

Comment doper ses équipes média & créa grâce à l'IA?

Votre équipe marketing augmentée avec Claude

La plupart des marques DTC utilisent encore l'IA "à nu" : un ChatGPT générique, sans contexte, sans données, sans outils connectés. Pourtant, un projet IA bien configuré et connecté à vos outils via MCP permet à vos équipes de produire plus, et mieux.

+53%

de gain de productivité en moyenne observé en appliquant de l'IA sur des tâches manuelles.¹

¹Roads, 2026

4 étapes pour construire un funnel marketing piloté par l'IA

1

Structurer vos projets IA avec les 3 couches de contexte

Avant tout prompt, configurez : **la knowledge** (ce qu'est un bon creative strategist ou media buyer), le **contexte marque** (positionnement, cible, direction artistique) et le **contexte des tâches** (objectif, format, contraintes).

2

Créer votre projet IA "creative strategist"

Nourrissez un projet Claude avec vos frameworks créatifs, briefs clients et scripts performants. Connectez-le au MCP Meta et à Higgsfield : il analyse et génère des angles, des hooks, des scripts et des visuels en quelques minutes.

3

Créer votre projet IA "media buyer"

Configurez un projet Claude avec l'historique de votre compte publicitaire, vos règles d'optimisation et vos objectifs. Connectez-le au MCP Meta : il analyse les performances, sort des recommandations actionnables et produit même vos landing pages.

4

Relier les deux pour un funnel 100% IA

Faites communiquer vos deux projets : le creative strategist génère les pubs à partir des angles qui performant dans Meta, le media buyer les pilote et fait remonter les insights pour produire les landing pages associées.

L'IA ne remplace pas le marketing, elle remplace les bras. Un seul stratège équipé des bons projets IA fait aujourd'hui le travail d'une équipe entière.

Les marques qui l'intègrent maintenant prennent une longueur d'avance.

Etienne Garcia
CEO
Roads