

RÉDACTION DE CONTENUS

Prompt 1 — Post LinkedIn

● Contexte : vous venez de publier un rapport d'activité ou de finaliser un projet stratégique.

✎ Prompt :

Tu es un expert en communication digitale. Rédige un post LinkedIn de 100 à 150 mots, engageant, informatif, et au ton professionnel mais accessible, pour annoncer la publication de notre rapport d'activité 2024. Met en avant les 3 chiffres clés du rapport et propose un appel à l'action clair vers le lien. Le public cible est composé de professionnels de notre secteur (communication, RSE, innovation).

Style : dynamique, clair, valorisant.

Format attendu : 2 paragraphes maximum + une liste à puces si pertinent.

Variantes :

- Transformer ce post en message interne pour l'intranet
- Générer une version adaptée pour X

BRAINSTORMING & CRÉATIVITÉ

Objectif : sortir de la page blanche, trouver des idées originales

Prompt 2 — Idées de contenus éditoriaux

● Contexte : création d'un planning éditorial mensuel pour LinkedIn

✎ Prompt :

Tu es rédacteur web pour un service communication dans une collectivité territoriale. Propose 10 idées de posts LinkedIn autour de ces trois thématiques : innovation publique, transition écologique, valorisation des agents. Propose pour chaque idée : un titre, une accroche de 2 lignes, et le format recommandé (texte, image, vidéo courte, carrousel).

Le ton doit être engageant mais institutionnel. Le contenu doit rester accessible à un public non spécialiste.


Variante :

- Demander à l'IA de répartir ces idées sur 4 semaines dans un tableau de planning éditorial

REFORMULATION & ADAPTATION

 **Objectif : adapter un contenu existant à une cible ou un canal**

Prompt 3 — Adaptation multicanal

 **Contexte** : un texte rédigé pour le site web doit être décliné pour différents supports.

 **Prompt** :

Voici un texte prévu pour notre site web institutionnel : [COLLER LE TEXTE].
Reformule ce contenu en 3 versions adaptées :

1. Une version courte (moins de 100 mots) pour LinkedIn
2. Une version pour une plaquette imprimée, plus informative et structurée
3. Une version scriptée pour une vidéo motion design de 45 secondes (voix off)
Conserve l'esprit du message initial, tout en adaptant le style à chaque support.

VEILLE & SYNTHÈSE

Objectif : aller plus vite dans la lecture, l'analyse et la transmission d'infos

Prompt 4 — Synthèse intelligente

 **Contexte** : vous devez lire un long rapport et le résumer pour votre direction

 **Prompt** :

Tu es un conseiller en communication chargé de synthétiser des documents pour les décideurs. Résume ce document en une synthèse structurée de 500 mots maximum. Mets en avant les points clés, les chiffres importants, les messages stratégiques. Utilise une structure claire avec titres et sous-titres. Ajoute une phrase de conclusion soulignant les enjeux à retenir.
[COLLER OU TÉLÉVERSER LE TEXTE]

Variante :

- “Fais-moi un brief d'une slide PowerPoint à partir de ce document”

ORGANISATION ÉDITORIALE

 **Objectif : organiser les idées, créer des plans d'actions**

Prompt 5 — Plan de communication

 Contexte : lancement d'un événement à promouvoir sur 1 mois

 Prompt :

Tu es responsable éditorial dans un service com. Crée un plan de communication digital sur 4 semaines pour préparer, animer et valoriser un événement interne (ex : semaine de la QVT).

Pour chaque semaine, propose :

- Objectifs de la communication
 - Types de contenus à publier
 - Canaux à utiliser
 - Fréquence des publications
 - Ton recommandé
- Donne le tout sous forme de tableau. Le public cible est interne (collaborateurs).

Variante :

- Générer les premiers brouillons de contenus pour chaque action du plan

POUR UN SERVICE DE COMMUNICATION EXTERNE

 **Objectif : Développer l'image de marque, créer des contenus, animer les réseaux**

♦ Stratégie de contenus

Tu es un stratège éditorial. Propose une stratégie éditoriale LinkedIn sur 3 mois pour une entreprise dans le secteur [x]. L'objectif est de :

1. Renforcer la notoriété
2. Générer de l'engagement
3. Positionner la marque sur [thème]
Pour chaque mois : un angle éditorial fort, 4 idées de posts, 1 format fort (carrousel, vidéo...).

- ◆ **Réputation & storytelling**

Raconte l'histoire de notre marque sous forme de storytelling inspirant pour une page "À propos". Utilise un ton humain, valorise nos valeurs : [insérer valeurs]. Propose 2 variantes : une version corporate et une version plus émotionnelle.

- ◆ **Communiqué de presse**

Rédige un communiqué de presse professionnel pour annoncer [nom de l'initiative ou nouveauté]. Le ton doit être journalistique. Intègre un titre accrocheur, un chapô clair, des citations du dirigeant, les infos essentielles (qui, quoi, où, pourquoi, quand, comment).

POUR UN SERVICE DE COMMUNICATION INTERNE

Objectif : Informer, fédérer, transmettre la culture d'entreprise

- ◆ **Vidéo d'onboarding**

Rédige le script d'une vidéo d'accueil pour les nouveaux collaborateurs. Le format doit durer 1 minute 30. Objectif : faire comprendre l'ADN de l'entreprise, les valeurs clés, et inviter à découvrir les espaces et les équipes. Le ton doit être positif, dynamique et chaleureux.

- ◆ **Plan de com RH**

Tu es responsable com interne. Crée un plan de communication sur 1 mois pour accompagner un changement d'organisation (ex : déménagement, réorganisation). Propose les messages-clés à diffuser, les supports à utiliser (mail, intranet, visuel...), le calendrier et les relais internes.

- ◆ **Newsletter interne**

Rédige une newsletter interne destinée à tous les salariés. Objectif : donner de la visibilité sur les projets en cours, valoriser une équipe, faire passer 2 infos pratiques. Propose une structure simple : édito, actus, zoom collaborateur, infos RH. Ton : sobre mais humain.

POUR UNE COLLECTIVITÉ OU UNE COMMUNICATION TERRITORIALE

Objectif : Informer les citoyens, valoriser le territoire, expliquer des politiques publiques

◆ **Message de proximité**

Tu es responsable communication pour une mairie. Rédige un message court à publier sur Facebook pour informer les habitants d'une coupure d'eau temporaire dans leur quartier. Sois clair, direct, factuel, et rassurant. Ajoute les infos pratiques et un lien vers la page dédiée.

◆ **Campagne d'intérêt général**

Propose un concept de campagne de sensibilisation à la réduction des déchets. Objectif : changer les comportements. Propose 3 accroches fortes, un visuel clé, et des idées de diffusion à l'échelle d'une ville moyenne.

◆ **Mise en valeur du territoire**

Rédige un texte pour un magazine communal destiné à valoriser un projet de réaménagement urbain. Objectif : faire comprendre les bénéfices pour les habitants, valoriser la concertation, éviter le jargon technique.

POUR UN RESPONSABLE RH / FORMATION

Objectif : Engager, accompagner, transmettre

◆ **Fiche pédagogique**

Tu es chargé de formation. Rédige une fiche pédagogique à destination des nouveaux arrivants sur le thème de la cybersécurité. Contenu : 3 bonnes pratiques, 3 erreurs fréquentes, 1 test de compréhension (3 QCM). Ton : clair, accessible, synthétique.

◆ **Argumentaire marque employeur**

Rédige une présentation de notre culture d'entreprise pour une page carrières. Inclue : nos valeurs, notre façon de travailler, notre engagement QVT et RSE. Le ton doit être sincère, moderne, et refléter notre réalité terrain.

◆ **Script de vidéo RH**

Écris le script d'une vidéo RH d'1 minute présentant les avantages de notre politique télétravail. Intègre une accroche, une mise en contexte, les points clés, et une conclusion motivante.

