

L'IA à l'assaut du marketing : comment la "dompter" pour renforcer la présence digitale des marques

Chronique de Chris Brownlee
Yext

Mis à jour le 09/01/25 16:56



Ces deux dernières années, l'IA est devenue omniprésente dans le marketing comme dans bon nombre de secteurs. Or, les marketeurs du monde entier sont confrontés à un double défi.

Il y a beaucoup de battage autour des différents outils et manières dont l'IA peut aider les marketeurs à en faire plus avec moins. Si l'opportunité d'amélioration de l'efficacité et de l'impact est bien réelle, il peut être difficile de savoir où commencer et où intégrer l'IA au mieux afin d'optimiser les workflows et de personnaliser les expériences. Les marketeurs savent qu'il leur faut adopter des outils d'IA sous une forme ou une autre – mais où, et comment ?

L'IA s'inscrit dans une transformation bien plus vaste du paysage de la recherche, en complément des réseaux sociaux. Les parcours de découverte des clients évoluent : l'IA et les réseaux sociaux sont en passe de supplanter les moteurs de recherche classiques. Le défi consiste à maintenir sa visibilité et sa pertinence au beau milieu de cette révolution. Une autre interrogation se pose : comment articuler tout cela ?

Déleguez la complexité

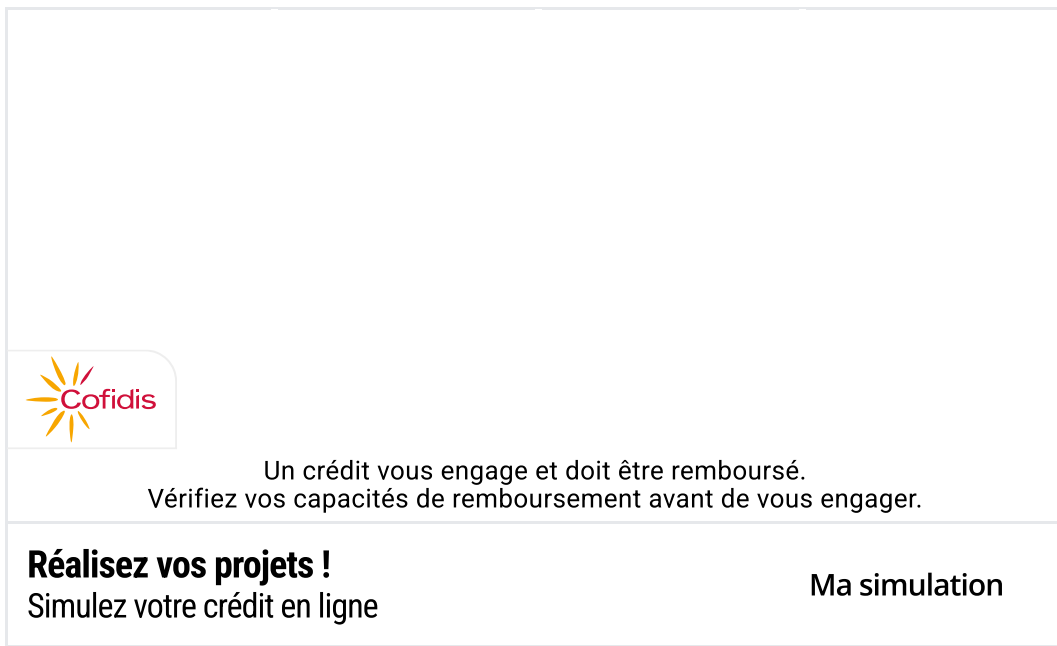
EN SAVOIR PLUS

Recherches via l'IA : des conversations à base de questions-réponses

Les utilisateurs s'habituent à des expériences de recherche plus conversationnelles et plus personnalisées – et les plébiscitent même. Les chatbots et les LLM tels que ChatGPT sont de plus en plus incontournables lorsqu'un client cherche des renseignements : ils se muent en un lieu essentiel où le public peut découvrir les marques et obtenir des informations à leur sujet. Et cette tendance ne va faire que se renforcer.

Pour les marketeurs, le point le plus important à prendre en compte est que ces LLM fonctionnent différemment des moteurs de recherche traditionnels. ChatGPT et consorts extraient les informations de divers sites et canaux de publication, au lieu de se contenter de lister les meilleurs résultats ou les sites les mieux référencés.

PUBLICITÉ




Cofidis

Un crédit vous engage et doit être remboursé.
Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.

Réalisez vos projets !
Simulez votre crédit en ligne

Ma simulation

Publicité Carbone-neutre

Inspired by  invibee

L'une des mesures les plus puissantes et les plus efficaces que les marketeurs peuvent prendre à l'heure de la recherche via l'IA consiste à se pencher sur leur présence digitale et à la gérer. Pour les marques, il est vital de se présenter de manière uniforme et impactante sur un vaste éventail de canaux de publication.

Les outils de présence digitale avancés utilisent déjà l'automatisation pour améliorer la gestion des marques et garantir la cohérence des mises à jour sur un réseau de publication varié. En pratique, lorsqu'une modification est apportée aux informations d'une marque, celle-ci est immédiatement répercutée sur l'ensemble du réseau.

Découverte via les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont l'autre facteur clé qui révolutionne le paysage de la recherche. À l'instar des recherches via l'IA, les médias sociaux sont à l'origine d'un grand changement dans la manière dont les informations des marques sont découvertes. Plus spécifiquement, ils s'imposent progressivement sur l'ensemble du parcours client – de la découverte à l'achat proprement dit.

LIVRE BLANC

RSE
De l'engagement
à l'action



Passez à l'action...

Engagez votre entreprise dans une démarche RSE !





CCM Benchmark Institut

Cette année, les réseaux sociaux – qui incluent les publicités, les recommandations et les actualités publiées sur les comptes des marques – ont dépassé les moteurs de recherche traditionnels et les publicités télévisées en tant que principale source de découverte de nouvelles marques par les clients. Plus de la moitié (51 %) des consommateurs de la génération Z utilisent les réseaux sociaux pour rechercher des marques, et 60 % d'entre eux déclarent qu'ils les aident à obtenir plus rapidement les informations souhaitées.

De fait, si les réseaux sociaux font déjà partie de l'arsenal des marketeurs depuis des années, ils sont plus puissants que jamais. Pour cette raison, ils doivent être davantage considérés et faire l'objet d'investissements plus conséquents. Tout comme la recherche via l'IA, ils plaident en faveur d'une gestion avisée des marques sur tous les canaux et pas seulement sur les sites web les mieux référencés.

Les outils d'IA au service d'une meilleure gestion des marques

La clé pour survivre dans cet environnement de recherche en pleine mutation est la gestion des marques. Sans surprise, l'IA peut déjà aider les marketeurs à remplir cette mission et à « en faire plus avec moins ».

Revenons-en au vivier d'informations et de connaissances sur les marques évoqué précédemment. Aujourd'hui, les solutions les plus avancées s'appuient sur des algorithmes d'autoapprentissage pour analyser les performances des contenus et formuler en permanence des recommandations qui peuvent aider à améliorer les listings. À mesure que ces algorithmes apprennent à décrypter la voix d'une marque, ces outils assistés par l'IA peuvent suggérer et créer du contenu pertinent et attractif qui favorise l'engagement des clients. Les marketeurs peuvent élaborer des campagnes fondées sur des insights bien plus rapidement, sans se fatiguer, tout en bénéficiant d'un meilleur retour sur investissement.

Les outils utilisent l'IA et l'automatisation pour veiller à ce que les actualités et les informations soient diffusées et mises à jour en temps réel sur les réseaux, ainsi que pour planifier facilement les publications sur les différents canaux sociaux. Les marques boostent ainsi leur présence dans les moteurs d'IA et les médias sociaux. En outre, le contenu découvert demeure précis, pertinent et aussi engageant que possible.

Boostez votre stratégie sociale locale

L'IA aide également les marques possédant plusieurs établissements à mettre en place une approche localisée du marketing sur les réseaux sociaux, améliorant ainsi la pertinence et l'engagement. Les outils alimentés par l'IA permettent aux marketeurs de comprendre rapidement les tendances locales et les préférences des clients. Ils peuvent recommander des adaptations des informations et des contenus clés afin que les efforts marketing demeurent hautement pertinents et efficaces.

Jusqu'ici, adapter le contenu social pour différentes régions géographiques était une tâche extrêmement chronophage, mais l'IA permet d'accélérer le processus. Le jeu en vaut vraiment la chandelle : en plus de doper les possibilités de découverte au niveau local, cette approche crée des expériences client plus personnalisées qui touchent le public de manière plus authentique.

L'IA à la croisée du marketing

L'intersection entre l'IA et le marketing a changé la donne. Elle permet aux marketeurs d'en faire davantage avec moins tout en gagnant en rapidité et en efficacité. Toutefois, dans le même temps, elle modifie l'environnement dans lequel les marketeurs évoluent, au même titre que les réseaux sociaux.

Aujourd'hui, les marketeurs doivent impérativement envisager le recours à l'IA. L'adoption de solutions alimentée par l'IA et la protection de l'intégrité de la marque sont capitales à notre époque dominée par la fragmentation des recherches. Ceux qui opteront pour cette approche resteront compétitifs et connectés à leurs publics, quels que soient le lieu et le moment de la recherche.

CONTENUS SPONSORISÉS



Nouveau Cupra Terramar E-Hybrid rechargeable

Profitez de 2 mois de loyer offerts sur le nouveau CUPRA Terramar, e-hybrid...

Cupra

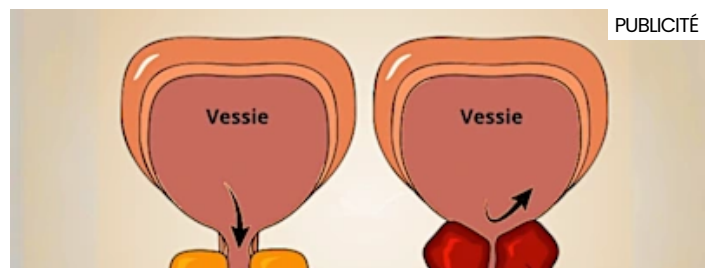


Un voyage planifié à New York ?

Profitez du confort de La Compagnie : sièges-lits, cuisine bistrannique et Wi-Fi haut-...

LaCompagnie

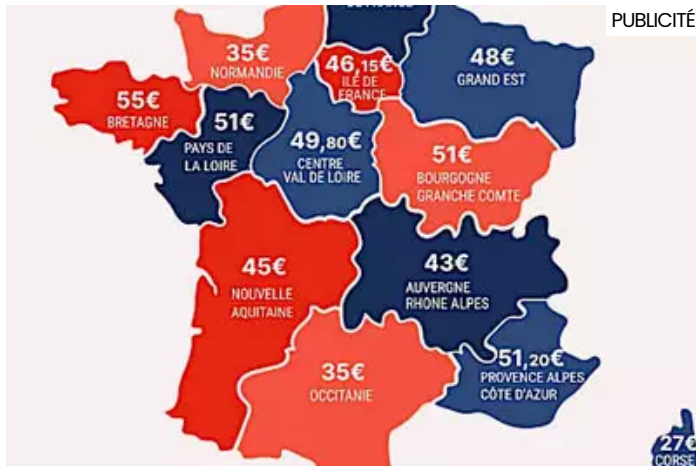
PUBLIC



Délégués la complexité

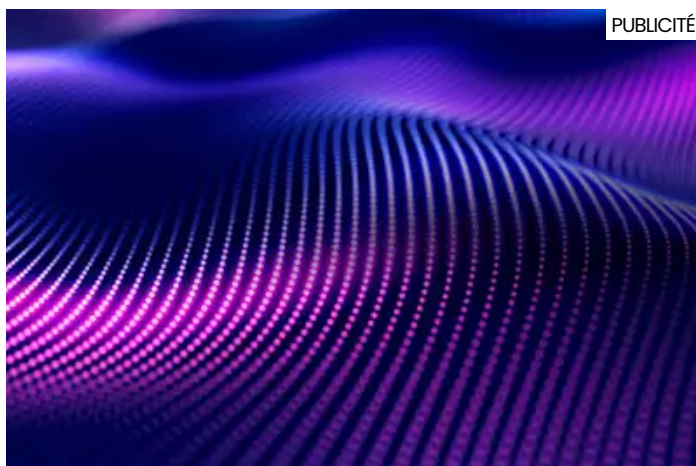
Configuration, sécurisation, paramétrages et secours ! Voir l'offre et les conditions ici.

Orange Pro



Paris: Voici ce que devrait coûter des panneaux solaires en 2025

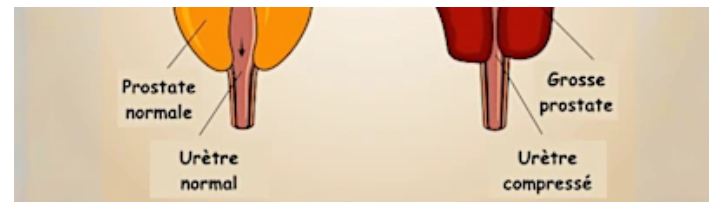
Solaire FR



Fin du cuivre : quelles conséquences ?

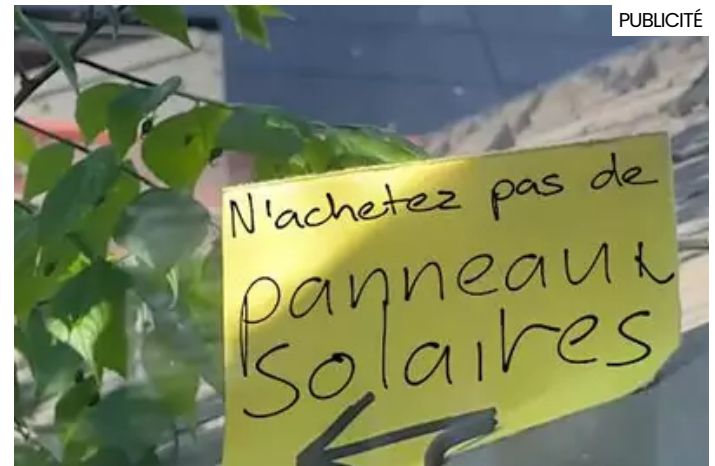
Comprendre la fermeture du réseau et anticiper pour votre entreprise

SFR Business



Alerte prostate : essayez ce geste ultra-simple (le matin dans la salle de bain)

decouvertes-sante



Plus besoin d'acheter de panneaux solaires : faites ceci (C'est génial)

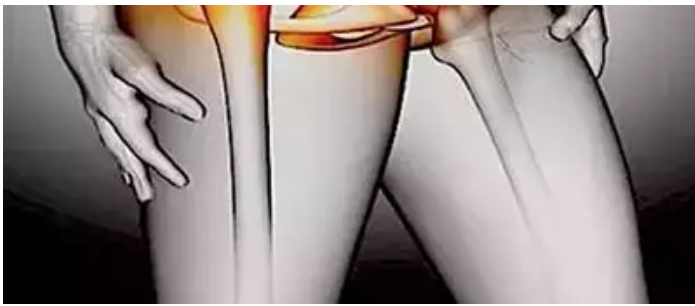
Info Photovoltaïque



Combien ça coûte de perdre 6Kg en 1 mois ?

Comme J'aime





Mal aux articulations ? Truc simple pour les soulager (stupéfiant)

Science Articulations



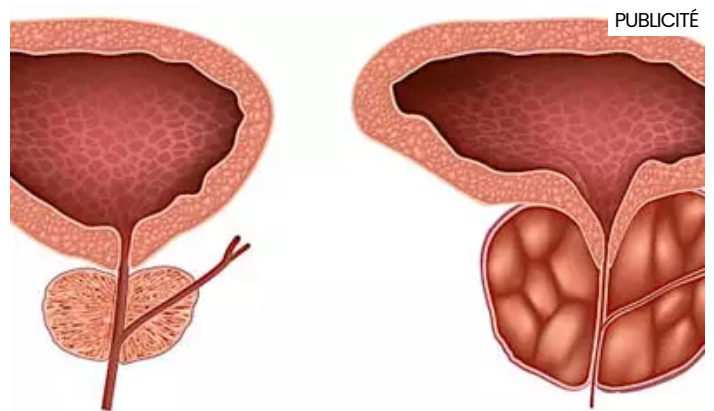
Profitez du Nouveau T-Cross à partir de 239€/mois jusqu'au 31 janvier.

Volkswagen



Paris Si vous en avez assez de chercher l'amour en ligne, ces sites vous feront changer d'avis

Top 5 De La Rencontre France



Prostate : 1 truc simple pour agir sur sa taille (à faire tous les jours)

Découvertes santé



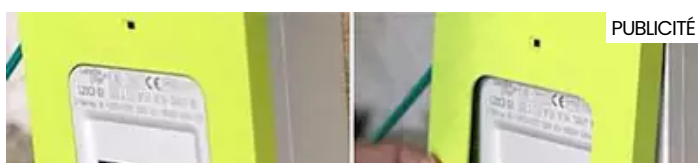
Profitez du confort de la classe affaires pour vos voyages vers New York.

LaCompagnie



Ce jeu est un incontournable pour les plus de 35 ans - Cliquez pour jouer !

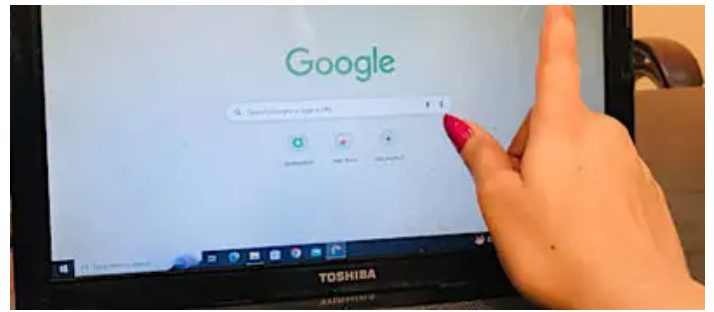
Stormshot





Un électricien révèle : 1 astuce simple pour réduire votre facture d'électricité jusqu'à 90 %

Smart Energy



Bloquez maintenant toutes les publicités avec cette simple astuce

safetechtips.com

PUBLICITÉ



PUBLICITÉ

Les meilleures offres d'hiver sur les produits Dyson vous attendent !

Offres d'Hiver Dyson. Jusqu'à 300€ de réduction

Dyson

Routine pour aider votre foie et fondre du ventre (essayez ce soir)

Hepaliv



PUBLICITÉ

Rides : truc simple pour les combler (stupéfiant)

Info Beauté

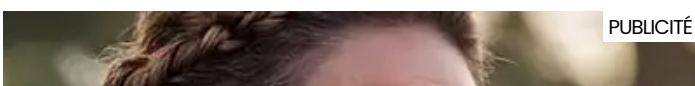


PUBLICITÉ

Combien coûte un ascenseur privatif ?

Comparez les prix et sélectionnez la meilleure offre

Portail de Comparaison



PUBLICITÉ



PUBLICITÉ

