



ÉTUDE DE CAS SUR L'OPTIMISATION ET LA GÉNÉRATION DE CONTENU PAR L'IA

Une expérience dans l'optimisation et la localisation de contenu alimentée par la GenAI

QUATRE OUTILS D'IA TESTÉS

INVITES ÉCRITES ET TESTÉES EN DEUX LANGUES

SCORE DE QUALITÉ MOYEN DU CONTENU ALLEMAND OPTIMISÉ AVEC DES INVITES ANGLAISES : 86 %

CONDITIONS DE CETTE EXPÉRIENCE DE LIONBRIDGE

Lionbridge a réalisé cette expérience avec son équipe, ses ressources et son contenu internes. En particulier, nous avons utilisé notre contenu allemand, avec des blogs existants. Le but de cette étude de cas, axée sur le contenu de Lionbridge (l'allemand en particulier), est de créer un protocole et de recueillir des apprentissages qui peuvent être appliqués à nos milliers de clients, dans tous les secteurs et langues. Nous utiliserons les résultats et observations de cette expérience pour répondre aux besoins des clients, dans différents types de contenu et langues. Nous utiliserons également ces informations dans nos propres processus internes de création et d'optimisation de contenu marketing.

LE DÉFI

L'optimisation de contenu, en particulier dans d'autres langues, peut être longue et coûteuse. En outre, la traduction du contenu existant n'est pas toujours la solution la plus performante pour le référencement naturel (SEO). Parfois, il s'agit simplement de traductions directes. Elles ne respectent pas les nuances des mots-clés spécifiques à la langue et à la région, ni le comportement des utilisateurs et/ou les données. Les outils d'IA générative peuvent nous aider à optimiser le contenu multilingue tout en réduisant les coûts, les délais et la main-d'œuvre.

CONTEXTE

Ces quatre outils d'**IA générative**, Amazon Bedrock, ChatGPT (instance Lionbridge Azure, avec ChatGPT 4), Google Bard et Llama de Meta, ont tous la capacité à créer et optimiser du contenu.

Ils analysent les schémas de recherche, les données des concurrents et les comportements des utilisateurs pour faire des suggestions de mots-clés et de contenu axées sur les données.

Les outils permettent de s'assurer que le contenu optimisé est intéressant et offre une valeur solide de référencement naturel (SEO), respectant le plus possible les attentes des utilisateurs. Dans certains cas, le texte requis peut même être de meilleure qualité que celui fourni par des humains.

Par exemple, les outils de GenAI sont parfois aussi compétents que les humains pour respecter des limites de caractères strictes lors de la rédaction et de la traduction de contenu (en particulier pour la valeur de référencement naturel, SEO).

LA SOLUTION

Nous avons mené une expérience en trois phases avec des outils de GenAI, pour déterminer lequel était le plus efficace pour la recherche et la génération de contenu, en particulier dans d'autres langues. Notre équipe s'est concentrée sur l'apprentissage des bonnes pratiques pour développer des invites, en particulier pour le contenu multilingue. Nous avons également exploré les bonnes pratiques pour optimiser du contenu plus ancien dans de nouvelles langues, afin d'optimiser le référencement naturel (SEO) d'un site Web.

MÉTHODOLOGIE

Lionbridge a utilisé quatre outils d'IA dans cette étude : Amazon Bedrock, ChatGPT (instance Lionbridge Azure, avec ChatGPT 4), Google Bard et Llama de Meta. Nous avons exécuté trois phases à deux reprises : recherche, création et analyse.

Recherche : au cours de cette phase, nous avons demandé à chaque outil d'IA d'effectuer une recherche de mots-clés et de sélectionner les deux meilleures questions pour créer du contenu en allemand.

Nous avons fourni ces éléments à chacun des outils :

- Une invite sur la typologie d'utilisateur, lui demandant d'agir comme un rédacteur de contenus allemand et de « fournir trois nouveaux mots-clés en allemand et trois questions en allemand ».
- Contenu source à optimiser
- Mots-clés existants

En outre, nous avons choisi deux questions supplémentaires que nous utiliserons ultérieurement pour générer de petits paragraphes de contenu.

Pour les recherches de mots-clés, l'ajout d'un humain dans la boucle paraît essentiel. Cela s'applique particulièrement à Bard. L'outil effectue de très bonnes recherches, mais il fournit trop d'options. Un expert doit donc sélectionner les mots-clés ou les questions nécessaires pour la génération de contenu.



Création : Au cours de cette phase, nous avons développé deux ensembles d'invites en allemand. Ces invites de création de contenu comprenaient les mots-clés identifiés à l'étape précédente. Un ensemble était fondé sur la typologie d'un rédacteur de contenus, l'autre était dédié aux instructions pour la tâche.

Nous avons demandé à un membre du service IA de Lionbridge de réviser et d'ajuster toutes les invites pour assurer une efficacité maximale. Une fois les invites finalisées (répertoriées ci-dessous, dans la section « Invites »), nous avons utilisé les ressources de Lionbridge pour localiser les invites en allemand. Nous avons exécuter ces deux ensembles complets d'invites en allemand dans les quatre outils d'IA, et avons rassemblé et marqué le contenu suggéré.

Nous avons utilisé ces saisies pour développer les invites :

- Questions et mots-clés de la phrase de recherche (allemand)
- Exemples de bon contenu que nous voulions émuler (allemand)
- Text de l'article source (allemand)
- Invites sur des typologies d'utilisateurs (en anglais et allemand)
- Invites sur des tâches (en anglais et allemand)

Étant donné que nous avons deux ensembles d'invites, nous avons dû exécuter le projet deux fois dans chaque outil d'IA.

Analyse : Au cours de cette phase, nous avons demandé à dix spécialistes en commerce et linguistiques germanophones de réviser le contenu. Pour assurer une « révision à l'aveugle », nous n'avons pas indiqué quel outil avait généré le contenu.

Nous avons ajouté des résultats pour l'évaluation dans une feuille de calcul, avec deux mécanismes de notation :

- Un menu déroulant avec trois valeur : « Inutilisable », « Utilisable avec des modifications » et « Utilisable sans modifications ».
- Un champ pour noter le contenu de 1 à 100

Nous avons recueilli les commentaires et les avons révisés pour déterminer les points suivants :

- Quel outil a été le plus efficace ?
- Quelles sont certaines des bonnes pratiques pour la création d'invites ? Qu'en est-il de la création d'invites dans d'autres langues ?
- Dans quelle mesure ces outils sont-ils capables d'effectuer une recherche de mots-clés ?
- Dans quelle mesure les outils savent-ils générer des questions pour le contenu ?
- Dans quelle mesure les outils savent-ils générer des points de vue pour les articles ?
- Dans quelle mesure ces outils savent-ils créer des réponses aux questions qu'ils ont générées ?
- Comment pouvons-nous assurer des processus optimaux de création de contenu avec l'IA ?
- Comment peut-on développer des invites efficaces ?

PLANIFICATION



Choix de trois outils de GenAI à utiliser



Choix de trois articles à optimiser pour l'expérience



Recherche de 10 experts pour le panel de révision



Recherche de mots-clés et de questions



Développement d'invites et localisation en allemand

EXEMPLES D'INVITES UTILISÉES

Invites pour les typologies d'utilisateurs

- Vous êtes un rédacteur de contenus pour Lionbridge et vous créez du contenu lié à des services linguistiques.
- Vous parlez allemand et habitez en Allemagne.
- Vous créez du contenu en langue allemande, ciblant des locuteurs germanophones en Allemagne, Autriche et Suisse...

Invites liées au public

- Personnes qui travaillent dans le marketing ou les communications
- Personnes qui possèdent un poste important : responsable, cadre supérieur, directeur, vice-président, VP, président, directeur marketing, PDG
- Personnes qui sont germanophones. Elles habitent en Allemagne, en Autriche ou en Suisse...

Création d'invites

- Veuillez créer 2 paragraphes de texte supplémentaires, à ajouter à cet article...
- Chaque paragraphe doit apporter une réponse à ces questions...
- Le mot-clé principal de l'URL est...
- Les mots-clés secondaires sont...

ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

- 10 ingénieurs d'invites germanophones
- 1 expert en référencement naturel (SEO) Lionbridge
- 1 expert en marketing digital Lionbridge



LES RÉSULTATS

L'IA devrait devenir un élément essentiel de tout projet d'optimisation.

Notre expérience a confirmé que les outils d'IA peuvent aider efficacement à optimiser et à mettre à jour le contenu existant, y compris non anglais.

Fait encourageant, la qualité des résultats s'est améliorée au fil de l'expérience. Il est essentiel d'ajouter un humain dans la boucle de tout processus d'optimisation ou de création de contenu. Il doit sélectionner les mots-clés de la sortie d'IA pour l'optimisation. Un réviseur humain doit également valider les résultats de contenu finaux. (Cela pourra évoluer à l'avenir, car la qualité des résultats améliore sensiblement).

Voici quelques bonnes pratiques que nous avons identifiées :

- Actuellement, un humain dans la boucle doit valider les sorties d'IA finales.
- La qualité de nos entrées a évolué tout au long de l'expérience, à mesure que nous avons appris de nouvelles bonnes pratiques.
- L'IA est plus susceptible de créer une génération de contenu de haute qualité si les demandes sont envoyées sous cette forme :
 - Fragments plus courts
 - Contenu qui peut être facilement divisé (comme les top 10, etc.)
- La communication avec la technologie d'IA est actuellement plus efficace en anglais. Cela n'est pas surprenant, étant donné que les outils sont entraînés en anglais. Le fait de donner des invites en allemand n'a pas aidé les outils d'IA à générer un meilleur contenu allemand : en particulier, les outils ont produit un meilleur contenu allemand avec des invites en anglais. Il est toutefois à noter qu'il est utile de fournir le contenu source, des mots-clés, des questions et des exemples dans la langue cible (autre que l'anglais).
- Les processus de création de contenu doivent utiliser une description approfondie du créateur du contenu et de l'audience cible. De plus, l'idéal est de créer des bibliothèques d'invites. Elles permettent de réutiliser des invites et de développer du contenu cohérent pour les clients.

Bard a semblé fournir les meilleurs résultats pour la recherche.

Ses résultats étaient similaires au calibre de la recherche généré par un outil tel que MarketMuse, qui est développé expressément pour ce but. Il faut toutefois noter que les résultats de recherche de Bard nécessitent une intervention humaine, pour sélectionner des fragments pour la partie du processus liée à la création de contenu. Avec des instructions en allemand, Bard est resté statique sur les deux phases. Cependant, les résultats créés à partir des instructions en anglais ont été notés entre 82/100 et 66/100. Il s'agit d'un petit ensemble de données, la moyenne des scores pour les résultats de Bard (en anglais) a donc été de 74/100.

Le contenu de ChatGPT a recueilli des commentaires légèrement plus négatifs. Cependant, les réviseurs ont parfois loué son contenu. Meta (Llama) n'a pas livré de bonnes performances, et n'est sans doute pas encore prêt à optimiser ou à générer du contenu non anglophone de manière fiable. La qualité du résultat a semblé s'améliorer au fil de ce court projet, qui s'est étendu sur un mois. Bard a amélioré ses résultats de recherche et ChatGPT a amélioré sa création de contenu en allemand. Les résultats de ChatGPT obtenus à partir d'instructions en allemand ont obtenu un score initial de 47/100.

En seulement un mois, ses résultats sont montés à 76/100. Pour les résultats obtenus avec des instructions en anglais, les résultats ont obtenu la note de 71/100. En un mois, le score est passé à 86/100. (Le score moyen pour l'anglais est de 78,5/100.)

Bard et ChatGPT ont pu produire efficacement du contenu court (par ex., seulement une ou deux phrases). Les commentaires négatifs sur leurs créations courtes ont été minimales.

Les scores indiqués concernent le contenu à long terme, au cours des deux phases de l'expérience.

SCORES DE LA PHASE 1

Source	Inutilisable	Utilisable avec des modifications	Utilisable sans modifications	Score moyen
ChatGPT (Saisie en allemand)	9	9	0	47,61
Bard (Saisie en allemand)	2	14	2	68,33
ChatGPT (Saisie en anglais)	3	9	6	71,67
Bard (Saisie en anglais)	0	9	9	82,22
Meta (Llama) (Saisie en anglais)	7	8	3	46,50
TOTAL	21	49	20	

SCORES DE LA PHASE 2

Source	Inutilisable	Utilisable avec des modifications	Utilisable sans modifications	Score moyen
ChatGPT (Saisie en allemand)	1	7	0	76,25
Bard (Saisie en allemand)	2	4	2	66,25
ChatGPT (Saisie en anglais)	0	4	4	86,875
Bard (Saisie en anglais)	3	4	1	59,375
TOTAL	5	19	7	

Remarque : Meta (Llama) a été supprimé dans la Phase 2 car il n'est pas encore prêt à optimiser ou à générer du contenu non en anglais.