



Formateur : Simon Baret

Formation à l'IA générative

Feuille exercices

EXERCICE 1

Prompt initial : "Parle-moi de la nourriture du futur"

Variation 1 : "Parle-moi de la nourriture du futur pour enfants"

Variation 2 : "Parle-moi de la nourriture du futur durable"

Exercice découverte

Quels aliments mangerons-nous dans 100 ans?

Tu es un chef innovateur spécialisé dans la nourriture du futur. Propose des produits alimentaires en adoptant une perspective nutritionniste mais décalée

Je travaille pour une agence de communication food développant une campagne créative et humoristique sur l'alimentation dans 100 ans, destinée à un public urbain et connecté de 25-35 ans

Décris 5 aliments innovants que nous pourrions consommer en 2125

EXERCICE 2

Prompt initial

Donne-moi des idées sur [...]

- La restauration rapide du futur
- Les boissons du futur
- Les desserts du futur
- Les aliments pour sportifs du futur
- Les célébrations et occasions spéciales du futur



Formateur : Simon Baret

Étapes de transformation à suivre :

1. Ajout de **clarté** (formulez précisément ce que vous attendez)
2. Ajout de **spécificité** (nombre, détails, caractéristiques)
3. Ajout de **contexte** (projet, audience, objectif)
4. Amélioration de la **structure** (organisation logique, mise en forme)
5. Ajout d'**un rôle** et d'**une orientation** (expertise, perspective)

Exercice 2 (solution)

<RÔLE>

Tu es un chef-pâtissier visionnaire spécialisé dans l'innovation culinaire et les techniques moléculaires, avec une expertise particulière dans les desserts à faible impact environnemental.

</RÔLE>

<CONTEXTE>

Je travaille pour une agence de communication food qui prépare une campagne créative sur "Les desserts dans 100 ans" pour une marque d'ingrédients naturels innovants. Notre cible est constituée de jeunes urbains (25-35 ans) soucieux de l'environnement mais gourmands, qui recherchent des expériences sensorielles nouvelles. Cette campagne sera présentée lors d'un salon international sur l'alimentation du futur.

</CONTEXTE>

<OBJECTIF>

Nous cherchons à positionner notre client comme un pionnier de la pâtisserie durable du futur, en montrant comment les moments de plaisir sucré pourront exister dans un monde aux ressources limitées.

</OBJECTIF>



Formateur : Simon Baret

<TÂCHE>

Crée 4 concepts de desserts révolutionnaires qui pourraient être populaires en 2125.

Pour chaque dessert, précise :

1. Un nom commercial mémorable et évocateur
2. Les ingrédients principaux (dont au moins un ingrédient innovant qui n'existe pas encore)
3. Le procédé de préparation futuriste (technique ou technologie)
4. L'expérience gustative et sensorielle unique qu'il procure
5. Son mode de consommation particulier (contexte, rituel, accessoire)
6. Un bénéfice environnemental ou nutritionnel spécifique
7. Une accroche publicitaire percutante de 10 mots maximum

</TÂCHE>

<CONTRAINTES>

- Les concepts doivent être scientifiquement plausibles tout en étant surprenants
- Évite les ingrédients controversés (insectes, viande de laboratoire)
- Favorise les ingrédients naturels améliorés plutôt que les produits totalement synthétiques
- Adopte un ton à la fois poétique et technique, avec une touche d'humour subtil
- Inclus au moins une innovation dans la texture pour chaque dessert
- Chaque concept doit offrir une expérience multi-sensorielle (pas uniquement gustative)

</CONTRAINTES>



Formateur : Simon Baret

TECHNIQUES AVANCÉES DE BRAINSTORMING CRÉATIF

1. Mode exploration divergente

<RÔLE>

Tu es un explorateur de tendances alimentaires du futur sans aucune limite conceptuelle.

</RÔLE>

<APPROCHE>

Pour cette session, privilégie des idées audacieuses et disruptives, même si certaines semblent initialement irréalisables. L'objectif est de sortir des sentiers battus.

Ne te restreins pas aux technologies actuelles et imagine librement de nouveaux paradigmes alimentaires.

</APPROCHE>

<TÂCHE>

Génère 10 concepts alimentaires radicalement différents pour 2125, en te concentrant sur la diversité des approches plutôt que sur leur détail:

- Formats de repas inédits
- Nouvelles sources nutritionnelles
- Modes de consommation révolutionnaires
- Expériences sensorielles jamais vues

</TÂCHE>

2. Mode créativité contrainte

<RÔLE>

Tu es un innovateur spécialisé dans les solutions créatives face aux contraintes.

</RÔLE>



Formateur : Simon Baret

<DÉFI>

Imagine l'alimentation future dans un contexte de ressources extrêmement limitées:

- Énergie rationnée
- Espace de culture réduit
- Eau précieuse
- Matières premières rares

</DÉFI>

<TÂCHE>

Propose 5 innovations culinaires qui transforment ces limitations en opportunités créatives, en expliquant pour chacune:

- Comment elle répond ingénieusement à une contrainte spécifique
- Pourquoi elle pourrait devenir désirable malgré les limitations

</TÂCHE>

3. Mode hybridation conceptuelle

<RÔLE>

Tu es un spécialiste des croisements conceptuels inattendus en gastronomie.

</RÔLE>

<APPROCHE>

Utilise la technique de l'hybridation en fusionnant des éléments apparemment incompatibles pour créer des concepts novateurs.

</APPROCHE>

<TÂCHE>

Crée 5 concepts alimentaires du futur en fusionnant:

1. Un aliment traditionnel + une technologie émergente



Formateur : Simon Baret

2. Une pratique culinaire ancestrale + un besoin futuriste
 3. Un format alimentaire actuel + un contexte de consommation inattendu
 4. Un ingrédient commun + une fonction non-alimentaire
 5. Une expérience sensorielle connue + un médium complètement nouveau
- </TÂCHE>

TECHNIQUES D'IDEATION COLLABORATIVE AVEC CLAUDE

Méthode 1 : Le "Oui, et..." créatif

Cette technique, inspirée de l'improvisation théâtrale, permet de construire sur les idées initiales pour les développer progressivement.

Prompt de départ

<RÔLE>

Tu es mon partenaire de brainstorming créatif pour imaginer l'alimentation du futur.

</RÔLE>

<PROCESSUS>

Nous allons utiliser la méthode du "Oui, et...":

1. Tu vas d'abord proposer un concept alimentaire futuriste initial
2. Je vais réagir en ajoutant un élément ou une idée
3. Tu devras alors intégrer ma contribution avec la phrase "Oui, et..." puis enrichir encore le concept
4. Nous continuerons ainsi pendant plusieurs tours

L'objectif est de construire progressivement une idée de plus en plus riche et détaillée.

</PROCESSUS>



Formateur : Simon Baret

<PREMIÈRE ÉTAPE>

Commence par proposer un concept initial de repas futuriste pour l'année 2123 en une ou deux phrases.

</PREMIÈRE ÉTAPE>

Méthode 2: Contraintes créatives séquentielles

Cette méthode consiste à ajouter progressivement des contraintes pour forcer l'innovation dans des directions inattendues.

Prompt de départ

<RÔLE>

Tu es un concepteur alimentaire futuriste capable de s'adapter à des contraintes évolutives.

</RÔLE>

<PROCESSUS>

Nous allons développer un concept alimentaire futuriste en ajoutant des contraintes successives:

1. Tu commenceras par proposer un concept initial basé sur la première contrainte
2. J'ajouterai une nouvelle contrainte
3. Tu adapteras ton concept pour intégrer cette contrainte supplémentaire tout en maintenant les précédentes
4. Nous continuerons jusqu'à avoir un concept extrêmement spécifique et innovant

</PROCESSUS>

<PREMIÈRE CONTRAINTE>

Crée un concept de nourriture pour 2123 qui ne nécessite aucune mastication.



Formateur : Simon Baret

</PREMIÈRE CONTRAINTE>

EXPLORATION INDIVIDUELLE GUIDÉE

Cartographie des angles possibles

- **Technologies alimentaires** : impression 3D, viande cultivée, aliments programmables
- **Changements environnementaux** : adaptations climatiques, nouvelles sources de protéines
- **Expériences sensorielles** : réalité augmentée, stimulation neurosensorielle
- **Nutrition personnalisée** : adaptation génétique, microbiome, chronobiologie
- **Rituels sociaux** : nouvelles façons de partager les repas, communautés alimentaires
- **Production et distribution** : circuits ultra-courts, automatisation, verticalité

Modèle de prompt pour explorer une thématique

<RÔLE>

Tu es un futurologue spécialisé dans stimulation neurosensorielle avec une expertise en innovations alimentaires.

</RÔLE>

<CONTEXTE>

Nous développons une campagne créative sur "Ce que sera la food dans 100 ans" pour une agence de communication spécialisée dans l'alimentaire. Nous explorons spécifiquement l'angle de la stimulation neurosensorielle.

</CONTEXTE>

<TÂCHE>



Formateur : Simon Baret

Génère 3 concepts révolutionnaires mais plausibles dans le domaine de la simulation neurosensorielle qui pourraient exister en 2123.

Pour chaque concept:

1. Nom commercial + tagline
2. Description du concept (100-150 mots)
3. Fonctionnement technologique ou social
4. Impact sur l'expérience alimentaire
5. Une image marquante à visualiser

</TÂCHE>

<CONTRAINTES>

- Les concepts doivent être créatifs mais ancrés dans des tendances ou technologies émergentes
- Ils doivent proposer une vision positive mais nuancée (avec conscience des enjeux éthiques)
- Le ton doit être sérieux et informatif.
- Évite l'implantation de puces dans le cerveau.

</CONTRAINTES>

Chain-of-Thought pour de l'exploration conceptuelle

Principe : guider Claude à travers un processus de réflexion structuré

Prompt :

Développe un concept innovant de "Nutrition personnalisée en 2123" en suivant ces étapes de réflexion:



Formateur : Simon Baret

Étape 1: Analyse les limites actuelles (2023) de la nutrition personnalisée (3-4 points)

Étape 2: Projette les avancées technologiques probables dans les domaines de la génétique, de la biologie et des capteurs d'ici 2123 (4-5 technologies clés)

Étape 3: Imagine un système de nutrition personnalisée qui intègre ces technologies avancées (description détaillée)

Étape 4: Décris l'expérience utilisateur quotidienne avec ce système (narration chronologique)

Étape 5: Identifie les bénéfices transformationnels pour la santé et le bien-être (3-4 bénéfices majeurs)

Étape 6: Anticipe les défis sociétaux et éthiques liés à cette innovation (2-3 défis)

À chaque étape, développe ton raisonnement avant de passer à la suivante.

INTÉGRATION DU CONCEPT

Techniques de prompt pour l'approfondissement conceptuel

Exemple de prompt d'approfondissement :

Voilà le concept que j'ai choisi : TextureTune™ est un système novateur de modification de la perception tactile buccale qui utilise des impulsions sonores à haute fréquence. Grâce à un discret collier émettant des ultrasons focalisés, il modifie temporairement la sensibilité des mécanorécepteurs de la cavité buccale, permettant ainsi de transformer la perception des textures alimentaires. Cette technologie non-invasive aide à résoudre les problèmes d'aversion texturale et enrichit l'expérience alimentaire en ajoutant une dimension sensorielle supplémentaire.

<EXPLORATION DIMENSIONNELLE>

Enrichis ce concept en explorant systématiquement ces dimensions :

1. TECHNOLOGIE :



Formateur : Simon Baret

- Quelles technologies précises seraient nécessaires pour le réaliser ?
- Comment fonctionnerait-il concrètement au niveau technique ?
- Quelles innovations actuellement émergentes pourraient évoluer vers cette solution ?

2. EXPÉRIENCE UTILISATEUR :

- Décris en détail comment une personne interagirait avec ce concept
- Quelles seraient les étapes de l'expérience utilisateur ?
- Comment l'expérience serait-elle personnalisée ?

3. IMPACT SOCIAL :

- Comment ce concept transformerait-il les habitudes alimentaires ?
- Quels nouveaux comportements sociaux pourraient émerger ?
- Comment influencerait-il les relations interpersonnelles ?

4. ENJEUX ÉTHIQUES :

- Quels dilemmes éthiques ce concept soulève-t-il ?
- Comment pourrait-on les anticiper et les résoudre ?
- Quelles mesures de protection seraient nécessaires ?

5. FAISABILITÉ :

- Quels obstacles majeurs faudrait-il surmonter pour réaliser ce concept ?
- Quelle timeline de développement serait réaliste ?
- Quels acteurs devraient collaborer pour le concrétiser ?

</EXPLORATION DIMENSIONNELLE>



Formateur : Simon Baret

Techniques de prompt pour développer un concept innovant combinant plusieurs angles

Exemple de prompt d'hybridation :

<HYBRIDATION CONCEPTUELLE>

Nous allons maintenant créer un concept alimentaire futuriste innovant en fusionnant des éléments de plusieurs angles.

Combine les aspects suivants en un concept alimentaire cohérent et révolutionnaire :

- De l'angle "Technologies alimentaires " : [élément spécifique]
- De l'angle "Expériences sensorielles" : [élément spécifique]
- De l'angle "Nutrition personnalisée" : [élément spécifique]

Ta fusion doit :

1. Créer un concept entièrement nouveau (pas juste juxtaposer les éléments)
2. Résoudre les contradictions potentielles entre ces aspects
3. Amplifier les forces de chaque composante
4. Proposer une innovation disruptive mais crédible pour 2123

Développe ce concept hybride avec :

- Un nom et une identité distincts
- Une description complète de son fonctionnement
- Ses avantages uniques liés à cette hybridation
- Le problème fondamental qu'il résout grâce à cette approche multi-angles

</HYBRIDATION CONCEPTUELLE>



Formateur : Simon Baret

Création d'un storytelling cohérent autour du concept

Prompt pour la création d'une histoire cohérente :

<STORYTELLING IMMERSIF>

Crée une histoire immersive autour de notre concept alimentaire futuriste [nom du concept] en utilisant la structure narrative du "Voyage du Héros".

PROTAGONISTE:

Développe un personnage principal vivant en 2123 qui:

- Incarne notre audience cible
- Fait face à un défi alimentaire significatif
- A des motivations et des obstacles crédibles

ARC NARRATIF:

1. Monde ordinaire: Décris sa vie quotidienne et ses frustrations alimentaires
2. Appel à l'aventure: L'événement qui l'expose à notre concept
3. Refus initial: Ses hésitations et objections
4. Rencontre avec le mentor: Qui/ce qui l'aide à comprendre le potentiel du concept
5. Franchissement du seuil: Sa décision d'adopter le concept
6. Épreuves et alliés: Les défis d'adaptation et les soutiens rencontrés
7. Crise majeure: Un obstacle qui remet en question sa décision
8. Résolution: Comment notre concept transforme finalement sa vie
9. Retour transformé: Son nouveau quotidien et ce qu'il partage avec les autres

STYLE ET TON:

- Adopte un ton [descriptif du ton souhaité]
- Utilise un langage sensoriel riche (vue, toucher, goût, odeur, ouïe)



Formateur : Simon Baret

- Inclus des dialogues révélateurs lorsque pertinent
 - Maintiens un équilibre entre éléments futuristes et émotions universelles
- </STORYTELLING IMMERSIF>

Génération de visuels réalisables et éléments de communication

Exemple de prompt pour visuels réalisables :

<GÉNÉRATION VISUELLE RÉALISABLE>

Crée 3 descriptions visuelles précises pour illustrer notre concept alimentaire futuriste [nom du concept] sur les réseaux sociaux actuels. Ces descriptions doivent servir de brief à un graphiste utilisant des outils comme Photoshop, Illustrator ou Canva en 2024.

VISUEL 1: POST INSTAGRAM

Décris un visuel réalisable pour Instagram qui présente notre concept:

- Type d'image (photo mise en scène, montage photo, infographie)
- Éléments visuels clés (produits, personnes, environnement)
- Palette de couleurs et ambiance
- Texte à superposer (titre court, slogan)
- Icônes ou graphiques simples à intégrer
- Format recommandé (carré, portrait, carrousel)

VISUEL 2: COUVERTURE FACEBOOK/LINKEDIN

Décris une image de couverture pour page Facebook ou LinkedIn:

- Composition générale (horizontale, adaptée au format bannière)
- Message principal à communiquer
- Balance entre texte et éléments visuels
- Représentation du concept futuriste avec des éléments actuels



Formateur : Simon Baret

- Cohérence avec l'identité de marque
- Dimensions et zones de sécurité pour le texte

VISUEL 3: MINIATURE YOUTUBE

Crée une description pour une miniature de vidéo YouTube:

- Visuel accrocheur central
- Titre percutant intégré à l'image
- Équilibre des éléments pour la lisibilité sur mobile
- Expression/émotion à capturer si des personnes sont présentes
- Contraste et lisibilité optimisés
- Éléments graphiques simples pour renforcer le message

Pour chaque visuel, reste dans les limites des techniques de design actuelles tout en évoquant le futur. Préfère les manipulations photo réalistes ou les illustrations de style contemporain aux rendus 3D complexes. Suggère des éléments qui pourraient être facilement trouvés dans des banques d'images ou créés avec des logiciels grand public.

</GÉNÉRATION VISUELLE RÉALISABLE>

Création de contenu spécifique pour différentes audiences actuelles

Prompt pour la création de contenu segmenté:

<SEGMENTATION AUDIENCE 2024>

Adapte la communication sur notre concept alimentaire futuriste [nom du concept] pour ces 3 segments d'audience actuels:

SEGMENT 1: LOCAVORES/DURABLES

Profil:



Formateur : Simon Baret

- Très sensibles aux enjeux environnementaux et éthiques
- Privilégient les circuits courts et l'agriculture régénérative
- Cherchent à réduire leur empreinte carbone alimentaire
- Âge moyen: 35-55 ans, urbains éduqués
- Plateformes: Instagram, Pinterest, podcasts spécialisés

Crée un message qui:

- Montre comment le concept s'inscrit dans une évolution durable de l'alimentation
- Met en avant les bénéfices environnementaux concrets et mesurables
- Utilise un vocabulaire axé sur la responsabilité et la préservation
- Format: post Instagram avec swipe-up vers article détaillé

SEGMENT 2: BIOHACKERS/QUANTIFIED SELF

Profil:

- Passionnés par l'optimisation de leur santé via les données
- Utilisent montres connectées, applications de suivi nutritionnel
- Early adopters de compléments alimentaires et nutrition fonctionnelle
- Âge moyen: 25-40 ans, technophiles
- Plateformes: Reddit, YouTube, newsletters spécialisées

Crée un message qui:

- Présente les bénéfices physiologiques mesurables du concept
- Utilise des données scientifiques et études comparatives
- Emploie un langage précis et technique
- Format: thread Twitter/X structuré avec graphiques simples

SEGMENT 3: FOODIES EXPÉRIENTIELS



Formateur : Simon Baret

Profil:

- Priorité au plaisir gustatif et à la découverte culinaire
- Partagent régulièrement leurs expériences alimentaires
- Valorisent l'esthétique et la créativité dans l'alimentation
- Âge moyen: 18-35 ans, urbains connectés
- Plateformes: TikTok, Instagram Stories, YouTube Shorts

Crée un message qui:

- Met l'accent sur l'expérience sensorielle unique
- Montre le côté instagrammable et partageable du concept
- Utilise un ton enthousiaste et expérientiel
- Format: script de vidéo TikTok de 45 secondes

Pour chaque segment, adapte complètement:

- Le ton et le vocabulaire en fonction de leur sensibilité actuelle
- Les bénéfices mis en avant selon leurs préoccupations 2024
- Les objections actuelles anticipées et comment les adresser
- Les références à la culture contemporaine pertinentes
- Le format adapté à leurs habitudes de consommation média

</SEGMENTATION AUDIENCE 2024>

FINALISATION ET ÉVALUATION DES CONCEPTS

Affinage des concepts développés

Prompt d'affinement critique :

<AFFINEMENT CRITIQUE>



Formateur : Simon Baret

Analysons et améliorons notre concept alimentaire futuriste [nom du concept].

#ANALYSE CRITIQUE :

1. Identifie 3 points forts du concept qui doivent être préservés et amplifiés
2. Repère 3 faiblesses ou zones d'amélioration potentielles
3. Identifie 2 contradictions ou incohérences potentielles
4. Soulève 2 questions non résolues importantes

#OPTIMISATION :

Pour chaque faiblesse identifiée, propose une solution d'amélioration spécifique.

#DISTINCTION :

Identifie l'élément le plus unique et différenciant du concept, puis suggère comment le renforcer davantage pour créer une proposition de valeur inimitable.

#COHÉRENCE :

Propose des ajustements pour résoudre les contradictions identifiées et créer un concept parfaitement cohérent.

#COMPLÉTUDE :

Réponds aux questions non résolues avec des propositions créatives qui enrichissent le concept global.

#SYNTHÈSE :

Présente une version affinée et optimisée du concept qui intègre toutes ces améliorations tout en préservant son essence originale.

</AFFINEMENT CRITIQUE>



Formateur : Simon Baret

TRANSFORMER LES CONCEPTS EN LIVRABLES CONCRETS

BRIEF CRÉATIF POUR UNE VIDÉO, STORYBOARD

PROMPT :

<RÔLE>

Tu es un storyboarder professionnel spécialisé dans la visualisation de concepts innovants pour des campagnes publicitaires. Tu excelles à transformer des idées abstraites en séquences visuelles concrètes et réalisables.

</RÔLE>

<CONTEXTE>

Mon agence développe une campagne pour un concept alimentaire futuriste appelé [NOM DU CONCEPT]. Nous avons besoin d'un storyboard détaillé pour une vidéo de 60-90 secondes qui présenterait ce concept de manière engageante et réalisable avec les techniques de production actuelles.

</CONTEXTE>

<CONCEPT>

[NOM DU CONCEPT] est : [DESCRIPTION DÉTAILLÉE DU CONCEPT ALIMENTAIRE FUTURISTE]

Ses principales caractéristiques sont :

- [CARACTÉRISTIQUE 1]
- [CARACTÉRISTIQUE 2]
- [CARACTÉRISTIQUE 3]



Formateur : Simon Baret

Son principal bénéfice pour les utilisateurs est : [BÉNÉFICE PRINCIPAL]

</CONCEPT>

<TÂCHE>

Crée un storyboard détaillé de 8-10 scènes clés qui présente notre concept alimentaire futuriste d'une manière visuellement captivante mais réalisable avec les techniques de production actuelles.

Pour chaque scène du storyboard, inclus :

1. NUMÉRO ET TITRE DE LA SCÈNE

- Titre concis capturant l'essence de la scène

2. DESCRIPTION VISUELLE DÉTAILLÉE

- Description précise de ce que l'on voit (cadrage, environnement, personnages)
- Ambiance visuelle et éclairage
- Éléments spécifiques à montrer pour représenter le concept futuriste
- Composition recommandée (plan large, gros plan, etc.)

3. ACTION

- Ce qui se passe dans cette scène
- Mouvements des personnages et interactions avec le concept
- Mouvements de caméra suggérés (panoramique, travelling, etc.)

4. ÉLÉMENTS TECHNIQUES

- Effets visuels simples ou techniques de production spécifiques
- Textes à superposer (si nécessaire)
- Éléments graphiques explicatifs



Formateur : Simon Baret

5. NARRATION/DIALOGUE

- Texte de voix off ou dialogue pour cette scène (si applicable)
- Ton émotionnel à transmettre

6. DURÉE ESTIMÉE

- Combien de secondes cette scène devrait durer

Le storyboard doit suivre cette progression narrative :

- Scènes 1-2 : SITUATION INITIALE (problème ou besoin alimentaire contemporain)
- Scènes 3-4 : INTRODUCTION DU CONCEPT (première apparition et explication)
- Scènes 5-7 : DÉMONSTRATION (le concept en action, montrant ses bénéfices)
- Scènes 8-10 : RÉSULTAT ET CALL-TO-ACTION (impact positif et invitation à l'action)

</TÂCHE>

<CONTRAINTES>

- Les scènes doivent être réalisables avec les technologies de production actuelles
- Privilégier des effets visuels simples et accessibles (pas de CGI complexe)
- Utiliser des techniques comme le motion design, les transitions créatives ou le stop-motion pour suggérer les aspects futuristes
- Penser à l'adaptation pour les formats horizontaux (16:9) et verticaux (9:16)
- Les visuels doivent être clairs et compréhensibles même sans effets sophistiqués
- Respecter un équilibre entre innovation futuriste et crédibilité visuelle

</CONTRAINTES>

DESCRIPTION D'EXPÉRIENCE CLIENT

PROMPT :



Formateur : Simon Baret

<RÔLE>

Tu es un designer d'expérience utilisateur spécialisé dans les innovations alimentaires, avec une expertise particulière dans la création de journées types immersives qui mettent en valeur de nouveaux produits ou services.

</RÔLE>

<CONTEXTE>

Nous avons développé un concept alimentaire futuriste appelé [NOM DU CONCEPT]. Bien que ce concept soit imaginé pour le futur, nous devons le présenter de façon tangible et concrète à nos clients. Nous avons besoin d'une "journée dans la vie" détaillée qui montre comment une personne contemporaine découvrirait, adopterait et intégrerait ce concept si nous le lançons aujourd'hui.

</CONTEXTE>

<CONCEPT>

[NOM DU CONCEPT] est : [DESCRIPTION DÉTAILLÉE DU CONCEPT ALIMENTAIRE FUTURISTE]

Ses principales caractéristiques sont :

- [CARACTÉRISTIQUE 1]
- [CARACTÉRISTIQUE 2]
- [CARACTÉRISTIQUE 3]

Son principal bénéfice pour les utilisateurs est : [BÉNÉFICE PRINCIPAL]

</CONCEPT>

<TÂCHE>



Formateur : Simon Baret

Crée une description d'expérience client détaillée et immersive qui suit un utilisateur contemporain (2024) à travers sa journée complète d'interaction avec notre concept alimentaire futuriste, présenté comme s'il venait d'être lancé sur le marché actuel.

La description doit couvrir ces phases du parcours utilisateur :

1. PROFIL UTILISATEUR

- Nom, âge, profession
- Mode de vie et priorités actuelles
- Défis alimentaires spécifiques
- Habitudes technologiques et alimentaires

2. DÉCOUVERTE

- Comment l'utilisateur découvre notre concept (canal spécifique, situation)
- Premier point de contact (plateforme sociale, recommandation, publicité)
- Impressions initiales et questions
- Facteurs motivant l'intérêt (problème résolu, curiosité, tendance)

3. RECHERCHE ET CONSIDÉRATION

- Processus de recherche d'information (sites web, avis, comparaisons)
- Questions posées et réponses trouvées
- Interactions avec la marque avant achat (chatbot, email, visite)
- Objections et comment elles sont surmontées

4. PREMIÈRE UTILISATION

- Description détaillée de la première expérience avec le produit/service
- Étapes précises de l'initiation au concept
- Sensations physiques et émotionnelles



Formateur : Simon Baret

- Surprises et moments de délice

5. INTÉGRATION QUOTIDIENNE

- Comment le concept s'intègre dans les routines quotidiennes
- Interactions habituelles et fréquence
- Évolution de l'usage au fil des jours/semaines
- Nouvelles habitudes développées autour du concept

6. INTERACTIONS SOCIALES

- Partage de l'expérience avec l'entourage (en personne, réseaux sociaux)
- Réactions des amis/famille
- Recommandations et ambassadorship
- Utilisation collective ou sociale du concept

7. BÉNÉFICES OBSERVÉS

- Impacts tangibles sur la vie de l'utilisateur
- Changements de comportement induits
- Bénéfices primaires et secondaires remarqués
- Comparaison avant/après

8. RELATION LONG TERME

- Fidélisation et habitudes d'achat
- Découverte de nouvelles fonctionnalités ou usages
- Engagement avec la communauté de la marque
- Attentes futures vis-à-vis du produit/service

Pour chaque phase, décris avec précision :



Formateur : Simon Baret

- Les actions concrètes de l'utilisateur
- Les points de contact avec le concept (physiques et digitaux)
- Les pensées et émotions ressenties
- Les obstacles rencontrés et leur résolution
- Les éléments sensoriels marquants (goûts, odeurs, textures, sons)

</TÂCHE>

<CONTRAINTES>

- La description doit être réaliste et ancrée dans le monde contemporain
- Bien que le concept soit futuriste, son implémentation doit être crédible avec les technologies actuelles
- Utiliser un style narratif immersif à la 3ème personne, au présent
- Inclure des détails sensoriels riches pour rendre l'expérience tangible
- Équilibrer aspects techniques et émotionnels
- Incorporer des références à des plateformes, marques et comportements actuels pour renforcer l'authenticité
- Longueur: description complète et détaillée (environ 1000-1500 mots)

</CONTRAINTES>

MAQUETTE DE CAMPAGNE MARKETING VISUELLE

<RÔLE>

Tu es directeur artistique spécialisé dans la conception de campagnes visuelles pour l'alimentation du futur, avec une expertise dans la représentation de concepts alimentaires innovants et durables à horizon 2123.

</RÔLE>

<CONTEXTE>



Formateur : Simon Baret

Nous avons développé un concept alimentaire futuriste appelé [NOM DU CONCEPT]. Bien que ce concept soit imaginé pour le futur, nous devons le présenter de façon tangible et concrète à nos clients. Nous avons besoin d'une "journée dans la vie" détaillée qui montre comment une personne contemporaine découvrirait, adopterait et intégrerait ce concept si nous le lancions aujourd'hui.

</CONTEXTE>

<CONCEPT>

Description : [description en 2-3 phrases]

Innovation principale : [technologie/approche révolutionnaire]

Bénéfices clés :

- [Bénéfice nutritionnel]
- [Bénéfice environnemental]
- [Bénéfice expérientiel]

Public cible contemporain : [description de la cible actuelle]

Message principal : [message clé en une phrase]

< /CONCEPT>

<TÂCHE>

Crée une description détaillée d'une campagne visuelle qui présenterait ce concept alimentaire futuriste à un public d'aujourd'hui. Elle devra être suffisamment précise pour qu'un designer graphique puisse réaliser des maquettes concrètes. Développe les éléments suivants :

1. APPROCHE CONCEPTUELLE

- Angle créatif principal (ex: contraste présent/futur, évolution naturelle, révolution alimentaire)
- Métaphore visuelle centrale pour représenter l'innovation
- Tonalité émotionnelle (inspirante, rassurante, surprenante, etc.)
- Équilibre entre éléments futuristes et familiers/reconnaissables



Formateur : Simon Baret

2. VISUEL PRINCIPAL (KEY VISUAL)

- Description détaillée de la scène/image principale
- Traitement du produit alimentaire futuriste (apparence, présentation)
- Environnement et contexte de consommation
- Présence humaine (si applicable) et interaction avec l'aliment
- Palette chromatique détaillée (avec codes hexadécimaux)
 - * Couleurs primaires
 - * Couleurs secondaires
 - * Accents
- Style photographique/illustratif précis
- Éclairage et ambiance
- Éléments technologiques à intégrer subtilement

3. ÉLÉMENTS EXPLICATIFS

- Visualisation des bénéfices (icônes, infographies simples)
- Représentation de la technologie alimentaire futuriste
- Comparaison avant/après ou présent/futur
- Données clés à mettre en avant visuellement
- Balance entre information scientifique et séduction visuelle

</TÂCHE>

<FORMAT>

- Description textuelle détaillée et structurée
- Pour chaque élément visuel : description précise incluant composition, couleurs, style
- Pour les textes : suggestions concrètes d'accroches, ton, placement
- 3-5 références visuelles contemporaines inspirantes (campagnes food innovantes, design prospectif)



Formateur : Simon Baret

- Conseils pour représenter visuellement l'innovation alimentaire sans tomber dans les clichés de science-fiction

</FORMAT>

MAQUETTE POUR RESEAUX SOCIAUX

<RÔLE>

Tu es stratège créatif spécialisé dans la communication digitale autour de l'alimentation du futur, avec une expertise dans la traduction de concepts alimentaires futuristes en contenus sociaux engageants pour les plateformes actuelles.

</RÔLE>

<CONTEXTE>

Nous avons développé un concept alimentaire futuriste appelé [NOM DU CONCEPT]. Bien que ce concept soit imaginé pour le futur, nous devons le présenter de façon tangible et concrète à nos clients. Nous avons besoin d'une "journée dans la vie" détaillée qui montre comment une personne contemporaine découvrirait, adopterait et intégrerait ce concept si nous le lançons aujourd'hui.

</CONTEXTE>

<CONCEPT FOOD FUTURISTE>

Nom du concept : [nom du produit/service alimentaire futuriste]

Description : [description en 2-3 phrases]

Innovations principales :

- [Innovation 1, ex: ingrédients cultivés en laboratoire]
- [Innovation 2, ex: personnalisation nutritionnelle]
- [Innovation 3, ex: expérience sensorielle augmentée]

Public cible contemporain : [description précise]

Positionnement : [accessible/premium/scientifique/hédoniste]

Ton souhaité : [éducatif/ludique/inspirant/provocateur]



Formateur : Simon Baret

Plateformes prioritaires : [Instagram/TikTok/LinkedIn/etc.]

</CONCEPT>

<TÂCHE>

Crée une description détaillée d'une campagne réseaux sociaux de 2 semaines qui présenterait ce concept alimentaire futuriste au public d'aujourd'hui. Cette description devra être suffisamment précise pour qu'un social media designer puisse créer des maquettes visuelles concrètes. Structure ta réponse selon ce plan :

1. STRATÉGIE NARRATIVE

- Histoire globale à raconter sur les 2 semaines
- Progression logique du storytelling
- Arc narratif : de la curiosité à la compréhension puis à l'engagement
- Équilibre entre aspects futuristes et ancrages contemporains
- Hashtag principal et hashtags secondaires
- Concept de série/rubrique reconnaissable

2. SEMAINE 1: TEASING ET RÉVÉLATION (minimum 5 posts détaillés)

POST 1: TEASER INTRIGUANT

- Format recommandé (photo/vidéo/carousel)
- Description visuelle précise (sujet, composition, traitement)
- Élément mystérieux ou question provocante
- Texte d'accroche (max 150 caractères)
- Approche pour susciter la curiosité sans tout révéler

POST 2: MISE EN CONTEXTE FUTURISTE

- Visualisation du monde alimentaire en 2123



Formateur : Simon Baret

- Éléments visuels clés et composition
- Contraste passé/présent/futur
- Message contextuel expliquant les défis alimentaires futurs
- Question engageante pour susciter la réflexion

POST 3: PREMIÈRE RÉVÉLATION

- Présentation visuelle du concept alimentaire futuriste
- Angle de prise de vue et traitement
- Éléments explicatifs à intégrer
- Texte de présentation concis mais impactant
- Call-to-action pour encourager les questions

POST 4: FOCUS INNOVATION PRINCIPALE

- Visualisation détaillée de l'aspect le plus révolutionnaire
- Approche pédagogique accessible
- Infographie ou élément explicatif
- Texte vulgarisant la technologie/approche
- Parallèle avec des technologies émergentes actuelles

POST 5: BÉNÉFICES CONCRETS

- Visualisation des avantages tangibles (nutritionnels, environnementaux)
- Format avant/après ou comparatif
- Données chiffrées à présenter visuellement
- Message orienté solutions et impact positif
- Lien avec des préoccupations actuelles

3. SEMAINE 2: EXPLORATION ET ENGAGEMENT (minimum 5 posts détaillés)



Formateur : Simon Baret

POST 6: TÉMOIGNAGE DU FUTUR

- Format créatif (journal vidéo, témoignage écrit du futur)
- Visualisation d'un utilisateur de 2123
- Expérience immersive et émotionnelle
- Message centré sur le changement d'habitudes alimentaires
- Élément participatif (question aux followers)

POST 7: BEHIND THE SCENES DE L'INNOVATION

- Visualisation du "laboratoire" ou processus de création
- Style documentaire/reportage
- Mise en avant des chercheurs/créateurs
- Texte sur la recherche et développement
- Éléments scientifiques vulgarisés

POST 8: RÉCIT INTERACTIF

- Format poll/quiz/slider
- Visualisation de choix alimentaires futurs
- Options multiples à présenter
- Questions engageantes sur les préférences
- Éléments ludiques et participatifs

POST 9: IMPACT ENVIRONNEMENTAL

- Visualisation de données écologiques
- Graphiques ou représentations comparatives
- Style épuré et informatif
- Message centré sur la durabilité



Formateur : Simon Baret

- Lien avec les actions possibles aujourd'hui

POST 10: VISION ET APPEL À L'ACTION

- Visuel inspirant et prospectif
- Composition évoquant un futur désirable
- Message fédérateur et optimiste
- Invitation à participer à la conversation
- Prochain rendez-vous ou suite de la communication

4. CONTENUS ÉPHÉMÈRES (STORIES/REELS)

- Série de 4-6 stories interconnectées à publier 3 fois par semaine
- Séquence narrative pour chaque série
- Éléments interactifs spécifiques (sondages, questions, curseurs)
- Style visuel cohérent mais distinct des posts permanents
- Transitions et animations recommandées
- Formats verticaux optimisés avec zones d'attention prioritaires

5. ÉLÉMENTS VISUELS TRANSVERSAUX

- Charte graphique spécifique à la campagne
 - * Palette de couleurs futuristes mais appétissantes (avec codes hexadécimaux)
 - * Typographie (titre, corps de texte)
 - * Éléments graphiques récurrents
 - * Style photographique/illustratif
- Traitement visuel des aliments du futur (textures, couleurs, présentation)
- Identifiants visuels de la série (logo, icône, élément signature)
- Transition entre présent et futur (effet visuel récurrent)
- Éléments technologiques intégrés subtilement (interfaces, dispositifs)



Formateur : Simon Baret

</TÂCHE>

<FORMAT>

- Description textuelle détaillée pour chaque contenu
- Pour les visuels : description précise incluant composition, sujets, couleurs, style
- Pour les textes : suggestions concrètes, ton, longueur
- Recommandations sur l'équilibre entre éléments futuristes et réalisme
- Notes sur les adaptations spécifiques par plateforme
- Conseils pour éviter les représentations stéréotypées de la "nourriture du futur"

</FORMAT>

COMMUNIQUÉ DE PRESSE ET PLAN MÉDIA

PROMPT :

<RÔLE>

Tu es un responsable communication et relations presse senior, spécialisé dans le lancement de produits alimentaires innovants et disruptifs sur le marché actuel.

</RÔLE>

<CONTEXTE>

Notre entreprise [NOM DE L'ENTREPRISE] s'apprête à annoncer le développement de [NOM DU CONCEPT], un concept alimentaire futuriste révolutionnaire. Bien que certains aspects soient encore en développement, nous préparons notre stratégie de communication pour un lancement dans les 12-18 mois. Nous avons besoin d'un communiqué de presse professionnel et d'un plan média complet adaptés au paysage médiatique actuel.

</CONTEXTE>

<CONCEPT>



Formateur : Simon Baret

[NOM DU CONCEPT] est : [DESCRIPTION DÉTAILLÉE DU CONCEPT ALIMENTAIRE FUTURISTE]

Ses principales caractéristiques sont :

- [CARACTÉRISTIQUE 1]
- [CARACTÉRISTIQUE 2]
- [CARACTÉRISTIQUE 3]

Son principal bénéfice pour les utilisateurs est : [BÉNÉFICE PRINCIPAL]

</CONCEPT>

<TÂCHE>

Crée un package de communication composé de deux éléments complémentaires:

PARTIE 1: COMMUNIQUÉ DE PRESSE PROFESSIONNEL

Rédige un communiqué de presse complet annonçant le développement de notre concept alimentaire futuriste. Le communiqué doit être rédigé comme s'il était prêt à être distribué aujourd'hui.

Le communiqué doit inclure:

1. EN-TÊTE COMPLET

- Logo et mentions légales (à suggérer)
- Date de publication
- Mention "POUR DIFFUSION IMMÉDIATE" ou embargo si pertinent
- Contact média avec informations réelles



Formateur : Simon Baret

2. TITRE ET SOUS-TITRE

- Titre principal accrocheur mais professionnel
- Sous-titre explicatif qui résume l'annonce

3. PREMIER PARAGRAPHE

- Introduction résumant l'annonce principale en suivant la règle des 5W (qui, quoi, où, quand, pourquoi)
- Phrase d'accroche forte sur l'innovation

4. CORPS DU COMMUNIQUÉ

- Détails sur le concept et son fonctionnement
- Problématique alimentaire actuelle qu'il résout
- Innovation technologique principale mise en avant
- Citation du PDG ou responsable innovation (à inventer)
- Données de marché et statistiques pertinentes
- Positionnement par rapport à la concurrence

5. INFORMATION PRATIQUE

- Calendrier prévisionnel de développement/disponibilité
- Canaux de distribution envisagés
- Déploiement géographique
- Modèle économique ou fourchette de prix

6. IMPACT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

- Bénéfices sociétaux et environnementaux
- Certifications ou standards respectés
- Vision à long terme



Formateur : Simon Baret

7. BOILERPLATE

- À propos de l'entreprise (paragraphe standard)
- Historique et positionnement

PARTIE 2: PLAN MÉDIA STRATÉGIQUE

Développe un plan média stratégique pour maximiser l'impact de l'annonce de notre concept dans l'environnement médiatique actuel.

Le plan média doit inclure:

1. OBJECTIFS DE COMMUNICATION

- Objectifs principaux et secondaires
- KPIs pour mesurer le succès
- Messages clés à transmettre

2. ANALYSE DES AUDIENCES CIBLES

- Segments prioritaires (journalistes, influenceurs, consommateurs)
- Médias et canaux pertinents pour chaque audience
- Angles d'accroche spécifiques par audience

3. STRATÉGIE PHASÉE

- Phase 1: Teasing et préparation
- Phase 2: Lancement officiel
- Phase 3: Soutien et amplification
- Phase 4: Capitalisation et transition



Formateur : Simon Baret

4. TACTIQUES MÉDIATIQUES DÉTAILLÉES

- Relations presse (médias prioritaires à cibler)
- Médias sociaux (plateformes prioritaires et approches)
- Influenceurs (types de partenariats et activations)
- Événements (virtuels ou physiques)
- Contenu propriétaire (blog, newsletter, etc.)

5. GESTION DE CRISE

- Anticipation des questions difficiles et objections
- Réponses préparées aux critiques potentielles
- Protocole de gestion de crise

6. CALENDRIER ÉDITORIAL

- Timeline des principales actions sur 3 mois
- Moments clés et jalons
- Coordination avec d'autres initiatives marketing

</TÂCHE>

<CONTRAINTES>

- Le communiqué doit être professionnel, factuel et crédible
- Adopter un ton optimiste mais réaliste (éviter l'hyperbole excessive)
- Cibler les médias et plateformes actuellement pertinents (2024)
- Équilibrer les aspects innovants avec des éléments rassurants
- Utiliser une terminologie contemporaine (pas de jargon futuriste)
- Prévoir des angles d'actualité pertinents (tendances alimentaires actuelles, défis environnementaux, etc.)



Formateur : Simon Baret

- Respecter les conventions du genre pour le communiqué de presse
- Plan média réaliste et actionnable avec les ressources d'une entreprise moyenne

</CONTRAINTES>

PROMPT :

<RÔLE>

Tu es un directeur créatif spécialisé dans la conception de vidéos promotionnelles pour les réseaux sociaux, avec une expertise dans les concepts alimentaires innovants.

</RÔLE>

<CONTEXTE>

Mon agence de communication développe un concept alimentaire futuriste appelé [NOM DU CONCEPT] qui [DESCRIPTION SUCCINCTE DU CONCEPT]. Nous avons besoin d'un brief créatif complet pour une vidéo promotionnelle de 60-90 secondes qui soit réalisable avec les moyens techniques actuels (2024) et adaptée aux plateformes sociales (YouTube, Instagram, TikTok).

</CONTEXTE>

<CONCEPT>

[NOM DU CONCEPT] est : [DESCRIPTION DÉTAILLÉE DU CONCEPT ALIMENTAIRE FUTURISTE]

Ses principales caractéristiques sont :

- [CARACTÉRISTIQUE 1]
- [CARACTÉRISTIQUE 2]
- [CARACTÉRISTIQUE 3]



Formateur : Simon Baret

Son principal bénéfice pour les utilisateurs est : [BÉNÉFICE PRINCIPAL]

</CONCEPT>

<TÂCHE>

Crée un brief créatif complet pour une vidéo promotionnelle de 60-90 secondes qui présente ce concept alimentaire futuriste d'une manière captivante mais réalisable avec les moyens techniques disponibles en 2024.

Le brief doit inclure :

1. OBJECTIF STRATÉGIQUE

- But principal de la vidéo (sensibilisation, éducation, engagement)
- Message clé à retenir
- Call-to-action adapté aux plateformes sociales

2. PUBLIC CIBLE

- Profil démographique et psychographique détaillé
- Plateformes sociales où ils sont le plus actifs
- Comportements de consommation de contenu vidéo

3. CONCEPT CRÉATIF

- Proposition d'angle narratif réalisable (témoignage, démonstration, mise en scène)
- Ton et ambiance adaptés au public cible
- Approche visuelle exécutable avec des techniques actuelles

4. STRUCTURE NARRATIVE

- Hook d'ouverture (comment capter l'attention dans les 3 premières secondes)
- Progression du récit (séquences clés)



Formateur : Simon Baret

- Conclusion impactante et call-to-action

5. TRAITEMENT VISUEL

- Style visuel réalisable (prises de vue réelles, motion design simple, etc.)
- Palette de couleurs et direction artistique
- Techniques de montage accessibles (split-screen, transitions simples, etc.)

6. TRAITEMENT SONORE

- Musique libre de droits recommandée ou style à rechercher
- Voix off ou dialogues (script approximatif)
- Sound design simple mais efficace

7. PLAN DE TOURNAGE SIMPLIFIÉ

- Lieux de tournage accessibles (studio, cuisine moderne, extérieur)
- Talents nécessaires (nombre d'acteurs/présentateurs)
- Props et accessoires à prévoir

8. POST-PRODUCTION RÉALISTE

- Effets visuels simples réalisables avec des logiciels grand public
- Animations ou graphiques explicatifs
- Sous-titres et éléments textuels

9. CONSIDÉRATIONS MULTIPLATEFORME

- Adaptation pour format vertical (9:16) et horizontal (16:9)
- Points clés pour version courte (15-30s)
- Éléments à mettre en avant pour les miniatures

</TÂCHE>



Formateur : Simon Baret

<CONTRAINTES>

- Tout élément visuel doit pouvoir être réalisé avec un budget modéré
- Privilégier les techniques accessibles (caméras DSLR/mirrorless, smartphone haut de gamme)
- Limiter les effets spéciaux à ce qui est faisable avec After Effects ou Premiere Pro
- L'approche doit permettre de suggérer le futur avec des éléments actuels
- La vidéo doit être optimisée pour le visionnage sur mobile (70% des vues)
- Durée totale ne dépassant pas 90 secondes (idéalement 60-75 secondes)

</CONTRAINTES>

PROMPT POUR LA CREATION DE CONTENU

Avec la méthode AIDA

#role : Agissez comme un expert en copywriting spécialisé dans la méthode AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action).

#taches : Guidez-moi dans la création d'un texte publicitaire persuasif en me posant les questions suivantes une par une :

#questions :

1. "Quel est le produit ou service que vous souhaitez promouvoir ? Décrivez-le brièvement."
2. "Quelle est la caractéristique la plus surprenante ou unique de votre produit/service qui pourrait immédiatement captiver l'attention de votre audience ?"
3. "Quels sont les 2-3 principaux bénéfices ou avantages que votre produit/service offre ? Soyez spécifique."
4. "Comment votre produit/service peut-il transformer la vie de votre client ou résoudre son problème ? Décrivez le résultat émotionnel ou pratique qu'il obtiendra."



Formateur : Simon Baret

5. "Quelle action précise souhaitez-vous que votre audience entreprenne ? Y a-t-il une offre limitée dans le temps ou un incitatif particulier ?"
6. "Qui est votre audience cible ? Décrivez leur profil, leurs besoins et leurs préoccupations."

#instructions

- Pose les questions une par une et attend ma réponse avant de passer à la suivante
- Après mes réponses à toutes les questions, présentez-moi un résumé et demandez-moi confirmation avant de créer un texte publicitaire structuré avec des sections clairement identifiées pour Attention, Intérêt, Désir et Action, adapté à mon audience cible.

Avec la méthode PAS

#role : Agissez comme un expert en copywriting spécialisé dans la méthode PAS (Problème, Agitation, Solution).

#taches : Guidez-moi dans la création d'un texte persuasif en me posant les questions suivantes une par une :

#questions :

1. "Quel est le problème principal que votre audience cible rencontre et que votre produit/service peut résoudre ? Soyez précis."
2. "Quelles sont les conséquences négatives de ce problème s'il n'est pas résolu ? Comment affecte-t-il la vie quotidienne, le travail ou le bien-être de votre audience ?"
3. "Quels sont les sentiments ou émotions que ce problème provoque chez votre audience ? (Ex: frustration, inquiétude, honte, regret...)"
4. "Comment votre produit ou service résout-il spécifiquement ce problème ? Décrivez votre solution de manière concise."
5. "Quelles preuves pouvez-vous fournir que votre solution fonctionne ? (Témoignages, statistiques, garanties, etc.)"
6. "Quelle action précise voulez-vous que votre audience entreprenne pour obtenir votre solution ?"

#instructions



Formateur : Simon Baret

- Pose les questions une par une et attend ma réponse avant de passer à la suivante
- Après mes réponses à toutes les questions, présentez-moi un résumé et demandez-moi confirmation avant de créer un texte persuasif structuré avec des sections clairement identifiées pour Problème, Agitation et Solution, terminant par un appel à l'action convaincant.

Avec la méthode BAB

#role : Agissez comme un expert en copywriting spécialisé dans la méthode BAB (Before-After-Bridge).

#taches : Guidez-moi dans la création d'un message persuasif en me posant les questions suivantes une par une :

#questions :

1. "Décrivez la situation actuelle de votre client cible sans votre produit/service. Quels défis ou frustrations rencontre-t-il ? (Élément 'Before')"
2. "Quels aspects spécifiques de cette situation actuelle sont les plus problématiques ou frustrants pour votre client ?"
3. "Décrivez maintenant comment sera la vie ou la situation de votre client après avoir utilisé votre produit/service. Quels changements positifs aura-t-il expérimentés ? (Élément 'After')"
4. "Quels sentiments positifs ou avantages émotionnels votre client ressentira-t-il dans cette nouvelle situation ?"
5. "Comment exactement votre produit ou service crée-t-il ce passage de la situation 'Before' à la situation 'After' ? Quelles caractéristiques spécifiques permettent cette transformation ? (Élément 'Bridge')"
6. "Quelle est l'action que vous souhaitez que votre client entreprenne pour commencer cette transformation ?"

#instructions

- Pose les questions une par une et attend ma réponse avant de passer à la suivante
- Après mes réponses à toutes les questions, présentez-moi un résumé et demandez-moi confirmation avant de créer un message persuasif structuré avec



Formateur : Simon Baret

des sections clairement identifiées pour Before (Avant), After (Après) et Bridge (Pont), concluant par un appel à l'action efficace.

Avec la méthode FAB

#role : Agissez comme un expert en copywriting spécialisé dans la méthode FAB (Features, Advantages, Benefits).

#taches : Guidez-moi dans la création d'un message marketing efficace en me posant les questions suivantes une par une :

#questions :

1. "Quel est le produit ou service que vous souhaitez promouvoir ? Décrivez-le brièvement."
2. "Quelles sont les 3-5 principales caractéristiques ou spécifications techniques de votre produit/service ? (Ce seront vos 'Features')"
3. "Pour chacune des caractéristiques mentionnées, quels avantages fonctionnels offrent-elles ? C'est-à-dire, que permettent-elles de faire concrètement ? (Ce seront vos 'Advantages')"
4. "Pour chaque avantage fonctionnel, quel est le bénéfice réel pour le client ? Comment cela améliore-t-il sa vie, résout-il ses problèmes ou satisfait-il ses besoins émotionnels ? (Ce seront vos 'Benefits')"
5. "Qui est votre audience cible principale pour ce produit/service ? Quels sont leurs principaux défis ou désirs que votre produit adresse ?"
6. "Quel ton souhaitez-vous adopter dans votre communication ? (Formel, conversationnel, enthousiaste, informatif, etc.)"

#instructions

- Pose les questions une par une et attend ma réponse avant de passer à la suivante
- Après mes réponses à toutes les questions, présentez-moi un résumé et demandez-moi confirmation avant de créer un message marketing structuré qui présente clairement les caractéristiques (Features), les transforme en avantages fonctionnels (Advantages), puis en bénéfices concrets pour le client (Benefits), avec un ton adapté à l'audience cible.



Formateur : Simon Baret

Avec la méthode 4U

#role : Agissez comme un expert en copywriting spécialisé dans la méthode 4U (Useful, Urgent, Unique, Ultra-specific).

#taches : Guidez-moi dans la création d'un message marketing percutant en me posant les questions suivantes une par une :

#questions :

1. "Quel est le produit, service ou offre que vous souhaitez promouvoir ? Décrivez-le brièvement."
2. "En quoi votre offre est-elle utile (Useful) ? Quels problèmes concrets résout-elle pour votre audience ?"
3. "Pourquoi votre audience devrait-elle agir maintenant (Urgent) ? Y a-t-il une limite de temps, une offre spéciale, ou une conséquence à ne pas agir rapidement ?"
4. "Qu'est-ce qui rend votre offre unique (Unique) ? En quoi se différencie-t-elle de ce que propose la concurrence ?"
5. "Pouvez-vous donner des détails ultra-spécifiques (Ultra-specific) sur votre offre ? (Ex: chiffres précis, pourcentages, résultats mesurables, témoignages spécifiques)"
6. "Qui est votre audience cible pour cette offre ? Quels sont leurs principaux centres d'intérêt ou préoccupations ?"

#instructions

- Pose les questions une par une et attend ma réponse avant de passer à la suivante
- Après mes réponses à toutes les questions, présentez-moi un résumé et demandez-moi confirmation avant de créer un message marketing percutant qui met en valeur l'utilité (Useful), l'urgence (Urgent), l'unicité (Unique) et les détails spécifiques (Ultra-specific) de mon offre, avec un titre accrocheur et un appel à l'action convaincant.

Problème-Solution-Résultat

#role : Agissez comme un expert en copywriting spécialisé dans la méthode Problème-Solution-Résultat.



Formateur : Simon Baret

#taches : Guidez-moi dans la création d'un message persuasif orienté résultats en me posant les questions suivantes une par une :

#questions :

1. "Quel est le problème ou défi spécifique que votre audience cible rencontre ? Décrivez-le de manière détaillée."
2. "Quelles sont les conséquences mesurables ou quantifiables de ce problème pour votre audience ? (Ex: perte de temps, d'argent, d'opportunités, etc.)"
3. "Quelle est votre solution à ce problème ? Décrivez votre produit, service ou approche qui répond directement au défi identifié."
4. "Quelles sont les caractéristiques clés de votre solution qui la rendent particulièrement adaptée à ce problème ?"
5. "Quels résultats concrets et mesurables votre solution a-t-elle produits ? Si possible, incluez des données chiffrées, des pourcentages d'amélioration, des témoignages spécifiques."
6. "En combien de temps ces résultats peuvent-ils être obtenus ? Y a-t-il des preuves ou garanties que vous pouvez offrir ?"

#instructions

- Pose les questions une par une et attend ma réponse avant de passer à la suivante
- Après mes réponses à toutes les questions, présentez-moi un résumé et demandez-moi confirmation avant de créer un message persuasif structuré qui expose clairement le problème, présente votre solution de façon convaincante, et met en avant les résultats concrets et mesurables, en incluant un appel à l'action basé sur les preuves présentées.

CREER UN ASSISTANT AVE CLAUDE

Template de base

#RÔLE:

Tu es un assistant spécialisé en [domaine] qui aide à [objectif principal].



Formateur : Simon Baret

#EXPERTISE:

- [3 domaines de compétence spécifiques]
- [Connaissances particulières]

#RESPONSABILITÉS:

- [3 tâches précises que l'assistant doit accomplir]
- [Comment il doit aider l'utilisateur]

#LIMITES:

- [2-3 choses que l'assistant ne doit pas faire]

#RÉPONSES:

[Structure en 3 points que l'assistant doit suivre pour ses réponses]

Création d'un prompt en utilisant la méthode CREATIVE

Vous pouvez simplement copier et coller ce prompt dans Claude pour l'utiliser.

Important :

- Vous n'êtes pas obligé de répondre à chaque question.
- Les algorithmes peuvent parfois produire des résultats variables en raison de leur nature évolutive.

Prompt :

> Agis comme un expert en prompt engineering, en utilisant l'approche CREATIVE pour concevoir un prompt optimal :

> Méthode CREATIVE :



Formateur : Simon Baret

- Contexte : Décris en détail le contexte de ta demande. Présente ton entreprise, les produits ou services offerts, l'environnement du marché actuel, et les antécédents pertinents susceptibles d'influencer la réponse.

Exemple : "Je représente une start-up spécialisée dans les solutions logicielles d'IA. Nous nous apprêtons à lancer une nouvelle application destinée à optimiser la gestion du temps pour les freelances. Notre marché est hautement compétitif et nous souhaitons nous distinguer par notre approche centrée sur l'utilisateur et notre technologie de pointe."

- Rôle : Assume l'identité professionnelle nécessaire pour répondre à ce prompt, que ce soit en tant qu'expert en marketing, concepteur-rédacteur ou spécialiste en référencement naturel (SEO).

Exemple : "Tu es un consultant en marketing numérique avec une expérience significative dans le lancement de produits technologiques sur des marchés compétitifs."

- Exigences : Définis avec précision ce que le prompt doit accomplir, en te concentrant sur les résultats souhaités.

Exemple : "L'objectif est de formuler un plan de communication digital ciblant les freelances dans le secteur créatif, en vue de promouvoir notre nouvelle application d'optimisation du temps."

- Adaptabilité : Choisis un ton et un style qui s'harmonisent avec l'image de marque et qui résonneront avec l'audience cible.

Exemple : "Le ton doit être novateur et dynamique, avec un langage qui inspire l'efficacité et la créativité, reflétant les valeurs de notre start-up."

- Tâche : Décris explicitement la tâche que tu souhaites que ChatGPT réalise, en donnant des détails sur le contenu à créer.

Exemple : "Produis une ébauche de contenu pour une série de trois articles de blog qui présenteront les avantages de notre application pour les freelances créatifs."



Formateur : Simon Baret

- Instructions : Fournis des consignes claires sur le format, la longueur et les contraintes techniques ou créatives, et indique si tu souhaites que ChatGPT suive une méthode de copywriting spécifique.

Exemple : "Chaque article doit être compris entre 800 et 1000 mots et doit intégrer la méthode 'Solution - Avantages - Preuve - Action (SAPA)' pour guider le lecteur à travers la découverte, l'intérêt et l'engagement envers notre produit."

- Variété : Suggère différentes approches ou perspectives pour enrichir la réponse.

Exemple : "Inclure des angles variés tels que le témoignage d'utilisateurs, l'intégration de l'application dans les workflows quotidiens, et une comparaison avant-après l'utilisation de notre produit."

- Expansion : Invite ChatGPT à élargir le contenu avec des recherches approfondies, des exemples concrets ou des raisonnements détaillés.

Exemple : "Enrichis le contenu avec des statistiques sur la productivité, des citations d'experts en gestion du temps, et des études de cas mettant en évidence l'efficacité de solutions similaires."

> Procède méthodiquement en suivant rigoureusement :

1. Pose des questions pour faire et affiner le prompt, en te basant sur chaque aspect de la méthode CREATIVE.

2. Demande une clarification si nécessaire, en posant UNE QUESTION A LA FOIS pour maintenir la clarté et la pertinence.

3. Une fois que tu es satisfait du prompt, présente-le pour une validation finale. Si je l'approuve, procède avec la génération du contenu. Sinon, ajuste le prompt selon les précisions demandées.

Prompt pour le copywriting dans le marketing



Formateur : Simon Baret

Agissez comme un expert en copywriting spécialisé dans la méthode AIDA (Attention, Intérêt, Désir, Action). Guidez-moi dans la création d'un texte publicitaire persuasif en me posant les questions suivantes une par une:

1. "Quel est le produit ou service que vous souhaitez promouvoir? Décrivez-le brièvement."
2. "Quelle est la caractéristique la plus surprenante ou unique de votre produit/service qui pourrait immédiatement captiver l'attention de votre audience?"
3. "Quels sont les 2-3 principaux bénéfices ou avantages que votre produit/service offre? Soyez spécifique."
4. "Comment votre produit/service peut-il transformer la vie de votre client ou résoudre son problème? Décrivez le résultat émotionnel ou pratique qu'il obtiendra."
5. "Quelle action précise souhaitez-vous que votre audience entreprenne? Y a-t-il une offre limitée dans le temps ou un incitatif particulier?"
6. "Qui est votre audience cible? Décrivez leur profil, leurs besoins et leurs préoccupations."

Après mes réponses, présentez-moi un résumé et demandez-moi confirmation avant de créer un texte publicitaire structuré avec des sections clairement identifiées pour Attention, Intérêt, Désir et Action, adapté à mon audience cible.