

IA OUI, MAIS « IA EN CONSCIENCE » !

Un tiers des PME et ETI françaises utilisent l'IA, générative ou non-générative. Deux tiers sont encore peu ou pas engagées. Magnifique potentiel !

L'enjeu n'est pas d'encourager à adopter l'IA pour le principe au nom d'une innovation inéluctable, indispensable à la compétitivité dans le futur, mais plutôt d'encourager à investir de manière consciente, pour une valeur pérenne.

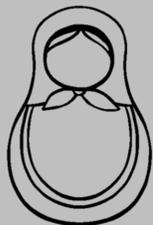
Mon expérience multi-sectorielle me conduit à recommander une approche « l'IA en conscience » via 4 poupées russes. L'IA isolée ne garantit pas une performance durable. Nombre de dirigeants ont cru (...et en sont revenus) à une baguette magique de productivité, ont dispersé des micro-usages IA sans cap stratégique, ni cohérence, ni mesure des coûts cachés, techniques et humains. L'IA offre une valeur insoupçonnée, à condition de s'y engager lucidement.



Helen Zeitoun, présidente du cabinet DATAE HUMANUM d'advisory senior pour Dirigeants et ComEx sur la stratégie d'investissement, d'opérationnalisation et d'adoption par le digital, la data et l'IA, pour une IA en conscience, efficace, humaine et pérenne.

RÉUSSIR SON ADOPTION DE L'IA : LES POUPÉES RUSSES

Les IA

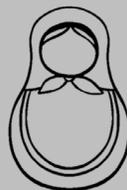


Niveau 1 : l'**IA générative « chat »** (Mistral, ChatGPT, etc.) facilite la prise en mains par les équipes, mais ses effets sur la performance restent limités si elle est adoptée seule.

Niveau 2 : les **IA « prêtes à l'emploi »**, déjà configurées pour optimiser un processus business identifié : gestion documentaire, analyse contractuelle, etc., permettent des gains de temps mesurables.

Niveau 3 : l'**IA personnalisée** s'adapte aux besoins métier de l'entreprise et est la plus apte à créer de la valeur. Elle est développée en interne ou par des prestataires externes. Votre CRM peut avec l'IA personnalisée générer des recommandations commerciales optimisées.

Les données



Pas d'IA efficiente sans données structurées. Les dirigeants sans culture data penseront, parfois à tort, que « l'IA ne marche pas » or **le véritable enjeu est la structuration des données.**

Vos commerciaux renseignent-ils systématiquement le CRM pour que le modèle IA de recommandation commerciale soit pertinent ?

*Quid d'y intégrer les données de courriels pour améliorer le modèle ?
Si les historiques sont incomplets et les données clients mal renseignées, comment déployer une IA pour prédire les ventes ?*

Identifier les données, et garantir leur **qualité** et **gouvernance** est indispensable, tout comme des **infrastructures robustes** pour les déployer.

La stratégie business



Tester pour tester a ses limites, il faut très vite **cibler des cas d'usage IA structurants avec un plan de déploiement et un impact économique clairs.**

Quatre types de cas d'usage IA à combiner dans un portefeuille IA selon deux axes, productivité / CA, et court terme / moyen terme :

- Augmenter la productivité quotidienne (ex : automatiser la saisie de données)
- Créer des revenus à court terme (ex : générer des offres commerciales ciblées)
- Augmenter la productivité à moyen terme (ex : automatiser les audits internes complexes)
- Transformer le modèle de création de valeur (ex : adopter un modèle serviciel alimenté par les données de l'entreprise)

L'humain



Une IA non adoptée est une IA inefficace, et une IA imposée brutalement peut détruire la confiance, voire la raison d'être au travail.

« L'IA en conscience », c'est une opportunité de renouveau technologique, business et humain.

Les clefs d'une adoption réussie :

1. Formation généralisée
2. Usage progressif de tous, au rythme des projets
3. Posture du dirigeant sur une IA qui élève la personne humaine, enrichit la relation client
4. Management de projet centré sur l'humain
5. Attention portée à la durabilité énergétique, environnementale et sociétale