AUTOMIND

RESSOURCE OFFERTE · « SLOP »

3 étapes pour ne plus jamais faire d'AI Slop avec Claude

Site, présentation, post ou document : ce qu'il faut donner à Claude pour qu'il produise quelque chose qui ressemble vraiment à votre entreprise, et pas à tout le monde.

ÉTAPE 1
Le contexte

ÉTAPE 2
Le design system

ÉTAPE 3
Les inspirations

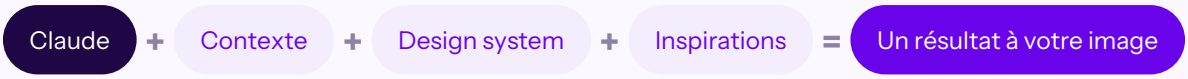
Trois dossiers à préparer une fois. Ensuite, Claude ne devine plus : il sait.

AVANT DE COMMENCER

Pourquoi Claude fait de l'AI Slop

L'AI Slop, c'est ce contenu générique que l'on reconnaît au premier coup d'œil : un site avec le même dégradé violet que mille autres, des phrases creuses (« Dans un monde en constante évolution… »), des icônes interchangeables, un ton qui pourrait être celui de n'importe quelle entreprise.

Ce n'est pas que Claude soit mauvais. C'est qu'il devine. Quand vous lui demandez « fais le site de mon entreprise » sans rien d'autre, il comble chaque information manquante par la réponse la plus probable : la moyenne d'internet. Et la moyenne, c'est précisément ce qui ne vous ressemble pas.



01 Le contexte de votre entreprise
Pour que Claude ne devine pas ce que vous faites.

02 Votre design system
Logo, couleurs, typographies et ton : votre identité, rangée dans un dossier.

03 Vos inspirations Pinterest
Pour que Claude sache ce que vous aimez vraiment.

04 Tout assembler
Le brief à donner à Claude et votre plan d'action.

LA RÈGLE QUI CHANGE TOUT

Tout ce que vous ne donnez pas à Claude, il l'invente. Donnez-lui les trois dossiers de ce guide, et il n'a plus rien à inventer.

PARTIE 01

Donnez à Claude le contexte de votre entreprise

Le contexte, c'est le briefing d'un nouvel employé. Pas une plaquette commerciale : ce qu'une personne compétente doit savoir de votre entreprise pour bien travailler dès le premier jour.

`entreprise.md` Identité, métier, positionnement, valeurs concrètes, vocabulaire maison. Toujours lu en premier.	`offre.md` Ce que vous vendez, à qui, comment se déroule une affaire type, ce qui est hors périmètre.	`marque.md` Ton de voix, tutoiement ou vouvoiement selon le canal, mots à employer et à bannir.
`processus.md` Les processus qui reviennent chaque jour, semaine ou mois : déclencheur, étapes, outils.	`etat.md` Vos priorités et chantiers du moment. Daté : c'est le seul fichier qui périme.	`CLAUDE.md` À la racine du dossier : dit à Claude de lire entreprise.md en premier, puis le reste selon la tâche.

Les règles que nous appliquons chez Automind

- 150 lignes maximum par fichier. Au-delà, l'attention de Claude se dilue et il suit moins bien les consignes.
- Rien d'inventé. Ce qui manque est marqué « À COMPLÉTER ». Un trou se voit et se comble ; une invention passe inaperçue pendant des mois.
- Vos mots exacts. Si votre métier parle d'« affaire » et pas de « projet », le fichier dit « affaire ». C'est ce qui évite le ton de consultant extérieur.
- Des exemples concrets et chiffrés. « Le devis type prend deux heures » vaut mieux que « on perd du temps sur les devis ».
- Ni procédure, ni données sensibles. Pas de salaires, d'identifiants, de coordonnées bancaires ou d'informations personnelles.

À retenir — ne rédigez pas ces fichiers vous-même. Faites-les écrire par Claude en le laissant vous interviewer : vous corrigez au lieu de produire, et c'est dix fois plus rapide.

PARTIE 01 · EN PRATIQUE

Le prompt qui construit votre contexte

Collez ce prompt dans Claude, en mode Cowork, avec votre dossier entreprise sélectionné. Il recherche, vous interviewe, puis écrit les fichiers. Comptez 30 à 45 minutes.

1. **Ouvrez Claude en mode Cowork**
   Dans l'application pour ordinateur, sélectionnez le dossier où vivent vos documents d'entreprise.

2. **Complétez les champs en jaune**
   Nom de l'entreprise, site web, nom exact de votre dossier sur l'ordinateur.

3. **Répondez avec des exemples**
   Claude pose trois questions à la fois. Racontez le dernier dossier réel plutôt qu'une généralité.

prompt · contexte-entreprise

```
Mon entreprise est {{NOM ENTREPRISE}}, son site web est {{SITE WEB}}, et sur mon ordinateur le dossier principal de gestion de mon entreprise s'appelle {{DOSSIER ENTREPRISE ORDINATEUR}}.

Je veux que tu constitues le dossier "context" de mon entreprise : des fichiers markdown que tu liras au début de chaque session pour savoir chez qui tu travailles, comme un nouvel employé briefé dès son premier jour. Procède en quatre étapes, dans l'ordre.

Étape 1 — Rassembler ce que tu peux trouver seul

- Lis mon site web, et cherche sur le web ce qui existe sur mon entreprise (presse, avis, annuaires, réseaux sociaux).
- Parcours le dossier {{DOSSIER ENTREPRISE ORDINATEUR}} : structure, noms de fichiers, et quelques documents représentatifs (devis, rapports, présentations, modèles). Ne modifie rien. N'ouvre pas les fichiers qui semblent relever des salaires, de la paie, de la santé, des données bancaires ou personnelles ; dis-moi simplement qu'ils existent.
- Utilise les connecteurs disponibles (Drive, mail, agenda) seulement si je te le confirme.

Ce que tu cherches : comment l'entreprise se décrit, à qui elle s'adresse, son ton, son vocabulaire, ses outils, ses documents récurrents.

Étape 2 — Choisir les fichiers pertinents

Recommandés pour toute entreprise :
- entreprise.md : identité, métier, positionnement, valeurs concrètes, vocabulaire maison, ce que l'entreprise ne fait pas
- offre.md (ou produit.md) : ce que nous vendons, à qui, à quel prix si je l'assume, ce qui est hors périmètre
- marque.md : ton de voix, tutoiement/vouvoiement par canal, mots à employer et à bannir, charte visuelle
- processus.md : les processus principaux que l'entreprise exécute chaque jour, semaine ou mois (déclencheur, grandes étapes, qui fait quoi, outils, durée, points de friction)
```

prompt · contexte-entreprise

```
Possibles selon mon activité : equipe.md (rôles et circuits de validation), clients.md (profils types), outils.md (logiciels, où vivent les données, doubles saisies), fournisseurs.md, concurrence.md, reglementation.md (contraintes du secteur), glossaire.md, etat.md (priorités et chantiers du moment, daté).

Propose-moi ta liste finale avec une phrase de justification par fichier, en même temps que ta première série de questions. Ne t'arrête pas pour attendre ma validation : je corrigerai dans ma réponse.

Étape 3 — M'interviewer

Commence par me résumer en quelques lignes ce que tu as trouvé, pour que je corrige ce qui est faux. Puis interroge-moi :

- Trois questions maximum à la fois, puis tu attends ma réponse.
- Ne me redemande jamais ce que tu as déjà trouvé.
- Demande toujours un exemple concret et récent (« racontez-moi le dernier dossier ») plutôt qu'une généralité.
- Quantifie : fréquence, durée, nombre de personnes, coût d'une erreur.
- Reprends mes mots exacts pour le vocabulaire de mon métier.
- Pour processus.md, fais-moi raconter un processus de bout en bout, de la demande à la facture, puis demande ce qui rate ou traîne le plus souvent, ce que je ressaisis d'un outil à l'autre, et ce qui doit toujours être relu par un humain.
- Si deux choses se contredisent (site, documents, mes réponses), signale-le au lieu de trancher.

Continue jusqu'à pouvoir remplir chaque fichier sans inventer. Compte 30 à 45 minutes.

Étape 4 — Écrire les fichiers

Crée le dossier "context" dans {{DOSSIER ENTREPRISE ORDINATEUR}} avec les fichiers validés. Règles :

- Chaque fichier commence par un en-tête `description:` d'une ligne disant quand le lire.
- 150 lignes maximum par fichier.
- Aucune invention : tout ce qui manque est marqué « ⚠ À COMPLÉTER ».
- Aucune date ni nom d'affaire en cours hors de etat.md.
- Aucune donnée sensible : salaires, informations personnelles sur des salariés ou clients, identifiants, coordonnées bancaires.
- Pas de mode d'emploi détaillé : décris ce qui se passe dans processus.md, sans écrire de procédure pas à pas.
- Ne recopie pas ce que tu peux retrouver seul (définitions métier, réglementation publique).

Crée aussi un CLAUDE.md à la racine de {{DOSSIER ENTREPRISE ORDINATEUR}} (s'il en existe déjà un, ne l'écrase pas : propose-moi l'ajout). Il dit de lire entreprise.md en premier, puis de charger les autres fichiers selon la tâche, en texte simple, sans imports. Donne-moi aussi une version courte de ces consignes, à coller dans les instructions du dossier dans Cowork.

À la fin

Donne-moi, sans compte rendu de ton travail :
1. Les informations encore à compléter, et à qui les demander.
2. Les contradictions relevées.
3. Les processus répétables repérés, candidats pour devenir des skills.
4. Qui doit mettre à jour etat.md, et à quelle fréquence.
```

prompt · contexte-entreprise

```
Règles pendant tout l'exercice : ne modifie ni ne supprime rien hors du dossier "context",
n'envoie aucun message, et demande-moi dès que tu as un doute.
```

Ce que vous obtenez à la fin

Un dossier context/

Des fichiers courts que Claude relit avant chaque tâche, au lieu que vous réexpliquiez tout.

Une liste de trous

Ce qui reste « À COMPLÉTER », et à qui le demander dans l'équipe.

Des pistes de gain

Les tâches répétitives repérées pendant l'interview, prêtes à être confiées à Claude.

À retenir — relisez vous-même entreprise.md et marque.md avant de passer à la suite : une erreur dans ces deux fichiers se retrouve ensuite dans tout ce que Claude produit.

PARTIE 02

Rangez votre identité dans un design system

Un design system, c'est simplement un dossier où Claude trouve votre logo, vos couleurs, vos typographies et votre ton. Sans lui, Claude choisit pour vous — et il choisit toujours la même chose que pour les autres.

01

Le logo

En SVG de préférence (net à toutes les tailles), avec une version pour fond clair et une pour fond sombre.

02

Les couleurs

Des codes hexadécimaux précis, chacun avec son rôle : principale, fond, accent, texte. Et celles qui sont interdites.

03

Les typographies

Une police pour les titres, une pour le texte. Idéalement disponibles sur Google Fonts pour le web.

04

Le ton

Tutoiement ou vouvoiement par canal, trois adjectifs, vos mots, vos mots bannis, une phrase qui sonne juste.

Exemple : le design system d'Automind

Principale `#6903EA`

Fond sombre `#1F0645`

Accent `#C9A0F7`

Typographies : Unbounded pour les titres, Instrument Sans pour le texte. Ton : tutoiement sur LinkedIn et Instagram, vouvoiement dans les documents clients. C'est ce dossier qui fait que ce guide ressemble à Automind et pas à un modèle Canva.

PARTIE 02 · EN PRATIQUE

Le modèle à copier dans votre dossier design-system

Créez un dossier design-system à côté de votre dossier context, déposez-y votre logo, puis un fichier README.md sur ce modèle. Remplacez chaque champ en jaune.

design-system/README.md

```
# Design system — {{NOM ENTREPRISE}}

Logo
- logo.svg (version principale), logo-blanc.svg (pour fonds sombres)
- Taille minimale, marge autour, ce qu'on ne fait jamais avec : {{RÈGLES LOGO}}

Couleurs
- Principale : {{#HEX}} -> boutons, liens, titres forts
- Fond sombre : {{#HEX}} -> sections d'impact
- Accent : {{#HEX}} -> détails, surlignages (avec parcimonie)
- Texte : {{#HEX}} -> corps de texte
- Interdit : {{COULEURS À NE JAMAIS UTILISER}}

Typographies
- Titres : {{POLICE TITRES}} (Google Fonts)
- Texte : {{POLICE TEXTE}}

Ton
- Tutoiement ou vouvoiement : {{PAR CANAL}}
- 3 adjectifs qui nous décrivent : {{ADJECTIFS}}
- Mots que nous employons : {{VOCABULAIRE MAISON}}
- Mots bannis : {{MOTS À ÉVITER}}
- Exemple de phrase qui sonne juste : {{PHRASE}}
```

Astuce — vous n'avez pas de charte graphique ? Demandez à Claude de proposer trois pistes à partir de votre site et de votre contexte, choisissez-en une, puis faites-lui écrire ce fichier. Une charte simple et validée vaut mieux que pas de charte.

PARTIE 03

Montrez à Claude ce que vous aimez vraiment

« Moderne et épuré » ne veut rien dire pour Claude : c'est exactement ce que tout le monde demande. Des images, en revanche, ne laissent aucune place à l'interprétation.

1. **Créez un tableau Pinterest dédié**
   Un tableau par projet : « Site web », « Présentation », « Posts LinkedIn »… Ne mélangez pas tout.

2. **Épinglez 15 à 30 images choisies**
   Sites, mises en page, palettes, typographies, photos. Moins d'images mais assumées, plutôt que cent à moitié.

3. **Ajoutez 3 à 5 contre-exemples**
   Ce que vous ne voulez surtout pas. C'est souvent ce qui aide le plus Claude à éviter le générique.

4. **Téléchargez-les dans un dossier**
   Un dossier inspirations/ à côté de context/ et design-system/, pour que Claude puisse les ouvrir.

5. **Écrivez une ligne par image**
   Dans inspirations.md : ce qui vous plaît précisément. « La typographie énorme », « le fond crème », « l'espace vide ».

Une annotation qui aide

→ « J'aime les grands titres serrés et le fond crème, mais pas les photos d'ambiance : je veux voir nos vrais chantiers. »

Une annotation qui n'aide pas

× « J'aime bien, c'est joli. »

Claude ne sait pas ce que vous trouvez joli : dites-lui quoi, précisément.

À retenir — les inspirations servent à donner une direction, pas à copier. Demandez à Claude d'en reprendre l'esprit (ambiance, rythme, contraste), jamais un site existant à l'identique.

PARTIE 04

Tout assembler : le brief qui change le résultat

Vos trois dossiers sont prêts. Il reste à demander à Claude de les lire avant de produire quoi que ce soit. Voici un exemple de brief pour un site web ; il s'adapte à une présentation ou à un document.

context/

Qui vous êtes, ce que vous vendez, comment vous parlez.

design-system/

Logo, couleurs, typographies, ton.

inspirations/

Images + inspirations.md : ce que vous aimez, ce que vous refusez.

prompt · brief-site-web

```
Tu vas créer le site web de {{NOM ENTREPRISE}}.

Avant d'écrire la moindre ligne :
1. Lis le dossier "context" : entreprise.md en premier, puis offre.md et marque.md.
2. Lis le dossier "design-system" : respecte exactement le logo, les couleurs (codes hex), les typographies et le ton.
3. Regarde chaque image du dossier "inspirations" et lis inspirations.md : ce que j'aime, et ce que je ne veux pas.

Puis résume-moi en 10 lignes ce que tu as compris (cible, message principal, ambiance visuelle, ce que tu vas éviter) et pose-moi 3 questions maximum sur ce qui manque. N'invente aucun chiffre, aucun témoignage, aucune référence client : si une information manque, laisse un emplacement clairement marqué.

Ensuite seulement, propose une première version de la page d'accueil.
```

À retenir — le résumé que Claude vous fait avant de commencer est votre meilleur contrôle. S'il se trompe sur votre cible ou votre ambiance, corrigez-le à ce moment-là : c'est dix fois moins coûteux qu'après la première version.

PLAN D'ACTION

Vos 4 prochains jours

Une étape par jour, moins d'une heure à chaque fois. Cochez au fur et à mesure.

☐ JOUR 1	Lancer le prompt de contexte et répondre à l'interview. Relire entreprise.md et marque.md.
☐ JOUR 2	Créer le dossier design-system : logo en SVG, couleurs en hex, typographies, ton.
☐ JOUR 3	Créer le tableau Pinterest, épingler 15 à 30 images et 3 à 5 contre-exemples, annoter inspirations.md.
☐ JOUR 4	Donner le brief à Claude, corriger son résumé, puis valider la première version.
☐ CHAQUE MOIS	Mettre à jour etat.md et compléter les inspirations quand vos goûts évoluent.

ENVIE QUE CE SOIT FAIT AVEC VOUS ?

Prenez contact avec François

Automind installe Claude dans votre entreprise : contexte, design system, outils et formation de vos équipes. Scannez le QR code pour en parler.

cardlyy.com/francois →

Ce document est à vous : partagez-le à qui vous voulez.