

Fjord Trends 2018 : les sept tendances Tech qui changent l'entreprise

Plus facile à dire qu'à faire. Les entreprises peuvent transformer les « tensions » nées des déploiements de **l'intelligence artificielle** en changements positifs, considère **Fjord** du nom du studio de design d'Accenture Interactive (branche marketing numérique du groupe technologique et conseil américain).

L'humain face à la machine, l'artisanat par opposition à l'automatisation, la traçabilité contre l'anonymat... « En 2018, il ne suffira plus d'être un simple observateur de ces tensions, il faudra saisir l'opportunité de concevoir collectivement le monde dans lequel nous vivrons », explique Mathilde Lauriau-Tedeschi, Directrice de Fjord en France, en commentant le [rapport Trends 2018](#).

Ce document, orienté sur l'expérience client et la performance marketing, est basé sur les observations de 85 clients et les contributions d'un millier de collaborateurs de Fjord.

À partir des observations agrégées par Accenture, sept grandes tendances sont formulées :

1. Monde physique :

À l'heure de l'Internet des objets (**IoT**), l'expérience de la marque doit à la fois passer par le numérique et le physique. L'heure est donc venue de fusionner les deux, par exemple en utilisant le numérique comme accélérateur d'expériences physiques et sensorielles.

2. Vision des machines :

Grâce à l'intelligence artificielle, à l'apprentissage automatique (**machine learning**), les ordinateurs peuvent désormais lire, comprendre et interpréter des images, comme ils le font avec du texte. Autant d'opportunités pour les entreprises de créer une prochaine génération de services numériques et de repenser leur approche des données.

3. Règne des algorithmes :

Les entreprises doivent adapter leur stratégie marketing à un monde dans lequel les **algorithmes** relient les clients et les marques. C'est le cas par exemple lors d'un achat par le biais d'un assistant vocal.

Les stratégies de marque conventionnelles devenant caduques, selon Fjord.

4. Humains et machines :

Selon un autre rapport, celui du cabinet McKinsey, l'hypothèse d'un remplacement systématique d'**emplois** par des robots ou des applications d'IA est écartée. En revanche, près de [50% des postes](#)

[existants](#) dans le monde sont techniquement automatisables.

Accenture estime donc que les entreprises ont tout intérêt à s'y préparer. Et ce, en permettant aux gens et aux machines de travailler ensemble pour obtenir de meilleurs résultats.

5. Blockchain et confiance :

Les organisations doivent agir maintenant pour comprendre et tirer profit de la **blockchain**, selon Fjord, mais aussi contribuer à « restaurer la confiance » du public.

6. Économie de l'éthique :

Les entreprises sont amenées à prendre position sur des **enjeux politiques** et sociaux. Se positionner peut être un différentiateur qui rapporte auprès de clients.

7. Design et changement :

Le **design** change. Des équipes pluridisciplinaires (designers, développeurs, data scientists, commerciaux...) et un apprentissage continu permettent de continuer à faire la différence en matière de conception de produits et services, ajoute le studio d'Accenture.

Lire également :

[Technologies : les dix tendances de consommation 2018 \(infographie\)](#)

[Engie et Accenture unis sur la transformation numérique](#)

(crédit photo © Fjord)