

L'importance de l'IA dans une organisation connectée

Aujourd'hui, à l'heure de l'économie de l'expérience, à savoir celle issue des données des entreprises et de leur écosystème, il est crucial que les entreprises soient totalement connectées. Dans ce contexte, le rôle de l'intelligence artificielle (IA) est essentiel pour pouvoir tirer le meilleur parti de cette connectivité, afin d'identifier les informations indispensables pour créer des expériences clients à part.

Nous savons que ce sont aujourd'hui les clients qui poussent les entreprises à créer les plus belles expériences. Pour y parvenir, elles doivent comprendre exactement ce que les clients veulent afin de répondre précisément à leurs attentes.

La première étape de ce processus est de constituer une organisation totalement connectée, mais que faire une fois que vous avez réussi à rassembler toutes ces informations ?

C'est là que l'IA joue un rôle déterminant dans l'hyper-connexion. La connectivité est la seule solution pour obtenir toutes les informations sur les clients qui nourriront les expériences qu'ils attendent. Cette connectivité consiste à rassembler toutes les informations aussi bien internes qu'externes à l'entreprise – par exemple auprès de ses fournisseurs ou de ses distributeurs.

Mais parcourir toutes ces données pour en extraire au bon moment et de la bonne façon les pépites d'informations les plus précieuses constitue une tâche concrètement infaisable par un humain.

Les entreprises peuvent en effet avoir accès à des milliards de jeux de données. Mais les informations les plus critiques doivent être identifiées rapidement pour pouvoir devancer la concurrence.

Les meilleures pratiques du passé ne seront plus utiles à l'avenir. On ne peut plus se contenter d'être un suiveur rapide, en particulier lorsqu'il s'agit de technologie.

Pour battre la concurrence il faut être le premier à faire un bond en avant.

Selon McKinsey, les entreprises qui sont les premières à expérimenter de nouvelles technologies opérationnelles bénéficient ensuite d'un taux de croissance sur trois ans plus que doublé par rapport à celles qui attendent pour s'équiper.

Les évolutions des attentes des clients bouleversent constamment les règles. C'est pourquoi les entreprises doivent pouvoir compter sur un environnement agile. Nous sommes désormais dans une ère d'expérimentation, ce qui signifie que des analyses rapides doivent pouvoir se transformer en actes sans délai et sans qu'il soit nécessaire de réaliser de gros investissements à chaque fois

qu'une équipe veut tester quelque chose de nouveau.

Nous avons nous-mêmes investi dans ce domaine, en doublant la taille de notre laboratoire d'IA à Reading. Avec cette plateforme, nous accélérons l'innovation. Le temps est un enjeu crucial et nous savons que l'IA peut tout faire beaucoup plus vite, et nous voulons pouvoir continuer à expérimenter pour aider nos clients à tirer le maximum d'avantages des technologies émergentes les plus sensibles.

En mobilisant la puissance de l'IA, toutes les données organisationnelles peuvent être analysées en quelques minutes – et c'est ce temps gagné qui peut aider une entreprise à devancer sa concurrence avec une nouvelle offre.

Prenez l'exemple du travail que nous avons réalisé avec Mutua Madrid Open. L'année dernière, ce tournoi de tennis espagnol est devenu le premier ATP World Tour Masters 1000 et le premier tournoi WTA Premier à incorporer un chatbot basé sur l'IA pour améliorer les communications avec les passionnés de tennis.

Implémenté avec notre plateforme cloud, ce chatbot appelé "MatchBot" utilise l'IA pour entretenir des conversations naturelles apportant aux fans toutes les informations qu'ils recherchent sur l'événement, les joueurs et les résultats, ainsi que des renseignements sur les hébergements, les remises sur les produits, les ventes de tickets, les accès et le parking.

"MatchBot" n'a pu voir le jour qu'en étant capable d'analyser de façon pointue les comportements et les préférences des clients, puis de s'appuyer sur ces données pour proposer aux fans des suggestions pertinentes. La technologie évolue constamment pour améliorer en permanence cette expérience. Un utilisateur posant la même question que le précédent pourra ainsi avoir une réponse encore plus précise. Cette évolution nécessite une connectivité entre plusieurs applications telles que les RH, l'ERP, le CRM et le CX.

Cette capacité à aller encore plus loin que l'analyse caractérise justement l'IA : agir en fonction des informations trouvées ou, au moins, donner à l'entreprise des recommandations sur ce qui pourrait être fait pour se différencier sur le marché. En agissant de sa propre initiative l'IA peut même faire gagner à l'entreprise des minutes ou même des secondes qui s'avèreront précieuses pour réagir à une situation particulière.

Toutes les entreprises doivent réfléchir à la façon dont elles peuvent devenir plus connectées, mais pour produire des informations à partir de ces données et agir en conséquence, il leur faut une puissance d'analyse qui dépasse les capacités humaines.

Nous avançons toujours plus loin dans cette économie de l'expérience, et l'IA intégrée dans les systèmes des entreprises va jouer un rôle crucial pour les aider à valoriser au maximum leurs données afin de pouvoir agir rapidement pour proposer les meilleures offres à leurs clients.

C'est pourquoi nous continuons nous-mêmes à investir en permanence dans ce domaine.