : même scène, mêmes meubles, retouche légère de la lumière et suppression de quelques éléments. Nano Banana est particulièrement performant pour ce type d'édition de fond et de lumière, en conservant la perspective et la structure de la scène.

Pour éviter d'induire le client en erreur, vous pouvez éviter de demander des transformations trop radicales (agrandir l'espace, changer tout le mobilier), et rester dans le registre de l'embellissement crédible.

# Erreurs fréquentes et comment les éviter

Sur la base des ressources et exemples disponibles, on retrouve plusieurs pièges qui mènent à des images "cassées" même avec un modèle avancé comme Nano Banana.

1

## Tout demander en une fois

Prompt trop vague avec objectifs incompatibles

2

## Ne pas préciser ce qui reste stable

Oublier de dire ce qui doit être conservé

3

## Styles extrêmes sur photo réelle

Demander des transformations trop artistiques

4

## Retouches successives multiples

Empiler les modifications IA sur IA

# Erreur 1 : Tout demander en une seule fois avec un prompt trop vague

❏ **Exemple de mauvais prompt :** « Rends cette photo plus professionnelle, change le fond, change les vêtements, rajeunis la personne et fais un style dessin animé »

Ce type de commande mélange des objectifs incompatibles (réalisme et cartoon) et de multiples modifications lourdes sur un même visage, ce qui augmente le risque de déformation.

## La solution :

Il est préférable de procéder en deux ou trois étapes : d'abord retoucher le fond et la lumière, vérifier que le visage est intact, puis éventuellement ajouter un léger changement de tenue ou de style.

01

Retoucher le fond et la lumière

02

Vérifier que le visage est intact

03

Ajouter d'autres modifications si nécessaire

# Erreur 2 : Ne jamais préciser ce qui doit rester stable

Les guides sur Nano Banana montrent que le modèle est très bon pour la cohérence de personnages, mais si vous ne lui dites pas de conserver le visage ou la forme du produit, il peut parfois "optimiser" l'image en modifiant des traits ou des détails jugés non essentiels.

## Sans précision

« Change le fond pour un bureau moderne »

*Risque : le visage peut être légèrement modifié*

## Avec précision

« Garde exactement le même visage. Change le fond pour un bureau moderne »

*Résultat : le visage reste identique*

La simple phrase « **garde exactement le même visage / le même produit** » réduit considérablement ce risque.



# Erreur 3 : Demander des styles extrêmes sur une photo réelle

Un autre piège fréquent est de demander des styles extrêmes sur une photo réelle (par exemple "anime très stylisé" ou "dessin cartoon" à partir d'un portrait pro). Nano Banana sait faire de la style transfer et des transformations créatives, mais si l'objectif est de ne pas déformer, mieux vaut rester dans des variations de style photo.



## Styles photo recommandés

- Noir et blanc
- Film vintage
- Ambiance cinématographique
- Photo de magazine



## Styles artistiques

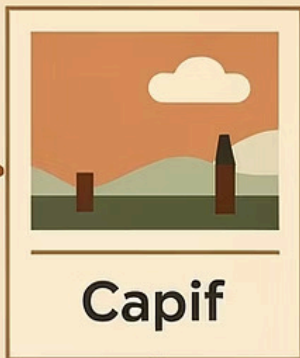
Réserver les styles très artistiques (anime, cartoon, aquarelle) à des créations à partir de zéro, pas pour retoucher des photos professionnelles

# Erreur 4 : Multiplier les retouches successives

Certains utilisateurs multiplient les retouches successives sur la même image (plusieurs passages IA sur IA). Même si Nano Banana est conçu pour gérer des workflows multi-images et des modifications en série, chaque étape ajoute une petite dérive possible.

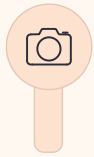
## La bonne pratique :

Pour un usage "propre" en contexte entrepreneurial, il vaut mieux conserver l'original, faire une ou deux variantes bien décrites, et repartir de l'original si vous voulez tester une autre direction.



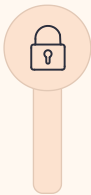
# Synthèse opérationnelle pour vos stagiaires

Pour résumer une méthode simple à transmettre en formation, on peut proposer la démarche suivante :



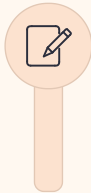
## Photo de départ propre

Toujours partir d'une photo de départ propre, nette et bien cadrée



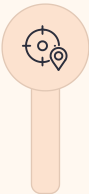
## Décrire ce qui reste

Dans le prompt, commencer par décrire ce qu'il faut absolument conserver : visage, produit, disposition générale



## Décrire la retouche

Ensuite, décrire précisément la retouche souhaitée : fond, lumière, quelques éléments à ajouter ou supprimer, style photo



## Limiter les modifications

Limiter chaque prompt à une ou deux modifications importantes, plutôt que de tout changer d'un coup



## Vérifier visuellement

Vérifier visuellement que le visage, le produit ou le lieu ne sont pas déformés ; si besoin, corriger avec un deuxième prompt qui renforce les contraintes (« garde exactement... »)

# Récapitulatif : Les clés du succès avec Nano Banana

## ✓ À faire absolument

- Partir d'images nettes et bien cadrées
- Toujours préciser ce qui doit rester identique
- Utiliser un vocabulaire concret et visuel
- Faire des retouches ciblées et locales
- Indiquer le style souhaité (réaliste ou artistique)
- Procéder par étapes pour les modifications complexes
- Conserver l'original pour tester d'autres directions

## ✗ À éviter

- Prompts vagues type « améliore la photo »
- Tout demander en une seule fois
- Oublier de préciser ce qui doit rester stable
- Styles extrêmes sur photos professionnelles
- Multiplier les retouches IA sur IA
- Transformations trop radicales qui trompent le public

# Prêt à maîtriser Nano Banana ?

## Vous avez maintenant toutes les clés pour retoucher vos images professionnelles sans les déformer



### Comprenez l'outil

Nano Banana préserve la cohérence et la structure



### Maîtrisez le prompting

Décrivez ce qui reste et ce qui change



### Appliquez les scénarios

Profil, produit, lieu : des modèles prêts à l'emploi



### Évitez les pièges

Procédez par étapes et restez crédible

**À vous de jouer !** Commencez par des retouches simples (changement de fond, ajustement de lumière) puis progressez vers des modifications plus ambitieuses en appliquant les principes de ce guide.

# Exploiter NotebookLM quand on est entrepreneur

Découvrez comment transformer vos documents en un assistant intelligent qui répond à vos questions, crée des synthèses et accélère vos décisions au quotidien.



# Comprendre NotebookLM : un « cerveau » connecté à vos documents

NotebookLM est un outil d'IA développé par Google qui agit comme un assistant de recherche et de structuration spécialisé sur vos propres contenus. Concrètement, vous créez un « notebook », vous y importez des sources (PDF, Google Docs, Slides, sites web, vidéos YouTube, etc.), et l'IA analyse uniquement ces sources pour répondre à vos questions, résumer, comparer, générer des supports, le tout avec des citations claires pour vérifier d'où viennent les informations.

Contrairement à un simple chatbot généraliste, NotebookLM reste ancré dans vos documents : lorsqu'on pose une question dans le chat, il cherche d'abord dans les sources du notebook, relie les passages pertinents, rédige une réponse et ajoute des citations cliquables pour remonter aux textes ou pages associés.

C'est en quelque sorte un second cerveau documentaire, focalisé sur votre activité.

## Ce que NotebookLM peut faire

- Générer des « Briefing Docs » (notes structurées)
- Créer des FAQ automatiques
- Produire des fiches de synthèse
- Créer des présentations
- Générer des versions audio de résumés

# Accès, tarifs et limites pour un entrepreneur

NotebookLM est accessible via <https://notebooklm.google> ou via son intégration dans Google Workspace selon les offres. L'interface fonctionne dans le navigateur, sans installation, avec des notebooks qui regroupent vos sources autour d'un sujet ou d'un projet.

Les plans ont évolué vers un modèle freemium. Les guides récents indiquent qu'en 2025–2026, on trouve typiquement :

## Plan gratuit

Jusqu'à 100 notebooks, 50 sources par notebook et une cinquantaine de requêtes par jour, suffisant pour un usage individuel ou un entrepreneur qui travaille seul

## Plan Plus / Pro

Jusqu'à 500 notebooks, plusieurs centaines de sources par notebook, 500 requêtes par jour, plus d'audio et de fonctionnalités avancées

## Enterprise

Limites multipliées (5× sur les notebooks et sources), options de sécurité avancées (IAM, VPC-SC), environ 9 dollars par licence/mois



**Conseil pratique :** commencer avec le plan gratuit pour tester les cas d'usage, puis envisager un plan Plus dès que vous multipliez les notebooks (par exemple un par projet, un par client, un par thématique) et que vous partagez l'outil avec votre équipe.

L'avantage important pour un dirigeant : NotebookLM fait partie de l'écosystème Workspace, avec un engagement explicite de Google sur la confidentialité des données. Les documents importés depuis Drive ne sont pas utilisés pour réentraîner les modèles, et restent privés à votre organisation sauf si vous partagez explicitement un notebook. C'est un argument rassurant pour intégrer l'outil dans des processus internes.



# Notebooks et sources : la base de tout

Le cœur de l'outil est le **notebook** : une sorte de dossier intelligent dédié à un sujet (par exemple « Stratégie 2026 », « Dossier client Dupont », « Formation Marketing Digital », etc.). Dans chaque notebook, vous ajoutez des sources : ce sont des copies statiques des documents ou contenus web que vous importez.

## NotebookLM accepte notamment :

- Des fichiers PDF
- Des Google Docs
- Google Slides
- Des pages web
- Des URLs de vidéos YouTube (via leur transcription)
- De plus en plus de formats multimédia

Chaque source est analysée, indexée et consultable. Quand vous interrogez le notebook, NotebookLM ne va pas chercher sur tout le web : il reste concentré sur ces sources, ce qui garantit une meilleure pertinence et permet de citer précisément les passages utilisés.

# Chat ancré dans les documents : votre assistant personnel

## Comment ça marche ?

Dans chaque notebook, vous disposez d'un chat. Vous posez des questions en langage naturel :

- « Résume le plan marketing de ce client »
- « Compare les offres A et B »
- « Quels sont les risques évoqués dans ces contrats ? »

NotebookLM parcourt les sources du notebook, sélectionne les passages pertinents, compose une réponse synthétique et y associe des citations, par exemple sous forme de références cliquables qui renvoient vers les documents originaux.

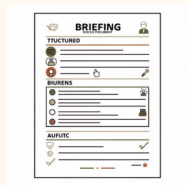
## C'est un point clé par rapport à ChatGPT

**"général"** : vous savez sur quoi l'IA s'appuie puisqu'elle ne puise que dans vos sources sélectionnées, et elle affiche des références pour chaque affirmation importante.

Pour un entrepreneur, cela signifie que vous pouvez l'utiliser comme un assistant de lecture et de synthèse sur vos propres rapports, procédures, études, au lieu de devoir tout relire à la main.

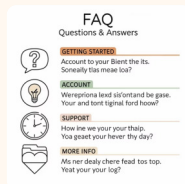
# Vues générées : briefs, FAQs, audio, présentations...

NotebookLM ne se limite pas au chat. Google a progressivement ajouté des fonctionnalités de génération de contenus structurés à partir des sources d'un notebook.



## Briefing Docs

Documents de synthèse structurés (plans, fiches, notes) sur un sujet donné, que vous pouvez ensuite affiner et exporter



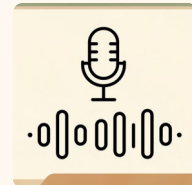
## FAQs

Listes de questions/réponses générées automatiquement à partir du contenu, très pratiques pour créer des FAQ clients ou internes



## Présentations

NotebookLM peut créer des diapositives ou des infographies à partir de vos sources, que vous pouvez ensuite ajuster dans Slides



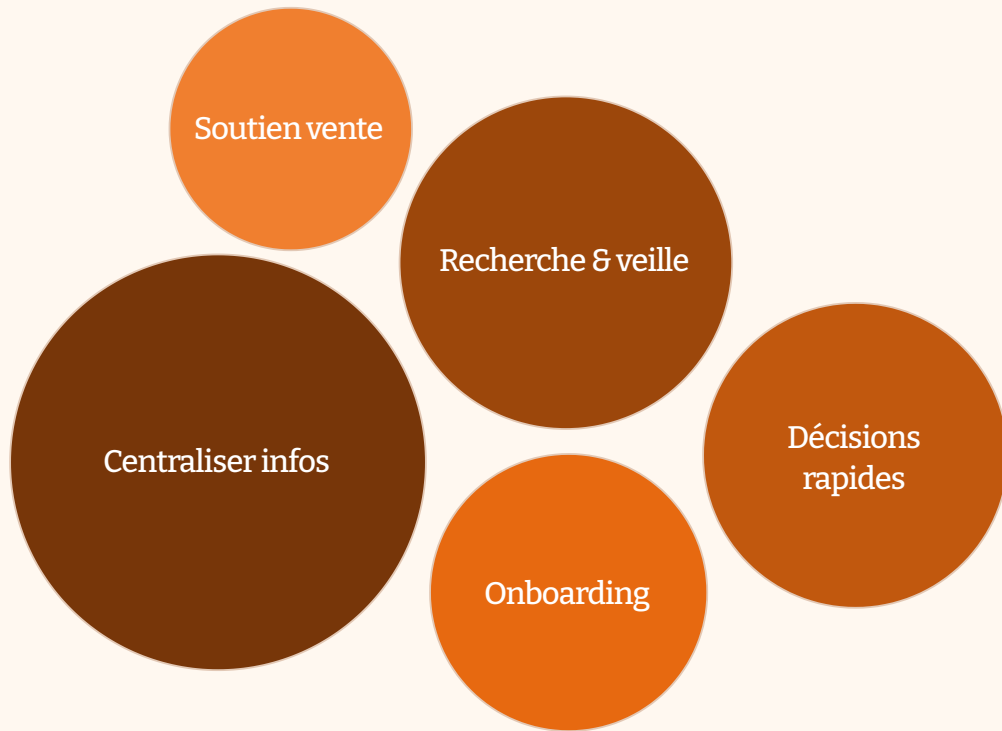
## Audio overviews

Résumés audio de vos documents, sous forme de « podcast » IA, pour réécouter un dossier en mobilité

Ces fonctionnalités transforment NotebookLM en véritable machine à produire des supports à partir d'un corpus : une fois votre "bibliothèque" de sources en place, vous pouvez décliner résumés, synthèses, scripts de vidéos, supports de formation, notes managériales, etc.

# Cas d'usage concrets pour un entrepreneur

Pour un public de dirigeants, il est utile de traduire les fonctionnalités en scénarios très concrets. Les usages décrits dans la documentation officielle et dans les retours d'entreprises peuvent se regrouper en plusieurs grandes familles.



Explorons maintenant chacun de ces cas d'usage en détail pour comprendre comment NotebookLM peut transformer votre quotidien d'entrepreneur.

# Centraliser l'information d'un projet ou d'un client

NotebookLM est particulièrement adapté pour créer un hub d'information par projet ou par client. Google cite explicitement l'usage consistant à mettre dans un même notebook tous les documents d'un projet : brief, comptes rendus, contrats, études de marché, supports de formation, etc., afin que l'équipe puisse y accéder facilement et poser des questions transverses.

01

## Créer un notebook dédié

Par exemple « Client X – Refonte marketing »

02

## Importer tous les documents

Cahier des charges, comptes rendus, anciennes campagnes, études de marché, rapports Analytics

03

## Interroger l'assistant

Résumer les besoins, rappeler les objectifs, lister les risques, comparer les stratégies

L'aspect important est que l'IA se base uniquement sur ce corpus, ce qui réduit les risques de réponses « hors contexte ».

# Recherche approfondie et veille ciblée sur un sujet

Une autre usage central est la recherche approfondie sur un thème précis. NotebookLM propose une fonction « **Discover Sources** » qui permet de compléter votre dossier avec des sources web pertinentes : vous décrivez un sujet, l'outil va chercher des centaines de pages, en sélectionne une poignée particulièrement adaptées, les annote et vous propose de les importer dans le notebook.

## Exemple pratique

Créer un notebook « Marché de la rénovation énergétique » ou « Tendances e-commerce 2026 », y déposer quelques documents internes (études, notes), puis cliquer sur Discover pour obtenir un pack de sources externes de qualité à lire et à interroger.

## Ce que vous pouvez demander

- Résumer les principales tendances
- Comparer plusieurs études entre elles
- Extraire les chiffres clés
- Identifier les points de divergence entre les sources

C'est une manière très efficace de « monter en compétence » sur un sujet stratégique sans passer des jours à lire en détail chaque document.

# Accélérer la prise de décision et préparer vos comités

Google met aussi en avant l'usage de NotebookLM pour les executive insights : les dirigeants peuvent y déposer des rapports financiers, des analyses de marché, des notes stratégiques et demander des synthèses prêtes à l'emploi pour les comités de direction ou les présentations aux associés.



## Importer

Rapports mensuels, tableaux de bord, analyses de campagnes



## Analyser

Synthétiser les données clés, signaler les tendances



## Présenter

Générer un plan de présentation pour vos réunions

L'outil peut, par exemple, résumer un rapport de 80 pages en une note de 2 pages, extraire les principaux indicateurs, et proposer des pistes d'interprétation à discuter.



**L'intérêt n'est pas de remplacer l'analyse humaine**, mais de préparer le terrain : vous arrivez en réunion avec des synthèses claires, qui libèrent du temps pour la discussion et la décision.

# Onboarding, transmission et formation interne

NotebookLM est aussi prévu pour la formation interne et l'intégration de nouveaux collaborateurs. La documentation Workspace insiste sur la possibilité de créer des notebooks partagés contenant les procédures, les politiques internes, les FAQ et les guides de l'entreprise, puis de laisser les nouveaux arrivants poser leurs questions à l'IA.

## Créer un notebook « Onboarding – Commercial »

Déposez-y tous vos documents de formation et procédures

### Documents à inclure

- Le livret d'accueil
- Les fiches produits
- Les scripts d'appels
- Les réponses aux objections
- Les procédures CRM

Le nouveau commercial pourra y poser des questions comme « quelle est la remise maximale autorisée ? », « comment on gère une demande spéciale ? », « quelles sont les conditions du contrat X ? » et NotebookLM répondra en citant les documents internes. On peut également lui demander de générer des fiches mémo, des quiz de compréhension ou des scénarios de jeu de rôle à partir des mêmes sources.

Cette approche réduit le temps passé à répondre toujours aux mêmes questions et permet une montée en compétence plus autonome, tout en gardant le contrôle puisque l'IA reste limitée à la base documentaire fournie.



# Aider la vente et créer des contenus percutants

## Fiches produits intelligentes

En important des fiches produits, des études de marché et des supports commerciaux, NotebookLM aide les équipes de vente à répondre rapidement aux questions et à adapter leurs discours. Vous pouvez lui demander de générer un plan de réunion pour un prospect donné, de rédiger un argumentaire personnalisé, ou de comparer un produit aux offres concurrentes.

## Création de contenus

En important des notes, des transcriptions de webinaires, des articles existants, un entrepreneur peut demander à NotebookLM de générer un plan d'article de blog, synthétiser un ensemble de sources en script de vidéo ou de podcast, produire une trame de présentation PowerPoint, ou construire un module de formation avec objectifs, chapitres et quiz.

**La différence avec un outil "général"** est que tout reste aligné sur votre contenu réel : vos méthodes, vos cas clients, vos chiffres. L'IA s'appuie sur vos documents existants, ce qui limite les inventaires fantaisistes.

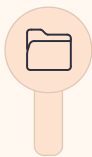
# Mettre NotebookLM en place : votre démarche en 5 étapes

Pour démarrer avec NotebookLM dans votre petite structure, voici une démarche simple et pragmatique :



## Choisir un premier cas d'usage ciblé

Un client important, un projet stratégique, ou l'onboarding d'un nouveau collaborateur



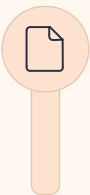
## Créer un notebook dédié

Y importer 10–20 sources clés (PDF, Docs, slides, pages web) depuis Drive ou via des URLs



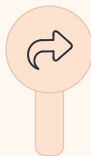
## Tester le chat

Poser des questions concrètes liées à ce cas (préparation de réunion, synthèse de besoins, rappel de contraintes)



## Utiliser les vues générées

Briefing Docs et FAQs pour générer une première note ou un premier support réutilisable



## Partager avec votre équipe

Observer si cela réduit le temps passé à « réexpliquer » les mêmes choses

---

L'idée n'est pas de tout basculer dans NotebookLM d'un coup, mais d'en faire progressivement un outil central pour garder la mémoire des projets, accélérer l'analyse documentaire, former plus vite, et préparer des supports beaucoup plus rapidement.



**En combinant NotebookLM avec les autres briques** (Make pour les automatisations, GPTs pour des agents spécialisés, etc.), un entrepreneur peut se constituer un environnement très puissant : NotebookLM comme base de connaissance structurée, GPTs pour des agents spécialisés par usage, et Make pour connecter le tout à ses outils opérationnels.