

# Les 4 arcs de raisonnement constitutifs d'une voix de marque



wearethewords

Notre BrandVoice Framework™ à 9 piliers est une base solide. Il documente le ton, les valeurs, les archétypes, les récits de marque, le registre langagier. Il ne documente pas les *modes de raisonnement*, la couche que les LLMs standardisent en priorité.

Ce Blueprint comble cette lacune. Il vous donne :

1. La définition et le signal d'identification de chacun des 4 arcs
2. Une grille de documentation à compléter depuis votre corpus réel
3. Le protocole d'audit par pilier du Framework™
4. Le prompt de vérification multidimensionnelle prêt à l'emploi

“ **Règle d'usage.** Ce document se complète depuis votre corpus historique : vos contenus *avant* l'intégration massive de l'IA dans vos workflows. Ce corpus est votre référence de diversité cognitive. Il ne se reconstitue pas par génération. Il s'audite.”

## ARC 01 • Le raisonnement analogique

**Définition** Transpose une logique d'un domaine à un autre pour produire un insight que personne n'attendait là. Rigoureux, pas décoratif. Il porte une démonstration, pas une image.

**Signal d'identification** La marque explique un problème complexe en le comparant à un système issu d'un autre champ : technique, biologique, architectural, économique. L'analogie n'est pas décorative, elle porte une démonstration.

**Ce que l'IA en fait** Analogies génériques et surutilisées : “*comme un chef d'orchestre*”, “*comme les fondations d'une maison*”. Des images qui signalent la forme sans porter le fond.

**Piliers activés** Archétypes · Récits de sens

**Exemples / domaines de référence** Architecture · Ingénierie · Systèmes d'exploitation · Infrastructure réseau · Écosystèmes biologiques

### Grille de documentation • Arc 01

Question 1. Quels domaines analogiques sont constitutifs de notre voix ?

“ Réponse :”

Question 2. Quelle analogie a produit notre meilleur insight ces 12 derniers mois ?

“ Réponse :”

Question 3. Quelles analogies sont interdites parce que trop génériques ?

“ Réponse :”

Note complémentaire

“ Réponse :”

## ARC 02 • Le raisonnement par tension

**Définition** Part d'une contradiction réelle, deux vérités simultanément valides, et construit une position sans chercher à les réconcilier proprement. Il habite le paradoxe.

**Signal d'identification** La marque affirme deux choses apparemment incompatibles, les maintient en tension, et en fait le moteur de l'argument. Elle ne propose pas de synthèse confortable.

**Ce que l'IA en fait** Résout les tensions. Produit des réponses cohérentes, équilibrées, sans contradiction. Transforme un paradoxe productif en nuance confortable.

**Piliers activés** Traits négatifs · Émotions

**Exemple** *“L'IA accélère la production éditoriale. L'IA homogénéise les modes de raisonnement. Les deux sont vrais. C'est pour ça que la gouvernance n'est pas optionnelle.”*

### Grille de documentation • Arc 02

Question 1. Quels sont les paradoxes fondamentaux de notre positionnement ?

“ Réponse :”

Question 2. Quelles tensions assumons-nous sans les résoudre dans nos meilleurs contenus ?

“ Réponse :”

Question 3. Où lisons-nous des formulations qui "résolvent trop proprement" un sujet complexe ?

“ Réponse :”

Note complémentaire

“ Réponse :”

## ARC 03 • Le raisonnement contextuel et situé

**Définition** Part de l'expérience concrète d'un terrain spécifique pour en tirer une règle plus générale. Du bas vers le haut. L'inverse du raisonnement top-down générique.

**Signal d'identification** La marque commence par le particulier : un constat de terrain, une observation précise, une donnée issue d'une expérience réelle, avant de monter en généralité.

**Ce que l'IA en fait** Part des principes généraux et descend vers des exemples qui illustrent. Ne connaît pas vos terrains. Ne peut pas simuler vos frictions réelles.

**Piliers activés** Valeurs · Récits de marque

**Exemples / domaines de référence**

- \* ETI industrielles, experts métier disponibles 2h/mois
- \* Énergie : cycle de validation à 5 interlocuteurs
- \* Tech B2B : contenu qui doit convaincre régulateur ET comité d'achat

### Grille de documentation • Arc 03

Question 1. Quels sont nos terrains de référence documentés ?

“ Réponse :”

Question 2. Quelles frictions client récurrentes fondent notre raisonnement ?

“ Réponse :”

Question 3. Quelle configuration client a produit notre insight le plus fort ?

“ Réponse :”

Note complémentaire

“ Réponse :”

## ARC 04 • Le raisonnement par divergence délibérée

**Définition** Questionne explicitement le cadre dominant. Nomme ce que tout le monde présuppose sans le dire et propose un angle que la pensée consensuelle ne génère pas.

**Signal d'identification** La marque prend le contrepied d'une croyance largement partagée dans son secteur. Elle ne le fait pas par provocation, mais par démonstration. Elle argumente, elle source, elle assume la friction.

**Ce que l'IA en fait** Reproduit les positions dominantes. Évite les prises de position clivantes. La divergence délibérée est, par définition, ce qu'elle produit le moins bien.

**Piliers activés** Énoncé · Traits négatifs

**Exemples** "Produire plus de contenu n'est pas une stratégie. C'est une réponse à l'anxiété éditoriale." "Un calendrier éditorial n'est pas un système éditorial."

## Grille de documentation • Arc 04

Question 1. Quelles croyances de marché contestons-nous explicitement ?

" Réponse :"

Question 2. Quelles sont nos contre-positions propriétaires documentées ?

" Réponse :"

Question 3. Où avons-nous pris un contrepied qui a généré le plus d'engagement ?

" Réponse :"

Note complémentaire

" Réponse :"

## Matrice d'audit • 9 piliers × 4 arcs

Instructions. Pour chaque pilier, notez O (arc présent et fort), F (arc faible ou rare) ou – (arc absent). Toute ligne majoritairement F ou – signale un pilier vulnérable à gouverner en priorité.

Pilier	Arc 01 Analogique	Arc 02 Tension	Arc 03 Situé	Arc 04 Divergence	Vulnérabilité
Énoncé					

Pilier	Arc 01 Analogique	Arc 02 Tension	Arc 03 Situé	Arc 04 Divergence	Vulnérabilité
Valeurs					
Traits positifs					
Traits négatifs					
Personnalité					
Archétypes					
Émotions					
Récits de marque et de sens					
Registre langagier					

## Prompt de vérification multidimensionnelle

“ À intégrer dans votre workflow éditorial comme check systématique avant publication de tout contenu à haute charge symbolique. Ce prompt est un **instrument de gouvernance cognitive**, pas un garde-fou stylistique.”

Tu agis comme contrôleur de diversité de raisonnement pour [NOM DE LA MARQUE],  
à partir de ses arcs de raisonnement documentés.

En analysant ce texte, réponds sur 5 axes,  
avec un score de 1 (très lissé IA) à 5 (fortement singulier) :

- Variabilité rythmique  
Mix de phrases courtes et longues, ruptures assumées.

- Dispersion lexicale  
Termes porteurs maintenus, registres mélangés,  
pas de plain language uniforme.
- Richesse émotionnelle  
Émotions non normées présentes, tensions non résolues,  
pas de positivisme lisse.
- Ancrage contextuel  
Références sectorielles précises, raisonnement situé,  
pas d'exemples génériques.
- Originalité de l'arc de raisonnement  
Mode analogique, par tension, situé ou divergent identifiable.

Pour chaque axe : justifie le score et propose une modification ciblée si le score est inférieur à 4.

Verdict final :

"Acceptable pour publication [NOM DE LA MARQUE]" ou "À retravailler – homogénéisation excessive", avec priorités de réécriture.

## Grille de scoring

Axe	Score /5	Justification	Modification ciblée
Variabilité rythmique			
Dispersion lexicale			
Richesse émotionnelle			
Ancrage contextuel			
Originalité de l'arc			

Verdict

- \*  Acceptable pour publication
- \*  À retravailler – homogénéisation excessive

Priorités de réécriture

“ À compléter :”

## Règles d'intervention de l'IA par arc

“ La colonne *Non délégable* est non négociable sur les contenus à haute charge d'autorité.”

### Arc 01 : Analogique

- \* **Délégable** : Mise en forme d'une analogie déjà choisie humainement. Vérification de cohérence.
- \* **Assisté** : Proposition de variantes d'une analogie à arbitrer. Reformulation d'une analogie existante.
- \* **Non délégable** : Choix de l'analogie. Domaines analogiques constitutifs de la voix.

### Arc 02 • Par tension

- \* **Délégable** : Structuration d'un argumentaire dont la tension est déjà posée. Densification.
- \* **Assisté** : Mise en évidence de tensions dans un texte existant. Reformulation.
- \* **Non délégable** : Identification des paradoxes fondamentaux. Décision de ne pas résoudre.

### Arc 03 • Situé

- \* **Délégable** : Reformulation factuelle d'un raisonnement situé déjà cadré. Synthèse.
- \* **Assisté** : Organisation de données terrain en argumentaire. Structuration d'un cas.
- \* **Non délégable** : Construction du raisonnement depuis le terrain. Choix du cas de référence.

### Arc 04 — Divergence

- \* **Délégable** : Mise en forme d'une contre-position déjà formulée. SEO, méta.

- \* **Assisté** : Identification de consensus implicites dans un secteur pour contre-argument.
- \* **Non délégable** : Formulation de la divergence. Prise de position. Choix d'assumer la friction.



wearethewords