

Conseils et outils pour la création de contenus web avec l'aide de l'intelligence artificielle (IA)

voilà

03 octobre 2024

Planning

1. Présentation
2. Intelligence artificielle
 - OPEN AI et ses outils
 - Opportunités pour le tourisme
 - Focus Chat GPT
 - Générer un prompt
3. Canva :
 - Présentation
 - Fonctionnalités et avantages

Mise en pratique : exercice Canva + ChatGPT

4. Reels Meta
 - Viralité, pourquoi?
 - Faire un reel facilement

03 octobre 2024

1. Présentation

Présentation : Quentin & Catherine - Agence Voilà



Agence créative spécialisée en design, communication et développement numérique. Notre spécialité ?

L'Horeca et le Tourisme en Wallonie.



Sondage

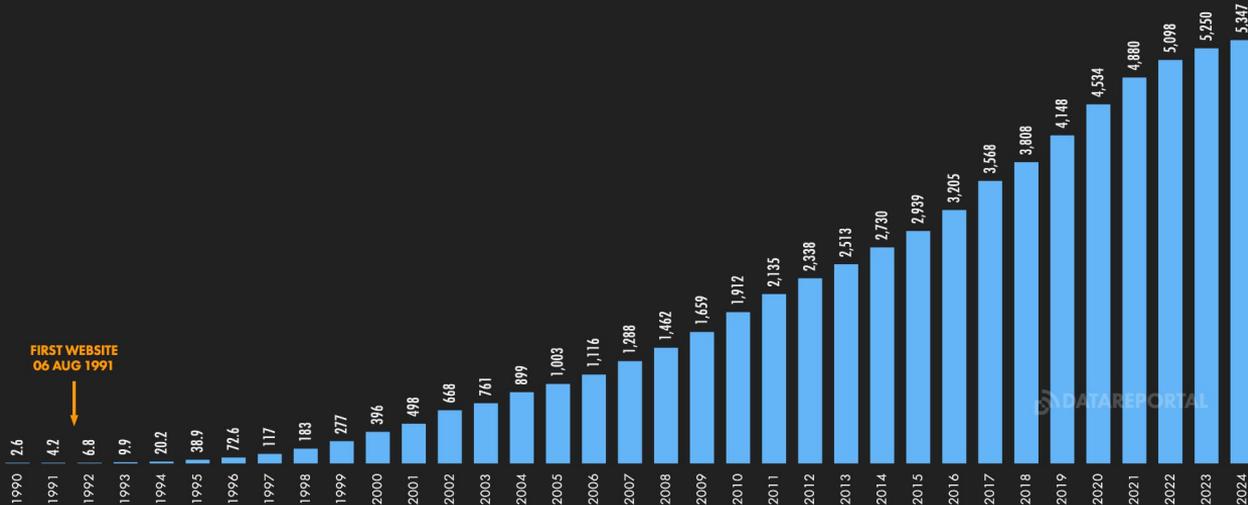
- IA = Chat GPT ?
- Utilisez-vous déjà l'intelligence artificielle dans votre pratique professionnelle ?
- Qui utilise déjà ChatGPT ?
- Qui utilise déjà canva ?

Internet & réseaux sociaux

JAN
2024

INTERNET USE TIMELINE

NUMBER OF INDIVIDUALS USING THE INTERNET OVER TIME (IN MILLIONS)



32

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; ITU; GSMA INTELLIGENCE; EUROSTAT; GOOGLE'S ADVERTISING RESOURCES; CHNHC; KANTAR & IAMAI; GOVERNMENT RESOURCES; UNITED NATIONS. COMPARABILITY: SOURCE AND BASE CHANGES. ALL FIGURES USE THE LATEST AVAILABLE DATA, BUT SOME SOURCES DO NOT PUBLISH REGULAR UPDATES, SO FIGURES FOR RECENT PERIODS MAY UNDER-REPRESENT ACTUAL USE. SEE NOTES ON DATA.

we
are
social

Meltwater

Internet par rapport aux autres médias

JAN
2024

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



TIME SPENT USING
THE INTERNET



6H 40M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+0.8% (+3 MINS)

GWJ.

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



3H 06M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-8.2% (-17 MINS)

Meltwater

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



2H 23M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-5.5% (-8 MINS)

GWJ.

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 41M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-22.2% (-29 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 25M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-12.8% (-13 MINS)

we
are.
social

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



0H 50M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-15.5% (-9 MINS)

GWJ.

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 49M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-20.3% (-13 MINS)

KEPIOS

TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



1H 02M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-16.7% (-12 MINS)

28

SOURCE: GWJ (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWJ.COM. NOTES: PEOPLE MAY CONSUME DIFFERENT MEDIA CONCURRENTLY. TELEVISION INCLUDES BOTH LINEAR (BROADCAST AND CABLE) TELEVISION AND CONTENT DELIVERED VIA STREAMING AND VIDEO-ON-DEMAND SERVICES. PRESS INCLUDES BOTH ONLINE AND PHYSICAL PRINT MEDIA. BROADCAST RADIO DOES NOT INCLUDE INTERNET RADIO. COMPARABILITY: METHODOLOGY CHANGES. SEE NOTES ON DATA.

we
are.
social

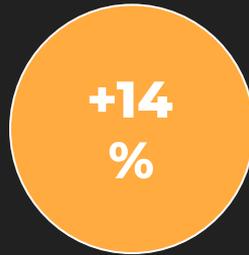
Meltwater

Et les chiffres en IA ?

Difficile à fournir car l'ensemble des technologies intègrent l'IA : Google , Microsoft...
Il est donc intéressant de se tourner vers l'outil le plus populaire en intelligence artificielle: CHAT GPT



Visiteurs mensuel unique
en juin 2024 sur chatgpt.com



mensuellement



Utilisateur de l'application
Mobile en juin 2024

Source: Similar Web - Semrush 2024

Classement website mondial

JUL
2024

TOP WEBSITES: SEMRUSH RANKING

SEMRUSH'S RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC IN MAY 2024



GLOBAL OVERVIEW

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	132B	6.11B	12M 37S	4.33
02	YOUTUBE.COM	75.2B	3.69B	23M 48S	6.75
03	FACEBOOK.COM	13.9B	2.22B	14M 53S	6.33
04	INSTAGRAM.COM	6.96B	1.51B	13M 16S	7.01
05	WIKIPEDIA.ORG	6.70B	1.52B	8M 55S	2.41
06	PORNHUB.COM	5.49B	934M	10M 18S	7.88
07	REDDIT.COM	5.27B	893M	12M 18S	2.61
08	TWITTER.COM	5.07B	1.15B	13M 24S	4.40
09	XVIDEOS.COM	4.02B	720M	12M 30S	9.83
10	WHATSAPP.COM	3.97B	618M	32M 32S	4.25

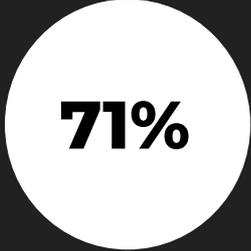
#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
11	YAHOO.COM	3.66B	488M	12M 15S	3.54
12	BING.COM	3.43B	468M	10M 50S	5.02
13	AMAZON.COM	3.19B	741M	10M 44S	6.38
14	DUCKDUCKGO.COM	2.96B	163M	10M 32S	2.38
15	TIKTOK.COM	2.92B	976M	8M 08S	4.23
16	YANDEX.RU	2.72B	229M	11M 33S	4.66
17	CHATGPT.COM	2.69B	462M	10M 10S	2.63
18	WEATHER.COM	2.46B	611M	3M 11S	1.58
19	YAHOO.CO.JP	2.39B	149M	12M 08S	5.38
20	X.COM	2.34B	660M	14M 06S	5.32

SOURCE: SEMRUSH. FIGURES REPRESENT TRAFFIC VALUES IN MAY 2024. **NOTE:** VALUES IN THE "UNIQUE VISITORS" COLUMN REPRESENT THE NUMBER OF DISTINCT "IDENTITIES" ACCESSING EACH SITE, BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AS SOME PEOPLE MAY USE MULTIPLE DEVICES OR BROWSERS. FIGURES ENDING IN "B" ARE IN BILLIONS; FIGURES ENDING IN "M" ARE IN MILLIONS; FIGURES ENDING IN "K" ARE IN THOUSANDS. TIME SHOWN IN MINUTES AND SECONDS. **ADVISORY:** SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT, VIRUSES, MALWARE, OR OFFENSIVE CONTENT. READERS SHOULD AVOID VISITING UNKNOWN DOMAINS. **COMPARABILITY:** SOURCE METHODOLOGY CHANGES.

Et dans le tourisme ?

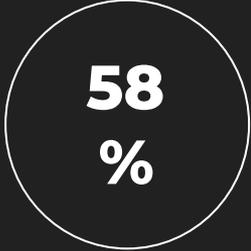
L'IA, un parfait assistant pour le prochain voyage!

Quelle utilisation ?



71%

"pour trouver des activités ou des attractions à faire sur place"



**58
%**

"gagner du temps lors de la planification du voyage"



40%

"pour trouver de nouvelles destinations intéressantes"

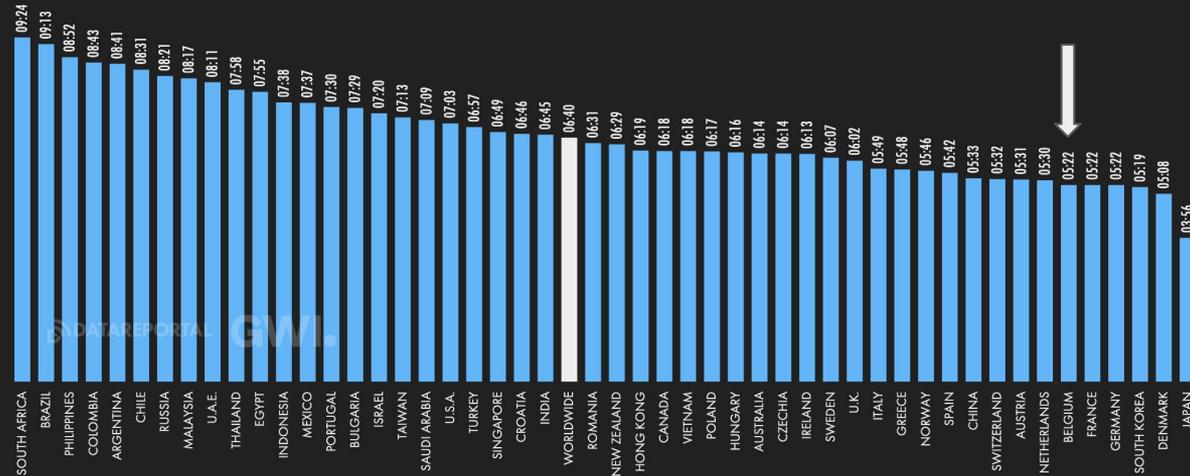
Source: McKinsey - Blog Elloha

Internet & réseaux sociaux

JAN
2024

DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET EACH DAY ON ANY DEVICE



59

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). **COMPARABILITY:** METHODOLOGY CHANGES. SEE [NOTES ON DATA](#).

We
are
social

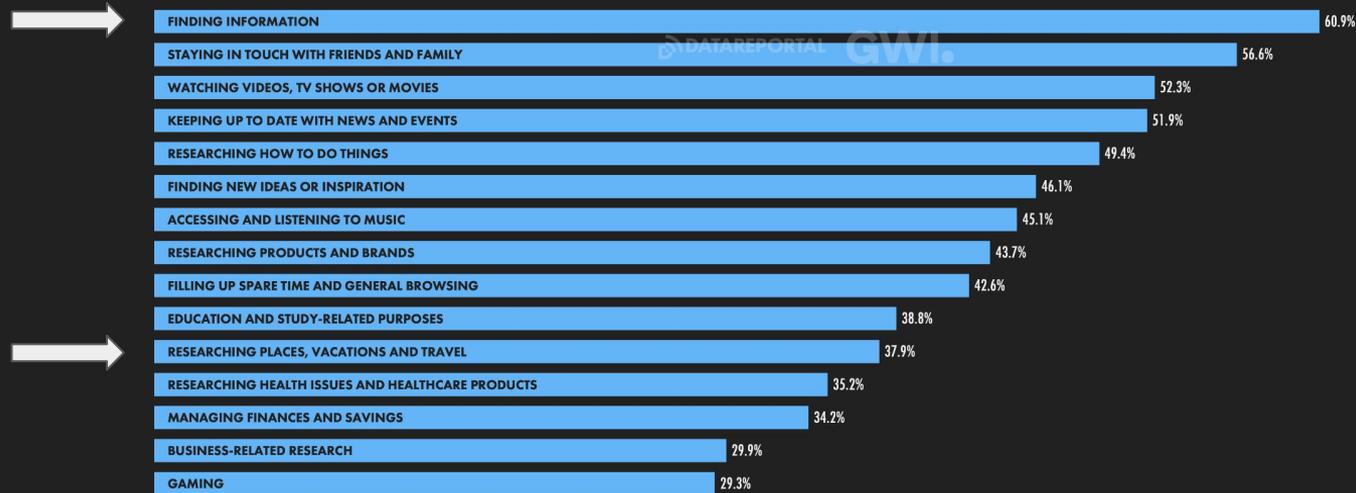
Meltwater

Que cherchent-ils ?

JAN
2024

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE THE INTERNET



50

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM. COMPARABILITY: METHODOLOGY CHANGES. SEE NOTES ON DATA.

we
are
social

Meltwater

Que cherchent-ils ?

JAN
2024

MAIN REASONS FOR USING THE INTERNET

PRIMARY REASONS WHY INTERNET USERS IN EACH AGE GROUP USE THE INTERNET



16 TO 24 YEARS OLD		25 TO 34 YEARS OLD		35 TO 44 YEARS OLD		45 TO 54 YEARS OLD		55 TO 64 YEARS OLD	
FIND INFORMATION	60.7%	FIND INFORMATION	58.7%	FIND INFORMATION	59.7%	FIND INFORMATION	62.1%	FIND INFORMATION	66.9%
CONTACT FRIENDS & FAMILY	59.2%	CONTACT FRIENDS & FAMILY	55.6%	CONTACT FRIENDS & FAMILY	55.7%	CONTACT FRIENDS & FAMILY	56.3%	FOLLOW NEWS & EVENTS	59.1%
WATCH VIDEOS & SHOWS	58.4%	WATCH VIDEOS & SHOWS	54.1%	FOLLOW NEWS & EVENTS	52.9%	FOLLOW NEWS & EVENTS	54.8%	CONTACT FRIENDS & FAMILY	56.3%
LISTEN TO MUSIC	54.8%	FOLLOW NEWS & EVENTS	49.4%	WATCH VIDEOS & SHOWS	51.7%	LEARN HOW TO DO THINGS	49.2%	LEARN HOW TO DO THINGS	51.4%
EDUCATION & STUDY	53.0%	FIND NEW IDEAS	47.9%	LEARN HOW TO DO THINGS	48.9%	WATCH VIDEOS & SHOWS	48.8%	RESEARCH BRANDS	46.7%
LEARN HOW TO DO THINGS	51.1%	LEARN HOW TO DO THINGS	47.7%	FIND NEW IDEAS	46.0%	RESEARCH BRANDS	44.8%	WATCH VIDEOS & SHOWS	43.0%
FIND NEW IDEAS	50.3%	LISTEN TO MUSIC	46.6%	RESEARCH BRANDS	44.9%	FIND NEW IDEAS	42.3%	RESEARCH PLACES & TRAVEL	40.7%
FILL SPARE TIME & BROWSING	48.3%	RESEARCH BRANDS	43.0%	LISTEN TO MUSIC	42.6%	FILL SPARE TIME & BROWSING	40.9%	FIND NEW IDEAS	39.8%
FOLLOW NEWS & EVENTS	47.8%	FILL SPARE TIME & BROWSING	41.5%	FILL SPARE TIME & BROWSING	41.1%	LISTEN TO MUSIC	39.4%	RESEARCH HEALTH	39.8%
GAMING	41.6%	EDUCATION & STUDY	39.0%	RESEARCH PLACES & TRAVEL	39.1%	RESEARCH PLACES & TRAVEL	38.9%	FILL SPARE TIME & BROWSING	38.9%



Internet & réseaux sociaux

JAN
2024

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



TOTAL
POPULATION



we
are
social

8.08
BILLION

URBANISATION
57.7%

UNIQUE MOBILE
PHONE SUBSCRIBERS



Meltwater

5.61
BILLION

vs. POPULATION
69.4%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



KEPIOS

5.35
BILLION

vs. POPULATION
66.2%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



5.04
BILLION

vs. POPULATION
62.3%

10

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; UNITED NATIONS; GOVERNMENT RESOURCES; GSMA INTELLIGENCE; ITC; EUROSTAT; CNNIC; KANTAR & IAMA; PLATFORM RESOURCES; COMPANY EARNINGS REPORTS; OGDH; BETA RESEARCH CENTER. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** BASE REVISIONS; SOURCE CHANGES. SEE NOTES ON DATA.

we
are
social

Meltwater

Internet & réseaux sociaux

JAN
2024

DIGITAL GROWTH

CHANGE IN THE USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES OVER TIME



TOTAL
POPULATION



Meltwater

+0.9%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+74 MILLION

UNIQUE MOBILE
PHONE SUBSCRIBERS



KEPIOS

+2.5%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+138 MILLION

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



we
are
social

+1.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+97 MILLION

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



+5.6%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+266 MILLION

11

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; UNITED NATIONS; GOVERNMENT RESOURCES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; EUROSTAT; CNNIC; KANTAR & JAMA; PLATFORM RESOURCES; COMPANY EARNINGS REPORTS; OECD; BETA RESEARCH CENTER. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** BASE REVISIONS; SOURCE CHANGES. SEE NOTES ON DATA.

we
are
social

Meltwater

Internet & réseaux sociaux

JAN
2024

OVERVIEW OF SOCIAL MEDIA USE

HEADLINES FOR SOCIAL MEDIA ADOPTION AND USE (NOTE: USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



GLOBAL OVERVIEW

NUMBER OF SOCIAL
MEDIA USER IDENTITIES



5.04
BILLION

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES vs.
TOTAL POPULATION



62.3%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE
IN SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



+1.5%
+75 MILLION

SOCIAL MEDIA USER
IDENTITIES AGED 18+ vs.
POPULATION AGED 18+



84.2%

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN
SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES



+5.6%
+266 MILLION

SOCIAL MEDIA USER
IDENTITIES vs. INDIVIDUALS
USING THE INTERNET



94.2%

AVERAGE DAILY TIME SPENT
USING SOCIAL MEDIA



2H 23M
YOY: -5.5% (-8 MINS)

FEMALE SOCIAL MEDIA USER
IDENTITIES vs. TOTAL SOCIAL
MEDIA USER IDENTITIES



46.5%

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL
PLATFORMS USED EACH MONTH



6.7
YOY: -6.9% (-0.5)

MALE SOCIAL MEDIA USER
IDENTITIES vs. TOTAL SOCIAL
MEDIA USER IDENTITIES



53.5%

206

SOURCES: KEIROS ANALYSIS; COMPANY ADVERTISING RESOURCES; CNIC; BETA RESEARCH CENTER; OCDH; U.N.; GWI (Q3 2023). NOTE: AVERAGE NUMBER OF PLATFORMS INCLUDES DATA FOR YOUTUBE ACCOUNTS; USER AGE MISSTATEMENTS; DIFFERENT REPORTING PERIODS; AND DIFFERENCES BETWEEN CENSUS COUNTS AND RESIDENT POPULATIONS. COMPARABILITY: SOURCE AND METHODOLOGY CHANGES; BASE REVISIONS. SEE NOTES ON DATA.

we
are.
social

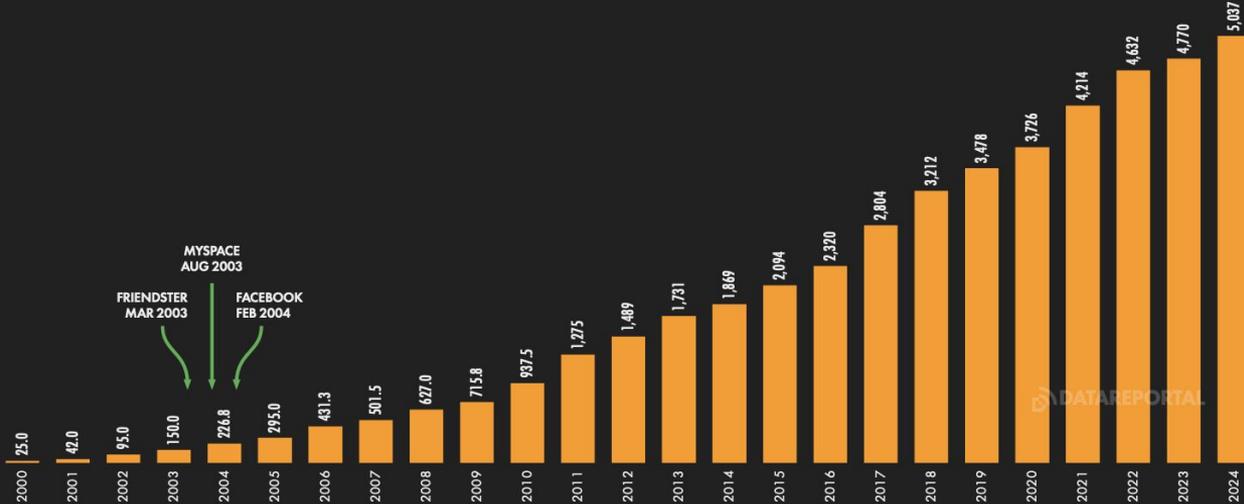
Meltwater

Internet & réseaux sociaux

JAN
2024

SOCIAL MEDIA TIMELINE

NUMBER OF SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES (IN MILLIONS) OVER TIME



207

SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND ANNOUNCEMENTS; CNNIC; BETA RESEARCH CENTER; MEDIASCOPE; OCDH; ARAB SOCIAL MEDIA REPORT; TECHRASA; CAFEBAZAAR.
NOTES: BASED ON ACTIVE USER FIGURES FOR THE LARGEST SOCIAL NETWORK OR INSTANT MESSAGING SERVICE BY GEOGRAPHY AT THE START OF EACH YEAR. ADVISORY: SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. COMPARABILITY: SOURCE AND METHODOLOGY CHANGES; BASE REVISIONS. SEE NOTES ON DATA.

we
are
social

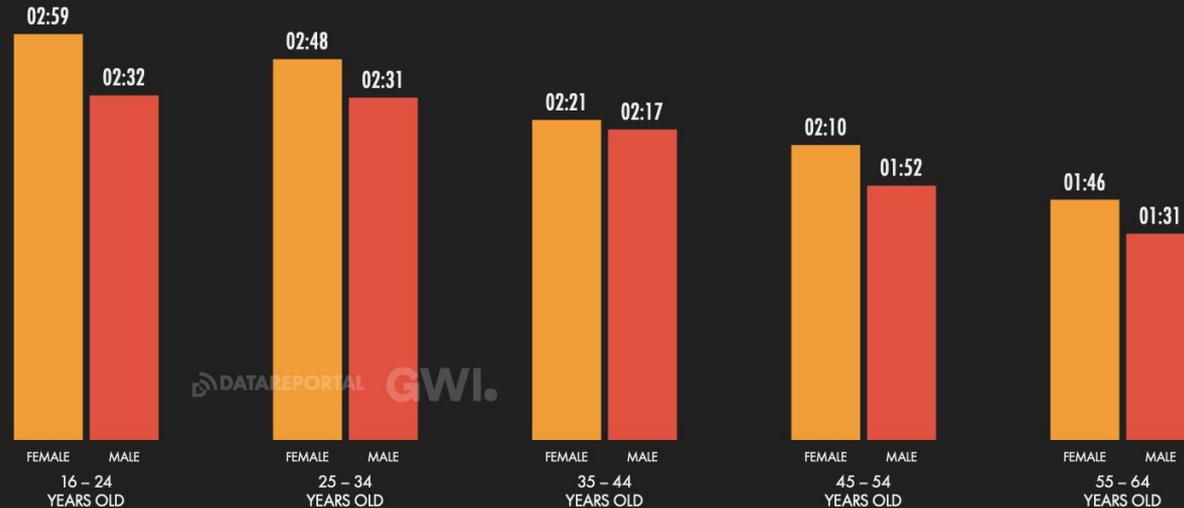
Meltwater

Internet & réseaux sociaux

JAN
2024

DAILY TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING SOCIAL MEDIA EACH DAY



DATA REPORTAL GWI.

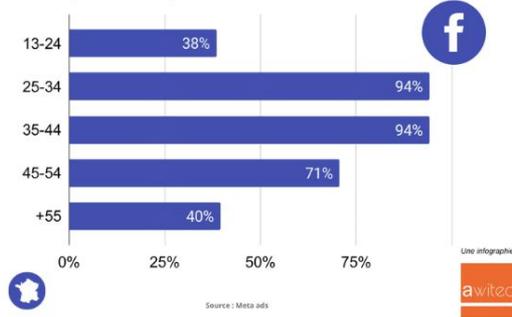
228

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com). COMPARABILITY: METHODOLOGY CHANGES. SEE NOTES ON DATA.

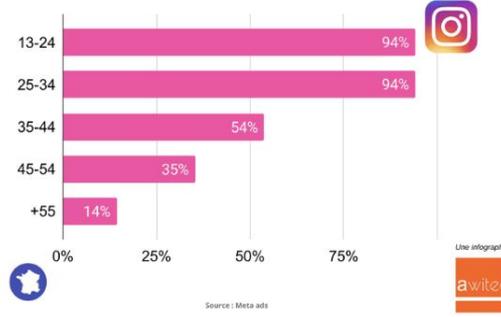
we are social
Meltwater

Audience

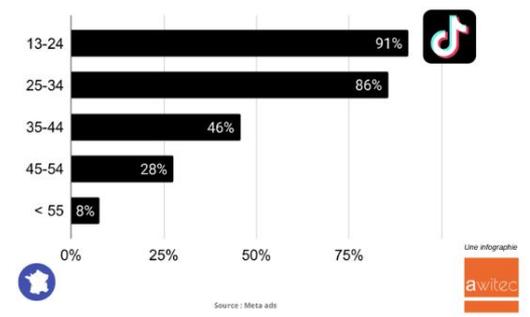
Facebook : Taux d'usage par tranches d'âges en France (Janv. 2024)



Instagram: Taux d'usage par tranches d'âges en France (Janv. 2024)



TikTok : Taux d'usage par tranches d'âges en France (Janv. 2024)

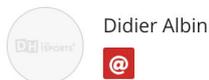


2. L'intelligence Artificielle

🏠 > Régions > Charleroi

DH Des bornes interactives et... pour une "meilleure expérience touristique" à Charleroi: le futur déjà une réalité

Plusieurs projets et stratégies pour améliorer l'expérience touristique à Charleroi. Le point avec l'échevin Maxime Hardy.



Didier Albin

Publié le 13-09-2024 à 12h10



🏠 FILACTU INFO ÉLECTIONS SPORT RÉGIONS CULTURE ENVIRONNEMENT BIEN-ÊTRE TECH VIE PRATIQUE CHAÎNES

Accueil > Vie pratique > VOYAGES

VOYAGES

L'IA, un nouveau compagnon de voyage pour les jeunes comme pour les seniors



Catégories ▾ Musique Enfants

s programmes Podcasts

Tourisme : l'intelligence artificielle révolutionne la gestion des flux de population

ût 2024

COUTER (2 MIN)



Intelligence Artificielle - introduction

= “ un domaine de l’informatique qui cherche à créer des systèmes capables de **réaliser des tâches** qui nécessiteraient normalement l’**intelligence humaine.**”

John McCarthy

- 1997 : événement majeur : Le système Deep Blue d’IBM triomphe du champion du monde d’échecs Gary Kasparov.

>>>>>>>> la machine a vaincu l’homme !



Un point sur le coût énergétique ?

L'IA, chez Google, consommerait autant qu'une ville de 500 000 habitants

Bloomberg a estimé que la formation d'un seul modèle d'intelligence artificielle consommerait autant d'énergie que celle générée par 100 foyers américains sur un an.

Pour créer ChatGPT-3:

1287

Gigawatt heures

120

Consommation de 120
foyers américain/an

110

Consommation de 110
voitures/an

502

tonnes d'émission de
carbone

Source: Clubic.com - chercheurs de Google et de l'Université de Berkeley

D'où proviennent les technologies utilisées ?



OpenAI

USA VS EUROPE



MISTRAL
AI_



Gemini



Claude



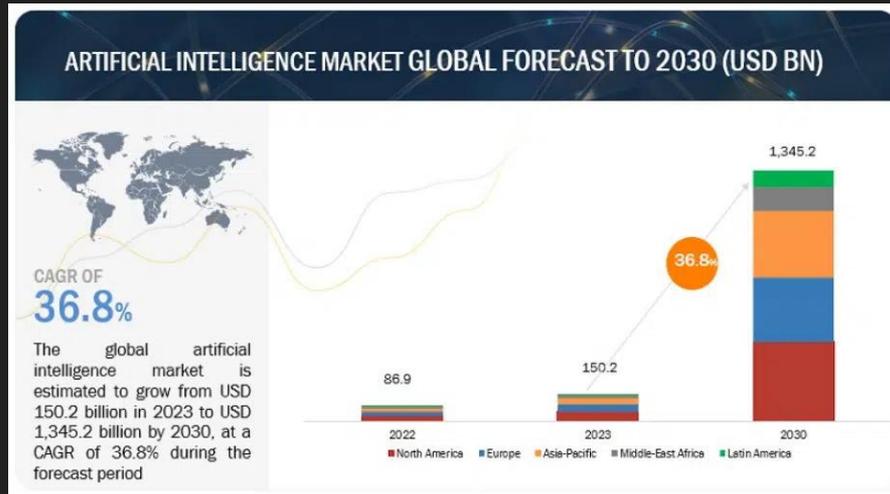
OpenAI



ChatGPT

Intelligence Artificielle - introduction

- Le **marché** de l'IA représente 150 milliards de dollars, selon Grand View Research.
 - Devrait atteindre une valeur de 1 350 milliards d'ici 2030.
- Chat GPT coûte au moins **700 000 dollars par jour**
- + de 4 millions d'**images générées** par IA (Dall-E) chaque jour
- 57% des américains attendent que l'IA remplacent les tâches ménagères ;-)



Les outils OPEN AI, ce n'est pas que ChatGPT

- **ChatGPT** : pro du texte!
- **DALL-E** : artiste numérique > générateur d'images
- **Codex**: générateur de code ; programmes ; développement de site web
- **Gym** : boîte à outils open source ; comparaison d'algorithmes d'apprentissage
- **Whisper** : transcription, traduction
- **AI Dungeon** : générateur histoires et scénarios jeux interactifs
- **CLIP** : pont entre texte et images
- **RoboSumo** : environnement de robotique

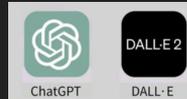


Les outils OPEN AI

- **ChatGPT** : pro du texte!
- **DALL-E** : artiste numérique > générateur d'images
- **Codex**: générateur de code ; programmes ; développement de site web
- **Gym** : boîte à outils open source ; comparaison d'algorithmes d'apprentissage
- **Whisper** : transcription, traduction
- **AI Dungeon** : générateur histoires et scénarios jeux interactifs
- **CLIP** : pont entre texte et images
- **RoboSumo** : environnement de robotique



Images générées via IA



Attention à la dérive...

Images générées : exemples Halloween



On a une meilleure idée...

Générer des images (et bientôt des vidéos) pour vos idées créatives et autres posts facebook?

Mais google n'a pas dit son dernier mot...



Microsoft vs Google



Google: écosystème touristique



Google

Voyager

Explorer

Vols

Hôtels

Locations de vacances

Google Hotel Ads

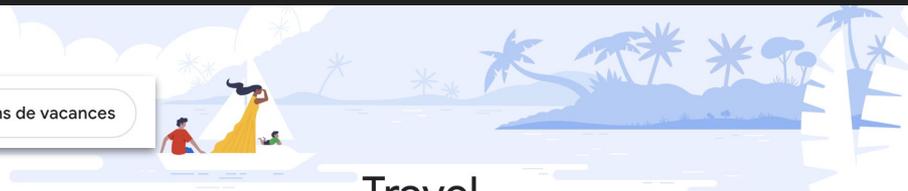


Google Trends

Google Maps

Destination Insights with Google

Google Flights



Travel

Search for flights, hotels and more



Explore



Flights



Hotels



Holiday rentals

Popular destinations

Based on your location in Ciney ⓘ



Barcelona

26 May - 4 Jun

Gaudi buildings, Gothic Quarter & tapas

✈ €46

🏠 €213



London

11-17 Apr

Buckingham Palace & British Museum

✈ €126



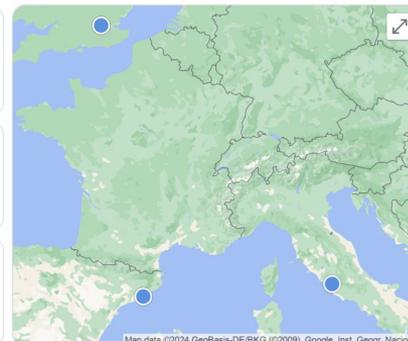
Rome

13-19 Jun

The Colosseum, iconic art & the Vatican

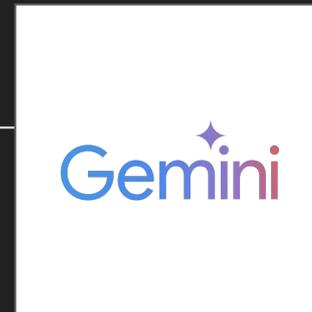
✈ €46

🏠 €188



Map data ©2024 GeoBasis-DE/BKG (©2009), Google, Inst. Geogr. National

BONUS : Google Gemini



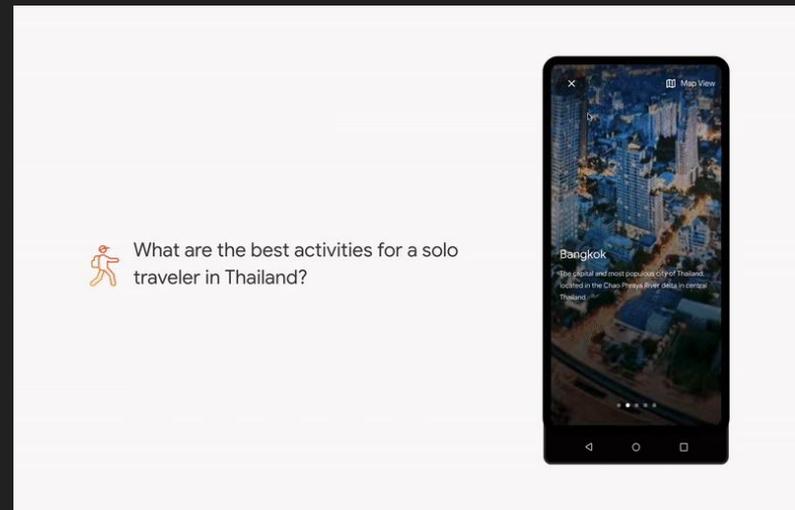
Gemini = IA de Google dans les résultats de recherches

Utilisateurs mensuels actifs :

- Chat GPT : 180M
- Google : 2,5Mi

Google = domination des moteurs de recherches

Important pour certains acteurs d'avoir un contenu hyper à jour pour être repris comme source par l'IA



2.1 Opportunités pour le contenu web touristique

Création de contenu

- **Réseaux sociaux**
 - Générer des textes attractifs pour Facebook ; Instagram ; en mettant en avant les informations importantes, les offres spéciales, les événements locaux, etc.
- **Rédaction de blogs**
 - Écrire des articles de blog sur des sujets liés à la région
 - “Les meilleures randonnées autour de (région à préciser)”
 - “Top 5 des activités à faire en famille dans la région”
- **Emailing**
 - Rédiger des emails promotionnels / newsletters mettant en avant les nouveautés, les événements, ou les offres spéciales du gîte ou de l’attraction touristique

Optimisation des Pages Web

- **Descriptions**
 - Générer des descriptifs détaillés et engageants du gîte, des chambres, des activités proposées, etc.
- **Optimisation SEO**
 - Créer du contenu de pages optimisées pour les moteurs de recherche grâce à des mots-clés adaptés et pertinents afin d'attirer plus de visiteurs en ligne
- **FAQ pour visiteurs**
 - Rédiger une section FAQ (Foire aux questions) complète afin d'anticiper et de répondre aux principales préoccupations des visiteurs

2.2 Focus ChatGPT

Chat GPT, c'est quoi?



- 100 millions d'utilisateurs actifs quotidiennement dans le monde
- Atteint 1 millions d'utilisateurs en 5 jours !
- Le site web de Chat GPT a été consulté plus de 14 milliards de fois
- Outil disponible dans plus de 160 pays



Chat GPT, c'est quoi?



Définition : ChatGPT est une **IA** capable de générer du contenu écrit. Il s'agit d'un chatbot/**agent conversationnel** conçu pour répondre à des questions, engager des conversations, et réaliser diverses tâches textuelles.

Objectif : **Fournir des réponses adaptées** et accompagner les utilisateurs dans différentes activités : rédaction de textes, réponses à des questions, suggestions d'idées, etc.

Quand : Il a été révélé en **2022**, produit phare de OpenAI, entreprise spécialisée dans le développement d'IA génératives et fondée par Sam Altman en 2015.

Gratuit VS Payant



ChatGPT :

Caractéristiques	Version Gratuite (ChatGPT-3.5)	Version Payante (ChatGPT Plus - GPT-4)
Modèle utilisé	GPT-3.5	GPT-4
Vitesse de réponse	Standard	Plus rapide
Accès	Accès gratuit	20 \$/mois
Capacité de compréhension	Bonne	Excellente (meilleure compréhension des contextes complexes)
Qualité des réponses	Bonne	Très bonne (réponses plus détaillées et précises)
Traitement de données longues	Limité	Capacité à traiter des prompts plus longs et plus complexes
Accès pendant les heures de pointe	Risque de limitations	Prioritaire (moins de perturbations)
Mises à jour du modèle	Limitées	Accès aux dernières améliorations et modèles les plus récents

GPT ça veut dire quoi?



GPT : **Generative Pre-trained Transformer**

Generative :

Capable de générer du texte basé sur des données qu'il a vues pendant son entraînement.

Pre-trained :

Formé sur de vastes ensembles de données textuelles avant d'être utilisé pour des tâches spécifiques.

Transformer :

Technologie utilisée pour analyser et générer du texte en comprenant le contexte des phrases.

Comment ça fonctionne ?



Sur base d'une instruction, nommé le "prompt", ChatGPT est capable d'analyser le **contexte**, de sélectionner et **transformer** les données dont il dispose afin de **générer** un résultat qui a le plus de chances de répondre à la demande.

Malgré les apparences, Chat GPT ne comprend rien à votre demande, **il ne crée rien et n'invente rien !**

→ modèle mathématique qui travaille avec ce qu'il a à sa disposition ; génère son contenu sur base de probabilité que ça corresponde à notre demande

 Message ChatGPT



Les chats de l'espace de travail de webdigitales / voilà ne sont pas utilisés pour entraîner nos modèles. ChatGPT peut commettre des erreurs.

ChatGPT peut être utile en quoi ?



- Traduire des textes
- Reformuler un texte dans un autre ton
- Générer un calendrier éditorial de communication
- Ecrire des articles
- Synthétiser des textes
- Compléter des phrases
- Brainstormer
- Transformer un texte en tableau
- Répondre à des questions / avis

Avis client



Avis **fictif** :

"Cadre top, mais quelques détails à revoir"

*"Le cadre est vraiment chouette, super pour profiter des randonnées et du calme. La literie est confortable, on a bien dormi. **Par contre, petit bémol sur le ménage, qui n'était pas nickel à notre arrivée.** Le petit-déjeuner était aussi **un peu décevant**, pas très varié et un peu basique pour le prix. Dans l'ensemble, l'endroit est agréable, mais avec quelques améliorations, ce serait vraiment parfait !"*

Avis client



Avis **fictif** :

"Cadre top, mais quelques détails à revoir"

"Le cadre est vraiment chouette, super pour profiter des randonnées et du calme. La literie est confortable, on a bien dormi. Par contre, petit bémol sur le ménage, qui n'était pas nickel à notre arrivée. Le petit-déjeuner était aussi un peu décevant, pas très varié et un peu basique pour le prix. Dans l'ensemble, l'endroit est agréable, mais avec quelques améliorations, ce serait vraiment parfait !"

ok maintenant imaginons que nous ayons reçu cet avis client, fais moi une réponse pour répondre à cette personne ayant séjourné dans notre gîte. Utilise un ton spontané mais professionnel. Pas trop long

Voici une réponse professionnelle et spontanée à cet avis client :

"Merci pour votre retour !"

Bonjour et merci d'avoir partagé votre expérience. Nous sommes ravis que vous ayez apprécié le cadre naturel et le confort de la literie. Concernant le ménage et le petit-déjeuner, nous vous présentons nos excuses pour ces désagréments. Nous prenons vos remarques très au sérieux et allons immédiatement apporter des améliorations sur ces points pour garantir une meilleure expérience à nos futurs hôtes. Nous espérons avoir l'occasion de vous accueillir à nouveau pour un séjour plus réussi.

Cordialement,
L'équipe du Gîte

Traduction



Il est également possible de traduire directement via ChatGPT

ok traduis moi en anglais cette réponse stp

Here's the translation of the response in English:

"Thank you for your feedback!"

Hello, and thank you for sharing your experience. We're glad to hear that you enjoyed the natural surroundings and found the bedding comfortable. We apologize for the issues with the cleaning and breakfast. We take your comments seriously and will make immediate improvements in these areas to ensure a better experience for future guests. We hope to have the chance to welcome you again for a more enjoyable stay.

Best regards,
The Gîte Team

Réaliser le résumé d'un rapport

Bilan des vacances de printemps 2024 reçu par le CGT

[VOIR LE RESULTAT](#)

🌸 Bilan des vacances de printemps 2024 🌸

Nous sommes heureux de vous partager le **bilan des vacances de printemps 2024** ! 🌿

🔑 Points forts du rapport :

- Une forte diversité d'hébergements pour répondre à tous les besoins.
- Des capacités d'accueil optimisées pour garantir une disponibilité maximale.
- Un large choix de destinations, allant des zones touristiques les plus prisées aux endroits plus tranquilles.
- Des offres et promotions exclusives pour la saison 2024.

🔍 Pour en savoir plus, **consultez le rapport complet** sur notre site web : [\[lien vers votre site\]](#).

Préparez-vous à des vacances inoubliables et n'hésitez pas à découvrir toutes les options disponibles !

#VacancesDePrintemps2024 #Voyage #Hébergement #OffresSpéciales



Commissariat général au Tourisme

Direction du Développement stratégique
Observatoire wallon du Tourisme

Les vacances de printemps 2024

Note méthodologique

En collaboration avec les associations des vacanciers de printemps 2024. Les questions portent sur le taux de fréquentation de l'année précédente, les principales origines des vacanciers et les types de terrain qui y ont participé.

La période des vacances de printemps :
La période des vacances de printemps :

Les types d'opérateurs qui ont été interrogés :

- Les hôtels
- Les hébergements de terroir (gîtes)
- Les villages de vacances
- Les centres de tourisme social
- Les attractions touristiques/museums
- Les Maisons du Tourisme

Les vacances de printemps

Une question sur le ressenti de la météo posée aux opérateurs touristiques :

- Concernant les hébergements, l'été a été bon, 59% qu'elle a été bonne.
- Concernant les attractions touristiques, l'été a été bon, 50% qu'elle a été bonne, 18% très mauvaise et 32% mauvaise.
- Concernant les Maisons du Tourisme, 18% très mauvaise et 82% mauvaise.

Sur base des informations de l'IRM :

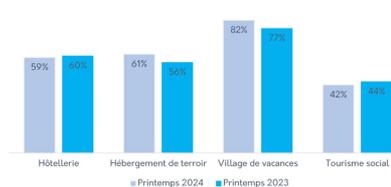
Indicateur météo	Vacances
Température moyenne	
Température minimum	
Température maximum	
Précipitations totales	
Précipitations minimum	0
Précipitations maximum	

Les hébergements touristiques

1. La fréquentation :

Le taux de remplissage des hébergements était de 59% lors des vacances de printemps 2024 contre 58% pour celui de 2023.

Le taux de remplissage par type d'hébergement

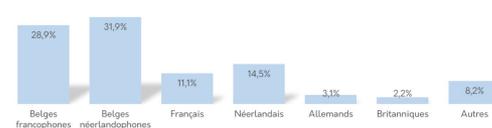


D'un point de vue purement statistique, on constate une légère hausse du taux d'occupation lors des vacances de printemps 2024. Il est difficile d'en établir la causalité tant les raisons peuvent être multifactorielles :

- Météo – il faisait un peu meilleur en 2024 (moins pluvieux et légèrement moins froid mais surtout un très beau week-end de vacances)
- 2èmes vacances de printemps en 2024 suite à la réforme des rythmes scolaires – les Belges francophones avaient peut-être anticipé les vacances à la neige lors du congé de détente et ont souhaité rester en Wallonie pour cette période-ci.

2. Les origines des clientèles :

Vacances de printemps 2024 - Les hébergements



Pause
15'

voilà 

03 octobre 2024

2.3 Générer un prompt efficace

Prompt engineering... UN PROMPT ?!

= l'art de **formuler** des instructions précises, complexes ou non, et efficaces afin de guider l'IA telle que ChatGPT.

Maîtriser le prompt est essentiel pour obtenir les meilleurs résultats.

Prompt engineering - Pourquoi ?

- Résultats plus pertinents et performants
- Réduction des erreurs
- Gain de temps
- Exploitation du modèle
- Personnalisation de la réponse
- Amélioration de l'expérience utilisateur

La méthode : REACTOR

- **ROLE** : définir le rôle de ChatGPT, en tant que quel type de personne doit-il réfléchir ?
 - Exemple : ton rôle est community manager
- **ENVIRONNEMENT** : décrire le contexte de la demande
 - Exemple : je dois rédiger une newsletter pour les vacances d'hiver
- **ACTION** : être clair sur ce qu'on attend de ChatGPT et décomposer en tâches
 - Exemple : d'abord lister les éléments à inclure dans la newsletter puis rédiger
- **CONTRAINTES** : donner des conditions à respecter
 - Exemple : le texte doit faire 200 caractères et en français
- **TON** : donner le ton/style souhaité au texte
 - Exemple : un ton chaleureux, professionnel, humoristique
- **OBJECTIF** : expliquer le but recherché
 - Exemple : la newsletter doit donner envie de réserver
- **RESULTAT** : indiquer le format souhaité
 - Exemple : besoin d'un texte ; tableau ; etc.

Source: Agence SmartForge

REACTOR framework - exemple

Prompt simple : Écris le texte pour la page d'accueil de mon site de gîte.

Résultat probable : Un texte très général, sans personnalité ni éléments spécifiques, qui pourrait s'appliquer à n'importe quel gîte.

Prompt travaillé : Je possède un gîte dans les Ardennes, parfait pour des séjours en pleine nature. Le gîte est une ancienne ferme rénovée avec 3 chambres et un grand jardin, idéal pour les familles ou les couples cherchant le calme et la détente. Il est situé à proximité de sentiers de randonnée, de rivières, et propose des activités comme le VTT ou la pêche. Écris un texte chaleureux pour la page d'accueil de mon site web qui transmet l'idée d'évasion, de sérénité et qui invite les visiteurs à découvrir la nature environnante. Utilise un ton accueillant, informel et authentique."

Résultat probable : Un texte engageant et bien ciblé, qui parle directement aux familles et couples à la recherche de calme et de nature, tout en mettant en valeur les caractéristiques uniques du gîte (rénovation, activités, proximité des sentiers)

Exemple

Générer une liste de sujets pour le calendrier éditorial

Prompt:

Je suis un gîte "au petit dragon" à mons et je cherche à créer du contenu pour mes réseaux sociaux (Facebook et Instagram). Dès lors, commence par me lister des idées de contenu/thématiques à aborder afin de faire mon calendrier éditorial. Fournis moi une liste de sujets pour les publications. Merci

- Présentation du gîte avec photos des pièces principales
- Vidéo ou visite virtuelle du gîte pour donner un aperçu complet
- Histoire derrière "Au Petit Dragon" (origine du nom, inspiration)
- Témoignages et avis clients (avec leur permission)
- Interview courte d'un client régulier ou satisfait
- Suggestions d'activités à faire à Mons et aux alentours
- Focus sur les attractions touristiques à proximité (par exemple, le beffroi de Mons, le Doudou)
- Suggestions de restaurants ou cafés locaux
- Annonce d'offres spéciales ou promotions (séjours longue durée, offres de dernière minute)
- Concours pour un week-end gratuit ou un panier d'accueil spécial
- Journée type au gîte montrant la préparation pour les invités
- Présentation du personnel ou de toi-même pour humaniser ton activité
- Partage d'astuces d'entretien ou de décoration du gîte
- Mise en avant de la décoration saisonnière (automne, Noël, etc.)
- Suggestions d'activités saisonnières ou événements locaux (marché de Noël à Mons, festivals)
- Partage de recettes saisonnières de la région
- Promotion d'événements spéciaux à Mons (festivals, concerts)

Exemple

Générer un calendrier éditorial pour les 3 prochains mois sur base de cette liste.

Super, maintenant fournis moi un calendrier éditorial sous forme de tableau pour les 3 prochains mois avec ces thématiques pour les mois de octobre novembre décembre, à raison d'1 post/semaine et en accord avec la saisonnalité. Merci

Calendrier Éditorial (Octobre - Décembre)

	Date	Thème de la publicat
1	2024-10-01	Présentation du gîte avec photos des pièces principales
2	2024-10-08	Suggestions d'activités à faire à Mons et aux alentours
3	2024-10-15	Décoration automnale et ambiance au gîte

The screenshot shows a browser window with a ChatGPT chat. The user's prompt is: "sous forme de tableau pour les 3 prochains mois avec ces thématiques pour les mois de octobre novembre décembre, à raison d'1 post/semaine et en accord avec la saisonnalité. Merci". The AI's response is a table titled "Calendrier Éditorial (Octobre - Décembre)". Below the table, there is a summary: "Le calendrier éditorial pour les mois d'octobre, novembre et décembre a été créé et est prêt à être consulté. Il inclut des publications hebdomadaires adaptées à la saisonnalité pour 'Au Petit Dragon'. [-]".

Date	Thème de la publicat
1 2024-10-01	Présentation du gîte avec photos des pièces principales
2 2024-10-08	Suggestions d'activités à faire à Mons et aux alentours
3 2024-10-15	Décoration automnale et ambiance au gîte

Le calendrier éditorial pour les mois d'octobre, novembre et décembre a été créé et est prêt à être consulté. Il inclut des publications hebdomadaires adaptées à la saisonnalité pour "Au Petit Dragon". [-]

Export au format xls

DATE	SUJET	TEXTE / LÉGENDE	VISUEL	STATUT
3/10/2024	5 raisons de venir à Mons en famille	<p>🌿👨‍👩‍👧‍👦 Week-end magique en famille à Mons !</p> <p>Entre histoire, nature, et légendes, chaque coin de rue réserve une surprise.</p> <p>Partagez vos moments préférés à #AuPetitDragonMons pour nous montrer vos découvertes ! 🌿👨‍👩‍👧‍👦</p>	     	Programmé
10/10/2024	présentation de l'équipe	texte	image	
15/10/2024	avis client	texte	image avec texte avis client	



Personnalisez ChatGPT

Fournir les bonnes instructions à chat GPT afin de mieux faire connaissance...

Personnaliser ChatGPT

Instructions personnalisées ⓘ

Avez-vous des informations à fournir à ChatGPT pour l'aider à mieux vous répondre ?

0/1500

Masquer les conseils ⓘ

Quel type de réponse souhaitez-vous de la part de ChatGPT ?

0/1500

Fonctionnalités de GPT-4 ⓘ

Navigation DALL-E Code

Activer pour les nouveaux chats

Annuler

Enregistrer

Amorces de réflexion

- Où êtes-vous localisé ?
- Quel est votre métier ?
- Quels sont vos loisirs et vos centres d'intérêt ?
- Quels sont les sujets dont vous pouvez parler pendant des heures ?
- Quels sont vos objectifs ?

Rédiger un rapport à partir de mes données

qsövet@webdigitales.be +

webdigitales / voilà 🔒

Compte personnel

Gérer l'espace de travail

Mes GPT

Personnaliser ChatGPT

Paramètres

Télécharger l'appli macOS

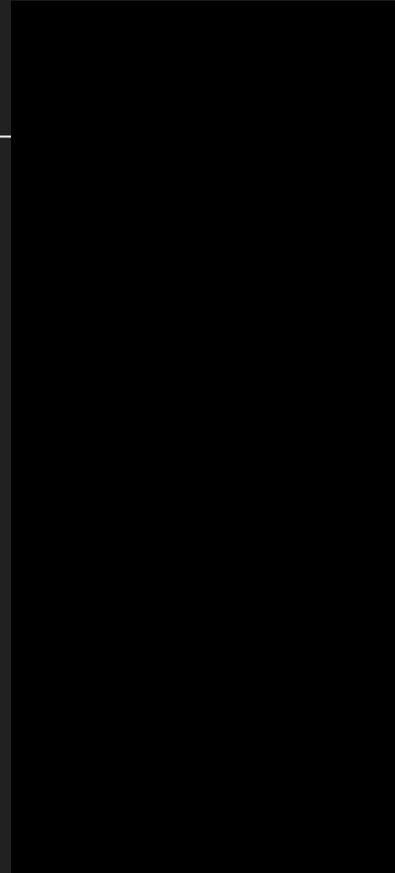
Se déconnecter

Focus sur un sujet

Visite de Mons

Donner envie de découvrir Mons, son côté historique et les visites à faire.

On demande à ChatGPT de se **focaliser sur une thématique** et de la développer afin d'en faire un carrousel pour les **réseaux sociaux**.



Focus sur un sujet

Visite de Mons

Donner envie de découvrir Mons, son côté historique et les visites à faire.



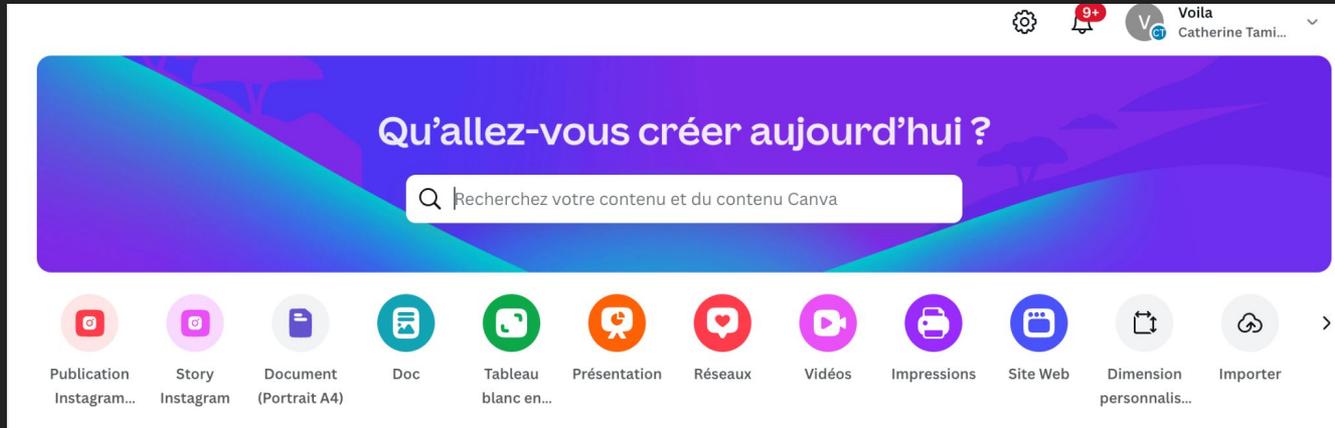
3. Canva

3.1 Présentation, fonctionnalités et avantages

3.1 Canva



- Outil de design graphique en ligne (navigateur ou application)



Utilisations

- Publications pour **réseaux sociaux** :
Créer des visuels attractifs pour
Instagram, Facebook.

Templates Instagram

Racontez-vous en beauté grâce à nos modèles de posts instagram uniques et originaux. 100% personnalisables & gratuits

Tous les filtres 1 Carré Style Ma langue uniquement Thème Outil Couleur

20 000 modèles

- Design vierge
- Bleu orange C...
Publication Inst...
- Weekend Call...
Publication Inst...
- Grey Black Si...
Publication Inst...
- Beige Et Blan...
Publication Inst...
- Vacances
- Publication In...
Publication Inst...
- Publication in...
Publication Inst...
- Les 5 piliers du bien être
- Publication In...
Publication Inst...
- Webste Launch
- Minimalist W...
Publication Inst...
- bonjour
- Blanc Pho ?
Publication Inst...

Utilisations

- Publications pour **réseaux sociaux** :
Créer des visuels attractifs pour Instagram, Facebook.
- **Affiches et flyers** : Conception facile d'affiches pour promouvoir des événements ou des offres spéciales.

Modèles de flyers gratuits

Aux formats A4, A5, recto-verso... Parcourez tous nos exemples de flyers et trouvez le modèle de flyer au design parfait pour vous ramener le plus de clientèle et de ventes !



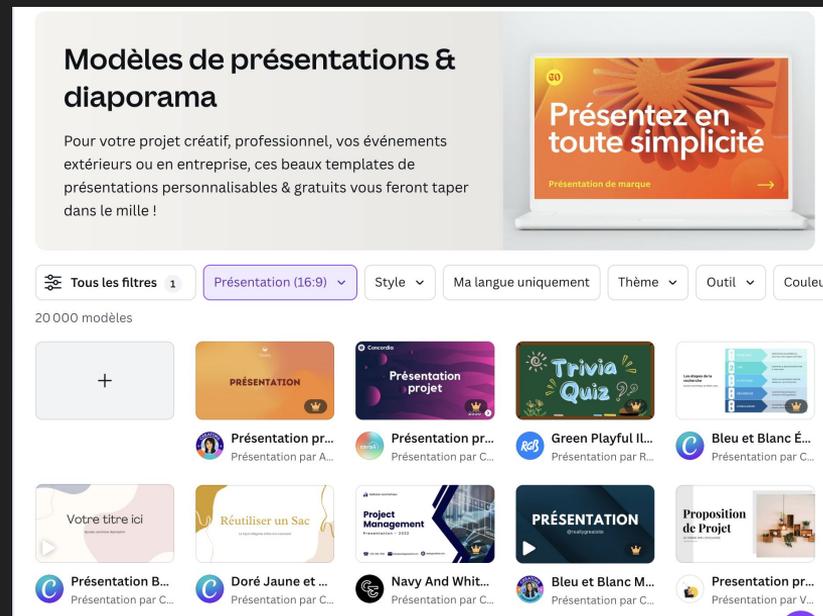
Tous les filtres Format Style Ma langue uniquement Thème Outil

20 000 modèles

- + Design vierge
- Pink and Maro...
Flyer par Rongbaaz
- Black and Ora...
Flyer par Rongbaaz
- Flyer Réunion ...
Flyer par Ibel Stu...
- Thank You!
- EXPLORE THE WORLD
- EXPLORE THE WORLD
ORGANIZE YOUR TRIP WITH US

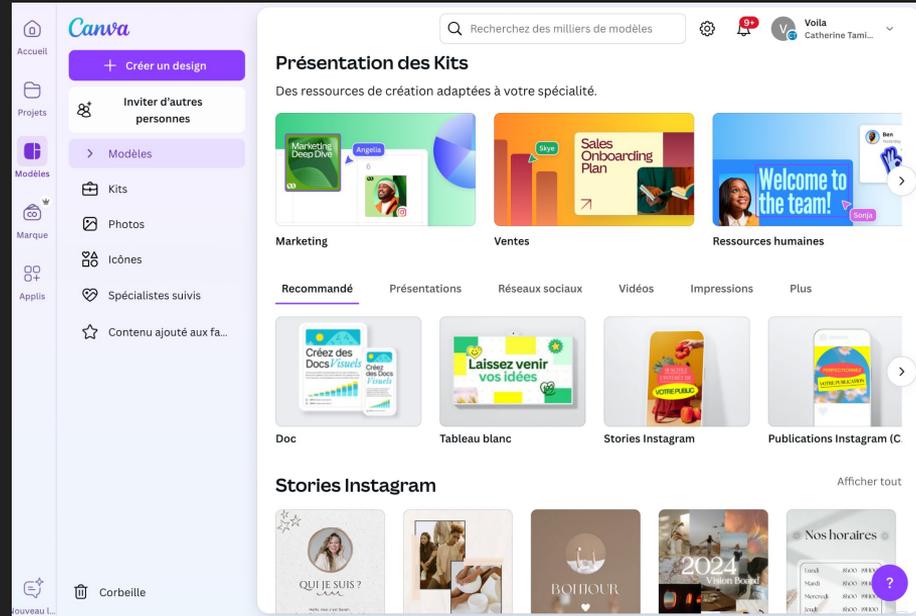
Utilisations

- Publications pour **réseaux sociaux** : Créer des visuels attractifs pour Instagram, Facebook.
- **Affiches et flyers** : Conception facile d'affiches pour promouvoir des événements ou des offres spéciales.
- **Présentations et brochures** : Réaliser des présentations visuelles et des brochures pour informer les clients sur les services.



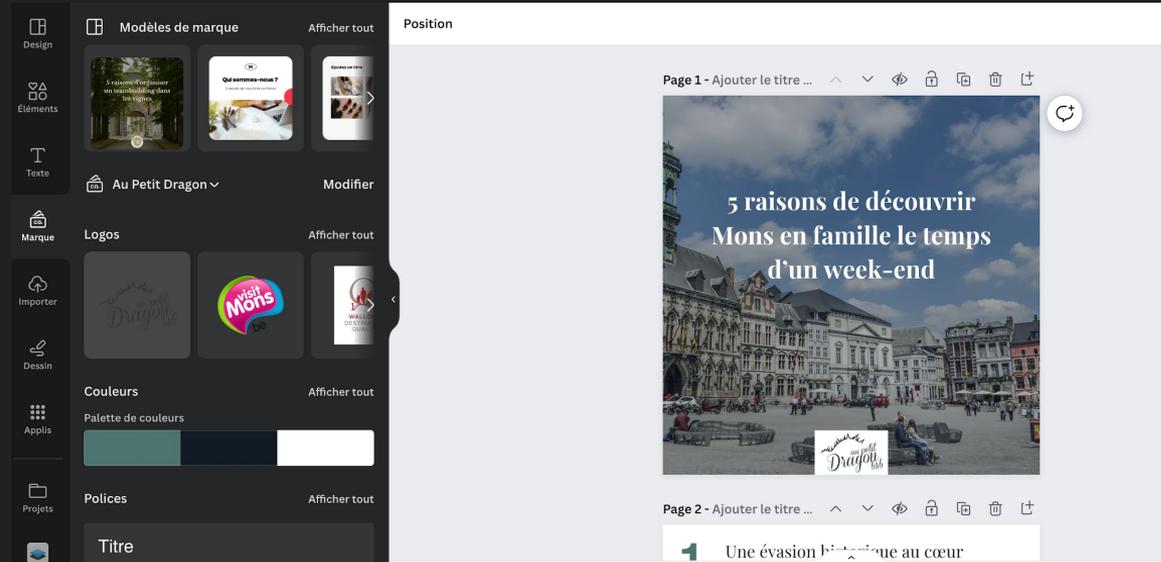
Simplicité et flexibilité

- Des modèles préconçus adaptés à différents besoins (posts, affiches, cartes de visite, etc.).
- Possibilité de personnaliser facilement les couleurs, les polices, les images et les mises en page.



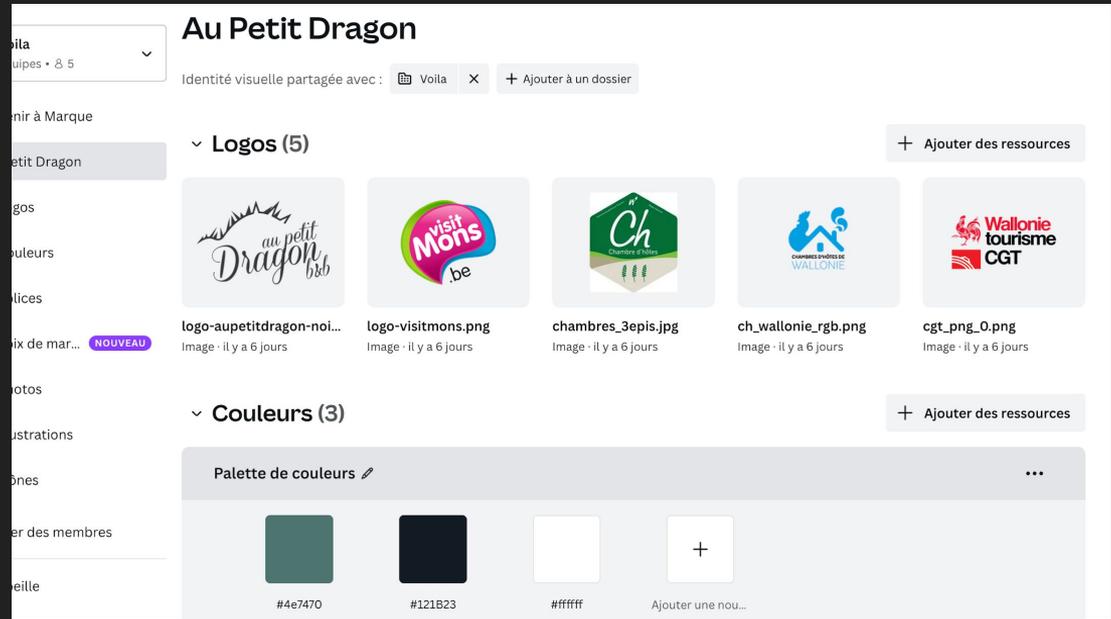
Outil Collaboratif

- Possibilité de travailler à plusieurs sur un même projet et de partager facilement les designs avec son équipe ou ses collaborateurs.



Créer son modèle de marque

- Possibilité d'incorporer sa charte graphique (couleurs, typo, etc.) + logo + images
- Fonctionnalité payante



Canva : BONUS

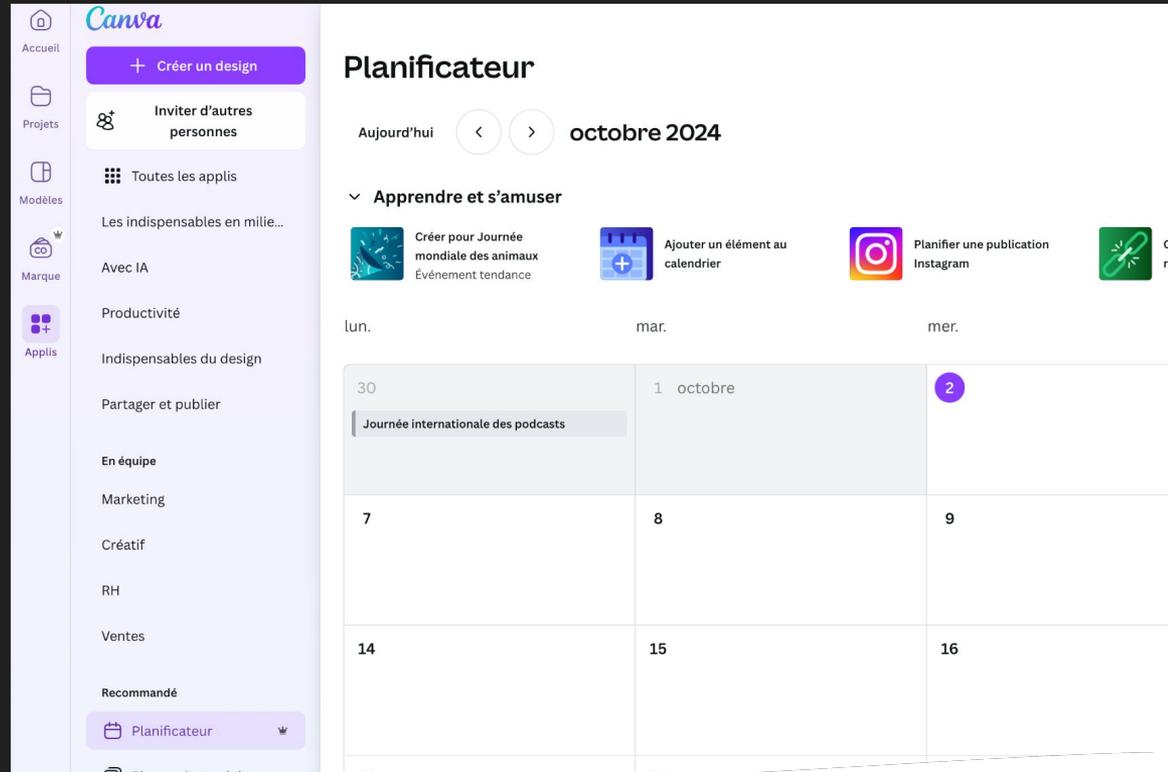


Calendrier editorial

- Intégration des réseaux sociaux pour publications automatique.

Calendrier editorial

- Intégration des réseaux sociaux pour publications automatique.



The screenshot shows the Canva 'Planificateur' (Scheduler) interface. On the left is a sidebar with navigation icons for 'Accueil', 'Projets', 'Modèles', 'Marque', and 'Appis'. The main area is titled 'Planificateur' and shows the current date as 'Aujourd'hui' and the month 'octobre 2024'. Below this, there's a section 'Apprendre et s'amuser' with several task cards: 'Créer pour Journée mondiale des animaux Événement tendance', 'Ajouter un élément au calendrier', and 'Planifier une publication Instagram'. At the bottom, a calendar grid is visible with columns for 'lun.', 'mar.', and 'mer.'. The grid shows dates from 30 to 16, with '1 octobre' highlighted and a purple circle containing the number '2' next to it. A task card 'Journée internationale des podcasts' is positioned over the 1st of October.

Canva : BONUS



Intégration DALL E

- Génération d'image directement sur CANVA

Fichier Redimensionner Retouche ↕ ↶ ↷ ↻

Design

Éléments

Texte

Marque

Importer

Dessin

DALL·E

Je souhaite avoir des cracheurs de feu dans une ambiance halloween dans les bois

Canva : BONUS



Intégration DALL E

- Génération d'image directement sur CANVA

Fichier Redimensionner Retouche QS +

DALL-E



Je souhaite avoir des cracheurs de feu dans une ambiance halloween dans les bois

This technology is new and improving, please check its accuracy and [report these images](#) if they don't seem right.

Generate again



Château de Bioul
MADE WITH IN BELGIUM

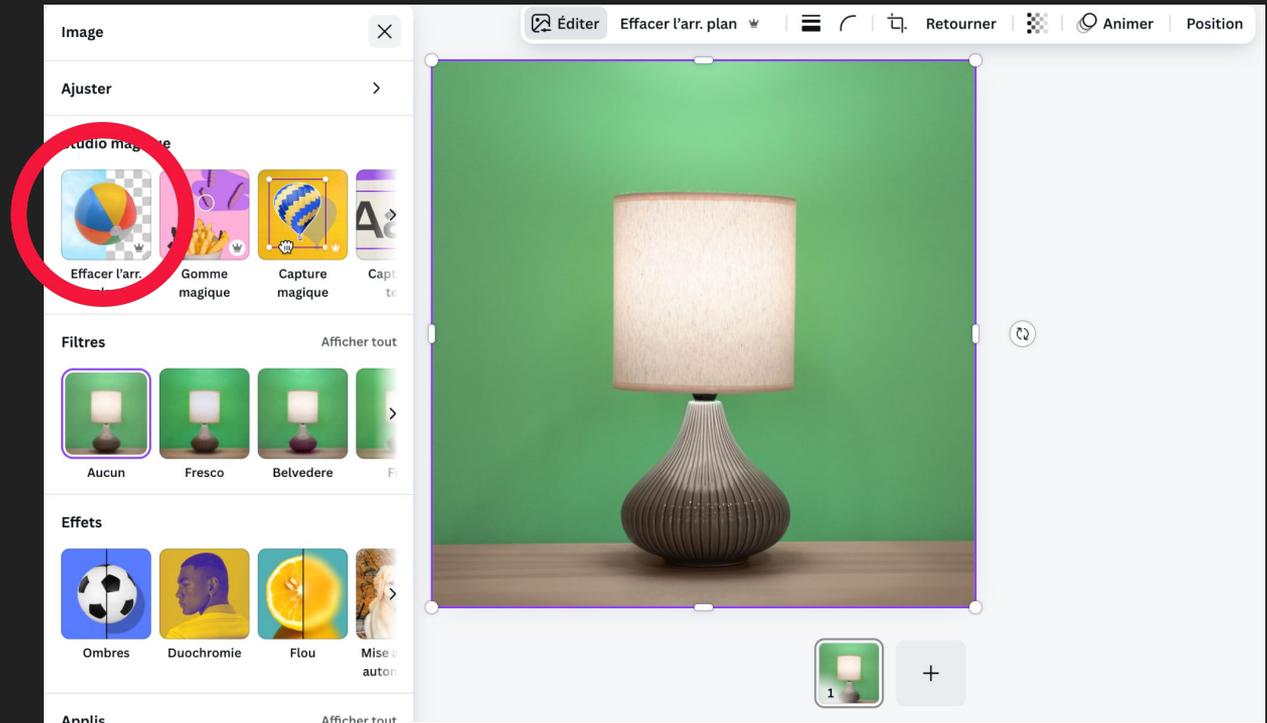
Effacer arrière plan

- Effacer l'arrière plan d'une image pour en garder l'objet principal



Effacer arrière plan

- Effacer l'arrière plan d'une image pour en garder l'objet principal



Gratuit VS payant



Caractéristiques	Version Gratuite (Canva)	Version Payante (Canva Pro)
Accès aux modèles	250 000+ modèles gratuits	610 000+ modèles premium
Accès aux photos et vidéos	100 000+ éléments gratuits	100 millions+ d'images, vidéos, et audios premium
Stockage	5 Go de stockage	1 To de stockage
Suppression de l'arrière-plan	Non disponible	Disponible (suppression en un clic)
Téléchargement en haute qualité	Formats PDF, PNG, JPG limités	Formats haute qualité (PNG transparent, PDF imprimable, etc.)
Création de kits de marque	Non disponible	Disponible (logos, polices et couleurs personnalisées)
Redimensionnement magique	Non disponible	Disponible (redimensionnement en un clic)
Polices premium	Accès limité aux polices gratuites	Accès à des milliers de polices premium
Outils collaboratifs	Collaboration basique	Collaboration avancée avec commentaires en temps réel et dossiers partagés
Animations avancées	Animations de base	Animations et effets avancés
Planificateur de contenu	Non disponible	Disponible (planification et publication directe sur les réseaux sociaux)

Exercice

Canva + ChatGPT

voilà

3 octobre 2024

Exercice de rédaction + réalisation

1. Choisissez une thématique pour créer un post (demandez des idées à ChatGPT si besoin)
2. Utilisez Canva pour réaliser un visuel cohérent, en lien avec votre établissement pour les fêtes de fin d'année
3. Utilisez ChatGPT pour rédiger une légende impactante pour les réseaux sociaux, pour accompagner le visuel
4. On est là si vous avez des questions!

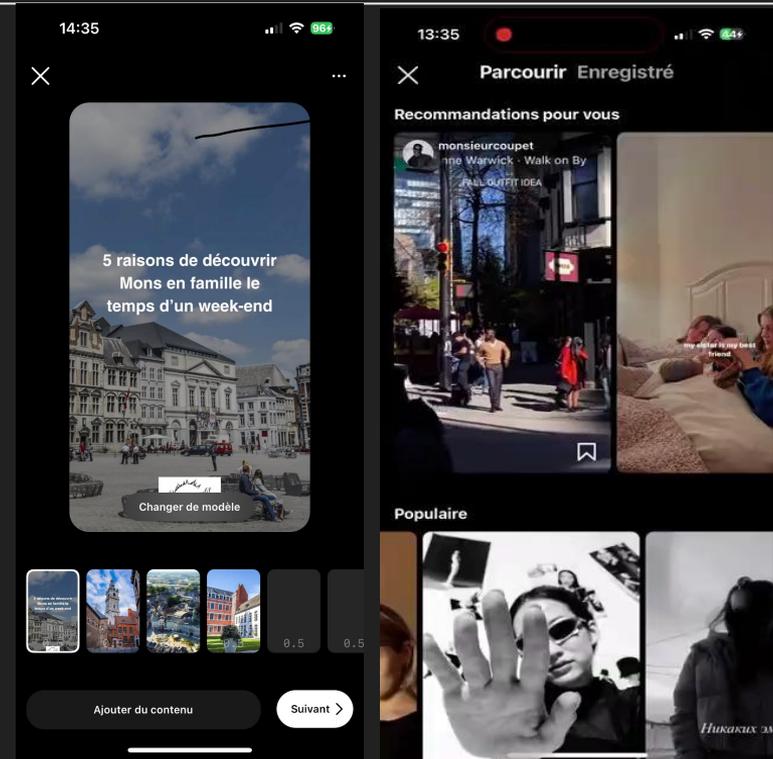
4. Reel Meta (Instagram & Facebook)

Reels

Les Reels sont des **courtes séquences vidéo d'une durée maximum de 90 secondes.**

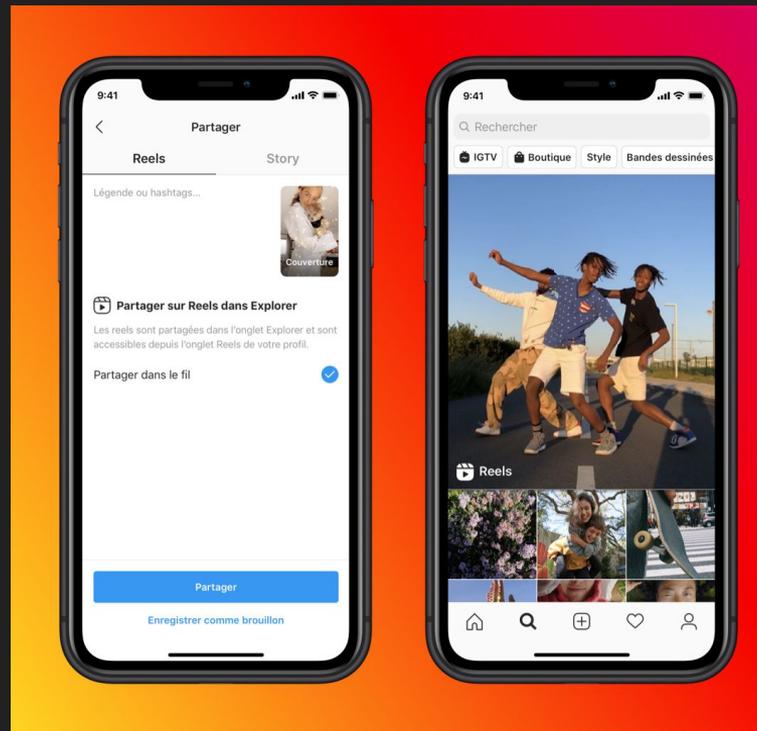
Ces vidéos, qui s'affichent au format vertical, ne sont pas sans rappeler le format de contenu proposé sur TikTok. Contrairement aux stories, les Reels **ne s'effacent pas automatiquement au bout de 24 h.**

Attention : vous n'avez que 3 secondes pour retenir l'attention des utilisateurs !



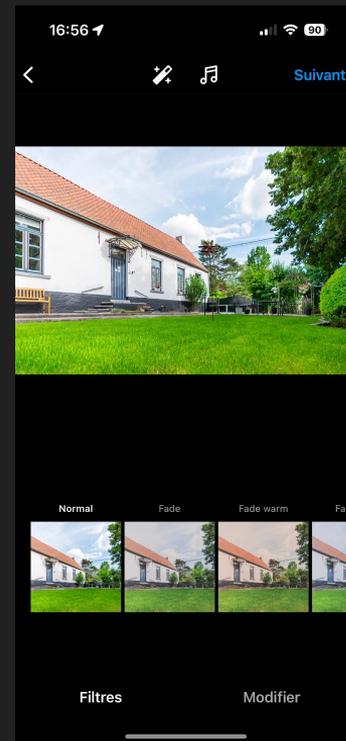
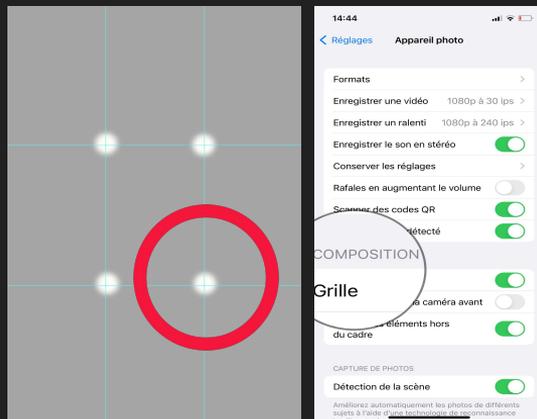
Viralité! Pourquoi?

- **Algorithme** : Instagram met en avant les reels + visibles dans Explorer > on touche pas que ses abonnés
- Format **engageant** : les vidéos captent l'attention, c'est un contenu dynamique
- Contenu **partageable** : facilement partageable en story, MP, etc > boost viralité
- Interactions
- Aligné avec les **tendances** actuelles



Quelques conseils de base en photo & video

- La qualité de l'image
- La règle des $\frac{1}{3}$
- Les perspectives



Créer un reel instagram

Penser à utiliser des “**modèles**” pour plus de facilité et suivre des sons “trends”.



5. Questions

Merci!



voilà