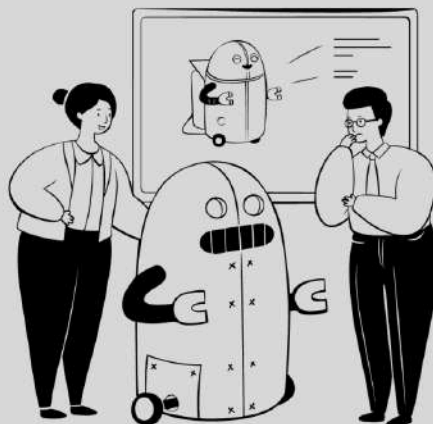


## Contenus B2B 2026 : pourquoi 90 % des stratégies échouent

Webinaire Wearethewords™  
développé et animé par  
Muriel Vandermeulen



# Et comment construire un système éditorial qui dure à l'ère de l'IA ...

➤ Formations

📅 IA et Brand Content 21-  
28.11.25

## **WeAreTheWords, +20 ans d'expertise en ingénierie éditoriale et content marketing créatif**

<https://www.wearethewords.com/>

AGENCE D'INGÉNIERIE ÉDITORIALE B2B / B2C

### Créez une marque à laquelle on croit.

Derrière chaque stratégie éditoriale, il y a des humains qui décident, s'engagent, et doivent se sentir en confiance. Nous construisons cette confiance par l'expertise éditoriale et la donnée.



📱 Notre site web

## Offres



CLARITY™  
Clarifiez votre stratégie  
éditoriale



GROWTH™  
Maximisez votre  
piloteage éditorial



ELITE™  
Devenez une marque  
éditoriale souveraine

WeAreTheWords, +20 ans d'expertise en ingénierie éditoriale et content marketing créatif

Les IA génératives bouleversent la production de contenu... mais ne remplacent pas un système

1 — Pourquoi vos contenus manquent d'impact (malgré les outils et l'IA)

2 — Les 3 erreurs structurelles des stratégies de contenu B2B

3 — Ce que change réellement l'IA (et surtout ce qu'elle ne change pas)

4 — Construire un Content Operating System™ simple, durable et mesurable

5 — Cas concrets : du chaos de production au système gouverné

6 — Méthodes & outils pour garder la main sur la qualité, la cohérence, la performance

7 — En résumé

8 À vous de jouer

Votre audit éditorial gratuit

Obtenez votre audit éditorial avancé

Votre Assistant Brand Voice Framework (GPT)

Votre tarif préférentiel e-learning

# Les IA génératives bouleversent la production de contenu... mais ne remplacent pas un système

<https://youtu.be/D8AnkakMn6k?si=gxFMJ7fUFI31tJRS>

## ▼ 1 — Pourquoi vos contenus manquent d'impact (malgré les outils et l'IA)

80 % des contenus B2B ne sont jamais vus. Pas faute de produire. Faute de piloter.

**Le vrai problème n'est pas la production : c'est l'absence de système.**

### **Les symptômes en entreprise**

- Volume croissant, impact stagnant
- KPIs flous, reporting discontinu
- Voix de marque instable
- Ressources fragmentées, silos internes
- IA utilisée sans cadre → contenus génériques, interchangeables

### **Trois questions structurantes**

1. *Où se perd notre valeur éditoriale ?*
2. *Pourquoi nos contenus ne convertissent-ils pas malgré le volume ?*
3. *Que manque-t-il pour que l'IA amplifie réellement notre marque ?*

## ▼ 2 — Les 3 erreurs structurelles des stratégies de contenu B2B



Focus sur la **production**. La question est 'produit-on assez ?'. La performance est là, mais la parole **se dilue**.



Focus sur la **gouvernance**. Notre voix est-elle cohérente ? Le système crée de **l'influence**.

## ▼ Erreur 1 — Penser contenus avant de penser système

Un nouveau besoin, un nouveau contenu.

Un nouveau canal, une nouvelle exception.

Chaque publication devient un micro-projet autonome.

**Conséquence** : dette éditoriale, redondances, instabilité de la voix.

**Micropensée du public** :

*"On génère, mais on ne gouverne pas."*

## ▼ Erreur 2 — Confondre volume et impact

La profusion devient du bruit.

Les équipes s'épuisent, les contenus s'équivalent, les prospects ne retiennent rien.

**Conséquence** : baisse de la lisibilité stratégique.

**Micropensée du public** :

*"Plus on publie, moins on pèse."*

## ▼ Erreur 3 — Travailler en silo, sans gouvernance

SEO, brand, com, sales... chacun pousse ses priorités.

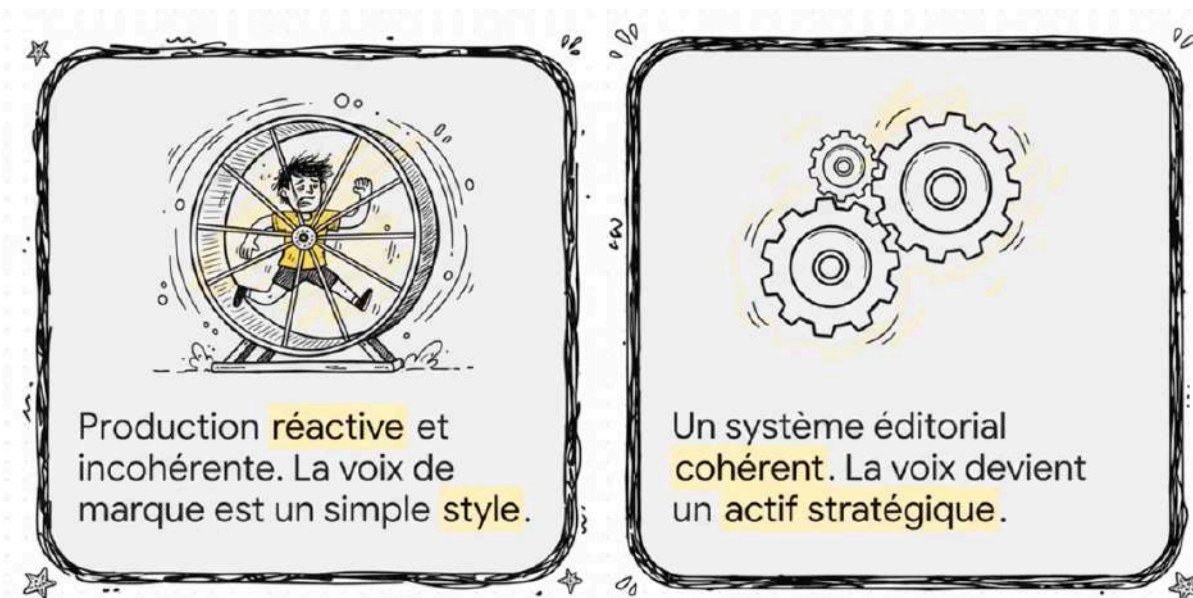
Aucun point de convergence. Aucune règle partagée.

Le système se dérègle.

**Conséquence** : absence de cap → absence d'impact.

**Micropensée du public** :

*"On dépense beaucoup. On prouve peu."*



### ▼ 3 — Ce que change réellement l'IA (et surtout ce qu'elle ne change pas)

**L'IA n'est pas un système : c'est un amplificateur.**

Elle amplifie ce que vous encodez. Ou le flou, s'il n'y a pas de cadre.

**Sans structure éditoriale :**

- IA = contenus génériques
- IA = dilution de marque
- IA = duplication d'angles déjà vus
- IA = accélération du chaos éditorial

**Avec un cadre éditorial structuré :**

- Génération de briefs
- Scoring & priorisation
- Variantes alignées sur les audiences
- Déclinaisons multicanal cohérentes

- Rewriting fidèle à la Brand Voice (Testez notre assistant GPT Brand Voice Framework)

*“L'IA ne remplacera pas mon système. Elle révélera son absence.”*

## ▼ 4 — Construire un Content Operating System™ simple, durable et mesurable

| On ne part pas de zéro. On part de mieux.

Un **Système éditorial piloté**, c'est :

- un cadre
- des règles
- une grammaire éditoriale
- un pilotage unifié
- une gouvernance claire
- une lisibilité stratégique partagée
- un langage commun entre équipes et IA

### ▼ Les “Big Five” du système WATW

*“Ce que j'ai déjà peut performer. Si je le structure.”*

1. **Audit éditorial & digital avancé**  
→ Identifier la valeur réelle du stock éditorial
2. **Brand Voice Framework** (structurant, lisible par IA)
3. **Structuration stratégique business-driven**  
→ quels contenus méritent d'exister
4. **Pilotage & gouvernance**  
→ rituels, rôles, règles, priorisation
5. **Réactivation des contenus dormants**

→ Expand – Update – Optimize – Merge – Promote

Aller plus loin

<https://www.wearethewords.com/recyclage-de-contenus-ecologie-editoriale/>

<https://www.wearethewords.com/reecriture-recyclage-editorial/>

## ▼ 5 — Cas concrets : du chaos de production au système gouverné

*“Nous avons un potentiel dormant que nous ne capturons pas.”*

### **Cas 1 — Site avec 160 contenus → seulement 9 généraient du trafic**

→ Après scoring :

- 42 contenus supprimés
- 25 fusionnés
- 18 recyclés
- ROI éditorial doublé en 4 mois

### **Cas 2 — Voix de marque floue, contenus génériques**

→ Déploiement BVF + templates →

- cohérence éditoriale : +30 %
- temps de validation : -40 %

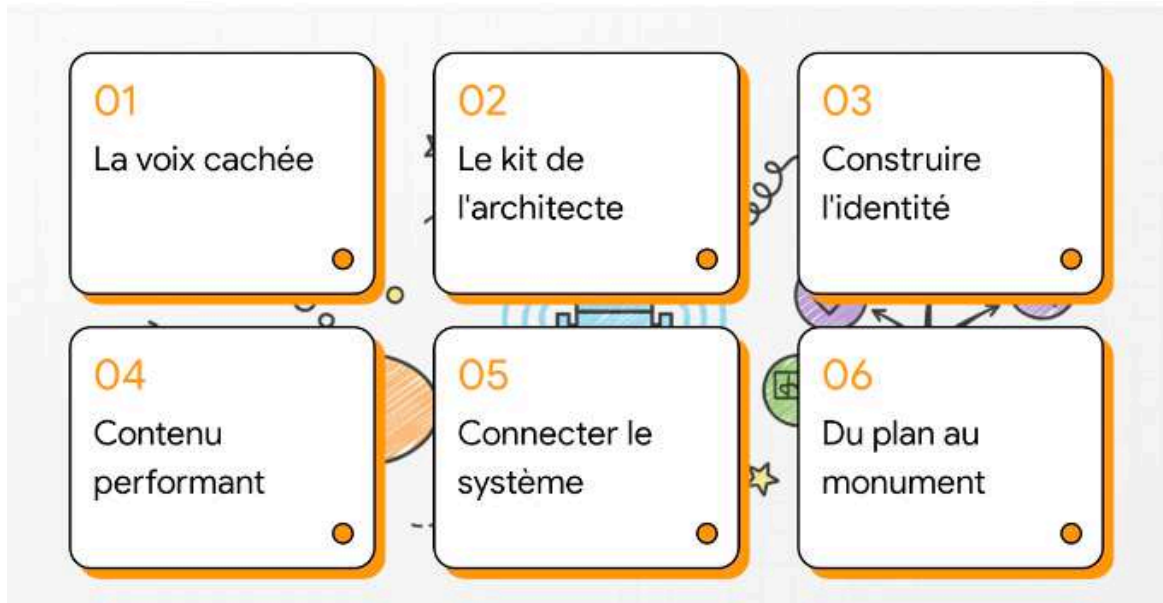
### **Cas 3 — Marketing vs Sales, objectifs divergents**

→ Pilotage unifié + grille systémique (grilles 1, 3, 4 du Kit)

→ contenus reconnectés au parcours prospect → +20 % conversion MQL → SQL

## ▼ 6 — Méthodes & outils pour garder la main sur la qualité, la cohérence, la performance

### Les leviers structurants



- Grammaire éditoriale de marque → stabilité & reconnaissance

#### Extrait de check-list “Voix & Ton” (nouvel outil interne)

*Extrait de checklist “Voix & Ton” utilisée pour la relecture des tribunes*

- Clarté du propos :
- Autorité douce :
- Chaleur sobre : ⚠️ à renforcer

**Chaque contenu est relu à l’aune du Brand Voice Framework, garantissant la cohérence de ton et d’émotion.**

21)

- Clarté opérationnelle → lisibilité & efficacité



- Alignement identitaire → voix, posture, promesse



- Intégration systémique → cohérence & maillage
- Performance de conversion → action & ROI

## Les outils d'activation IA

*"Nous n'avons pas besoin d'un calendrier. Nous avons besoin d'un système."*

- Prompts systémiques (Rôle – But – Contexte – Ressources – Ton – Interdits)



- Matrices discursives
- Templates de pages, emails, posts
- Score éditorial automatisé
- Workflows & validations

Status	Deliverable Name	Description
In progress	Ateliers & Formations	
In progress	Prompt Operating System	
Not started	Prompt Library : Pomptothèque démarches	Prompt Library : création d'une bibliothèque de 50 prompts types adaptés aux démarches
Not started	Hand-over	Hand-over : finalisation, production du guide utilisateur, mise à disposition des supports +
In progress	0. Pilotage POS ARNE	Template étape par étape pour produire ou réécrire une démarche, intégrant objectifs, str.
In progress	1. Pilotage POS – Cadrage	L'objectif est de clarifier le besoin métier et de produire une roadmap critique en identifi
In progress	2. Pilotage POS – Déconstruction & récolte	Analyser les contenus bruts pour identifier les informations exploitables, les contradictions
In progress	3. Pilotage POS – Structuration 7Q + UX	L'objectif est de transformer les informations critiques en une structure éditoriale claire se
In progress	QUI - Identifier les Publics cibles	Identifier les publics cibles pour simplifier l'accès aux démarches administratives, clarifier
In progress	QUOI - Décrire l'objet de la démarche	Le bloc "QUOI" doit clarifier l'objectif d'une démarche administrative, en indiquant ce que
In progress	COMMENT - Dérouler la procédure	La procédure doit être reformulée pour guider l'utilisateur de manière claire et logique, en é
In progress	POURQUOI - Expliquer le fondement ou l'obligation	Le bloc "POURQUOI" est crucial pour légitimer les démarches administratives, justifier les
In progress	OÙ ET QUAND - Situer l'action dans le temps et l'espace	Les informations sur le lieu et le moment sont essentielles pour l'utilisateur final, permettant
In progress	COMBIEN - Préciser le coût, les pièces et les délais estimés	Le bloc "COMBIEN" fournit des informations essentielles sur le coût, les pièces à fournir et
In progress	FAQ, points d'attention, renvois légaux	Ce bloc final clarifie des éléments spécifiques, fournit des FAQ, points d'attention et référe
+ Nouvelle page imbriquée		
In progress	4. Pilotage POS – Pré-rédaction POS	L'objectif est de produire une première version rédigée de chaque bloc d'une démarche P
In progress	5. Pilotage POS – Réécriture usage	L'objectif est de réécrire chaque bloc pour le rendre clair et engageant, en simplifiant le co

## ▼ 7 — En résumé

### 3 vérités structurantes

- Le problème n'est pas la production.

- La solution n'est pas l'IA.
- Le levier, c'est le système.

### **Et vous repartez avec :**

- une grille de lecture critique
- une logique de pilotage
- une méthodologie pour structurer votre stratégie éditoriale durable
- des leviers concrets pour rendre l'IA vraiment utile

*Un système éditorial durable ne se construit ni avec un calendrier, ni avec un prompt.*

*Il se construit avec une structure, une gouvernance, et une voix claire.*

*L'IA accélère ce que vous avez décidé. Elle n'invente jamais ce que vous n'avez pas cadré.*

## **8 À vous de jouer**

| Pour aller plus loin, trois options structurantes, accessibles immédiatement.

### **Votre audit éditorial gratuit**

#### **▼ Obtenez votre audit éditorial avancé**

*Places limitées. Nous n'en ouvrons que 5 par mois.*

→ Réservez votre créneau avant fermeture du quota (code AUDIT WBK)

#### **▼ Votre Assistant Brand Voice Framework (GPT)**

##### **Activez votre Brand Voice dans l'IA**

*Accès immédiat, libre pour tous les participants du webinaire.*

→ Débloquez le Brand Voice Framework sur GPT

#### **▼ Votre tarif préférentiel e-learning**

##### **Tarif webinaire sur le parcours e-learning**

*Ouverture officielle le 16 janvier 2026. Tarif préférentiel disponible uniquement aujourd'hui.*

→ **Demandez votre accès préférentiel avant expiration (code EARNING WBK)**