

Home > A la une > IA > Interview > L'influence des IAG sur la production de contenu SEO en agence

L'influence des IAG sur la production de contenu SEO en agence



7 JOURS AGO 12

Entretien avec **Fantin Deliége**, chargé de projet SEO chez La Mandrette. (La Mandrette est une agence SEO toulousaine fondée en 2016 par Laurent Peyrat.)



Tech-Ethic (TE) : Dans la pratique, quelles sont les influences des IAG sur la production de contenu ?

Le constat est posé depuis plusieurs mois maintenant, on assiste à une période d'abondance dans la production de contenu. En apparence, la démarche rédactionnelle semble être devenue plus accessible, moins réservée à un cercle fermé de rédacteurs capables de formuler leurs pensées de façon pertinente et structurée.

Dans la pratique, c'est une autre histoire. **A sa sortie, ChatGPT a tout de suite été perçu comme un accélérateur formidable de productivité**, provoquant un premier réflexe qui n'était pas forcément le bon.

Quand on se rend compte qu'il est possible de produire 10, 15 fois plus rapidement en apparence, **l'ivresse de la productivité peut vite faire oublier les limites actuelles des IAG**. En agence, il a fallu poser un cadre, communiquer auprès des clients, et travailler pour trouver un juste milieu entre les avantages indéniables de ces technologies et les risques d'une utilisation trop hâtive et automatisée. En fonction des projets et des ambitions, notre méthodologie peut aujourd'hui être complètement différente.

TE : Comment s'adapter à ces changements en agence ?

On a passé beaucoup de temps à apprendre, à expérimenter, en changeant un peu notre approche en début d'année. C'est une technologie qui évolue vite, alors la veille est redevenue centrale. **Tout le monde arrive avec son astuce, ses pistes de réflexion, il devient difficile de filtrer et d'identifier celles qui s'appliquent à nos problématiques.**

On a déjà grandement amélioré nos pratiques, et je pense qu'on a réussi à éviter le piège de la production de masse. Laurent nous a rapidement fait comprendre qu'il fallait s'inscrire dans une démarche de qualité. Produire plus vite avec l'IA, c'est à la portée de tout le monde. Mais produire mieux, cela demande une autre forme d'expertise.

Les contraintes du quotidien font que l'on a encore l'impression de passer trop de temps à produire, et pas assez de temps à expérimenter, mais on arrive à proposer des solutions concrètes et fiables à nos clients. C'est l'essentiel.

TE : Les limites des IAG sont-elles faciles à identifier ?

L'IA est généralement capable de masquer son incompétence et de nous faire croire que tout est sous contrôle. Mais le diable se cache dans les détails. S'épargner une relecture attentive n'est pas sans risque. **Sur ChatGPT, la vérification des informations et des sources reste aussi impérative, même si certains plugins commencent à proposer des alternatives viables.**

J'ai l'impression que le problème vient surtout d'une mauvaise compréhension du fonctionnement de l'algorithme. Apprendre comment fonctionne une IA générative, cela permet d'être réaliste sur nos attentes et sur la qualité des contenus produits en retour.

TE : Quelles sont les perspectives d'avenir pour la production de contenu ?

C'est une période intéressante. Au cours de ces derniers mois, tout le monde a eu le temps de développer ses propres et pas d'usages, et les formules magiques sont parfois jalousement gardées. Le monde avance vite, et le potentiel de ces nouvelles technologies est encore très loin d'être appréhendé avec justesse par le plus grand nombre.

De son côté, Google continue à dicter les mêmes règles. Les attentes ne changent pas. **Tant que le contenu est pertinent, il a en théorie toutes ses chances d'être mis en avant sur les SERP**. Mais dans un contexte de production de masse, la difficulté est de parvenir à se différencier, en proposant ce petit truc en plus. Notre priorité est de renforcer la collaboration avec nos clients, pour trouver des solutions et identifier la réelle valeur ajoutée qu'ils peuvent mettre sur la table.

L'uniformisation des contenus, tant sur le fond que sur la forme, est également un constat alarmant.

L'IAG permet d'automatiser beaucoup de tâches, et reste perçue par beaucoup comme une solution miracle pour réduire les coûts et le temps passé. **Mais à refuser de « perdre du temps » à réfléchir, on se retrouve avec le même contenu fade et convenu que le voisin.**

L'humain reste un acteur indispensable dans le dialogue avec les IA génératives, ne serait-ce que pour fournir des prompts uniques, les retravailler, les adapter au contexte... et surtout pour corriger le tir lorsque l'IA ne tombe pas juste.

Chez La Mandrette, on reste convaincus que la démarche artisanale a encore de l'avenir dans ce contexte.

Pour en savoir plus :
le site de la Mandrette

Partager :
Facebook X

Articles similaires

- Contenu : de la qualité pour un bon référencement**
13 novembre 2019
Dans "Marketing"
- 5 outils SEO incontournables made in France**
30 septembre 2020
Dans "A la une"
- Le « Quick & Dirty », premier danger de l'IA générative**
20 septembre 2023
Dans "A la une"

PREVIOUS POST
Numérique et TPE PME : la cybersécurité au centre des inquiétudes

NEXT POST
Énergie: la sobriété séduit, la décroissance fait peur

Tags contenu ia Intelligence Artificielle interview

Comment Using Wordpress Comment Using Facebook

LAISSER UN COMMENTAIRE

Votre adresse e-mail ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec *

Commentaire *

Nom *

E-mail * Site web

Enregistrer mon nom, mon e-mail et mon site dans le navigateur pour mon prochain commentaire.

Prévenez-moi de tous les nouveaux articles par e-mail.

Laisser un commentaire

COLLABORATION ET COMMUNICATION
LE TRAVAIL HYBRIDE DANS L'ENTREPRISE POST-COVID

UN LIVRE BLANC À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT

LES LIVRES BLANCS

RECEVEZ NOTRE NEWSLETTER...

Tech Ethic NEWS

Jamespot

La Digital Workplace qui vous ressemble

Contribuer ou publier sur Tech Ethic

Email pro *

Nom *

Société *

Quel est l'objet de votre message ? *

Choisir

Commentaires

RGPD...*

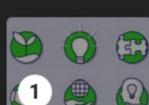
Je consens à transmettre mes coordonnées à TE

Je consens à recevoir la newsletter de TE

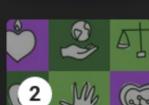
Envoyez

NOUS CRÉONS POUR VOUS DU CONTENU TECHNOLOGIQUE ET ÉTHIQUE...

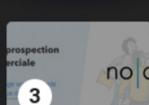
TECH ETHIC ...CONTRATIEZ-NOUS



Tech Ethic : Manifeste



Pourquoi Tech Ethic ?



CRM #1 : noCRM