

L'e-marketing grâce à ChatGPT : un must ou un flop ?

Une analyse menée par les Junior Web Dev de BeCode Charleroi

L'e-marketing, à BeCode, on y touche en seconde intention, afin de compléter notre parcours d'apprentissage en web development. Contenu ciblé, référencement SEO, community management ou analyse de données clients : nous avons exploré le monde merveilleux de l'e-marketing. Nous n'allons pas nous mentir : la question du recours à l'intelligence artificielle (IA) dans le cadre du codage s'est beaucoup posée durant notre formation. Mais ChatGPT, le nouveau langage naturel développé par OpenAI, a-t-il sa place dans la boîte à outils des e-marketeurs ?

Voici le résultat de nos observations à propos des avantages et des limites de cette nouvelle ressource. On compte sur vos réactions pour enrichir nos réflexions et partager votre expérience !

De quoi parle-t-on ?

ChatGPT n'est plus inconnu pour personne : il s'agit d'un "logiciel conversationnel" utilisant l'intelligence artificielle pour générer des textes à partir d'un ensemble de données d'apprentissage. Ce chatbot nouvelle génération fournit, dans plusieurs langues, des réponses à des questions, reconnaît des erreurs, conteste et rejette des idées de manière argumentée. La version 3.5 est accessible gratuitement, tandis que ChatGPT4, sorti récemment, offre par voie payante des fonctionnalités plus nombreuses (notamment la reconnaissance d'images).

En tant qu'activité basée sur l'exploitation des canaux numériques (réseaux sociaux, moteurs de recherche, blogs, sites web, applications mobiles, e-mails et publicité en ligne), le marketing digital, ou e-marketing, constitue un terrain privilégié pour l'utilisation de cette technologie. Mais de quelle manière ?

Comment ChatGPT peut-il être utilisé dans le cadre du e-marketing?

Posons donc la question à l'intéressé !

"ChatGPT peut être utilisé dans le cadre du e-marketing pour générer du contenu marketing de qualité, tel que des articles de blog, des descriptions de produits ou des emails marketing. En utilisant des algorithmes d'apprentissage automatique, ChatGPT est capable de produire du contenu cohérent et pertinent pour votre entreprise et votre audience. Il peut également être utilisé pour analyser des données de marketing, telles que des commentaires sur les réseaux sociaux ou des enquêtes de satisfaction client, afin de fournir des informations précieuses pour votre stratégie de marketing. ChatGPT peut également être utilisé pour créer des chatbots conversationnels pour votre site web ou votre application mobile, ce qui peut aider à améliorer l'expérience utilisateur et à réduire les temps d'attente pour l'assistance clientèle. Enfin, ChatGPT peut être utilisé pour fournir une assistance clientèle automatique en

temps réel, permettant aux clients de poser des questions et de recevoir des réponses instantanées.”

Que penser de cette réponse ?

Le logiciel nous propose certes une synthèse des domaines dans lesquels il peut être exploité. Mais la pertinence de la réponse est à la hauteur de celle de la question !

-> Cet article de Hubspot détaille comment rédiger une question à ChatGPT de manière à obtenir une réponse fournie et détaillée, correspondant à nos attentes :

<https://blog.hubspot.fr/marketing/chatgpt-conseils-creation-contenu>

-> Ressource utile : <https://quickref.me/chatgpt.html>

ChatGPT peut, en effet, faciliter les activités liées aux trois axes du marketing en ligne :

- la promotion de produits ou de services
- le développement des relations avec les clients
- la réalisation d'objectifs commerciaux.

Comment ? Tout repose sur la collecte d'une masse immense de données, d'où le logiciel extrait des indicateurs essentiels au bon fonctionnement d'une stratégie commerciale en ligne. Il peut alors fournir de l'aide dans plusieurs domaines, dont nous développerons les principaux : la génération de **contenu**, le **référencement**, la création de **chatbots** et la **personnalisation** de l'expérience client.

Le marketing de contenu

Le logiciel est capable de générer rapidement du contenu d'une certaine qualité, tel que des descriptions de produits, des titres accrocheurs, des landing pages, des scripts de vidéos... Pour autant que le prompt soit bien rédigé, il peut aider à adapter le contenu en fonction de la niche ou du public cible, grâce à l'analyse des tendances de recherche des utilisateurs, ou des comportements de ceux-ci (parcours d'achat, commentaires sur les réseaux, avis des consommateurs) : les entreprises peuvent ainsi se positionner en tant qu'expertes dans leur domaine et offrir un contenu de qualité à leur public.

Quid de la rédaction d'articles ?

Nous avons tenté l'expérience pour la rédaction du présent article :

“Rédige, dans un ton professionnel, un article de deux pages maximum destiné aux e-marketers à propos de l'utilisation de ChatGPT dans le domaine du marketing digital (1. Introduction 2. De quoi parle-t-on ? 3. Comment utiliser chatGPT dans l'e-marketing ? 4. Avantages 5. Limites et inconvénients).”

Le résultat est à lire en fin d'article. Vous convainc-t-il mieux que notre rédaction maison?

-> Un guide de bonnes pratiques intéressant : <https://zenmedia.com/blog/chat-gpt-guide/>

Le référencement

Le référencement des sites web est un autre domaine où ChatGPT révèle son utilité. Sur base de l'analyse des requêtes et l'identification de termes fréquents, il cible les mots-clés pertinents qui déterminent la visibilité des sites web dans les moteurs de recherche. Stratégie indispensable en matière de SEO !

-> Quelques conseils pratiques : <https://digitad.ca/chat-gpt-seo/>

Les chatbots personnalisés

Autre utilisation de cette technologie: l'automatisation de certaines tâches de communication via des **chatbots personnalisés**. La gestion des réseaux sociaux s'en trouve facilitée : en répondant rapidement aux questions des communautés en ligne et en encourageant les interactions avec les clients, ChatGPT améliore la compréhension et l'engagement du public. L'expérience client peut être améliorée en fournissant des réponses rapides et précises aux questions fréquemment posées sur le site d'une entreprise à propos de ses produits ou de ses services. Cela peut réduire le nombre d'abandons de panier et permettre d'augmenter le taux de conversion des ventes. Les tâches du service client telles que la prise de commande, la facturation et le suivi des livraisons sont d'autres secteurs qui peuvent bénéficier d'une automatisation grâce à ChatGPT.

-> Pour la mise en place d'un tel chatbot, les tutoriels ne manquent pas ! En voici un : <https://levelup.gitconnected.com/how-to-build-your-own-custom-chatgpt-bot-cf4af959adcc>

La personnalisation de l'expérience utilisateur (UX)

Enfin, en utilisant l'apprentissage automatique pour analyser les données des clients, le chatbot peut suggérer des produits qui correspondent aux goûts et aux habitudes d'achat des individus : la **personnalisation des recommandations** constitue un levier important dans la recherche de la satisfaction client et l'augmentation des ventes.

On le voit, les domaines d'application sont nombreux. De quoi en faire un de nos ressources favorites ?

Quels sont les avantages de l'utilisation de ChatGPT dans le domaine du e-marketing?

Outil polyvalent, ChatGPT est amené à faciliter de multiples tâches dans des domaines très variés. Les **métiers administratifs**, notamment, bénéficieront grandement de la rapidité avec laquelle le logiciel peut traiter les données et fournir une aide dans leur exploitation.

En tant que développeurs et développeuses juniors, nous avons rapidement compris l'utilité du logiciel d'Open AI pour résoudre des problèmes de code ou pour nous donner des formules que nous aurions passé des heures à chercher.

Les e-marketers, eux aussi, retirent des avantages évidents de l'utilisation du logiciel d'Open AI. Parmi ceux-ci :

- Le recours à une source constante d'**inspiration** pour la création de contenus marketing
- L'**économie de temps et d'argent** liée à la génération rapide de contenus efficaces
- L'**analyse du comportement** des utilisateurs, de leur degré de satisfaction et des problèmes rencontrés lors de leurs interactions avec l'entreprise
- L'amélioration de l'**expérience utilisateur** (UX) qui découle d'une telle analyse, mais aussi de l'interaction avec les clients, via des chatbots personnalisés
- L'augmentation de la **fidélité** des clients, grâce à une UX performante
- L'amélioration de l'**efficacité et de la rentabilité** des entreprises, fondée sur la gestion facilitée du e-commerce.

Pourquoi faut-il rester critique ?

Bien que les avantages soient nombreux, il existe des zones dangereuses dans lesquelles l'utilisation de ChatGPT doit au minimum faire l'objet d'une grande attention. Les erreurs factuelles, ainsi que les biais sont bien réels dans le chef du chatbot !

-> Le Blog du Modérateur liste 7 inconvénients généraux que tout utilisateur devrait garder à l'esprit : <https://www.blogdumoderateur.com/limites-chatgpt-inconvenients/>

Mais dans nos pratiques de e-marketeurs, à quelles limites spécifiques allons-nous nous heurter ?

1. L'un des principaux défis de l'utilisation de ChatGPT pour le e-marketing est le **manque de nuance et de subtilité** dans ses réponses, induisant un **manque de personnalisation** potentiellement frustrant pour le client. Ceci peut avoir comme effet secondaire d'affecter négativement le référencement, car les moteurs de recherche sont de plus en plus attentifs à la qualité du contenu et à sa pertinence pour l'utilisateur. Par ailleurs, les textes générés peuvent manquer d'empathie et de compréhension des nuances de langage et de culture : les conséquences sur la communication peuvent être graves.
2. Le **manque de créativité ou d'originalité** des textes générés par ChatGPT peut affecter l'impact des campagnes de marketing en ne se démarquant pas suffisamment de la concurrence. Les textes générés peuvent aussi être perçus comme étant trop similaires ou ennuyeux, réduisant ainsi l'engagement des clients.
3. Le **risque de malentendus** est également présent. ChatGPT comprend parfois mal le contexte ou l'intention derrière les requêtes des clients, entraînant des réponses inappropriées. Cela peut avoir un impact négatif sur l'expérience utilisateur, qui peut se sentir mal compris ou ignoré.

Nous pouvons ajouter à cela les erreurs que ChatGPT peut réaliser, et souligner alors l'intérêt d'avoir une personne en chair et en os qui vérifie les informations de ce dernier. En effet, lorsque l'IA ne connaît pas la réponse à une question, il va tenter de la deviner sur base des informations qu'il a déjà en mémoire, et peut alors produire des réponses où le vrai et le faux se mélangent, et cela donne un phénomène appelé "hallucination". Même si ChatGPT 4 connaît moins ce phénomène, il n'en est pas totalement protégé.

4. ChatGPT est un **outil indépendant de Google**, ce qui peut entraîner un mauvais référencement si les textes générés ne respectent pas les exigences du moteur de recherche.
5. Les **coûts de développement, de maintenance et de mise à niveau du système** peuvent s'avérer élevés : il s'agit de mesurer objectivement la rentabilité d'une telle mise en place. Si ChatGPT constitue une source intéressante pour l'analyse de données, il ne remplace pas pour autant des outils d'analyse pour évaluer l'engagement des clients et ajuster leur stratégie de marketing en conséquence.
6. Terminons en abordant les **débats moraux** autour de l'utilisation de ChatGPT : l'**impact environnemental**, d'une part, et, d'autre part, la possible **diminution des tâches prises en charge par des humains**, dans de nombreux domaines professionnels, qui pourrait, par conséquent, entraîner des pertes d'emplois. Nous pouvons alors nous questionner sur les impacts que cela pourrait avoir dans le monde de l'entreprise, mais également sur les personnes potentiellement touchées par ces restructurations. Une étude de Goldman Sachs révèle que près de deux tiers des emplois pourraient d'ailleurs un jour être remplacés par des IA génératives. Une autre étude d'Open IA et de l'université de Pennsylvanie indiquent quant à elles que 80% des employés (américains) pourraient voir bientôt 10% de leur travail réalisé par une IA. Aucune étude ne nous indique quand ce changement pourrait avoir lieu.

Finalement, si ChatGPT démontre une grande utilité dans les activités du marketing digital, il n'en demeure pas moins un **outil**, et non pas un expert incontestable dont l'intervention serait suffisante et parfaitement fiable. Les compétences et l'expertise humaines sont absolument requises pour préciser, affiner, décoder, interpréter et, au bout du compte, implémenter les solutions que le logiciel pourrait proposer. Nous avons pu voir qu'il se fraie un chemin dans plusieurs entreprises, mais cela veut-il dire pour autant qu'il remplacera l'employé de chair et d'os ? Amènera-t-il des nouveaux métiers encore peu ou pas connus jusqu'ici ? Qu'en sera-t-il des métiers nécessitant un contact social, "d'humain à humain" ? Sommes-nous en train de nous approcher d'une déshumanisation des métiers ? Et vous, qu'en pensez-vous ?

-> Pour aller plus loin :

Les statistiques récentes à propos de ChatGPT : <https://blog.gitnux.com/chat-gpt-statistics/>

Les meilleurs prompts dans de multiples domaines d'application : <https://mpost.io/100-best-chatgpt-prompts-to-unleash-ais-potential/>

ChatGPT et UX, quelques idées d'utilisation :
<https://uxplanet.org/unlocking-new-possibilities-for-ux-design-integrating-chat-gpt-into-your-workflow-1b122d18231a>

Les limites de ChatGPT concernant le SEO :
<https://tortoiseandharesoftware.com/blog/why-chat-gpt-is-a-risk-for-seo-content/>

Une autre analyse des principaux problèmes rencontrés lors de son utilisation :
<https://www.makeuseof.com/openai-chatgpt-biggest-probelms/>

Un point de vue dissonant sur la question du manque d'empathie de ChatGPT :
<https://www.axios.com/2023/05/01/chatgpt-empathy-better-than-doctors>

Sur les conséquences néfastes attendues :

- <https://www.goldmansachs.com/insights/pages/generative-ai-could-raise-global-gdp-by-7-percent.html>
- <https://penntoday.upenn.edu/news/hidden-costs-ai-impending-energy-and-resource-strain>

L'article généré par ChatGPT (voir notre prompt plus haut) :

Introduction

L'e-marketing est un domaine en constante évolution, où les nouvelles technologies telles que l'intelligence artificielle (IA) ont un rôle de plus en plus important à jouer. Dans cet article, nous allons nous concentrer sur l'utilisation de ChatGPT dans l'e-marketing, en expliquant ce qu'est ChatGPT, comment il peut être utilisé dans ce domaine, ses avantages, ainsi que ses limites et inconvénients.

De quoi parle-t-on ?

ChatGPT est un modèle de langage génératif développé par OpenAI, basé sur l'apprentissage profond et l'utilisation de réseaux neuronaux. Il est capable de générer du texte en réponse à une question ou à un stimulus donné, en s'appuyant sur des modèles de langage préalablement entraînés sur de vastes ensembles de données.

Comment utiliser ChatGPT dans l'e-marketing ?

ChatGPT peut être utilisé dans diverses applications en e-marketing, notamment pour :

1. La génération de contenu : ChatGPT peut aider à générer des descriptions de produits, des annonces publicitaires et du contenu pour les médias sociaux. Cela permet de gagner du temps et de l'énergie en produisant des textes plus rapidement et de manière plus efficace.
2. La personnalisation de l'expérience utilisateur : ChatGPT peut être utilisé pour fournir des réponses personnalisées aux clients potentiels en fonction de leurs demandes et de leurs préférences, améliorant ainsi

leur expérience utilisateur.

3. La collecte de données : ChatGPT peut aider à collecter des données précieuses sur les clients, telles que leurs préférences, leurs besoins et leurs comportements, en analysant les interactions avec les chatbots.

Avantages :

L'utilisation de ChatGPT dans l'e-marketing offre plusieurs avantages, notamment :

1. La productivité : ChatGPT permet de générer du contenu en moins de temps, augmentant ainsi la productivité des professionnels de l'e-marketing.
2. L'efficacité : ChatGPT peut aider à fournir des réponses précises et personnalisées aux clients, améliorant ainsi leur expérience utilisateur et augmentant les chances de conversion.
3. La collecte de données : ChatGPT peut aider à collecter des données précieuses sur les clients, ce qui peut être utilisé pour améliorer les produits et services proposés, ainsi que les stratégies de marketing.

Limites et inconvénients :

Cependant, il est important de noter que l'utilisation de ChatGPT présente également certaines limites et inconvénients, tels que :

1. La qualité du contenu généré : ChatGPT peut produire du contenu qui manque de créativité et de nuances, en raison de sa programmation basée sur des modèles de langage préalablement entraînés.
2. La compréhension du contexte : ChatGPT peut ne pas être en mesure de comprendre le contexte dans lequel une question ou une demande est posée, ce qui peut entraîner des réponses inadaptées ou erronées.
3. La confidentialité des données : ChatGPT collecte des données sur les clients, ce qui peut soulever des préoccupations en matière de confidentialité des données.

Conclusion :

En conclusion, ChatGPT est une technologie prometteuse pour les professionnels de l'e-marketing, offrant des avantages significatifs en termes de productivité, d'efficacité et de collecte de données. Cependant, il est important de prendre en compte ses limites et inconvénients, en particulier en ce qui concerne la qualité du contenu généré et la compréhension du contexte, afin de garantir une utilisation appropriée et efficace. En somme, l'utilisation de ChatGPT dans l'e-marketing peut être bénéfique si elle est bien intégrée et utilisée en complément d'autres outils et méthodes.