



Le guide de l'IA pour les TPE, PME et start-up

Comment intégrer l'intelligence artificielle (IA) au sein de votre entreprise avec efficacité



Sommaire

Introduction : L'IA peut faire des merveilles dans votre entreprise 3

Chapitre 1 : Explorer les cas d'usage pour intégrer l'IA dans vos opérations..... 4

Chapitre 2 : Mettre en place une stratégie d'IA efficace repose sur les données et la confiance . 8

Chapitre 3 : Découvrir des témoignages d'entreprises comme la vôtre qui ont réussi à intégrer l'IA dans leur quotidien 12

Conclusion : Comment appliquer la formule « IA + données » à votre CRM 15

Pour aller plus loin 16



Introduction : L'IA peut faire des merveilles dans votre entreprise

L'IA révolutionne le marketing, les ventes et le service client, et toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, cherchent à en tirer parti. Les innovations technologiques, comme [l'IA générative](#), ouvrent de nouvelles possibilités pour vos équipes, tout en renforçant leur capacité à se concentrer sur les tâches stratégiques de l'entreprise. Grâce à l'IA, les start-up et PME pourront renforcer la qualité de leur assistance et de leur personnalisation, tout en répondant aux attentes croissantes de leurs clients.

Comme pour toute nouvelle technologie, la mise en place de réglementations et de directives en matière de données est indispensable dès le départ. L'IA ne peut exister sans données, et la réussite de l'IA dépend de la confiance. Alors que 52 % des clients estiment que l'IA n'est pas suffisamment sûre¹, cette dernière reste la priorité numéro un pour de nombreux dirigeants, si bien que remédier à ce manque de confiance devrait être au cœur de leurs préoccupations. Disposer de données fiables et faire preuve de transparence quant à leur utilisation et leur gestion sont autant de points essentiels pour renforcer la confiance de vos clients et poser les bases nécessaires à l'introduction de fonctionnalités d'IA. En disposant d'une bonne stratégie de données, réussir le déploiement de l'IA est plus simple qu'il n'y paraît.

L'IA est parfois perçue comme une technologie redoutable. Toutefois, elle n'a pas vocation à remplacer les humains, mais à accélérer le travail de vos collaborateurs et à améliorer l'expérience de vos clients. L'IA permet d'améliorer la personnalisation, l'efficacité et la fluidité de votre expérience client. Enfin, sur le plan organisationnel, elle permet à vos équipes de travailler plus intelligemment et plus rapidement en automatisant et en optimisant les tâches répétitives.

¹ Source : [Sondage Mitre-Harris sur les tendances de l'IA, septembre 2023](#).



Le concept général de l'IA vise à faire en sorte que les machines pensent et agissent comme des humains.

L'IA prédictive se sert d'événements et de données antérieurs pour prédire des résultats ou des actions ultérieurs.

L'IA générative crée de nouveaux contenus à partir d'informations et de données préalablement fournies.



1

Explorer les cas d'usage pour intégrer l'IA dans vos opérations



01

Pour tirer le meilleur parti de l'IA au sein de votre entreprise, vous devez impérativement déterminer les équipes et les tâches qui en profiteront le plus. Observez attentivement le déroulement de vos différentes opérations pour repérer les tâches et les processus qui gagneraient à être intelligemment optimisés par l'IA. En identifiant les domaines dans lesquels l'IA peut vous apporter des insights pertinents, améliorer la prise de décisions, accroître la satisfaction client ou réduire les dépenses, vous serez en mesure d'aligner la technologie sur vos objectifs commerciaux généraux et de proposer une réelle valeur ajoutée à vos clients.

Les spécialistes marketing des start-up et PME ont tout à gagner en exploitant l'IA pour automatiser et optimiser leurs activités

Le marketing est un domaine qui se prête naturellement à l'IA, car il peut comporter des tâches manuelles pénibles comme la modification et la personnalisation des messages ainsi que le filtrage des données clients. Imaginez donc le temps que vos équipes marketing pourraient consacrer à des tâches plus stratégiques si vous faisiez appel à l'IA pour se charger de ces tâches chronophages.

Pour commencer à intégrer [l'IA au sein de vos activités marketing](#), deux solutions s'offrent à vous : l'automatisation et l'optimisation. En raison de la disparition prochaine [des cookies tiers](#), vos équipes devront probablement se tourner davantage vers les données de première partie. Si vous disposez de données précises et unifiées (et non cloisonnées), vous pourrez utiliser l'IA générative pour identifier des schémas clients et faire automatiquement apparaître des recommandations. Grâce à l'IA, vous pourrez poser à peu près toutes les questions concernant vos clients, les contenus antérieurs, les campagnes à venir, le retour sur investissement, et obtenir une réponse instantanément à partir de données de première partie.



En raison des nouvelles réglementations en matière de données tierces, les cookies devraient progressivement disparaître en 2024.

01

Pour couronner le tout, les équipes pourront épargner un nombre incalculable d'heures grâce au gain d'efficacité sur l'ensemble du cycle de vie des campagnes marketing. Sans parler de la personnalisation que l'IA peut apporter en développant des parcours clients et en générant des contenus à partir de profils de données clients en temps réel. Vous gagnerez du temps et vos clients profiteront de l'expérience personnalisée qu'ils attendent.

Voici quelques moyens pour vos équipes marketing de commencer à s'exercer à l'IA dès aujourd'hui :

- En recherchant des opportunités clients
- En rédigeant des briefs de campagne
- En générant des textes fidèles à la voix de votre marque
- En optimisant les méthodes de travail internes (comme les rapports, les heures d'envoi des e-mails ou la gestion du contenu)



Le passage à l'IA aidera les équipes commerciales à se recentrer sur leurs clients

Si le développement des relations clients est essentiel, votre équipe de vente doit également accomplir de nombreuses autres tâches pour atteindre ses objectifs. L'analyse des données du marché, la recherche de comptes et la création de rapports commerciaux ne sont que quelques-unes des tâches qui peuvent rogner leur temps de vente. Imaginez que l'IA puisse effectuer ce travail de fond à votre place, afin que vous puissiez vous concentrer davantage sur vos clients. Bonne nouvelle, c'est tout à fait possible.

L'IA peut vous aider à élaborer des [stratégies de vente](#) si complètes que vous parviendrez à réduire l'écart entre vos représentants commerciaux juniors et seniors. Vos spécialistes de la vente gagneront en temps, en productivité et en précision en exploitant l'IA générative pour la rédaction d'e-mails de prospection, l'élaboration de plans de vente pertinents et uniques, et la création de supports de vente sur mesure. L'IA pourra également accélérer une grande partie de la préparation et de la rédaction des rapports, réduisant ainsi le temps que vos collaborateurs consacrent aux tâches les plus habituelles.

Parmi les cas d'usage les plus courants de [l'IA pour la vente](#) que les représentants commerciaux explorent actuellement figurent :

- La hiérarchisation des opportunités commerciales
- La rédaction de résumés d'appels et l'identification des prochaines actions prioritaires
- La génération de messages personnalisés

Les agents du service client pourront gagner du temps en déléguant des tâches à l'IA

De nos jours, les canaux de communication client ne manquent pas, que ce soit par téléphone, par e-mail, par chat ou par SMS. On attend des agents du service client qu'ils fournissent des informations précises et pertinentes, qu'ils répondent dans les meilleurs délais et qu'ils résolvent rapidement les problèmes. Ajoutées aux nombreuses autres tâches de vos agents, ces exigences peuvent vite devenir un problème, en particulier lorsqu'elles nécessitent des interventions manuelles.

C'est là que l'IA entre en jeu. [Les agents des services clients de PME ont la possibilité d'utiliser l'IA](#) pour rationaliser certaines tâches, comme la réponse aux requêtes des clients. L'IA générative est capable de produire automatiquement une réponse similaire à celle d'un être humain, quelle que soit la question. En intégrant vos données clients et votre base de connaissances, vous pourrez personnaliser ces réponses, qui seront ainsi plus dignes de confiance et plus alignées sur le ton et la voix de votre entreprise. Vos agents ont la possibilité d'examiner les suggestions de l'IA et de les envoyer facilement. Parallèlement, l'IA générative peut analyser les e-mails et les conversations par chat les plus complexes et en rédiger un résumé, ce qui leur permet de gagner un temps fou et de réduire les efforts consacrés à la saisie des données.

L'IA permet également d'accélérer votre service client en temps réel. Au moment de répondre à une demande d'un client, le temps manque généralement pour parcourir des pages entières de documents ou pour fouiller un article de la base de connaissances dans ses moindres détails. Les agents ne sont pas pour autant dispensés de trouver les bonnes informations pour répondre à la requête du client. L'IA générative leur permet à eux et à vos clients de trouver plus rapidement et plus facilement la réponse à leurs questions. Résultat : tout le monde gagne du temps et tout le monde est davantage satisfait.

Ci-dessous quelques cas d'usage dont les TPE, PME et start-up se servent actuellement pour leur service client :

- Rédiger des résumés de requête
- Générer des recommandations de réponses
- Personnaliser les chatbots
- Créer des articles de connaissance



2

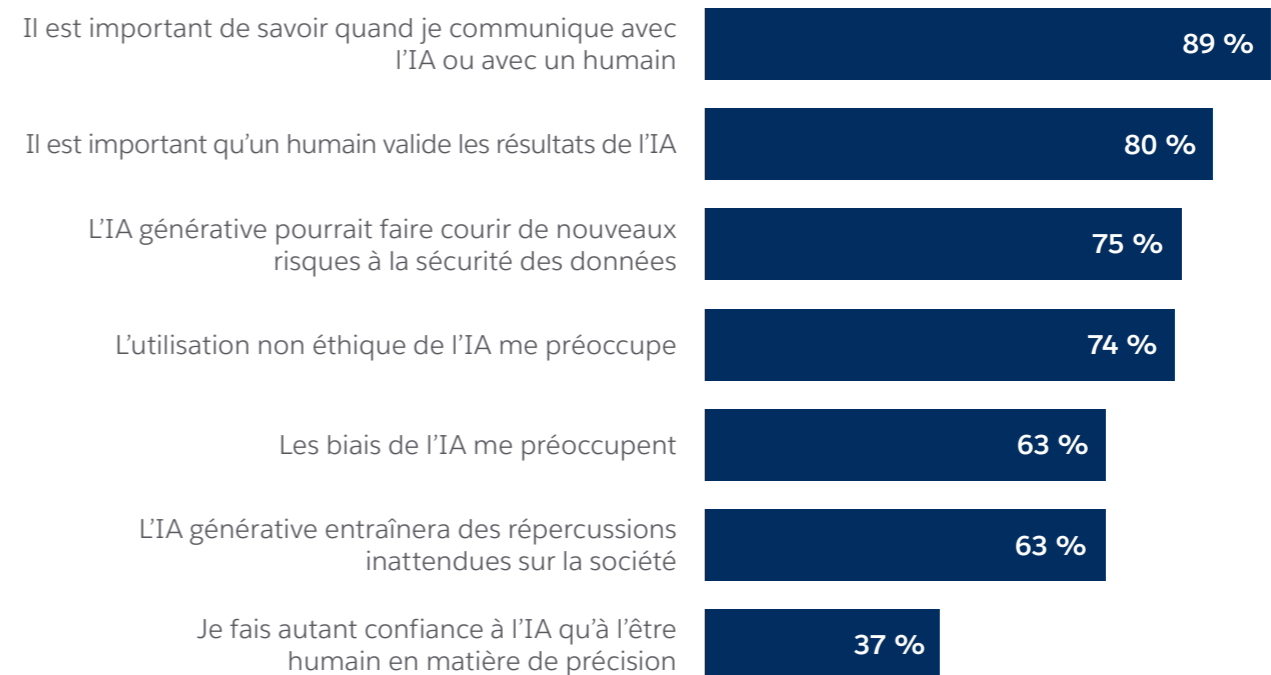
**Mettre en place
une stratégie d'IA
efficace repose sur
les données et la
confiance**



En matière de technologie, faire preuve de transparence vis-à-vis de l'utilisation des données est primordial. En utilisant efficacement les données, vous pouvez donner à vos clients le sentiment d'être compris, mais tout abus risque de compromettre leur loyauté. La confiance doit donc être au cœur des préoccupations au moment de se lancer dans l'utilisation de l'IA. Certains clients se montrent réticents à l'égard de l'IA en raison de préoccupations liées à la sécurité, à l'éthique et aux biais de l'IA générative. Par conséquent, près de 90 % d'entre eux souhaitent être clairement informés de la nature humaine ou non de leur interlocuteur. Et la majorité – environ trois clients sur quatre – attendent des garanties quant à la sécurité de leur interaction avec l'IA et à une utilisation éthique de cette technologie par l'entreprise.² L'IA – et plus précisément la gestion de vos données clients – représente une opportunité pour votre entreprise de rassurer vos clients et d'instaurer un climat de confiance.

Les clients montrent que l'utilisation de l'IA requiert de la confiance

Pourcentage de clients en accord avec les énoncés suivants



Source : Focus sur le client connecté, Salesforce, sixième édition, août 2023.

² Focus sur le client connecté, Salesforce, sixième édition, août 2023.



Voilà pourquoi la mise en place d'une [stratégie d'IA](#) fiable est importante. Vous ne gagnerez la confiance de vos clients que si vous pouvez démontrer que les résultats obtenus par les modèles d'IA générative et les décisions qu'ils prennent sont efficaces, précis et dépourvus de biais et de toxicité. Vous devez impérativement mettre en place des garde-fous et des règles en matière d'éthique pour vous aider à innover de manière responsable, à anticiper les problèmes éventuels et à mettre en place des pratiques sûres et fiables pour votre entreprise.

Commencez à [instaurer la confiance](#) grâce à l'IA générative :

- Définissez [des principes et des règles](#) éthiques pour votre entreprise et alignez-vous sur eux.
- Formez une équipe composée de divers profils pour mener des analyses régulières des risques et utilisez des outils destinés à détecter les biais.
- Assurez la [formation](#) de vos collaborateurs à la détection des biais et à la réduction des risques.
- [Faites preuve de transparence](#) en ce qui concerne les données utilisées, les résultats et les biais potentiels de votre modèle.
- Veillez à ce que les grands [modèles de langage \(LLM\)](#) ne conservent pas vos données.

Une fois la confiance solidement établie, vous pouvez passer à la préparation de votre technologie et de vos données. Tout projet d'IA commence par un projet de données. Et ces données ? Elles ne peuvent pas être cloisonnées. Sinon, votre IA risque de générer des résultats de moindre qualité. Déterminez le(s) service(s) le(s) plus approprié(s) pour déployer l'IA, puis connectez, organisez et harmonisez impérativement vos données pour assurer la réussite de votre modèle d'IA. Énoncez également clairement la politique de l'entreprise en matière d'utilisation des technologies et des outils d'IA afin d'éviter toute ambiguïté et de garantir la confidentialité des données de l'entreprise. La préparation de votre technologie représente donc la prochaine étape à franchir pour assurer la réussite de votre IA.

Commencez à [préparer votre technologie](#) :

- Définissez des métriques de données, des principes de valeur pour le client et des cas d'usage pour [intégrer l'IA](#) au sein de vos services.
- Préparez votre environnement de données en connectant vos [données/profils clients](#) et en instaurant une source unifiée d'informations.
- Veillez à [nettoyer vos données](#), c'est-à-dire à éliminer les inexactitudes, les doublons et les champs vides.
- Mettez à jour vos règles de sécurité et d'achat pour inclure des normes de confiance comme [le masquage des données](#) et la « zéro rétention », afin de garantir la sécurité de vos données.



Si les avantages de l'IA suscitent beaucoup d'enthousiasme, la formation à son [utilisation correcte et éthique est vitale](#). Pour que vos collaborateurs se sentent plus à l'aise pour utiliser l'IA dans le cadre de leurs fonctions, ils doivent d'abord se familiariser avec son utilisation et y être formés. Les formations peuvent porter sur l'amélioration des connaissances générales autour de l'IA, ou sur l'affinement des compétences de vos collaborateurs en matière de compréhension des données, de réflexion analytique, et même de rédaction de répliques. Au moment de sélectionner les cas d'usage de l'IA à essayer, les formations proposées et l'expérience de vos collaborateurs constituent un bon point de départ. Si l'IA est un concept complètement nouveau pour votre entreprise et vos collaborateurs, le renforcement des compétences ne doit pas nécessairement être un processus laborieux ou coûteux, puisqu'il existe des offres de [formation gratuite](#).

Quelques idées pour [préparer efficacement vos collaborateurs](#) :

- Identifiez les compétences dont vos collaborateurs ont besoin et celles qu'ils possèdent déjà, puis [définissez des priorités](#).
- Prévoyez du temps et des ressources pour la [formation de vos collaborateurs](#).
- Encouragez vos collaborateurs à se [former](#) au rythme de l'évolution des technologies d'IA.



Découvrez [Trailhead](#), la plateforme de formation en ligne gratuite de Salesforce, pour tout savoir sur l'IA.

DÉMARRER AVEC L'IA

3

Découvrir des témoignages d'entreprises comme la vôtre qui ont réussi à intégrer l'IA dans leur quotidien



03

Les agents de Wonolo retrouvent 20 % de leur temps grâce aux réponses générées par l'IA.

L'IA transforme rapidement les opérations commerciales, aussi bien en interne qu'en externe. Mais ne vous contentez pas de nous croire sur parole, découvrez les témoignages d'entreprises qui sont actuellement en train de la déployer au sein de leur organisation.

Wonolo (Work Now Locally) est une entreprise américaine implantée dans l'Oregon qui cible deux types de clientèle : les personnes à la recherche d'un emploi et les entreprises à la recherche de collaborateurs.

Avant de déployer l'IA, Wonolo recherchait une solution plus efficace, capable de gérer son volume de données et ses besoins de personnalisation. Désormais, l'entreprise permet aux agents de gagner en efficacité, en confiance et en cohérence grâce aux réponses de chat générées par l'IA.

Lorsque les clients professionnels ont besoin d'aide pour promouvoir de nouveaux postes à pourvoir ou que les collaborateurs ont besoin d'un accompagnement pour les formalités administratives, les dialogues de chat générés par l'IA permettent aux agents de fournir une réponse en quelques secondes et de réduire les délais de traitement de 20 %. Les répliques permettent également aux agents d'autres pays de répondre sereinement en anglais.

Résultats de Wonolo avec l'IA :

20 %

de réduction du temps de traitement moyen des requêtes

2-3

secondes pour les réponses IA, contre 5 à 10 secondes

+5

heures gagnées en une semaine avec 11 agents

Wonolo

[Lire le témoignage complet de Wonolo](#)

PaySauce franchit le pas et expérimente l'IA dans le cadre de ses opérations internes

PaySauce est une start-up B2B néo-zélandaise qui entend simplifier la gestion des salaires pour les petites entreprises. Aujourd'hui, elle se tourne vers les capacités de l'IA pour améliorer davantage son service client.

PaySauce a commencé à développer des capacités d'IA pour renforcer les connaissances techniques de ses collaborateurs, garantissant ainsi à ses clients une assistance efficace et efficiente. Au service d'un large éventail de petites entreprises, le support client était auparavant limité par les compétences propres à chaque employé et les informations disponibles pour répondre aux requêtes des clients. Mathew Stokes, Chief Operating Officer de PaySauce, était intrigué par les manières dont l'IA pouvait améliorer les activités de l'entreprise. Il a donc commencé à tester l'IA et a compris qu'elle permettrait aux collaborateurs de développer leurs compétences en s'appuyant sur une base de connaissances centralisée à l'échelle de l'entreprise.

PaySauce a donc déployé un chatbot interne, piloté par [Service Cloud Einstein](#), pour faciliter le traitement des demandes de propositions intersectorielles, des recherches et des réponses aux clients. Les agents du service client n'ont désormais plus besoin de s'appuyer sur des spécialistes du secteur. Au contraire, chaque collaborateur est en mesure de répondre en toute confiance à n'importe quelle requête en exploitant les capacités d'IA du chatbot pour modeler les réponses et répondre aux clients dans les meilleurs délais. En déployant d'abord l'IA en interne, l'équipe peut ainsi « vérifier les faits » contenus dans les réponses avant de les communiquer au client – en respectant la priorité qu'elle accorde à l'expérience client.

Conseils pour démarrer avec l'IA :



Commencez chaque projet d'IA comme un projet de données. Mathew Stokes nous a confié que la charge de travail fournie pour affiner leurs données et leurs connaissances représentait un investissement aussi important que le déploiement de l'IA.



Faites preuve de proactivité en matière d'expérimentation IA. PaySauce a défini une base de connaissances solide et des indicateurs de performance clés auxquels les données futures devront satisfaire. Il ne faut surtout pas commencer trop tard ET ne pas avoir préparé ses données.



Testez d'abord l'IA en interne. Vous permettez ainsi aux collaborateurs de s'adapter tout en préservant les clients d'une mauvaise expérience.

S'ils n'en sont encore qu'au début de leur phase d'expérimentation de l'IA, les dirigeants de PaySauce se montrent enthousiastes. À vrai dire, ils sont déjà en train d'identifier des domaines à approfondir à l'aide de l'IA.



Pay Sauce

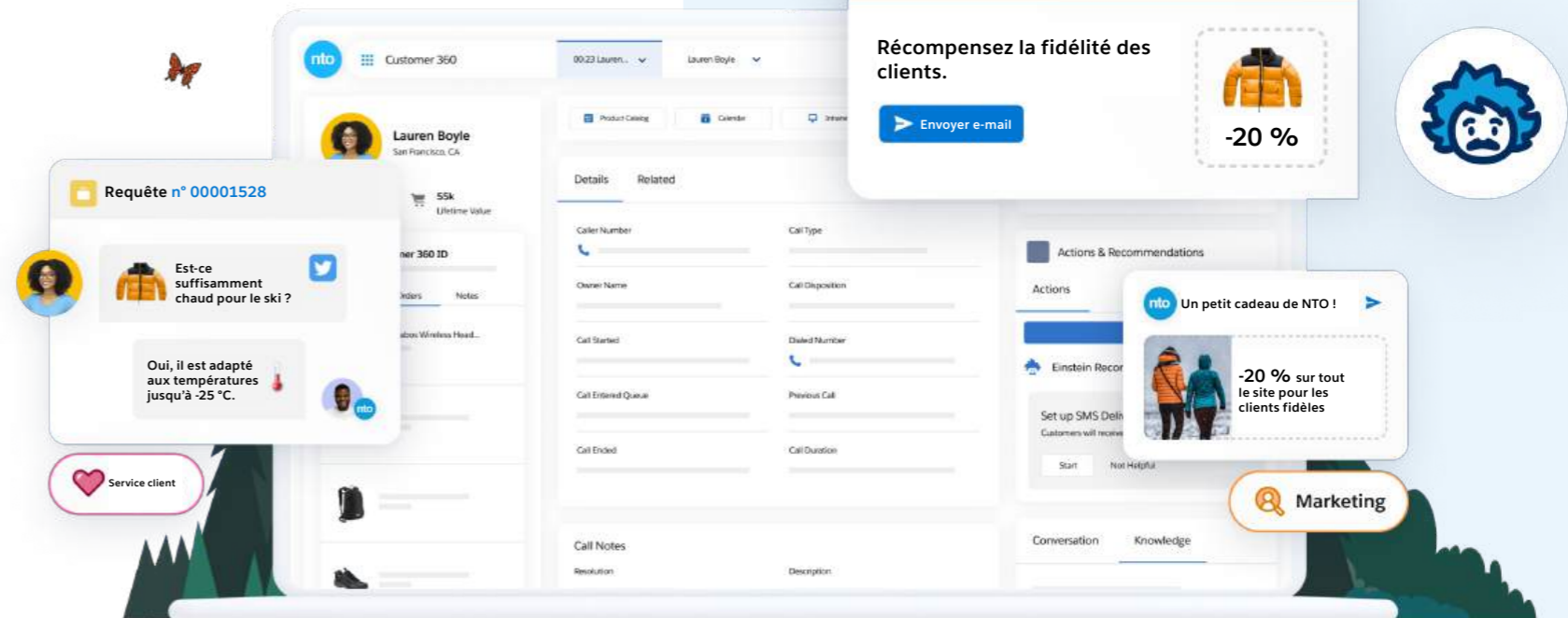
[En savoir plus sur la transformation digitale de PaySauce](#)

Conclusion : Comment appliquer la formule « IA + données » à votre CRM

L'IA générative, et l'IA en général, regorge de possibilités pour les TPE, PME et start-up. Mais lorsqu'il s'agit de faire le bonheur de vos clients, un [CRM](#) intelligent est la solution.

Veiller à la satisfaction de ses clients n'est pas une mince affaire. 65 %³ des clients espèrent que vous vous souviendrez de leurs achats précédents, que vous tiendrez compte des besoins saisonniers et que vous comprendrez leurs préférences d'achat. Que diriez-vous de vous faire aider pour gérer tout cela ? C'est là que le [CRM piloté par l'IA](#) entre en scène.

Un CRM piloté par l'IA combine la puissance de l'IA générative avec vos données clients pour améliorer votre productivité et fournir une vue intelligente et à [360 degrés](#) de vos clients.



³ Focus sur le client connecté, Salesforce, sixième édition, août 2023.



En savoir plus

À propos de Salesforce

Salesforce est la Customer Company. Depuis notre création, chacune de nos décisions est guidée par la priorité que nous accordons à nos clients. Cette approche nourrit notre croissance et favorise la réussite de nos clients. Nous développons des logiciels basés dans le cloud conçus pour révolutionner la manière dont les entreprises se connectent à leurs clients, afin qu'elles puissent identifier plus de prospects, conclure plus de ventes et impressionner leurs clients en leur proposant un service exceptionnel. Ayant déjà séduit des millions de clients et d'utilisateurs, Salesforce est le leader mondial du CRM.

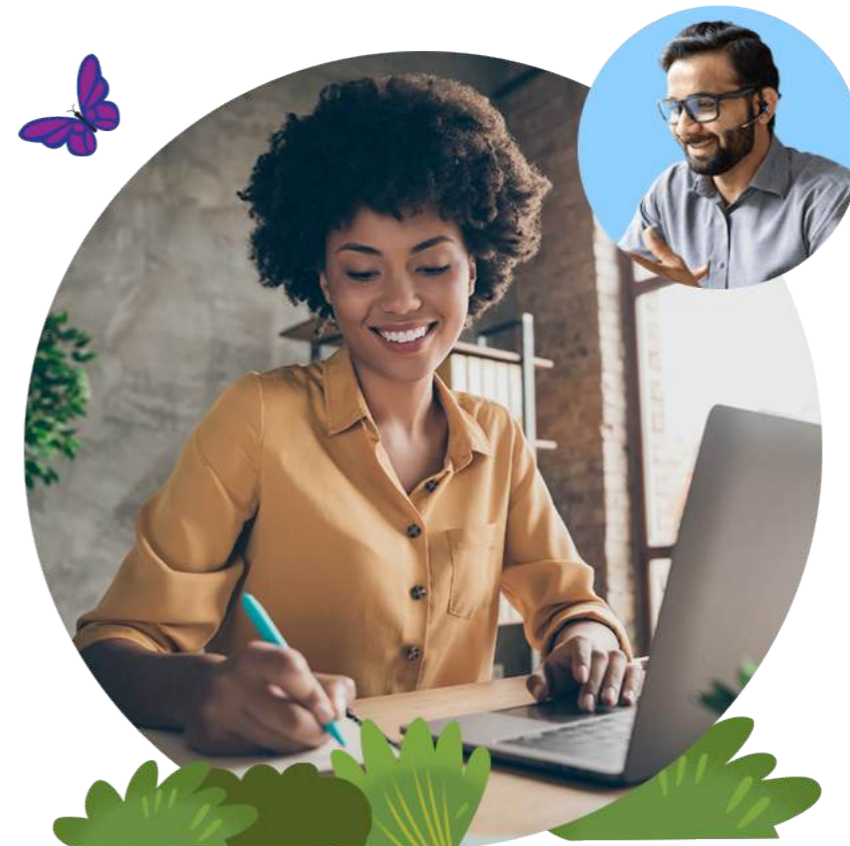
Vous avez des questions ? Nos experts sont à votre écoute.

Nous vous invitons à nous contacter pour toute question sur les produits Salesforce, nos tarifs, nos processus d'implémentation ou tout autre sujet.

NOUS CONTACTER

L'IA chez Salesforce

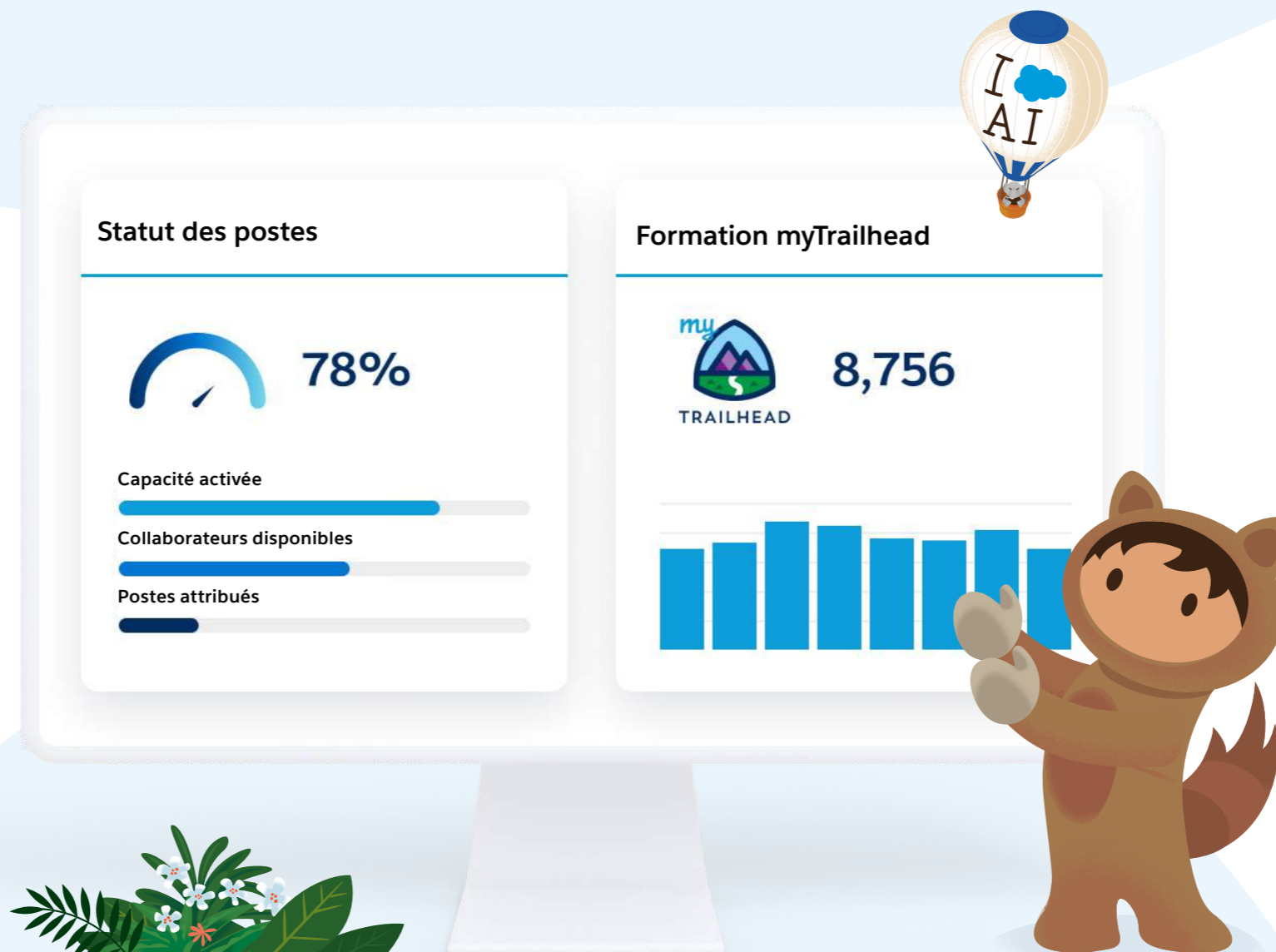
La solution Salesforce IA propose une IA fiable et évolutive, ancrée dans les fondements de notre plateforme. Avec [Salesforce Einstein](#), vous donnez aux commerciaux, aux agents, aux spécialistes du marketing et au reste des équipes les moyens d'exploiter des outils IA ancrés dans vos données client pour améliorer la qualité de chaque expérience client. Utilisez notre IA au sein de vos données clients pour créer des expériences d'IA personnalisables, prédictives et génératives afin de répondre à l'intégralité des besoins de votre entreprise en toute sécurité. Intégrez [l'IA conversationnelle](#) à l'ensemble des flux de travail, des utilisateurs, des services et des secteurs d'activité grâce à Einstein.





Ressources complémentaires

- [Présentation d'Einstein, l'intelligence artificielle de Salesforce](#)
- [Le glossaire de l'IA](#)
- [Pourquoi l'IA générative est importante pour votre entreprise ?](#)
- [Les tendances de l'IA générative dans la vente](#)
- [Qu'est-ce que le CRM génératif – et quelles en sont les retombées pour votre entreprise ?](#)
- [Focus sur le client connecté, 6e édition](#)





Les renseignements du présent rapport sont fournis uniquement à des fins de commodité pour nos clients et sont communiqués à titre informatif. Leur publication par Salesforce, Inc. ne reflète pas nécessairement son point de vue. Salesforce.com ne garantit ni l'exactitude ni l'exhaustivité des informations, textes, graphiques, liens ou autres éléments qui y sont mentionnés. Dans le présent guide, Salesforce.com ne garantit pas l'obtention de résultats spécifiques en suivant les conseils fournis dans ce rapport. Nous vous recommandons de vous adresser à un spécialiste (avocat, comptable, architecte, consultant ou ingénieur) pour obtenir des conseils précis et adaptés à votre situation.

© Copyright 2024, Salesforce, Inc. Tous droits réservés.