

ARKSOS formation

LE GUIDE OFFERT PAR ARKSOS FORMATION

Mettre l'IA au travail

40 usages concrets pour les TPE et PME, et les pièges à éviter.

Sans jargon. Écrit par des formateurs, pas par des robots.

Édition 2026

L'ESPRIT DE CE GUIDE

Pourquoi on l'a écrit

Il y a un an, l'intelligence artificielle, c'était surtout du bruit. Aujourd'hui, c'est un outil que vos concurrents utilisent peut-être déjà pour aller plus vite. Pas pour faire mieux que vous, non. Juste pour gagner du temps sur les tâches qui en prennent trop.

Chez Arksos, on forme des artisans, des commerçants, des indépendants et des équipes de PME. On les voit arriver méfiants, souvent débordés, parfois un peu perdus devant tous ces outils dont tout le monde parle. Et on les voit repartir avec deux ou trois réflexes simples qui changent vraiment leur semaine.

Ce guide, c'est exactement ça. Pas un cours magistral, pas des promesses en l'air. Des usages concrets, que vous pouvez essayer dès cet après-midi, et les pièges à connaître pour ne pas vous mettre en difficulté.

On l'a écrit comme on forme : simplement, en partant de votre quotidien. Prenez ce qui vous sert, laissez le reste. Et si vous voulez aller plus loin, on sera là.

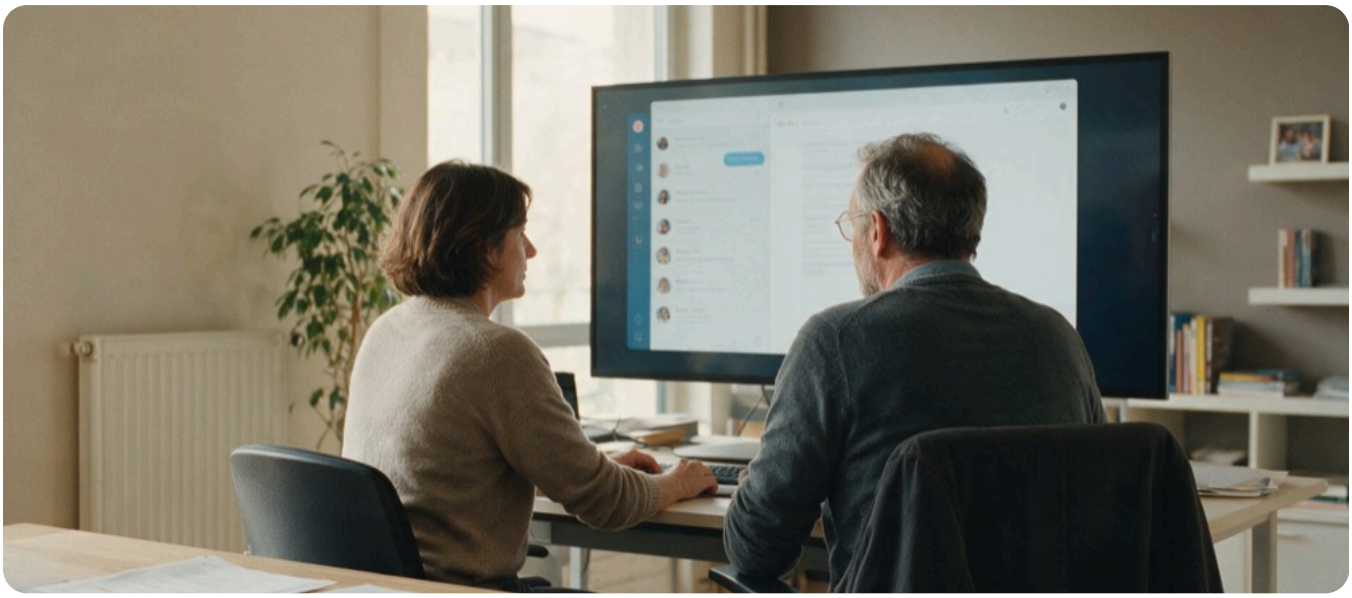
Bonne lecture,

Eric Prébin

Arksos Formation



À qui s'adresse ce guide



À vous, si vous dirigez ou faites tourner une petite entreprise. À vous si vous êtes artisan, commerçant, indépendant, ou dans une équipe où chacun porte plusieurs casquettes et court après le temps. Pas besoin d'être à l'aise avec la technique, ni d'avoir envie de le devenir. Si vous savez écrire un message sur votre téléphone, vous savez déjà utiliser une IA.

Ce guide ne cherche pas à faire de vous un expert. Il cherche à vous faire gagner du temps sur les corvées d'écriture et d'organisation, pour que vous en gardiez davantage pour votre métier, vos clients et vos proches. Rien de plus, mais c'est déjà beaucoup.

Comment le lire : dans l'ordre si vous débutez, ou en piochant directement la recette qui vous parle. La partie centrale réunit 40 usages concrets, classés par métier, chacun prêt à essayer. Notre conseil : gardez ce guide sous la main, testez-en un cette semaine, puis un autre la semaine suivante. C'est en faisant qu'on apprend, jamais en lisant tout d'un coup.



PARTIE 1

Comprendre en quinze minutes

L'essentiel pour partir du bon pied, sans se noyer.

1

L'IA générative, en clair



Imaginez un collègue qui aurait tout lu, qui écrit très vite, qui parle toutes les langues et qui ne se fatigue jamais. Pratique. Sauf qu'il n'a jamais mis les pieds dans votre entreprise, qu'il ne connaît pas vos clients, et qu'il lui arrive de dire des bêtises avec un aplomb déconcertant.

Voilà ce qu'est une IA générative : un assistant qui produit du texte, des images ou du code à partir de ce que vous lui demandez. Elle ne « sait » pas au sens où nous l'entendons. Elle assemble des réponses très plausibles. C'est une force quand on l'utilise bien, et un risque quand on lui fait aveuglément confiance.

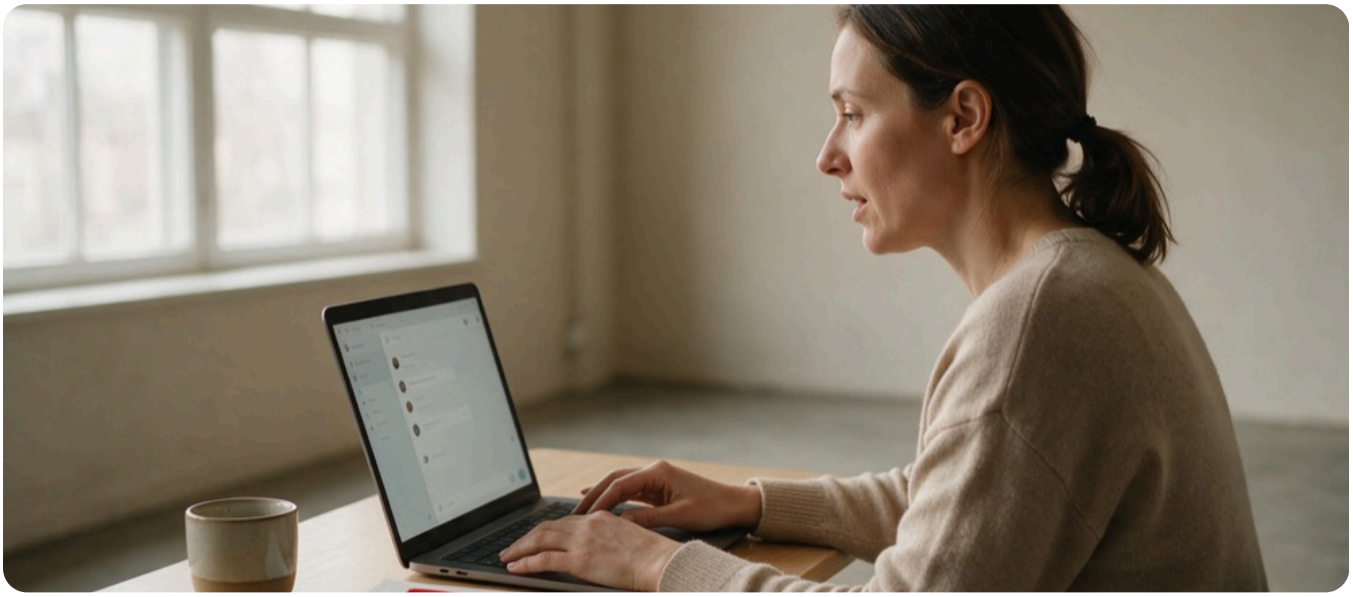
Prenez Sophie, qui tient un salon de coiffure à Cholet. Le lundi, elle passait sa pause à répondre aux mêmes questions sur sa page : les horaires, les tarifs, les disponibilités. Depuis qu'elle demande à une IA de lui préparer des réponses toutes prêtes, elle y consacre dix minutes au lieu d'une heure. L'IA n'a pas pris sa place. Elle lui a rendu sa pause.

La bonne nouvelle, c'est qu'il n'y a rien à installer et rien à coder. Vous écrivez votre demande comme un message, en français, et vous obtenez une réponse en quelques secondes. Si vous savez envoyer un texto, vous savez déjà commencer.

Pas besoin d'être du métier, ni d'avoir vingt ans. Les plus belles idées qu'on voit passer en formation viennent souvent de personnes qui se disaient fâchées avec l'informatique. Elles ont simplement commencé petit, sur une tâche qui les agaçait, et elles ont pris goût au temps gagné.

2

Les quatre grands outils, lequel pour quoi



Ils se ressemblent beaucoup et font à peu près la même chose. Inutile de tous les prendre, et encore moins de tous les payer. Voici comment choisir sans se tromper.

Tous se pilotent de la même façon, en français, en leur parlant comme à une personne. Ce qui les distingue vraiment, c'est l'endroit où ils vivent et les outils auxquels ils sont reliés.

ChatGPT (OpenAI)	Le plus polyvalent, idéal pour commencer. Rédaction, idées, résumés, traduction. La version gratuite suffit largement pour découvrir.
Copilot (Microsoft)	Le bon choix si vous vivez dans Word, Excel, Outlook et Teams. Il travaille directement dans vos fichiers et vos mails.
Claude (Anthropic)	À l'aise sur les textes longs et nuancés : analyser un document, rédiger proprement, garder un ton juste.
Gemini (Google)	Intégré à l'univers Google (Gmail, Docs, recherche). Pratique si votre entreprise travaille déjà avec ces outils.

Notre conseil : commencez avec un seul outil, celui qui colle à vos habitudes. Vous en changerez plus tard si le besoin s'en fait sentir. Mieux vaut bien maîtriser un outil que survoler les quatre.

Et rassurez-vous : passer de l'un à l'autre se fait en une après-midi. Les réflexes que vous prenez sur l'un vous servent partout, car ils se ressemblent tous dans la manière de leur parler.

3

Bien parler à une IA : cinq réflexes

La qualité de la réponse dépend surtout de la qualité de la demande. Ce n'est pas de la magie, c'est une conversation. Et comme toute conversation, elle se mène. Cinq réflexes suffisent pour passer de réponses décevantes à des réponses vraiment utiles.

1 **Donnez-lui un rôle et un contexte**

« Tu es mon assistant commercial. Je vends des cuisines sur mesure à des particuliers. »

2 **Dites ce que vous voulez vraiment**

Le format, la longueur, le ton : « un mail court, chaleureux, cinq lignes maximum ».

3 **Montrez un exemple**

Collez un de vos anciens textes : « écris dans ce style ».

4 **Dialoguez, corrigez**

La première réponse est rarement la bonne. Dites « trop long », « plus direct », « enlève le jargon ».

5 **Relisez toujours**

Vous gardez la main. L'IA propose, vous décidez et vous signez.

Un exemple vaut mieux qu'un long discours. Comparez : « écris un mail de relance » donne un texte passe-partout, froid, qu'on n'ose pas envoyer. « Tu es gérant d'un garage. Relance un client qui n'a pas répondu à un devis de pneus envoyé il y a une semaine, ton cordial, propose de le rappeler » donne un mail que vous pouvez presque envoyer tel quel.

Gardez cette idée en tête pour toute la suite du guide : plus vous donnez de contexte, meilleur est le résultat. Une IA, c'est un très bon exécutant qui a besoin d'un bon chef. Ce chef, c'est vous.



4

Ce que ça coûte, ce que ça vaut



La version gratuite permet déjà de faire beaucoup, et c'est par là qu'il faut commencer. Les versions payantes tournent autour de 20 à 30 euros par mois et par personne : elles sont plus puissantes, plus à jour, et surtout mieux protégées pour vos données professionnelles, un point sur lequel nous reviendrons.

Mais le vrai coût n'est pas l'abonnement. C'est le temps de prise en main : quelques heures pour attraper les bons réflexes. C'est exactement ce temps que ce guide, et nos formations, cherchent à vous faire gagner.

Un exemple parmi tant d'autres. Un artisan que nous avons formé passait deux heures, chaque dimanche soir, à préparer ses devis de la semaine. En les dégrossissant avec une IA à partir de ses notes de chantier, il est descendu à quarante minutes. Deux heures de dimanche rendues à sa famille, toutes les semaines. Voilà ce que ça vaut.

Alors faites le calcul pour vous. Notez, sur une semaine, les tâches d'écriture et d'organisation qui vous grignotent du temps : mails, devis, comptes rendus, publications. C'est votre vrai budget. L'abonnement, à côté, pèse bien peu.

La bonne question n'est donc pas « combien ça coûte », mais « combien d'heures par semaine je passe sur des tâches que l'IA pourrait dégrossir ». Souvent, la réponse donne le vertige, et c'est une très bonne nouvelle.

?

Un exemple, en vrai

Pour bien voir ce qui change, prenons une tâche banale : relancer un client qui n'a pas répondu à un devis. Le même outil, selon la demande, donne deux résultats très différents.

La demande floue

« Écris un mail de relance. »

Vous obtenez un texte passe-partout, un peu froid, qui pourrait venir de n'importe qui. Le genre de mail qu'on n'ose pas vraiment envoyer.

La demande qui marche

« Tu es gérant d'un garage. Relance un client qui n'a pas répondu à un devis de pneus envoyé il y a une semaine. Ton cordial, cinq lignes, propose de le rappeler pour en parler de vive voix. »

Vous obtenez un mail prêt à partir : *Bonjour, je reviens vers vous au sujet du devis pour vos pneus, envoyé la semaine dernière. Avez-vous pu y jeter un œil ? Je reste à votre disposition pour en discuter, et je peux vous rappeler quand cela vous arrange. Bonne journée.*

Même outil, deux minutes d'écart. Toute la différence tient dans la demande. C'est précisément ce qui s'apprend, et ce que vous allez retrouver dans les 40 recettes qui suivent.

Cinq erreurs de débutant, faciles à éviter

Personne ne naît expert, et tout le monde fait ces erreurs au début, nous les premiers. La bonne nouvelle, c'est qu'elles se repèrent de loin une fois qu'on les connaît. Voici les cinq faux pas qu'on voit le plus souvent en formation, et comment les éviter dès le premier jour.

1 **Tout croire sur parole**

Elle se trompe parfois, et avec aplomb. Vérifiez les chiffres, les dates et le juridique.

2 **Lui donner trop peu de contexte**

Sans contexte, elle devine, et devine souvent mal. Dites-lui qui vous êtes et ce que vous voulez.

3 **Y coller des données sensibles**

Pas de noms de clients, de mots de passe ni de secrets dans un outil gratuit.

4 **Attendre la perfection au premier coup**

La première réponse est un brouillon. Corrigez, précisez, relancez.

5 **Lui laisser décider à votre place**

Elle prépare, elle propose. La décision, l'envoi et la signature restent à vous.

Aucune de ces erreurs n'est grave si vous gardez le réflexe de relire. Elles deviennent même un jeu : au bout de quelques jours, vous les verrez venir et vous sourirez en les corrigeant.





PARTIE 2

40 usages concrets, par métier

Des recettes prêtes à essayer. La situation, quoi demander, ce que vous obtenez.

Direction et gestion

Résumer un document long

LA SITUATION

Un contrat, un rapport, un compte rendu de 20 pages à lire avant ce soir.

VOUS DEMANDEZ

« Résume ce document en 10 points, et signale-moi ce à quoi je dois faire attention. »

VOUS OBTENEZ

Une synthèse claire et les points de vigilance, en deux minutes.

20 min gagnées

Préparer une réunion

LA SITUATION

Vous animez une réunion d'équipe et vous manquez de temps pour la cadrer.

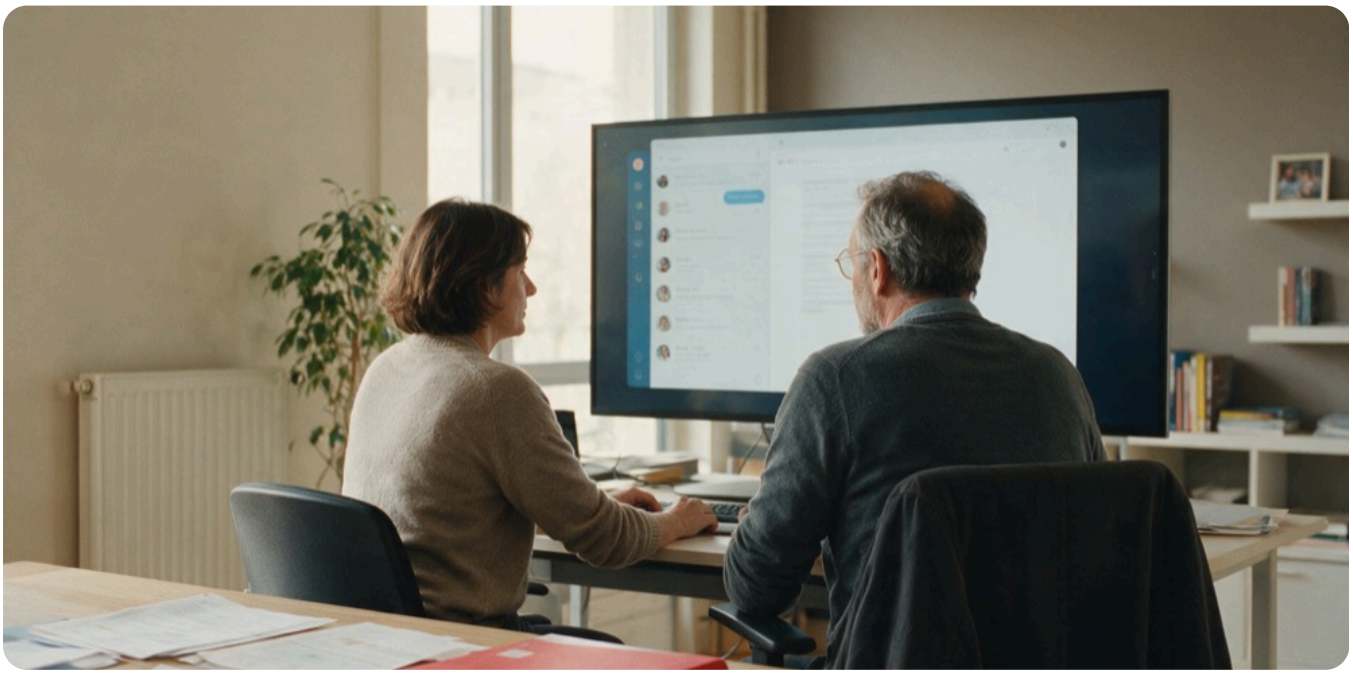
VOUS DEMANDEZ

« Prépare un ordre du jour pour une réunion d'une heure sur [sujet], avec une durée par point. »

VOUS OBTENEZ

Un déroulé minuté, prêt à partager.

15 min



Direction et gestion (suite)

Transformer des notes en compte rendu

LA SITUATION

Vous sortez d'une réunion avec trois pages de notes en vrac.

VOUS DEMANDEZ

« Voici mes notes. Fais-en un compte rendu clair, avec les décisions et qui fait quoi. »

VOUS OBTENEZ

Un relevé de décisions propre, à envoyer tel quel.

30 min

Comparer deux devis

LA SITUATION

Deux fournisseurs, deux devis qui ne présentent pas les choses pareil.

VOUS DEMANDEZ

« Compare ces deux devis ligne par ligne et dis-moi les différences qui comptent. »

VOUS OBTENEZ

Un tableau comparatif et les écarts à surveiller.

25 min



Direction et gestion (suite)

Transformer une idée en plan d'action

LA SITUATION

Vous avez une idée, pas encore le temps de la structurer.

VOUS DEMANDEZ

« Aide-moi à transformer cette idée en plan d'action simple, avec des étapes et des priorités. »

VOUS OBTENEZ

Une feuille de route de départ, à ajuster.

20 min

Préparer un rendez-vous important

LA SITUATION

Rendez-vous banque, partenaire, gros client, et vous voulez être carré.

VOUS DEMANDEZ

« Prépare-moi les questions probables et des réponses solides pour ce rendez-vous : [contexte]. »

VOUS OBTENEZ

Un pense-bête rassurant pour arriver préparé.

30 min



Commercial et vente

Un mail de prospection qui se lit

LA SITUATION

Vos mails de prospection finissent à la corbeille.

VOUS DEMANDEZ

« Écris un mail de prospection court et concret pour [cible], centré sur un bénéfice, sans flatterie. »

VOUS OBTENEZ

Un message qui va droit au but et donne envie de répondre.

20 min

Relancer sans braquer

LA SITUATION

Un client n'a pas répondu à votre devis et vous ne voulez pas insister lourdement.

VOUS DEMANDEZ

« Relance ce client avec tact, propose de l'aider, laisse-lui une porte de sortie. »

VOUS OBTENEZ

Une relance polie qui garde la relation intacte.

10 min



Commercial et vente (suite)

Rédiger une proposition commerciale

LA SITUATION

Il faut formaliser une offre et vous partez de la page blanche.

VOUS DEMANDEZ

> *« Rédige une proposition claire à partir de ces éléments : [besoin, solution, prix]. »*

VOUS OBTENEZ

Une trame structurée à personnaliser.

40 min

Anticiper les objections

LA SITUATION

Vous voulez arriver préparé face aux « c'est trop cher » et autres freins.

VOUS DEMANDEZ

> *« Liste les objections probables sur [offre] et propose une réponse honnête pour chacune. »*

VOUS OBTENEZ

Un aide-mémoire pour ne jamais être pris de court.

25 min



Commercial et vente (suite)

Transformer une fiche technique en argument

LA SITUATION

Vos produits ont des caractéristiques, pas encore d'arguments de vente.

VOUS DEMANDEZ

« Transforme cette fiche technique en bénéfices concrets pour le client. »

VOUS OBTENEZ

Des arguments qui parlent au client, pas à l'ingénieur.

20 min

Des réponses types aux questions fréquentes

LA SITUATION

Vous répondez dix fois par semaine aux mêmes questions.

VOUS DEMANDEZ

« Rédige des réponses types, claires et aimables, à ces questions fréquentes : [liste]. »

VOUS OBTENEZ

Une bibliothèque de réponses à réutiliser.

1 h / semaine



Commercial et vente (suite)

Préparer un appel de prospection

LA SITUATION

Vous devez décrocher le téléphone et vous cherchez vos mots.

VOUS DEMANDEZ

> *« Prépare-moi une trame d'appel pour présenter [offre] en 30 secondes, ton naturel. »*

VOUS OBTENEZ

Un fil conducteur pour appeler sans stresser.

15 min



Administratif et assistanat

Répondre à ses mails plus vite

LA SITUATION

La boîte mail déborde et chaque réponse prend du temps.

VOUS DEMANDEZ

« Propose une réponse courte et polie à ce mail : [coller le mail]. »

VOUS OBTENEZ

Un brouillon à relire et envoyer en un instant.

30 min / jour

Rédiger un mail délicat

LA SITUATION

Un retard à annoncer, un refus à formuler, une réclamation à traiter.

VOUS DEMANDEZ

« Aide-moi à écrire ce message difficile avec tact et fermeté : [situation]. »

VOUS OBTENEZ

Un ton juste, ni sec ni mou.

15 min



Administratif et assistanat (suite)

Créer un modèle réutilisable

LA SITUATION

Vous refaites sans cesse le même type de document.

VOUS DEMANDEZ

« Crée un modèle de [devis, courrier, attestation] que je pourrai réutiliser. »

VOUS OBTENEZ

Un gabarit propre, prêt à dupliquer.

30 min

Traduire un document professionnel

LA SITUATION

Un client étranger, un document à envoyer en anglais.

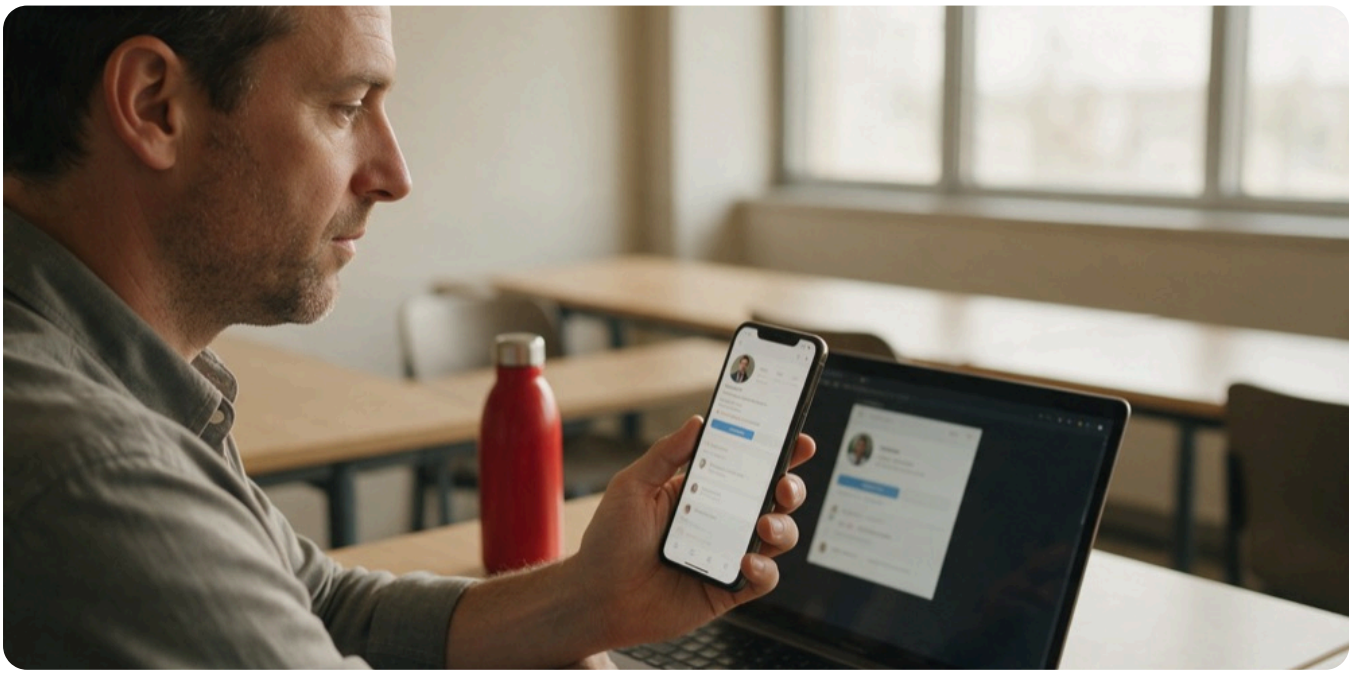
VOUS DEMANDEZ

« Traduis ce texte en anglais professionnel, naturel, pas mot à mot. »

VOUS OBTENEZ

Une traduction fluide, pas robotique.

20 min



Administratif et assistanat (suite)

Corriger et mettre en forme

LA SITUATION

Un texte écrit vite, avec des fautes et un peu décousu.

VOUS DEMANDEZ

« Corrige les fautes et reformule ce texte pour qu'il soit clair, sans en changer le sens. »

VOUS OBTENEZ

Un texte propre et lisible.

15 min

Extraire l'essentiel d'un tableau

LA SITUATION

Un export, un tableau touffu, et vous cherchez l'info qui compte.

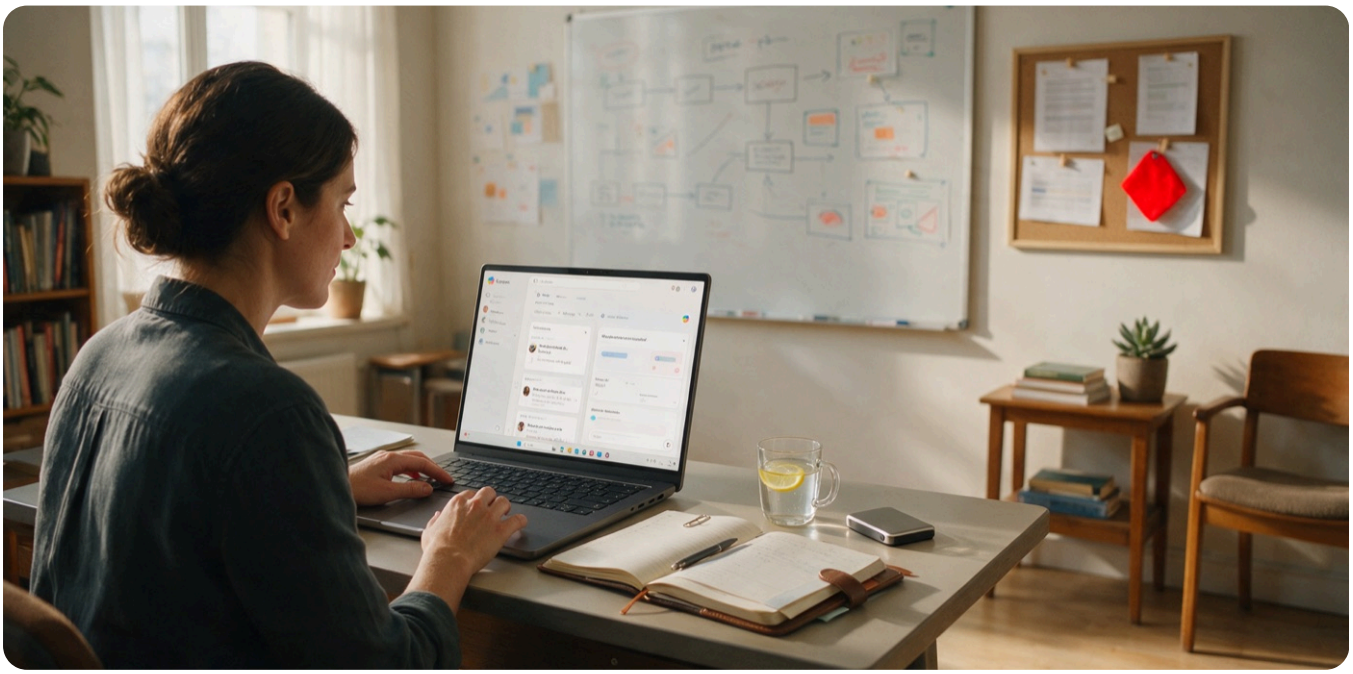
VOUS DEMANDEZ

« Dans ces données, repère les tendances et les chiffres à retenir. »

VOUS OBTENEZ

Une lecture en clair de vos chiffres.

25 min



Administratif et assistanat (suite)

Classer et retrouver ses documents

LA SITUATION

Vous perdez du temps à chercher le bon fichier ou la bonne info.

VOUS DEMANDEZ

« Propose-moi une façon simple de nommer et classer mes documents de [activité]. »

VOUS OBTENEZ

Un rangement clair que toute l'équipe peut suivre.

1 h



Ressources humaines

Une offre d'emploi attractive

LA SITUATION

Vous recrutez et votre annonce ressemble à toutes les autres.

VOUS DEMANDEZ

« Rédige une offre pour [poste] qui donne envie, honnête, qui parle à un vrai candidat. »

VOUS OBTENEZ

Une annonce vivante, pas un copier-coller.

30 min

Préparer une grille d'entretien

LA SITUATION

Un entretien de recrutement à mener et peu de temps pour le préparer.

VOUS DEMANDEZ

« Prépare une grille d'entretien pour [poste], avec des questions utiles et quoi observer. »

VOUS OBTENEZ

Un guide pour mener l'entretien sereinement.

25 min



Ressources humaines (suite)

Écrire une fiche de poste

LA SITUATION

Un nouveau rôle à cadrer, des missions à poser noir sur blanc.

VOUS DEMANDEZ

« Rédige une fiche de poste claire pour [rôle] : missions, compétences, rattachement. »

VOUS OBTENEZ

Une base solide à valider en interne.

30 min

Préparer un parcours d'intégration

LA SITUATION

Un nouveau arrive lundi et rien n'est encore prêt.

VOUS DEMANDEZ

« Propose un parcours d'intégration sur deux semaines pour [poste]. »

VOUS OBTENEZ

Un plan jour par jour pour bien l'accueillir.

40 min



Ressources humaines (suite)

Répondre aux candidats avec tact

LA SITUATION

Même un refus mérite une réponse correcte.

VOUS DEMANDEZ

« Écris une réponse aimable à un candidat non retenu, respectueuse et encourageante. »

VOUS OBTENEZ

Un message qui soigne votre image d'employeur.

10 min

Préparer un entretien annuel

LA SITUATION

L'entretien annuel approche et vous voulez qu'il serve à quelque chose.

VOUS DEMANDEZ

« Prépare un support d'entretien annuel : bilan, objectifs, points de progression. »

VOUS OBTENEZ

Un cadre pour un échange utile, pas une formalité.

25 min



Communication et marketing

Écrire une publication réseaux sociaux

LA SITUATION

Il faut publier régulièrement et l'inspiration n'est pas toujours là.

VOUS DEMANDEZ

« Écris un post [LinkedIn / Facebook] sur [sujet], ton naturel, qui donne envie de réagir. »

VOUS OBTENEZ

Un post prêt à relire et publier.

20 min

Rédiger une newsletter

LA SITUATION

Vous voulez garder le lien avec vos clients par mail.

VOUS DEMANDEZ

« Rédige une newsletter courte sur [actualité], avec un titre qui donne envie d'ouvrir. »

VOUS OBTENEZ

Une lettre claire, agréable à lire.

40 min



Communication et marketing (suite)

Trouver des idées de contenu

LA SITUATION

Vous savez qu'il faut publier, vous ne savez pas quoi.

VOUS DEMANDEZ

« Propose 10 idées de publications pour [activité], utiles pour mes clients. »

VOUS OBTENEZ

Un mois de contenu en dix minutes.

1 h

Améliorer une page de son site (SEO)

LA SITUATION

Une page de votre site ne ressort pas sur Google.

VOUS DEMANDEZ

« Améliore cette page pour qu'elle soit claire pour un lecteur et pour Google : [texte]. »

VOUS OBTENEZ

Un texte mieux structuré, plus visible.

30 min



Communication et marketing (suite)

Être cité par les IA (GEO)

LA SITUATION

De plus en plus de clients posent leur question à ChatGPT, pas à Google.

VOUS DEMANDEZ

« Rédige une réponse claire et factuelle à la question que mes clients se posent sur [sujet]. »

VOUS OBTENEZ

Un contenu que les IA peuvent reprendre et citer.

30 min

Rédiger une fiche produit

LA SITUATION

Des dizaines de produits à décrire, et le temps qui manque.

VOUS DEMANDEZ

« Écris une fiche produit vendeuse et honnête pour [produit], à partir de ces infos. »

VOUS OBTENEZ

Des descriptions nettes, prêtes à publier.

15 min / produit



Communication et marketing (suite)

Répondre à un avis client

LA SITUATION

Un avis à traiter, bon ou mauvais, sans y passer la matinée.

VOUS DEMANDEZ

« Propose une réponse posée et professionnelle à cet avis : [avis]. »

VOUS OBTENEZ

Une réponse qui valorise les bons avis et désamorce les mauvais.

10 min

Préparer une vidéo courte

LA SITUATION

Vous voulez vous lancer sur une vidéo, sans savoir quoi dire.

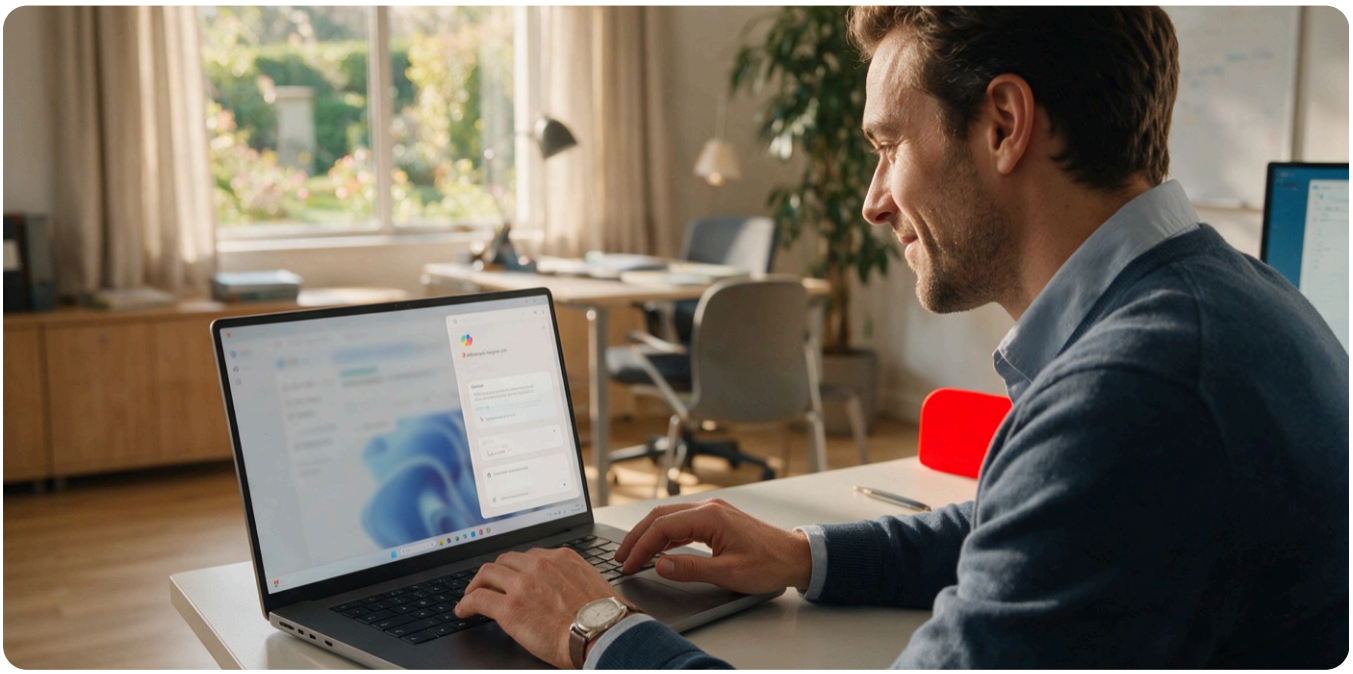
VOUS DEMANDEZ

« Écris un script de 30 secondes pour présenter [sujet], simple et direct. »

VOUS OBTENEZ

Un texte à lire face caméra, sans trac.

20 min



Sur le terrain et au service client

Rédiger un devis clair

LA SITUATION

Des notes griffonnées sur un chantier, un devis propre à sortir.

VOUS DEMANDEZ

« Mets ces éléments au propre sous forme de devis clair : [notes]. »

VOUS OBTENEZ

Un devis lisible, que le client comprend.

20 min

Expliquer un terme technique

LA SITUATION

Un client ne comprend pas un mot du métier et vous perd.

VOUS DEMANDEZ

« Explique [terme technique] en une phrase simple, pour quelqu'un qui n'y connaît rien. »

VOUS OBTENEZ

Une explication claire, sans jargon.

5 min



Sur le terrain et au service client (suite)

Créer une FAQ pour son site

LA SITUATION

Les mêmes questions reviennent sans cesse par téléphone.

VOUS DEMANDEZ

« À partir de ces questions fréquentes, rédige une FAQ claire pour mon site. »

VOUS OBTENEZ

Une page qui répond à votre place.

40 min

Écrire une consigne pour l'équipe

LA SITUATION

Une procédure à transmettre, pour que tout le monde fasse pareil.

VOUS DEMANDEZ

« Rédige une consigne simple, étape par étape, pour [tâche]. »

VOUS OBTENEZ

Un mode d'emploi clair, affichable.

20 min



Sur le terrain et au service client (suite)

Préparer une mini-formation interne

LA SITUATION

Vous voulez transmettre un savoir-faire à votre équipe.

VOUS DEMANDEZ

« Prépare le plan d'une formation interne de 30 minutes sur [sujet]. »

VOUS OBTENEZ

Un support prêt à présenter.

30 min

Trouver un nom, une accroche

LA SITUATION

Un nouveau service, un produit, et il lui faut un nom qui sonne.

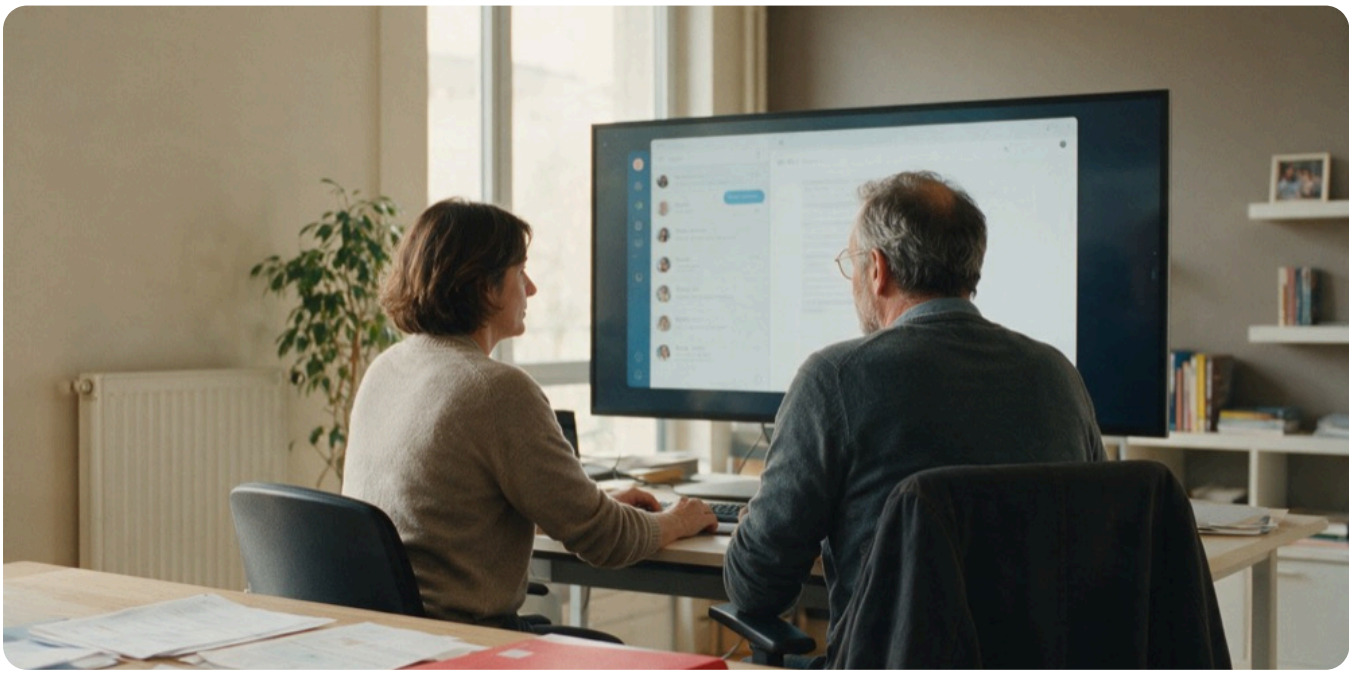
VOUS DEMANDEZ

« Propose 15 noms et accroches pour [offre], dans un esprit [adjectif]. »

VOUS OBTENEZ

Une liste d'idées pour lancer la réflexion.

20 min

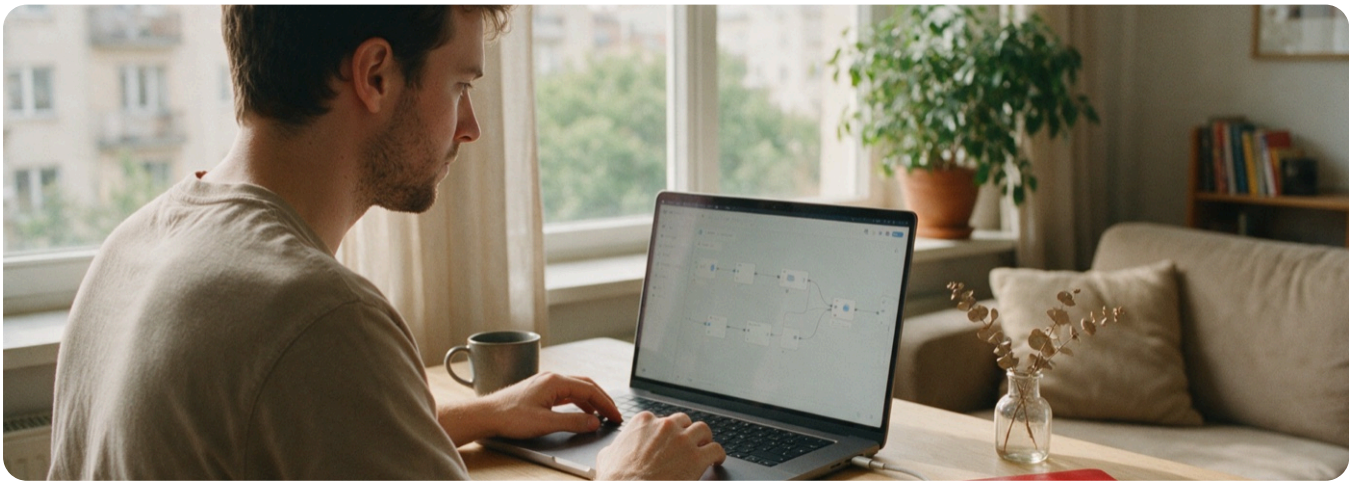


Dix prompts à garder sous la main

Gardez cette page à portée de clavier, imprimez-la ou photographiez-la avec votre téléphone. Copiez le prompt, remplacez ce qui est entre crochets par votre situation, et vous avez de quoi gagner du temps dès aujourd'hui. Ce sont les dix demandes qui reviennent le plus souvent, celles qui marchent à tous les coups.

1. *« Résume ce texte en 10 points, et dis-moi ce à quoi je dois faire attention : [coller]. »*
2. *« Réécris ce texte plus clair et plus court, sans en changer le sens : [coller]. »*
3. *« Propose une réponse courte et polie à ce mail : [coller]. »*
4. *« Aide-moi à écrire ce message délicat avec tact et fermeté : [situation]. »*
5. *« Donne-moi 10 idées de publications utiles pour mes clients, activité : [la vôtre]. »*
6. *« Traduis ce texte en anglais professionnel et naturel, pas mot à mot : [coller]. »*
7. *« Explique [terme technique] simplement, pour quelqu'un qui n'y connaît rien. »*
8. *« Compare ces deux options et dis-moi les différences qui comptent : [coller]. »*
9. *« Transforme ces notes en compte rendu clair, avec les décisions : [coller]. »*
10. *« Relis ce texte : fautes, clarté, et ce que je pourrais améliorer : [coller]. »*

Et si aucun ne colle exactement à votre besoin, inspirez-vous-en pour écrire le vôtre : un rôle, un contexte, ce que vous voulez obtenir. Vous connaissez la recette, maintenant.





PARTIE 3

Garder le contrôle

La partie à ne pas sauter : vos données, vos vérifications, le cadre légal.

5

Protéger ses données



C'est la règle la plus importante de ce guide, celle qu'il faut retenir même si vous oubliez tout le reste. Ce que vous écrivez dans une IA grand public peut servir à l'entraîner, et donc, potentiellement, sortir de chez vous. On ne lui confie donc jamais n'importe quoi.

Pensez-y comme à une conversation dans un lieu public : vous pouvez parler de votre métier, demander des idées, faire relire un texte. Mais vous ne lisez pas à voix haute le fichier des salaires ni le carnet d'adresses de vos clients. Le bon sens du café du commerce s'applique très bien ici.

Le piège à éviter

Ne mettez jamais dans un outil gratuit : des données personnelles de clients ou de salariés (noms, adresses, santé, salaires), des mots de passe, des informations confidentielles ou stratégiques, le contenu d'un contrat sensible.

Trois réflexes suffisent. D'abord, anonymisez : remplacez les vrais noms par « le client » ou « le salarié ». Ensuite, passez à une version professionnelle dès que vous traitez des données réelles, car elles offrent des garanties de confidentialité que les versions gratuites n'ont pas. Enfin, dans le doute, abstenez-vous.

Rassurez-vous : l'immense majorité des usages de ce guide ne touchent à aucune donnée sensible. Une IA n'a pas besoin de connaître l'identité de vos clients pour vous aider à écrire un mail ou à préparer une réunion.

6

Toujours vérifier



Une IA peut se tromper, et le pire, c'est qu'elle le fait avec un aplomb total. On appelle ça une hallucination : elle invente un chiffre, une date, une référence de loi, un nom, et tout a l'air parfaitement crédible. C'est le piège le plus courant, celui dans lequel tombent même les habitués.

Un exemple vécu en formation : une participante demande un résumé de la réglementation de son secteur. L'IA cite un article de loi précis, avec un numéro. Impeccable, sauf que l'article n'existait pas. Elle l'avait inventé parce que ça faisait une belle réponse. Une vérification de deux minutes a évité l'erreur.

La parade est simple : vous restez le chef. L'IA rédige un brouillon, vous vérifiez et vous validez. Contrôlez systématiquement les chiffres, les dates, les noms propres, et tout ce qui touche au droit ou à l'argent.

Dit autrement : ne publiez, n'envoyez et ne signez jamais un contenu que vous n'avez pas relu. L'IA fait gagner du temps sur le brouillon, jamais sur votre jugement. C'est votre nom qui est engagé, pas le sien.

7

Le cadre légal, en clair



Pas besoin d'être juriste, mais deux textes méritent d'être connus, sans paniquer. Le RGPD encadre les données personnelles : ne confiez pas à une IA des informations sur des personnes sans raison et sans précaution. L'AI Act, la réglementation européenne sur l'intelligence artificielle, se met en place progressivement. Pour une petite entreprise, l'essentiel tient en trois idées de bon sens.

1 **Restez transparent**

Si un contenu important est généré par IA, soyez prêt à le dire. Pas de tromperie sur la marchandise.

2 **Gardez l'humain aux commandes**

Une décision qui engage (un recrutement, un refus, un licenciement) ne se délègue jamais à une machine.

3 **Protégez les personnes**

Le minimum de données, et jamais de données sensibles dans les outils grand public.

Ce guide n'est pas un avis juridique, et chaque situation a ses particularités. Si vous avez un doute sur un usage précis, demandez conseil, c'est toujours moins cher qu'une erreur. Mais dans l'immense majorité des cas du quotidien, un usage prudent, honnête et transparent vous met à l'abri.

Retenez surtout ceci : la loi ne vous interdit pas d'utiliser l'IA, loin de là. Elle vous demande simplement de le faire avec sérieux et respect des personnes. Exactement ce que vous faites déjà dans le reste de votre activité.

8

Votre charte IA d'une page

Pour finir cette partie, voici un cadeau concret : un modèle de charte, simple, à adapter à votre entreprise et à afficher près des postes de travail. Dix phrases, pas une de plus, pour que toute l'équipe partage les mêmes règles sans avoir à lire un règlement de dix pages.

L'idée n'est pas de fliquer, mais de rassurer. Chacun sait ce qu'il peut faire, ce qu'il ne doit pas faire, et vers qui se tourner en cas de doute. Recopiez-la, modifiez-la, et surtout, parlez-en ensemble.

Notre charte IA

1. On utilise l'IA pour gagner du temps, jamais pour décider à notre place.
2. On relit et on valide toujours ce que l'IA produit avant de l'envoyer.
3. On ne met jamais de données clients, de mots de passe ou d'informations confidentielles dans un outil gratuit.
4. On vérifie les chiffres, les dates, les noms et tout ce qui touche au droit.
5. On anonymise les exemples : « le client », pas le vrai nom.
6. On reste honnête : on ne fait pas passer un texte IA pour une expertise qu'on n'a pas.
7. On utilise les versions professionnelles pour les données réelles.
8. En cas de doute, on demande, ou on s'abstient.
9. On partage nos astuces entre collègues : on apprend plus vite ensemble.
10. On garde le plaisir du métier : l'IA enlève les corvées, pas le savoir-faire.



PARTIE 4

Passer à l'action

Un plan simple sur 30 jours, et de quoi faire le point.

9

Votre plan de démarrage en 30 jours

Pas besoin de tout bouleverser d'un coup, ni d'y passer vos soirées. Quatre semaines, à petite dose, suffisent pour prendre des habitudes qui tiennent. L'important n'est pas d'aller vite, c'est de ne pas lâcher.



SEMAINE 1

Choisir et essayer

Prenez un seul outil et une seule tâche pénible (vos mails, par exemple). Essayez tous les jours, cinq minutes. L'objectif est d'attraper le réflexe, pas de tout révolutionner.

SEMAINE 2

Intégrer à une vraie tâche

Appliquez l'IA à une tâche qui compte vraiment dans votre semaine : une proposition, une newsletter, un compte rendu. Mesurez le temps gagné.

SEMAINE 3

Embarquer l'équipe

Montrez à un collègue ce que vous avez trouvé. Posez ensemble votre charte IA (page précédente). On apprend plus vite à deux.

SEMAINE 4

Mesurer et étendre

Faites le point : qu'est-ce qui marche, qu'est-ce qui fait gagner du temps ? Étendez à un deuxième usage. Et demandez-vous si une formation vous ferait franchir un cap.

Au bout de ces quatre semaines, vous ne serez pas devenu un expert, et ce n'est pas le but. Vous aurez simplement deux ou trois usages solides, qui vous font gagner du temps pour de vrai. C'est à partir de là que l'envie d'aller plus loin arrive toute seule.

10

Où en êtes-vous ? Auto-évaluation

Prenez deux minutes et cochez honnêtement ce qui est vrai pour vous aujourd'hui. Il n'y a pas de mauvaise réponse : c'est juste une photo de votre point de départ. Chaque case cochée est un pas déjà fait.

- [ ] Je sais à quoi sert une IA générative et ce qu'elle ne sait pas faire.
- [ ] J'ai choisi un outil et je l'ai essayé au moins une fois.
- [ ] Je sais écrire une demande claire (rôle, contexte, format).
- [ ] Je relis toujours ce que l'IA produit avant de l'utiliser.
- [ ] Je ne mets jamais de données sensibles dans un outil gratuit.
- [ ] J'ai au moins un usage régulier qui me fait gagner du temps.
- [ ] Mon équipe sait que nous utilisons l'IA et comment.
- [ ] Nous avons posé quelques règles simples (une charte).
- [ ] Je vérifie les chiffres, dates et points juridiques.
- [ ] J'ai envie d'aller plus loin et de me former.

Moins de la moitié de cochée ? C'est parfaitement normal, et c'est même une bonne nouvelle : cela veut dire qu'il y a beaucoup de temps à gagner, et vite. Une formation courte, en petit groupe, est souvent le coup de pouce qui fait passer de « j'en ai entendu parler » à « je m'en sers tous les jours ».



Le petit glossaire anti-jargon

On a croisé quelques mots au fil du guide. Les voici réunis, expliqués en une ligne, sans jargon. De quoi suivre n'importe quelle conversation sur l'IA sans se sentir perdu, et même, qui sait, remettre les choses à leur place quand quelqu'un veut vous impressionner.

IA générative	Un outil qui crée du texte, des images ou du code à partir de votre demande.
Prompt	Votre demande, votre consigne écrite à l'IA. Plus elle est précise, meilleure est la réponse.
Hallucination	Quand l'IA invente une réponse fausse mais crédible. D'où l'importance de vérifier.
Modèle (ou LLM)	Le moteur derrière l'outil. ChatGPT, Claude ou Gemini reposent chacun sur un modèle.
Version pro	Abonnement payant, plus puissant et surtout plus protecteur pour vos données.
RGPD	La règle européenne qui protège les données personnelles des gens.
AI Act	La réglementation européenne sur l'intelligence artificielle, qui se déploie par étapes.
SEO	L'art d'être bien placé dans les résultats de Google.
GEO	La même idée, mais pour être cité dans les réponses des IA comme ChatGPT.
Copilot	L'IA de Microsoft, intégrée à Word, Excel, Outlook et Teams.



Pour aller plus loin, ensemble

Si ce guide vous a donné des idées, la suite logique est de vous entraîner, avec vos propres cas, en petit groupe. Voici quelques-unes de nos formations à l'IA, dans le même esprit : du concret, du bon sens, et des réflexes que vous gardez.

S'acculturer à l'IA générative

2 jours

Comprendre, expérimenter et cadrer un premier usage dans votre équipe.

Claude IA au quotidien professionnel

2 jours

De la prise en main aux usages avancés, sans coder, avec les bons réflexes.

S'initier à ChatGPT

1 jour

L'essentiel pour des résultats fiables dès le lendemain.

Produire vos visuels et vidéos avec l'IA

1 jour

Créer des contenus pour votre communication, en toute conformité.

Microsoft Copilot (vente, support, marketing)

2 jours

L'IA dans Word, Excel, Outlook et Teams, appliquée à votre métier.

Référencer son site : SEO et GEO

2 jours

Être visible sur Google et dans les réponses des IA.

Et le financement ?

Monter en compétences coûte souvent moins cher qu'on ne le croit. Ces formations se financent par votre OPCO, votre plan de développement des compétences ou France Travail, et les formations certifiantes sont éligibles au CPF. On monte le dossier avec vous, sans paperasse inutile.

Envie d'un avant-goût gratuit ? On anime régulièrement un webinaire d'une heure pour comparer les grandes IA et répondre à vos questions. Demandez-nous la prochaine date.

ARKSOS
formation

Monter en compétences, pour de vrai.

Qui sommes-nous

Arksos Formation est un centre de formation certifié Qualiopi. On forme des équipes et des indépendants à Cholet, Paris et Lille, dans vos locaux ou à distance, toujours en petits groupes et avec des formateurs qui exercent vraiment le métier qu'ils enseignent.

On vous accompagne pas à pas, avec vos propres cas, pour que chacun reparte avec des réflexes utiles et l'envie de continuer. Ce guide en est un aperçu : si vous avez aimé son esprit, vous aimerez nos formations.



NOTRE DÉMARCHE QUALITÉ

Qualiopi processus certifié

NOS CERTIFICATEURS

TOSA Centre Agréé · LEVELTEL · alternative Digitale

TÉLÉPHONE
02 41 16 53 29

E-MAIL
contact@arksos.fr

SITE
arksos.fr

OÙ
Cholet, Paris, Lille et à distance

Guide gratuit, édition 2026. Mis à jour le 16 octobre 2026. Reproduction et partage autorisés.