

DIAGNOSTIC IA ADS POUR PME

Etes-vous prêt à faire de la publicité dans les IA conversationnelles
- et surtout à en tirer des clients ?

Ce diagnostic vous aide à mesurer :

- 01 La clarté de votre offre et de vos audiences
- 02 Votre niveau de préparation aux Ads IA / ChatGPT Ads
- 03 Votre capacité à convertir et mesurer les résultats
- 04 Votre recommandabilité dans les moteurs d'IA (GEO)

MODE D'EMPLOI

1. Remplissez le PDF 2. Enregistrez-le 3. Uploadez-le dans ChatGPT 4. Collez le prompt final

Comment utiliser ce diagnostic

Comptez 10 à 15 minutes. Pour chaque affirmation, cochez une seule réponse : Non = 0 point, Partiellement = 2 points, Oui = 5 points. ChatGPT pourra également recalculer votre score à partir de vos réponses.

Important avant de l'uploader dans une IA

N'ajoutez pas de données clients, mots de passe, secrets commerciaux, données bancaires, données de santé ou informations personnelles inutiles. Décrivez vos chiffres de façon agrégée lorsque cela suffit.

0 Votre entreprise

Nom de l'entreprise

Secteur d'activité

Site web

Zone géographique

Produit / service principal

Client idéal / cible principale

Objectif business à 90 jours

Budget publicitaire mensuel actuel
(€)

CA mensuel approximatif (€)

Valeur moyenne d'une vente (€)

Offre & proposition de valeur

Cochez une seule réponse par affirmation.

01. Votre offre principale est compréhensible en moins de 10 secondes.

Un prospect doit comprendre ce que vous vendez, à qui et pour quel résultat.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

02. Vous pouvez expliquer clairement pourquoi un client devrait vous choisir plutôt qu'une alternative.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

03. Vous disposez d'une offre précise à promouvoir, avec un prix ou une logique tarifaire claire.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

04. Vous avez des preuves de confiance : avis, cas clients, résultats, références ou démonstrations.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

Sous-total de cette partie :

/ 20

Audience & intention conversationnelle

Cochez une seule réponse par affirmation.

05. Vous savez précisément qui est votre client idéal et quel problème urgent il cherche à résoudre.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

06. Vous connaissez les questions que vos prospects posent avant d'acheter.

Exemple : "Quelle formation IA choisir pour mon équipe ?" plutôt que seulement "formation IA".

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

07. Vous savez identifier les moments où l'intention d'achat est forte.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

08. Vous avez au moins 3 angles publicitaires différents à tester selon le besoin ou le contexte du prospect.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

Sous-total de cette partie :

/ 20

Conversion & parcours client

Cochez une seule réponse par affirmation.

09. Vous avez une landing page ou page d'offre dédiée à la conversion.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

10. Votre page contient un appel à l'action clair : devis, rendez-vous, achat, inscription ou démonstration.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

11. Votre parcours entre le clic publicitaire et la conversion est court et simple.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

12. Vous connaissez votre taux de conversion ou pouvez suivre les leads générés jusqu'à la vente.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

Sous-total de cette partie :

/ 20

Tracking, data & capacité de test

Cochez une seule réponse par affirmation.

13. Vous utilisez un outil de mesure : analytics, CRM, pixels, UTM ou suivi des conversions.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

14. Vous savez combien vous pouvez payer pour obtenir un lead ou un client rentable.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

15. Vous pouvez consacrer un budget test pendant au moins 30 jours sans changer de stratégie chaque semaine.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

16. Une personne est responsable du suivi des campagnes et de la prise de décision.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

Sous-total de cette partie :

/ 20

Visibilité IA, GEO & crédibilité

Cochez une seule réponse par affirmation.

17. Votre site explique clairement vos services, vos expertises, vos zones d'intervention et vos preuves.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

18. Vous publiez du contenu qui répond aux questions réelles de vos prospects.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

19. Votre marque possède des signaux de crédibilité en ligne : avis, mentions, profils, partenaires ou médias.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

20. Vos contenus peuvent être compris facilement par un humain et par un moteur d'IA : informations structurées, précises et à jour.

Non - 0 pt

Partiellement - 2 pts

Oui - 5 pts

1 seule case

Sous-total de cette partie :

/ 20

Où en est votre maturité IA Ads ?

Additionnez vos cinq sous-totaux. Votre score maximal est de 100. Ce score n'est pas un jugement : il indique simplement où investir vos efforts avant de mettre davantage de budget publicitaire.

VOTRE SCORE TOTAL

/ 100

0 - 39

FONDATIONS À RENFORCER

Ne lancez pas de nouvelles campagnes IA tout de suite. Clarifiez l'offre, le ciblage, la conversion et le tracking avant de payer pour plus de trafic.

40 - 59

PRÊT À PRÉPARER UN TEST

Vous avez une base exploitable, mais certains points risquent de rendre les Ads coûteuses. Corrigez les 2 ou 3 faiblesses les plus critiques.

60 - 79

PRÊT À TESTER

Vous pouvez construire un test contrôlé : une offre, une audience, 2 à 3 hypothèses créatives et un suivi de conversion fiable.

80 - 100

PRÊT À ACCÉLÉRER

Votre PME dispose d'une bonne base pour tester plusieurs scénarios publicitaires et combiner Ads, GEO et contenus organiques.

Ajoutez vos données marketing essentielles

Ces informations permettent à ChatGPT de proposer une stratégie moins générique. Si vous ne connaissez pas une donnée, laissez le champ vide : le modèle devra alors signaler son hypothèse.

Vos 3 principales sources de clients aujourd'hui

Vos 3 principaux concurrents ou alternatives

Vos offres / promotions que vous pourriez tester

Votre délai moyen entre premier contact et achat

Votre nombre moyen de leads par mois

Votre taux de transformation lead -> client

Votre coût d'acquisition client si vous le connaissez

Les 5 questions que vos prospects posent le plus souvent

Uploadez ce PDF dans ChatGPT

Après avoir rempli et enregistré ce document, joignez-le à une nouvelle conversation ChatGPT. Puis copiez-collez le prompt ci-dessous.

Analyse le diagnostic IA Ads PME joint comme si tu étais un consultant senior en acquisition, publicité conversationnelle, GEO et stratégie digitale pour PME.

1. Recalcule mon score sur 100 à partir des réponses visibles dans le PDF et signale toute donnée manquante.
2. Donne-moi un verdict clair : pas prêt / prêt à préparer / prêt à tester / prêt à accélérer.
3. Identifie les 5 blocages qui risquent le plus de me faire perdre de l'argent en publicité.
4. Vérifie sur des sources actuelles quels formats publicitaires IA ou ChatGPT Ads sont réellement disponibles dans mon pays au moment de l'analyse. Ne suppose pas qu'un format existe.
5. Recommande les canaux à prioriser entre ChatGPT Ads, Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads et stratégie organique/GEO, uniquement si cela correspond à mon activité. Justifie chaque choix.
6. Propose 3 hypothèses de campagnes avec : cible, intention, angle, promesse, format, landing page et KPI principal.
7. Donne une fourchette de budget test réaliste sur 30 jours en expliquant tes hypothèses. Ne présente pas ce budget comme une garantie de résultat.
8. Indique ce que je dois améliorer sur mon site et mes contenus pour être davantage compris et recommandé par les moteurs d'IA.
9. Crée un plan d'action de 30 jours, par ordre de priorité, avec ce que je dois faire avant de dépenser le premier euro.
10. Termine par : A) ce que je dois arrêter, B) ce que je dois commencer, C) ce que je dois mesurer chaque semaine.

Sois exigeant : ne valide pas une campagne si les fondamentaux ne sont pas prêts. Base tes recommandations sur les informations du PDF, distingue les faits des hypothèses et pose au maximum 3 questions uniquement si une information manque réellement pour prendre une décision.

Les décisions à prendre après le diagnostic

Utilisez cette page après l'analyse de ChatGPT. Ne cherchez pas à tout corriger en même temps : choisissez les actions qui débloquent réellement la performance.

1

2

3

4

5

Règle simple

Une publicité IA ne compense pas une offre floue, une mauvaise page ou un tracking absent. Le meilleur moment pour accélérer est quand vous savez ce que vous voulez vendre, à qui, et comment mesurer la conversion.