

Sun Tzu face aux Agent Ads : façonner la couche de connaissance des IA

Chapitre III : viser la stratégie adverse avant son armée. 2026 : on peut acheter l'entrée dans le corpus qui fabrique les critères d'achat.

On n'achète plus l'attention de l'acheteur, on achète le corpus qui décide de sa shortlist

■ MESSAGE CLÉ

La présélection de l'acheteur B2B se joue dans une couche de connaissance qu'un tiers peut enrichir en payant. Rendre ses faits lisibles par une machine, découper l'enablement en briques et mesurer le trafic agentique servent toujours.

- 1 Les Agent Ads transposent le chapitre III de Sun Tzu : viser la stratégie qui guide la décision, pas la décision elle-même.
- 2 Marketing Brew (08/09/2026) : Time sert des annonces lisibles par des agents via Mobian, à environ 70 agents habilités.
- 3 Human Security (mars 2026) : le trafic automatisé a progressé presque huit fois plus vite que l'activité humaine.
- 4 Gartner (09/03/2026) : 67 % des acheteurs B2B préfèrent une expérience sans commercial, 45 % ont utilisé l'IA pour acheter.

La couche de connaissance touche vos trois leviers : revenu, véracité des faits, coût d'acquisition

CROISSANCE

Coût marginal d'acquisition

Influencer un modèle pèse sur tous ceux qui l'interrogeront : chaque fait bien placé travaille pour les décisions suivantes.

IMPACT *Trafic IA x9 en un an (Ally)*

RISQUES

Un fait faux part plus vite

Une description structurée périmée se diffuse sans l'amortisseur du lecteur humain qui aurait haussé un sourcil.

IMPACT *69 % valident auprès d'un vendeur*

COÛTS

Un siège au lieu d'un stratagème

Payer pour être vu quand les critères sont déjà arrêtés coûte cher et rapporte peu : l'amont coûte peu, l'aval coûte tout.

IMPACT *5 marques sur 6 aveugles*

Le premier filtre d'achat B2B échappe au vendeur : il se joue dans un corpus qu'on peut acheter

Une part croissante de l'audience ne voit ni images, ni mise en page, ni bannières. La présélection se fait hors de portée du commercial.

8×

de croissance du trafic automatisé face à l'activité humaine (Human Security, mars 2026)

67 %

des acheteurs B2B préfèrent une expérience sans commercial ; 45 % l'IA (Gartner, 2026)

3,5×

de chances d'ouvrir un compte pour les visiteurs IA chez Ally Bank (Business Insider 2026)

Sources : Marketing Brew (08/09/2026) ; Human Security (mars 2026) ; Gartner (09/03/2026) ; Business Insider (05/08/2026).

Le chapitre III l'enseigne : on attaque la stratégie adverse avant ses alliances et ses places fortes

■ LE PRÉCÉDENT : LES ATTAQUES PAR STRATAGÈME

- Sun Tzu place la soumission de l'armée ennemie sans combat au-dessus de toute victoire obtenue par les armes.
- Il ordonne les cibles : stratégie adverse, alliances, armée, places fortes, par coût croissant.
- Le siège vient en dernier : il engage tout le monde au maximum de la dépense pour un résultat incertain.

=

■ LA TRANSPOSITION COMMERCIALE

- Convaincre un comité en finale, ou figurer dans la grille de critères rédigée trois mois plus tôt.
- Le comité a délégué une part de sa grille à une machine, alimentée par un corpus qu'un tiers peut amender.
- Viser la couche de connaissance, c'est agir sur ce qui guide la décision avant qu'elle ne soit prise.

Trois manœuvres avant d'acheter quoi que ce soit : écrire pour la machine, découper, instrumenter

01

Écrire ses faits pour une machine

La Manœuvre

Produire une version texte seul des pages d'identité, un balisage JSON-LD sur les entités, et des fichiers markdown en foire aux questions datés.

Outils CMS ou socle headless, JSON-LD, sitemaps, markdown

02

Découper l'enablement en briques

La Manœuvre

Chaque élément devient une unité autonome : preuve client datée, réponse à objection indexable, champs MEDDPICC renseignés dans le CRM.

Outils Seismic, Salesforce, HubSpot, 6sense, MEDDPICC

03

Instrumenter le canal agentique

La Manœuvre

Avant de dépenser : liste d'autorisation des agents, suivi à part des sessions IA jusqu'à la transformation, revue de ce qu'ils disent de vous.

Outils CRM, Gong, liste d'autorisation des agents

Un trimestre pour rendre vos faits lisibles avant que les agents ne figent la shortlist

0-30 JOURS

- Inventorier les faits qu'un agent extrait de votre site
- Dresser la liste d'autorisation des agents et robots

Pilote Dir. marketing

KPI Inventaire des faits daté

30-60 JOURS

- Publier pages texte seul et balisage JSON-LD
- Séparer le trafic des plateformes IA dans le CRM

Pilote SEO / RevOps

KPI Sessions IA identifiées

60-90 JOURS

- Découper l'enablement en briques réutilisables
- Instaurer la revue de ce que les agents disent de vous

Pilote Enablement

KPI Briques réutilisées

« Dans votre société, qui peut dire avec une date quels faits un agent extrait sur vous, et qui est allé les vérifier ligne à ligne ? »

À ENGAGER — Commencez par cet inventaire : c'est le seul chantier qui garde sa valeur si les Agent Ads disparaissent demain.

Une réflexion adossée aux références stratégiques, business et historiques

■ RÉFÉRENCES STRATÉGIQUES

- SUN TZU, L'Art de la guerre, chap. III : la victoire sans combat
- SUN TZU, chap. III : cibles dans l'ordre, stratégie, alliances, armée

■ ÉTUDES BUSINESS

- Gartner, 67 % préfèrent une expérience sans commercial (03/2026)
- Gartner, 69 % valident l'IA auprès d'un commercial (20/05/2026)
- Business Insider, Ally Bank : trafic IA ×9 et facteur 3,5 (05/08/2026)

■ SOURCES HISTORIQUES

- AMIOT, première traduction française de L'Art de la guerre (1772)
- Digiday, Marketing Brew : les Agent Ads chez Time via Mobian (2026)