



GPT Academy

Luc Truntzler

Objectif

Présenter les nouveaux assistants IA et les techniques de prompting pour bien les utiliser !

Quels assistants ?

Aujourd'hui les nouveaux assistants IA évoluent tous les mois, une façon de suivre les meilleurs assistants du marché en terme de performance « universelle » est de se référer au Leaderboard Arena : <https://leaderboard.lmsys.org/>

A Septembre 2024 (attention cela peut naturellement évoluer), nous y retrouverons dans le peloton de tête, **accessible librement** en Europe :

- <https://chatgpt.com/> de OpenAI, accessiblement également via <https://copilot.microsoft.com/> (avec une surcote Microsoft tout de même)
- <https://claude.ai/> d'Anthropic
- <https://gemini.google.com/> de Google

Les 3 solutions sont américaines.

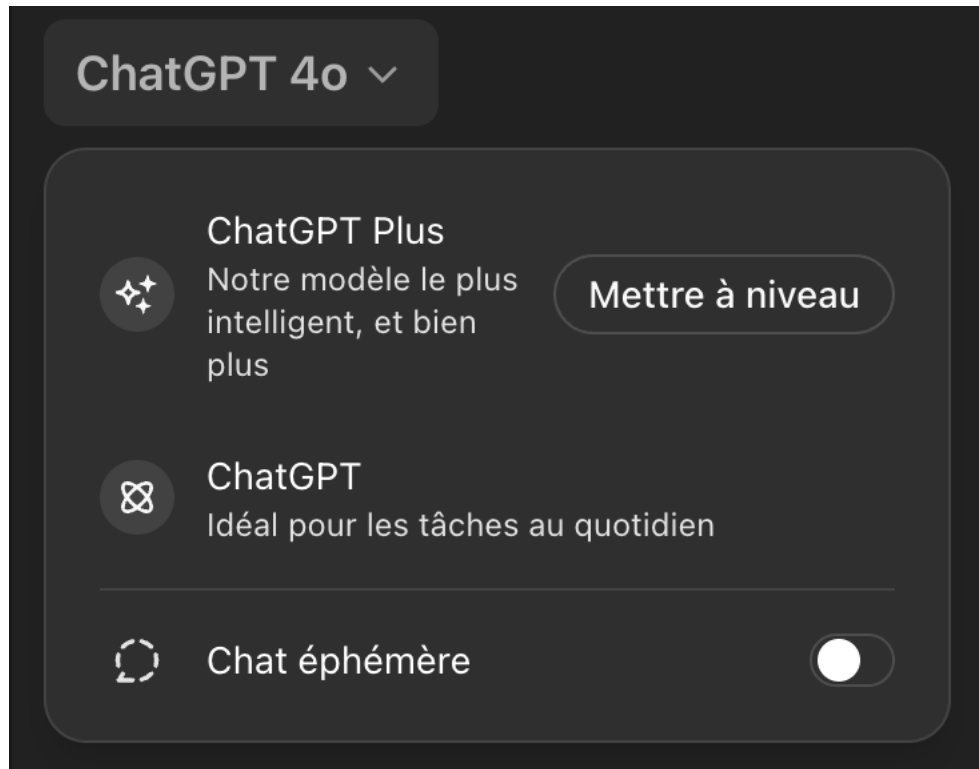
- <https://chat.mistral.ai/> est une autre alternative moins puissante voir détail ci-dessous mais Française

ChatGPT

- Permet d'analyser texte + image + tout autre type fichier (.docx, .pdf, .xlsx, ..).
- Version 4o accessible gratuitement pendant quelques conversations puis une fois ces crédits gratuits utilisés, vous serez rebasculé vers la version 3.5 beaucoup moins performance et non connectée à internet.
- Vos crédits sont renouvelés tous les x heures suivant la sollicitation du service
- La version 4o permet de faire des recherches sur internet (via le moteur Bing de Google).
- La version o1 intègre nativement la technique de prompting du chemin de pensée (voir plus bas).
- Accès à des GPT spécialisés (<https://chatgpt.com/gpts>). Les GPT spécialisés sont des assistants créés par OpenAI ou la communauté pour remplir de façon efficace une tâche bien particulière, par exemple pour rédiger un Post linkedin pour le Rocket club ! (<https://chatgpt.com/g/g-oInQEIZO1-post-rs>) ou

bien pour recevoir des conseils pour bien s'occuper de ses plantes
(<https://chatgpt.com/g/g-6PKrcgTBL-planty>).

Pour préserver la confidentialité de vos échanges, pensez à créer des chats éphémères
(= l'équivalent de la navigation privée sur les navigateurs web) :

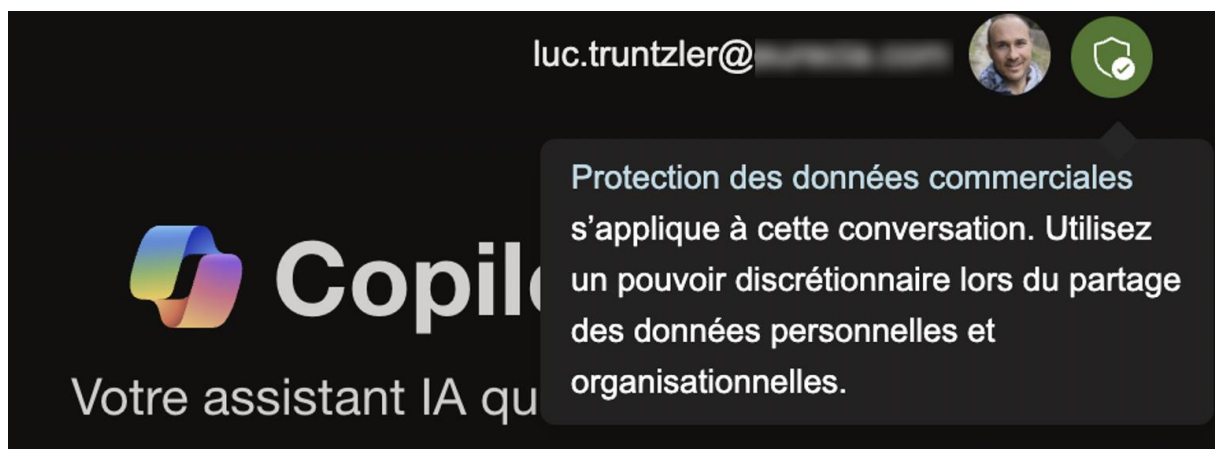


Pensez également à désactiver, dans les paramètres, l'option « Améliorer le modèle pour tous » pour s'assurer que les données ne seront pas utilisées pour le réentraînement du modèle et tombent alors dans le domaine public !



Copilot

- Propose des fonctionnalités très similaires à ChatGPT. En Août 2024, il s'agit cependant encore du modèle 4 et non 4o qui est disponible sur Copilot.microsoft.com
- Si vous disposez d'un compte entreprise, vous disposez automatiquement de la protection des données personnelles :



Claude IA

- Offre des performances similaires à la 4o de ChatGPT à la différence que Claude.ia n'est pas connectée à internet pour vérifier ses sources. A noter que les modèles qui ne sont pas en capacité à vérifier leurs sources sur internet sont plus susceptibles à produire des hallucinations (=réponse fausses générées par l'assistant mais données sur un ton très convaincant et affirmatif pouvant vous induire en erreur). Ce modèle reste cependant très performant pour traiter les données que vous lui communiquerez et sur lequel il y aura peu de risque d'hallucination.
- Comme la 4o de ChatGPT vous avez un nombre de crédit limité sur la version gratuite avant d'être bloqué. Les crédits se renouvelle également après x heures suivant la sollicitation de leur service.

Gemini

- Le modèle Gemini de Google est réputé très rapide. Il n'est cependant pas facile de construire des chemins de pensées (chain of thought) avec, une des plus importantes techniques de Prompting.
- D'expérience (à challenger), Gemini est plus propice à des hallucinations lors de ses recherches d'informations.
- Depuis Août 2024, il est possible de générer des images via Gemini

Mistral

- Le champion français. Malheureusement le modèle, comme Claude.ia, n'est pas connecté à internet
- De nombreuses personnes affirment qu'il offre de meilleure qualité rédactionnelle en français que ces homologues américains car ces derniers, contrairement à Mistral, ont été entraînés exclusivement sur du contenu en anglais.

Récap sur les assistants

Vous venez de voir les principaux outils fondateurs à connaître et avec lesquels vous pourriez être assistés sur de nombreux cas d'usages.

Cependant, face à la montée en puissance de ces outils, d'autres outils ont été créés par des fournisseurs indépendants, des outils que nous qualifierons **d'outils sur étagère** pour des métiers spécifiques (Sales, Marketing, Comm, Développement, ..).

Ces outils sur étagère reposent sur ces modèles fondateurs (très souvent sur OpenAI) et offre des fonctionnalités métiers supplémentaires.

Par exemple :

- Praiz ou Modjo pour les commerciaux facilitent le reporting et le suivi des entretiens commerciaux grâce à l'IA
- Semji pour les experts SEO facilitent la rédaction et reporting des articles de blogs

- Skeeled pour les RH facilitent l'analyse des CV et des sélections
- L'assistant IA de JetBrains IntelliJ facilitent le développement de code
- ..

Il devient de plus en plus nécessaire de remettre en question, une fois par an, ses outils du quotidien, car certains parviennent à monter en puissance et fonctionnalités plus rapidement que d'autres et les gains de changer pour un meilleur outil peuvent être très importants pour améliorer votre quotidien.

Quels usages ?

Il y a 2 principaux freins à l'usage des nouveaux assistants :

1. Ne pas parvenir à bien les utiliser
2. Ne pas savoir pour quels usages les utiliser dans son quotidien

Pour le premier point, vous trouverez plusieurs techniques de prompting ci-dessous pour mieux les prendre en main.

Pour le second point, les 3 grands usages de ces nouveaux assistants portent sur la Recherche d'information, la Génération de contenu et l'Analyse de documents.

Ces 3 grands usages permettent de couvrir beaucoup d'usage métier mais aussi personnel!

Partager entre collègues, les nombreuses possibilités d'usage de ces assistants permet d'inspirer et faciliter l'adoption de ce nouveau réflexe, à l'image à l'époque du réflexe Google qui tend à disparaître chez les personnes qui ont développé le "Réflexe GPT".

Quels techniques ? L'art du prompting

S'entretenir avec un assistant comme ChatGPT n'a pas grand-chose à voir avec une recherche Google.

- Sur Google, vous faites une recherche en utilisant que quelques mots clefs pour obtenir +300 000 000 de résultats de sites web déjà créés avant votre requête, le tout en 0,30 secondes. Vous faites alors vos choix et naviguez à travers différents sites webs, présentant chacune une structure qui lui est propre, à la recherche de votre réponse
- Sur ChatGPT, vous entrez dans une conversation pour co-construire avec l'aide de l'assistant votre réponse. La réponse n'existe pas au préalable, vous la construisez littéralement. Si vous formulez mal votre demande et votre conversation, vous obtiendrez par conséquent une réponse médiocre. La qualité de la réponse dépend pour grande partie de la qualité de votre demande et sa formulation. Nous parlons là de « l'art du prompting »

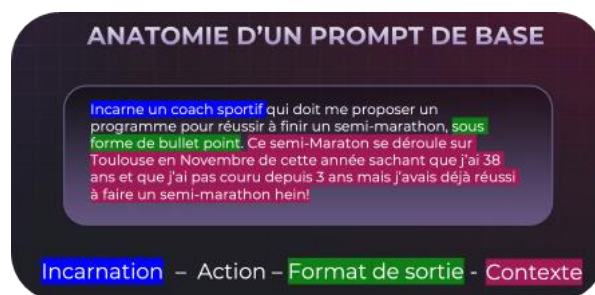
Anatomie d'un prompt

Il est recommandé de préciser 4 informations dans un prompt :

- **L'expertise à embarquer dans la réalisation de la réponse.** Suivant l'action demandée, il sera pertinent de demander à l'assistant d'endosser un rôle

particulier (ex. Responsable marketing ou Responsable RH) afin qu'il puisse bien aborder la problématique avec l'expertise adéquate ! Par défaut, l'assistant risquerait de répondre de façon lambda à une problématique experte.

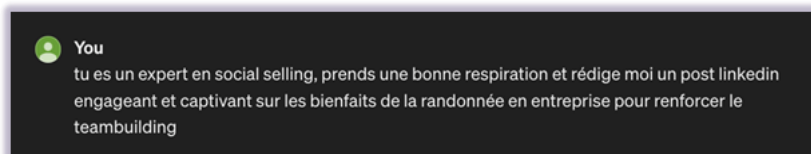
- **L'action** que doit réaliser l'assistant doit être claire et concise.
- **Le format de sortie** doit être précisé. Si vous demandez un résumé d'un document de 200 pages, chacun peut avoir son interprétation de ce qu'est résumé, est-ce 100 mots, 2 pages, 500 mots ? Voir plus bas les différents *formats de sortie*.
- **Le contexte**. Le contexte est la partie la plus importante. Plus vous fournirez des éléments de contexte, plus l'assistant sera précis et pertinent par rapport à votre demande. Si vous pensez que vous oubliez des éléments de contexte, vous pouvez utiliser la technique de *l'auto-questionnement* pour compléter votre contexte

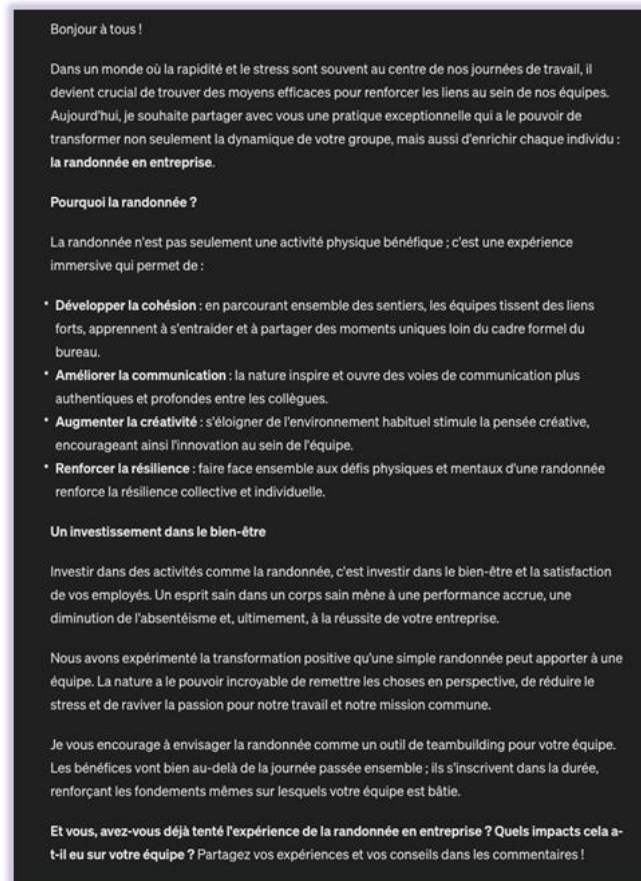


Chemin de pensée

Le chemin de pensée est la technique la plus importante à connaître et la plus illustrative du fonctionnement d'un assistant.

Lorsque vous sollicitez un assistant, il faut savoir qu'il a un temps de réflexion et d'exécution limité dans le temps (quelques secondes à 2 minutes max). Aussi si vous demandez à l'assistant de générer comme dans l'exemple ci-dessous un *post linkedin sur les bienfaits de la randonnée en entreprise pour renforcer le teambuilding*, il fera de son mieux dans son temps de réflexion limité. Malheureusement, l'assistant étant universel, il ne pourra pas monter très haut en expertise sur un temps aussi restreint.



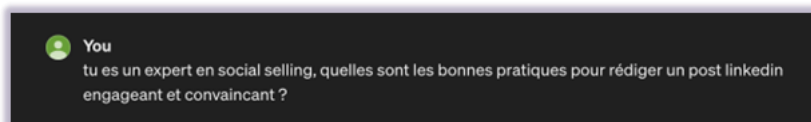


C'est là que la technique du *chemin de pensée* intervient.

La technique du *chemin de pensée* (ou *Chain of thought* en anglais) consiste à diviser un prompt en plusieurs prompts afin de faire monter en expertise l'assistant à chaque prompt.

Dans notre exemple, cela donne le découpage suivant :

Prompt #1 :



ChatGPT

Rédiger un post LinkedIn engageant et convaincant est crucial pour réussir dans le social selling. Voici quelques bonnes pratiques à considérer :

1. Connaissez votre audience

- * Comprenez qui sont vos followers et ce qu'ils recherchent vous aidera à créer du contenu qui résonne avec eux. Les posts doivent apporter de la valeur à votre audience cible.

2. Titre accrocheur

- * Commencez par un titre ou une première ligne captivante qui incite à la lecture. Posez une question, partagez une statistique surprenante ou introduisez un aperçu intéressant de votre post.

3. Contenu de valeur

- * Apportez de la valeur à travers votre contenu. Cela peut être des insights de l'industrie, des études de cas, des conseils pratiques, des histoires personnelles inspirantes ou des tendances à connaître. La valeur incite non seulement à l'engagement mais aussi au partage.

4. Utilisation de visuels

- * Intégrez des images, des vidéos, ou des infographies pour rendre votre post plus attractif et engageant. Les contenus visuels ont tendance à obtenir une meilleure portée et interaction.

5. Formatage clair et lisible

- * Utilisez des paragraphes courts, des puces ou des listes numérotées pour rendre la lecture plus facile et plus agréable. Les gros blocs de texte peuvent décourager les lecteurs.

6. Appel à l'action

- * Terminez votre post par un appel à l'action clair. Encouragez vos lecteurs à interagir avec votre post en posant une question, en les invitant à partager leurs expériences ou en les dirigeant vers un lien pour en savoir plus.

7. Interaction avec votre audience

- * Lorsque des personnes commentent votre post, engagez-vous avec elles en répondant à leurs commentaires. Cela montre que vous êtes à l'écoute et encourage davantage d'interactions.

8. Hashtags pertinents

- * Utilisez des hashtags pertinents pour étendre la portée de votre post au-delà de votre réseau immédiat. Ne surchargez pas votre post avec des hashtags ; sélectionnez-en quelques-uns qui sont le plus pertinents pour votre sujet.

9. Timing de publication

- * Publiez lorsque votre audience est la plus active. Cela varie selon les industries et les régions, donc expérimentez avec différents horaires pour trouver ceux qui génèrent le plus d'engagement.

10. Authenticité

- * Soyez authentique et transparent dans vos posts. Les gens sont attirés par les histoires authentiques et les expériences réelles. L'authenticité favorise la confiance et l'engagement.

En suivant ces conseils, vous serez mieux équipé pour rédiger des posts LinkedIn qui non seulement captivent l'attention de votre audience, mais aussi encouragent l'interaction et renforcent votre présence dans le social selling.

Prompt #2 :



You

je souhaite rédiger un post linkedin engageant et convaincant sur les bienfaits de la randonnée en entreprise pour le teambuilding. Fort de ces enseignements que tu viens d'expliquer ci-dessus, peux-tu dans un temps 1 faire des recherches sur cette thématique et m'expliquer sur que tu penses qu'il serait pertinent de dire sur ce sujet dans mon post linkedin ?



ChatGPT

Pour rédiger un post LinkedIn engageant et convaincant sur les bienfaits de la randonnée en entreprise pour le teambuilding, vous pouvez souligner plusieurs points clés basés sur les informations recueillies.

Commencez par mettre en avant le **partage et la convivialité** que la randonnée offre, en facilitant les discussions informelles et en permettant aux collègues de mieux se connaître dans un cadre naturel et détendu. C'est un excellent moyen de renforcer les liens et de créer une atmosphère positive au sein de l'équipe ⁽¹⁾.

Ensuite, vous pouvez souligner l'aspect de **déconnexion du quotidien**. La simplicité de la randonnée permet à l'équipe de se libérer de la pression et du stress du travail, favorisant un état d'esprit plus détendu et ouvert ⁽¹⁾.

Mettre l'accent sur la **découverte commune** de paysages et d'endroits nouveaux ou inaccessibles renforce le sentiment d'accomplissement et de gratification collective, tout en insufflant un esprit d'aventure partagée ⁽¹⁾.

L'aspect de **respect de la nature** et d'apprentissage sur la biodiversité et l'histoire locale lors de randonnées guidées peut également être un point de discussion, montrant l'engagement de l'entreprise envers la responsabilité sociale et environnementale ⁽¹⁾.

N'oubliez pas de mentionner que la randonnée est un **sport accessible à tous**, y compris aux personnes handicapées grâce à des solutions adaptées, ce qui renforce l'inclusivité des activités de teambuilding ⁽¹⁾.

Soulignez les **bienfaits physiques et moraux** de la randonnée, comme l'amélioration du bien-être grâce à l'exercice et les effets positifs sur le moral et la productivité au travail ⁽¹⁾.

Enfin, évoquez comment la randonnée peut servir de moment de réflexion stratégique pour l'entreprise, en offrant un environnement propice à l'émergence de nouvelles idées et à la résolution de problèmes dans une ambiance détendue ⁽¹⁾.

En général, les activités de team building, comme la randonnée, améliorent significativement la communication, la collaboration, et le bien-être au sein des équipes, contribuant à une culture d'entreprise positive et innovante ⁽¹⁾.

Votre post peut conclure sur l'invitation à explorer ensemble les multiples avantages de la randonnée en entreprise, non seulement pour le bien-être individuel mais aussi pour la dynamique et la productivité de l'équipe. Cela encouragera vos collègues et votre réseau à considérer et à intégrer des activités de plein air dans leurs stratégies de renforcement d'équipe.

Prompt #3 :



You

ok merci, fort de tous ces enseignements, peux-tu maintenant me rédiger le post linkedin ?

▲ Renforcer les Liens d'Équipe à Travers la Randonnée : Une Aventure Unique en Entreprise ▲

Avez-vous déjà envisagé la randonnée comme un outil de teambuilding pour votre entreprise ? Au-delà d'être une simple activité de plein air, la randonnée offre des bénéfices incomparables pour renforcer les liens au sein des équipes et améliorer le bien-être de chacun.

🔥 **Partage et Convivialité**

La randonnée crée un cadre propice aux échanges informels et authentiques. Marcher côte à côte, dans un environnement apaisant, permet de briser les barrières hiérarchiques et favorise une communication ouverte et sincère. C'est l'occasion idéale pour se découvrir sous un autre jour et renforcer la cohésion d'équipe.

📵 **Déconnexion et Simplicité**

Dans notre monde hyperconnecté, la randonnée offre une parenthèse de calme et de simplicité. Se déconnecter des emails et des notifications permet à l'esprit de se libérer, favorisant ainsi la détente et le ressourcement. Une équipe détendue est plus créative et plus productive.

🗺️ **Découverte et Accomplissement**

Explorer ensemble des paysages inédits renforce le sentiment d'appartenance et le travail d'équipe. Chaque sommet atteint est une victoire partagée, chaque nouveau paysage, un souvenir commun qui restera gravé dans la mémoire de l'équipe.

🌿 **Respect de la Nature et Responsabilité**

La randonnée sensibilise au respect de l'environnement et inscrit les valeurs de responsabilité sociale et environnementale au cœur de l'entreprise. C'est l'opportunité d'inculquer des pratiques durables et de réaffirmer l'engagement de l'entreprise envers la planète.

🏃 **Bien-être Physique et Moral**

L'activité physique en nature libère des hormones du bien-être, contribuant à une meilleure santé physique et morale. Une équipe heureuse et en bonne santé est le moteur d'une entreprise florissante.

💡 **Moment de Réflexion Stratégique**

La randonnée, par son rythme et son cadre propice à la réflexion, peut devenir un moment stratégique pour l'entreprise. Loin des distractions habituelles, c'est le moment idéal pour brainstormer de manière détendue sur les projets futurs et forger une vision commune.

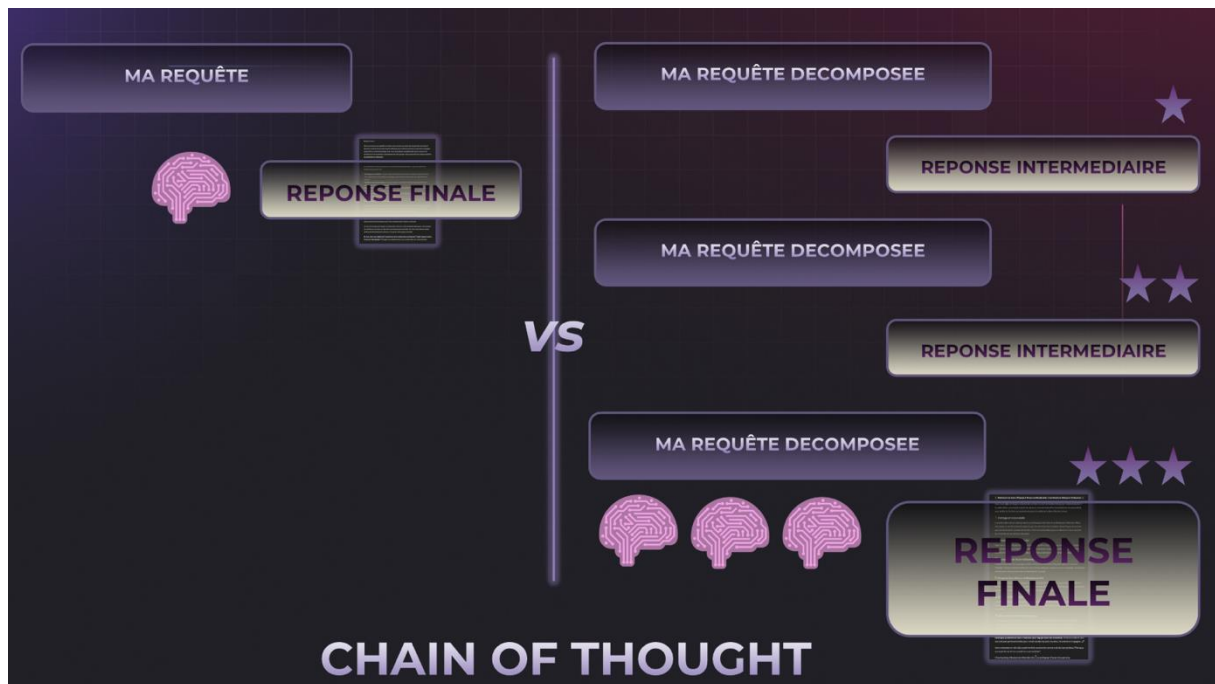
Intégrer la randonnée dans votre stratégie de teambuilding, c'est choisir une approche holistique qui bénéficie tant à l'individu qu'à l'équipe dans son ensemble. Invitons la nature dans nos pratiques professionnelles pour construire des équipes soudées, innovantes et engagées. 🏔️

Votre entreprise a-t-elle déjà expérimenté la randonnée comme outil de teambuilding ? Partagez vos expériences et vos conseils en commentaire !

↓

#Teambuilding #Randonnée #BienEtre #CohesionEquipe #Nature #Leadership

Via ce découpage, l'assistant va alors prendre plusieurs temps de réflexion (3 au total dans cet exemple) pour monter en compétence sur les différentes expertises sollicitées pour la rédaction du post pour pouvoir finalement produire un post linkedin qui sera, tant sur la forme que sur le fond, plus performant que lors de la première itération avec un seul prompt :



Il est important de comprendre qu'en Septembre 2024, les assistants ne sont pas doués de raisonnement. Ils ne font que copier/coller des raisonnements vus dans la phase d'apprentissage ; phase qui a consisté pour faire simple à ingérer dans l'assistant le contenu du web public.

Pour bien comprendre la nuance entre raisonner et copier un raisonnement ingurgité, prenons l'exemple de la devinette autour du loup, du mouton et de la laitue sur une berge qu'il faut faire traverser sur la berge opposée via une barque en prenant en compte 3 contraintes :

- le loup ne peut pas se retrouver tout seul dans la barque avec le mouton
- le mouton ne peut pas se retrouver tout seul dans la barque avec la laitue
- la barque ne peut contenir que 2 protagonistes à la fois.

Si vous demandez à un assistant de résoudre cette énigme, il y parviendra car cette énigme a largement été documentée et expliquée sur le web public.

Si vous remplacez le loup par le père fouettard, le mouton par un enfant gourmand et la laitue par un panier de bonbons, l'assistant sera alors incapable de trouver la solution alors que les logiques de raisonnement sont les mêmes ! Personne sur internet n'a un jour posé cette énigme avec ces protagonistes, l'assistant n'a donc pas pu copier/coller ce raisonnement.

Début Septembre 2024, Openai a sorti le modèle o1 qui intègre justement nativement la chaîne de pensée et il se peut qu'il parvienne prochainement à résoudre l'énigme ci-dessus ! Mais ce n'est pas le cas où moment où ces lignes sont écrites..

Si votre problématique fait appel à un raisonnement connu, l'assistant pourra le reproduire autrement, elle ne pourra pas faire le raisonnement.

En résumé, la technique du chemin de pensée vous force à prendre du recul et identifier les raisonnements et expertises à détenir pour correctement résoudre le problème.

Technique du curseur

La technique du curseur consiste à utiliser la capacité impressionnante des assistants à reformuler un contenu suivant une ou plusieurs dimensions (formelle, informelle, technique, cours, longue, humoristique, triste, ..).

Pour se faire, opérez en deux temps.

1. Proposez un premier texte à reformuler et évaluez ce texte suivant la ou les dimensions à prendre en compte. Exemple : « *si je devais donner une note sur 5 sur le côté formel et technicité de cet email, je donnerai 8/10 pour le côté informel et 2/10 pour la technicité.* »
2. Demandez à l'assistant de reformuler le texte suivant une nouvelle note. Exemple : « *reformule moi cet email pour qu'il soit à 2/10 sur le côté informel et 9/10 sur la technicité. Vous obtiendrez alors un email beaucoup formel et beaucoup plus technique.* »

Vous pouvez aussi demander plusieurs reformulations d'un coup pour ensuite faire votre choix. Exemple : « *reformule moi cet email avec une note de 6, 7, 8 et 9/10 sur le côté formel* ». Cela vous permettra de piocher dans les différentes formulations pour faire votre composition.

Vous pouvez utiliser une ou plusieurs dimensions à la fois.

Soyez précis dans votre formulation, par exemple une *note de 5/10 sur le côté humour* sera vague car l'humour n'est pas universel, précisez ici par exemple le type d'humour : noir, carambar, Florence Foresti, Bigard, ...

Auto-questionnement

L'*auto-questionnement* (ou *flipped interaction* en anglais) consiste à demander à l'assistant quels sont les éléments de contexte qui lui manqueraient pour m'apporter une réponse encore plus pertinente ! Il se peut en effet que parfois on ait du mal à identifier les éléments de contexte à lui fournir.

Voici une formulation efficace pour rentrer dans un mode de question/réponse avec l'assistant pour compléter ainsi vos éléments de contexte :

« *Pose moi des questions pour compléter les éléments de contexte autour de ma demande. Pour ce faire, tu me poseras une question à la fois et en fonction de ma réponse tu adapteras ta question suivante* »

Cette formulation permet d'éviter que l'assistant vous liste 5 questions d'un coup à répondre ce qui pourrait être décourageant. Une question à la fois est en effet plus légère et agréable à répondre. Par ailleurs l'adaptation de la prochaine question en fonction de votre réponse rendra cette complétion du contexte encore plus efficace !

Reverse Prompting

Le *reverse prompting* est une méthode permettant de copier un style que vous aimeriez reprendre pour un texte ou une image mais qui est difficile à formaliser. Par exemple, parvenir à formaliser un humour semblable à celui de Florence Foresti ou parvenir à

reproduire un post linkedin similaire à un autre post linkedin ou encore parvenir à formaliser la description d'une image que vous aimeriez créer.

La technique du reverse prompting consiste tout simplement à montrer à l'assistant un texte, un post linkedin ou une image (pour reprendre les exemples précédents) et demander à l'assistant de décrire ce qu'il voit pour ensuite ré-utiliser cette description et l'adapter à votre besoin.

Vous pouvez aussi directement, sans lui demander cette description, lui demander de reproduire ce style pour votre besoin spécifique mais je recommanderai de passer tout de même par l'étape de description pour bien décomposer ce travail auprès de l'assistant, vous obtiendrez un meilleur résultat. (cf chemin de pensée)

Format de sortie

Les formats de sortie sont très variés, demandez à l'assistant et il pourra vous les fournir :

You

quels sont les différents formats de sortie et mises en forme que tu proposes ?

1. **Texte brut** : Simple et direct, pour répondre à des questions ou fournir des explications.

2. **Liste à puces** : Idéale pour énumérer des éléments, des idées ou des caractéristiques.

- Premier élément
- Deuxième élément
- Troisième élément

3. **Liste numérotée** : Utile pour présenter des étapes, des instructions ou des éléments dans un ordre spécifique.

- 3.1. Première étape
- 3.2. Deuxième étape
- 3.3. Troisième étape

4. **Tableau** : Parfait pour comparer des données ou présenter des informations structurées de manière claire.

Colonne 1	Colonne 2	Colonne 3
Donnée 1	Donnée 2	Donnée 3
Donnée 4	Donnée 5	Donnée 6

5. **Bloc de code** : Utilisé pour afficher du code, des commandes ou du texte qui doit être formaté de manière monospace.

```
css
```

Copy code

Exemple de code

```
ligne 2  
ligne 3
```

6. **Texte en italique** : Pour mettre en évidence un mot ou une phrase spécifique. *Exemple en italique*

7. **Texte en gras** : Pour accentuer une portion de texte. **Exemple en gras**

8. **Citations** : Pour citer des sources ou mettre en exergue des propos.

Ceci est une citation.

9. **Liens** : Pour référencer des sources externes ou fournir des liens cliquables. [Exemple de lien](#)

10. **Images** : Je peux créer des images à partir de descriptions textuelles ou générer des visualisations de données.

11. **Graphiques et visualisations de données** : Utile pour présenter des données statistiques ou analytiques de manière visuelle.

Comme vu dans l'anatomie d'un prompt, il est important de préciser le *format de sortie*. Cela vous forcera à y réfléchir en amont du prompt et obtenir ainsi une réponse plus pertinente, digeste et agréable à lire !

Webbrowsing

Il ne s'agit pas ici vraiment d'une technique de prompting mais d'une chose à comprendre : les assistants sont de plus en plus connectés à internet pour compléter leur réponse, notamment sur des sujets d'actualités qui n'auraient pas été utilisés dans leur phase d'apprentissage.

Dans sa phase d'apprentissage, un assistant va ingurgiter l'équivalent du web, soit énormément d'information.

Quand vous demandez à l'assistant quelque chose, il va en priorité regarder dans base de connaissance, très vaste. Ce n'est que s'il juge que son information n'est pas assez fraîche OU si vous lui demandez explicitement de faire une recherche internet, qu'il fera une recherche internet. Lorsqu'il doit faire une recherche internet, il va suivre le même comportement qu'un humain :

- Il va identifier la requête de quelques mots (5-6 mots clefs) à taper dans un moteur de recherche comme Bing ou Google
- Puis il va se limiter souvent au 3-5 premiers résultats qu'il va parcourir
- Il fera ensuite une synthèse et reviendra vers vous

Dans certains cas, il peut être pertinent de demander à l'assistant d'aller chercher sur internet mais il faut garder en tête que l'assistant a dans sa base de connaissance, sur un sujet donné, plus d'information que ce que nous pouvons retrouver sur uniquement les 3-5 premiers sites web d'une recherche Bing/Google.

Pour avoir une réponse la plus exhaustive possible, il sera des fois plus pertinent (mais plus long) de demander à l'assistant de chercher dans sa base puis de compléter cela avec une recherche sur internet et de faire une synthèse des 2, soit 2 prompts au total.