



L'intelligence artificielle révolutionne la relation client

publié le 03/01/2019

Descriptif :

Deviner les envies, prédire les comportements, désamorcer les conflits... L'IA modifie le rapport au client, en particulier dans les grands groupes.

Noël approche et avec lui l'impossible quête du cadeau parfait. **Enfin pas pour tout le monde.** Les clients du géant sud-coréen du commerce Lotte, eux, vont pouvoir bénéficier d'un assistant aussi précieux qu'inattendu. Son nom ? IBM Watson. Lotte a décidé de faire de l'intelligence artificielle du groupe américain son assistant shopping intelligent attiré, sur l'ensemble de ses sites e-commerce et de ses centres commerciaux. "Grâce à ma carte de fidélité, le système analyse l'ensemble des mes achats passés pour mon fils de 15 ans et passe au crible les réseaux sociaux ou les médias qu'il consulte en priorité pour en dégager des tendances mode. En croisant ces informations, il pourra me recommander l'article qui est le plus susceptible de lui plaire", illustre Jean-Philippe Desbiolles, le vice-président Cognitive Solutions d'IBM Watson France. Le visiteur peut accéder à ces recommandations directement depuis des bornes en libre-service ou par l'entremise d'un conseiller de vente équipé d'une tablette. Sur le Web, l'assistant shopping prend la forme d'un chatbot qui apparait en pop-up dès la première visite.



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.