



# AI Marketing Trainers

11 mois d'expérimentation IA

# AI Marketing Trainers

## 11 mois d'expérimentation IA

Il y a onze mois, Keyrus publiait un article novateur, *J'entraîne mon intelligence*, marquant un tournant dans notre approche de l'intelligence artificielle générative. Cet article initial a non seulement posé les jalons de notre vision de l'IA, mais a également exploré ses potentiels et usages possibles dans le monde de l'entreprise. À l'époque, nous avons anticipé les transformations que ces technologies pourraient engendrer, tout en reconnaissant les défis et les opportunités qu'elles présentaient.

Depuis lors, Keyrus a franchi des étapes significatives, nous appliquant à nous-même les principes que nous avions préconisés. Notre parcours, jalonné d'innovations et d'expérimentations, a transformé notre manière de concevoir et de déployer les stratégies marketing. En effet, l'IA générative est devenue un outil central dans notre arsenal, révolutionnant la façon dont nous créons, communiquons et engageons nos audiences.

Ce nouvel article vise à partager notre expérience, onze mois après notre premier plongeon dans le monde de l'IA générative. Nous allons explorer comment ces technologies ont été intégrées dans notre activité marketing, les résultats obtenus, et les enseignements tirés. De la conception des illustrations pour nos ebooks à la création de contenu engageant pour les réseaux sociaux, l'impact de l'IA générative est palpable à travers toute notre stratégie marketing.

En entrant dans le cœur de notre sujet, nous verrons comment l'utilisation créative et stratégique de l'IA générative a permis d'optimiser nos processus et de renforcer notre présence sur le marché.

A la fin de votre lecture, promis juré, l'IA, vous aussi allez l'aimer !

Images générées par Lexica Aperture 3.5 avec la consigne : « Create a photorealistic front view portrait of a marketing man and woman in casual clothes, smiling, working in a typical office open space, busy training an artificial intelligence. Some computers and marketing diagrams in the environment. Artificial intelligence should be figured in some way. »



## L'impact de l'IA générative sur la création artistique

L'intégration de l'intelligence artificielle générative dans la création de contenu est présente à différents échelons de la chaîne de production et de communication de Keyrus. L'exemple de cette intégration qui saute aux yeux, on serait tenté de dire, est l'utilisation de l'IA pour générer 100% des illustrations de nos ebooks. Pour n'en citer que quelques-uns :

- *J'entraîne mon intelligence*
- *Not on my watch*
- *IA générative & data : la parole à nos consultants*
- *La nécessaire industrialisation de la donnée carbone*
- *Moneyball*
- *Baby you can ride my car(t)*
- *RetAll data so iconic!*
- *Hakas datés et data-hacks*
- *Who killed BI?*
- *Customer Care Playbook*
- *L'intelligence des territoires*
- *Livre blanc pour vendredi noir*

Grâce à des plateformes comme **Midjourney**, **Lexica Art** et **Dall-E**, nous avons pu non seulement créer des visuels attrayants et pertinents, mais aussi réduire considérablement le temps de production. Cette approche a en effet transformé notre flux de travail en PAO, réduisant le temps de production des ebooks de 40%.

L'efficacité et l'impact visuel améliorés ont par ailleurs contribué à une augmentation significative de l'engagement sur nos publications, notamment sur LinkedIn où nous observons une hausse de 30% du taux d'engagement.

Ces avancées ne sont pas seulement quantitatives. Elles représentent un changement qualitatif dans notre approche de la création de contenu. Les illustrations générées par l'IA offrent une flexibilité et une adaptabilité sans précédent, nous permettant d'explorer de nouvelles avenues créatives tout en restant alignés avec notre identité de marque. Cela se traduit par une production de contenu plus cohérente et visuellement impactante, renforçant notre message et notre présence dans l'espace numérique.

En outre, l'adoption de l'IA pour la création d'illustrations a ouvert la voie à d'autres applications dans notre stratégie marketing. Nous avons étendu cette approche au-delà des illustrations pour englober divers aspects de notre communication marketing, notamment la production de posts LinkedIn, de campagnes d'emailing et la création de contenu pour les landing pages. Ces initiatives marquent un pas de plus dans notre quête pour optimiser et personnaliser nos activités en terme de marketing digital.



Images générées par DALL-E, avec la consigne (prompt) :  
« Photorealistic portrait of a marketing professional, actively engaged in training a generative AI engine. The scene is set in a modern office environment.»

“ Notre modèle GPT dédié a permis de concevoir **des campagnes mails plus efficaces**, en réduisant considérablement le **temps de conception** et en améliorant le **taux d'ouverture.** ”



Image générée par Midjourney, avec la consigne (prompt) : « Create a photorealistic portrait of a professional man or woman, symbolizing a member of a marketing team enhancing LinkedIn posts using an Generative AI engine.»



## Optimisation du marketing digital

Le chapitre précédent a mis en lumière comment Keyrus a transformé son processus de **création d'illustrations** grâce à l'IA générative. Cette innovation n'était cependant que le début de notre aventure dans l'optimisation du marketing digital. La conception et l'utilisation de ChatGPT dans la production de contenu marketing digital chez Keyrus ont marqué une étape significative dans l'amélioration de nos processus de communication.

Pour les **posts LinkedIn**, nous avons conçu un modèle GPT dédié qui nous permet d'accélérer la production de posts performants. Nous avons facilement élaboré une petite matrice (un GPT), petit système qui offre plusieurs formats : la création de posts uniques, la transformation d'une idée de contenu en un post engageant, et même la production de séries de posts sur une thématique donnée. Cette approche a réduit de moitié le temps nécessaire à la production des posts LinkedIn, tout en garantissant un taux d'engagement systématiquement supérieur à 10%.

Pour nos **campagnes emailings**, l'impact de l'IA générative a été tout aussi notable. Notre modèle GPT dédié a permis de concevoir des campagnes mails plus efficaces, en réduisant considérablement le temps de conception et en améliorant le taux d'ouverture. Nous avons adopté une démarche similaire pour la création de contenu pour nos **landing pages**, visant à améliorer l'efficacité du contenu généré et à rendre l'utilisation de l'IA plus paramétrable et adaptable à différents sujets.

Un autre domaine où l'IA a eu un impact significatif est la création d'**executive summaries** (ou execsums dans notre jargon interne !) et de contenus inspirants from scratch. Ces outils d'IA permettant d'entraîner notre modèle GPT dédié sur nos propres documents et étant par ailleurs capables d'explorer un domaine, un site ou un corpus bien délimité, nous ont aidés à synthétiser efficacement des informations complexes en points clés, améliorant ainsi la compréhension et l'engagement de notre public cible. De plus, la capacité de **générer des contenus inspirants et originaux** à partir de zéro a ouvert de nouvelles possibilités pour notre *storytelling*, permettant **une narration plus riche et plus engageante**.

Ces avancées ne se limitent pas aux aspects techniques de la production de contenu. Elles reflètent **une transformation plus profonde dans notre approche de la communication marketing**. L'IA générative a permis à Keyrus de renforcer sa capacité à produire **un contenu personnalisé et engageant, adapté** à notre public cible et **aligné** sur nos objectifs commerciaux.

Cependant, l'adoption de ces nouvelles technologies ne s'est pas faite sans défis. Mesurer l'impact réel de ces innovations sur notre retour sur investissement a été un élément crucial pour évaluer leur efficacité et justifier leur intégration dans nos stratégies marketing.

Il est essentiel de souligner l'importance du travail humain dans ce processus. Bien que l'IA générative représente un outil puissant et un accélérateur formidable, le rôle du pilote humain demeure fondamental. C'est l'intelligence, la créativité et l'expertise humaines qui conçoivent, orientent et donnent du sens à ce qui est produit par ces systèmes d'IA. Cette symbiose entre l'humain et la machine est au cœur de notre approche, reflétant notre vision de Humanizing The Future. Nous comprenons que l'harmonisation de l'ingéniosité humaine avec les capacités avancées de l'IA est essentielle pour générer des résultats significatifs, pertinents et éthiquement responsables.

## Mesure du retour sur investissement (ROI)

La mesure du retour sur investissement (ROI) est un aspect crucial pour évaluer l'efficacité de toute innovation technologique, et les initiatives de Keyrus en matière d'intelligence artificielle générative ne font pas exception. La transition vers l'utilisation de l'IA dans nos processus marketing a nécessité non seulement un investissement en termes de ressources et de temps, mais aussi une évaluation rigoureuse des bénéfices qu'elle apporte.

En ce qui concerne la production d'illustrations pour nos ebooks, l'impact de l'IA a été significatif. La réduction de 80% du temps de production des illustrations et de 40% du temps de PAO pour les ebooks témoigne d'une augmentation notable de l'efficacité. Cette efficacité accrue, couplée à une augmentation de 30% du taux d'engagement sur nos publications LinkedIn, indique non seulement une amélioration opérationnelle mais aussi une plus grande résonance avec notre public.

Dans le domaine des posts LinkedIn et des campagnes d'emailing, les résultats sont tout aussi impressionnants. L'utilisation de ChatGPT a réduit de moitié le temps de production des posts LinkedIn, avec un taux d'engagement systématiquement supérieur à 10%. Pour les campagnes d'emailing, l'amélioration a été quantifiée par une augmentation d'au moins 20% du taux d'ouverture, tout en réduisant de 70% le temps de conception des campagnes.

Ces chiffres ne sont pas seulement des indicateurs de réussite ; ils reflètent une transformation fondamentale dans notre approche du marketing digital. Cependant, l'adoption de ces technologies ne s'est pas faite sans défis. Quelques obstacles se sont tout de même présentés lors de l'intégration de l'IA dans nos stratégies marketing, qui ont nécessité quelques ajustements pour maximiser l'impact et l'efficacité de ces outils.

Aspect	Amélioration / Performance
Coût de Midjourney	30\$/mois
Coût de Lexica	30\$/mois
Coût de Dall-E3 (mutualisé avec ChatGPT)	20\$/mois
Temps de production des illustrations	-80%
Temps de PAO et production des ebooks	-40%
Nombre de ebooks produits en 2023	25 (en YTD)
Taux d'engagement moyen sur chaque post LinkedIn	+30%
Temps de production posts LinkedIn	-50%
Taux d'usage IA Gen dans la production de posts LinkedIn	100% depuis septembre
Performance du contenu généré (LinkedIn)	taux d'engagement >10% systématiquement
Temps de conception d'une campagne mail	-70%
Taux d'usage dans la production de campagnes mail	100% depuis octobre
Performance des campagnes mail (taux d'ouverture)	amélioration d'au moins 20%
Production des landing pages	Temps de conception du contenu de la LP : -50%
Création d'exécsum et d'analyse détaillée de contenus	Temps gagné : gigantesque

Tableau récapitulatif des éléments de retour sur investissement (ROI), regroupant les différentes améliorations et performances liées à l'intégration de l'intelligence artificielle générative chez Keyrus.



Images générées par **Stable Diffusion**, avec la consigne (prompt) :  
« Photorealistic portrait of a marketing professional, actively engaged in training  
a generative AI engine. The scene is set in a modern office environment. »



## Défis et apprentissages

Le voyage de Keyrus vers l'intégration de l'intelligence artificielle générative dans nos stratégies marketing a été jalonné de défis et d'apprentissages significatifs. Comme toute innovation, l'adoption de l'IA a nécessité une période d'ajustement, au cours de laquelle nous avons dû surmonter des obstacles et affiner nos approches.

Un des principaux défis a été **l'alignement de l'IA avec notre ton de marque et nos messages clés**. Bien que l'IA soit capable de générer du contenu à un rythme impressionnant, assurer que ce contenu reflète fidèlement notre identité de marque et répond à nos standards de qualité a nécessité des ajustements et une supervision continue. Cette tâche a impliqué un équilibrage minutieux entre l'automatisation et l'intervention humaine (nos super coaches d'IA de l'équipe marketing sont de solides artisans que l'IA vient renforcer), garantissant que le contenu généré soit non seulement efficace, mais aussi authentique et pertinent.

Un autre défi a été **l'intégration de l'IA dans nos processus existants** sans perturber le flux de travail de nos équipes.

La transition vers des outils basés sur l'IA a demandé une formation et une adaptation, aussi bien en termes de compétences techniques que de changement de mentalité.

**Encourager l'adoption et l'acceptation** de ces nouveaux outils par l'ensemble de notre personnel a été une étape cruciale pour réaliser pleinement leur potentiel.

Ces défis, bien que difficiles, ont été des opportunités d'apprentissage précieuses. Ils nous ont permis de mieux comprendre les capacités et les limites de l'IA, et de développer des stratégies pour maximiser son efficacité. L'expérience acquise a renforcé notre confiance dans la capacité de l'IA à transformer nos opérations marketing, tout en nous préparant pour des innovations futures.



Images générées par Midjourney, avec la consigne (prompt) : « Photorealistic portrait of a marketing professional, actively engaged in training a generative AI engine. The scene is set in a modern office environment. »



## Prochains chantiers et expérimentations à venir

Alors que Keyrus continue d'innover, notre parcours avec l'intelligence artificielle générative ne fait que s'accélérer. Les succès que nous avons rencontrés jusqu'à présent dans le marketing digital ne sont que le sommet de l'iceberg de ce que nous envisageons pour l'avenir. De nouveaux projets ambitieux sont déjà en gestation, promettant d'élargir encore davantage notre utilisation de l'IA générative.

Concernant les **campagnes de publicité payante**, nous explorons l'utilisation de l'IA générative pour **optimiser et personnaliser nos campagnes**, avec un focus particulier sur l'amélioration du retour sur investissement.

L'objectif est de créer des campagnes publicitaires plus flexibles et innovantes, s'appuyant sur des solutions adaptées pour maximiser leur impact.

La **production de vidéos et de podcasts** est un autre domaine où l'IA générative jouera un rôle crucial. L'objectif ici est de diversifier nos canaux de communication interne et externe, avec un accent initial sur le recrutement et la création de contenu. Malgré des résultats initiaux en deçà des attentes à date, nous sommes résolus à poursuivre ces expérimentations au premier trimestre 2024, convaincus de leur potentiel en matière d'engagement et de diffusion.

Enfin, la **création automatique de présentations PowerPoint** via l'IA générative est également en cours d'évaluation. En testant des solutions telles que Gamma.AI, nous aspirons à simplifier la création de ces présentations tout en maintenant une haute qualité et une personnalisation adaptée à chaque contexte.

Ces initiatives témoignent de l'engagement continu de Keyrus à explorer et à exploiter le potentiel de l'IA générative.



“ Choisir la bonne approche n'est pas seulement une question de préférence technologique, mais aussi une décision stratégique qui peut affecter l'**efficacité opérationnelle** et la **durabilité** de l'entreprise pendant toute période critique. ”



Image générée par Midjourney, avec la consigne : « photo of a marketing team enhancing copywriting using an Generative AI engine. »

## Vers de nouveaux horizons

En retraçant le chemin parcouru depuis notre premier article *J'entraîne mon intelligence* jusqu'à aujourd'hui, il est clair que l'aventure de Keyrus avec l'intelligence artificielle générative a été et continue d'être une histoire de passion, d'innovation et de transformation. Notre exploration et intégration de l'IA dans divers aspects de notre stratégie marketing témoignent non seulement de notre capacité à s'adapter et à évoluer, mais aussi de notre engagement à rester à la pointe de la technologie.

Les progrès réalisés en un illustrent non seulement notre compétence à intégrer l'IA dans nos opérations actuelles, mais aussi notre vision pour l'avenir. De l'amélioration de l'efficacité dans la création de contenu à l'exploration de nouvelles frontières avec des projets ambitieux, Keyrus démontre une capacité remarquable à innover constamment et à repousser les limites du possible.

Mais notre voyage avec l'IA s'étend bien au-delà du marketing. L'IA est devenue un moteur essentiel dans notre business global et nos offres. Elle accélère nos missions d'accompagnement et d'évangélisation, avec de nombreux POCs (Proofs of Concept) en cours qui reflètent notre expertise et notre capacité à mener des projets d'IA de bout en bout. Ces initiatives sont des exemples concrets de la façon dont l'IA enrichit et renforce nos services.

En 2024, l'IA jouera un rôle encore plus central dans tous les processus métier de Keyrus. En automatisant et en préparant les contenus, l'IA permettra à nos équipes de se concentrer sur la création de valeur ajoutée, améliorant l'efficacité de nos opérations et libérant du temps pour l'innovation et la stratégie. Cela marque une nouvelle ère où l'IA n'est pas seulement un outil, mais un partenaire stratégique qui enrichit chaque aspect de notre activité.

Notre enthousiasme pour l'IA n'est pas un feu de paille, mais un engagement à long terme. Comme le suggère le titre de notre article, notre relation avec l'IA est profonde et durable. Elle a façonné notre passé, enrichit notre présent et promet un avenir encore plus radieux. Chez Keyrus, nous croyons fermement que l'IA n'est pas seulement un outil ou une technologie, mais un compagnon de route qui transforme, inspire et ouvre des horizons sans précédent.

**Article co-écrit par keyrus, Chat-GPT<sup>4</sup> et Google Bard**

Vous avez trouvé cette lecture utile ? Vous souhaitez sûrement lire aussi :



## J'entraîne mon intelligence

ChatGPT à notre service... à moins que cela ne soit l'inverse ?

Au hit-parade des sujets qui font le buzz – certains préfèrent parler de cri alarmant du moustique – ChatGPT et ses productions littéraires ou littérales occupent une place de choix, certainement proche du podium des sujets digitaux (ou digitox ?) de l'an dernier.

Véritable prouesse technologique pour les uns, mais technologie sans preuve véritable pour les autres, les convictions s'affrontent, s'écharpent gentiment.

Et c'est tant mieux, parce que ce déchaînement de passions et de croyances sont autant de jalons qui marquent les réelles avancées de l'IA au service des métiers et de l'entreprise, tout en offrant le spectacle d'une différence *essentielle*.



# keyrus

## make data matter

Acteur international du conseil et des technologies, Keyrus a pour mission de donner du sens aux données, en révélant toute leur portée, notamment sous un angle humain.

Parce que ce ne sont pas tant les données elles-mêmes qui importent, mais les opportunités que nous pouvons développer en les apprivoisant vraiment, nous nous efforçons constamment de comprendre les objectifs que nos clients souhaitent atteindre. Nous explorons et mesurons les comportements, nous les comprenons et les traduisons en un résultat concret. Nous donnons un sens aux réalités que les données portent afin d'aider nos clients à prendre des décisions plus efficaces.

Les données, qu'elles soient grandes, petites, humaines, complexes, historiques ou prospectives, n'ont de sens que lorsqu'elles sont utilisées pour développer les expériences, affiner la compréhension du quotidien et prendre les meilleures décisions.

Notre proposition de valeur est fondée sur cinq grands groupes de services, chacun comprenant des offres multiples :

- **Automatisation et intelligence artificielle** : nous fournissons à nos clients les moyens d'améliorer leur productivité et leur précision sur l'ensemble de leurs processus, afin de se concentrer sur le travail à plus forte valeur ajoutée.
- **Expérience numérique centrée sur l'humain** : la relation avec les clients et l'engagement des collaborateurs constituent deux des plus grands contributeurs au succès global des entreprises. Nous aidons les entreprises à imaginer et à créer des expériences numériques multimodales et fluides pour atteindre leurs objectifs.
- **Mise en œuvre des données et des analyses** : les données sont une clé incontestable du succès pour les entreprises. Lorsqu'elles sont utilisées intelligemment, elles ouvrent des opportunités uniques pour faire face aux défis actuels et futurs. Nous permettons aux organisations de déployer tout le potentiel de leurs données : nous mettons la science des données au profit du développement de l'entreprise.
- **Cloud et sécurité** : le Cloud et les plateformes numériques ont le potentiel de révolutionner la façon dont les données sont transformées en valeur, tout en portant l'extensibilité et la flexibilité à un niveau supérieur. Nous sécurisons l'ensemble de vos données et veillons à ce qu'elles soient protégées et confidentielles.
- **Transformation et innovation** : pour prospérer dans l'écosystème actuel, chaque entreprise doit non seulement accélérer sa transformation numérique, mais aussi acquérir des compétences pour stimuler son adaptabilité, sa résilience et sa compétitivité. Nous aidons nos clients à se transformer avec succès pour développer un meilleur futur.

S'appuyant sur l'expérience cumulée de plus de 3 000 collaborateurs et présent dans 22 pays sur 4 continents, Keyrus est l'un des principaux experts internationaux en matière de données, de conseil et de technologie.

Pour en savoir plus : [www.keyrus.fr](http://www.keyrus.fr)

**Jean-Philippe CLAIR**

Directeur Marketing, Communication & Innovation Keyrus

[jean-philippe.clair@keyrus.com](mailto:jean-philippe.clair@keyrus.com)