|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Réflexion 4 – Identifier les enjeux de l’IA générative** | | |
| **Durée** : 20’ | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

### **Travail à faire**

Après avoir lu le **document**, répondez aux questions suivantes :

1. Comment travaille une l’IA Générative ?
2. Comment peut-elle personnaliser les offres commerciales ?
3. Qu’est-ce qu’un Chatbot et comment l’IA peut-elle les améliorer ?
4. Comment l’IA peut-elle améliorer la relation client ?

**Doc. Apports de l'IA générative pour la fidélisation client**

**Au cours de son apprentissage, l'IA analyse et enregistre toutes les données disponibles dans l’entreprise afin de pouvoir les restituer en générant des réponses contextualisées. Elle offre un potentiel considérable pour fidéliser les clients en proposant des expériences personnalisées, engageantes et uniques. En s'appropriant cette technologie, les entreprises peuvent renforcer la relation client, améliorer l'efficacité de leurs actions marketing et augmenter la satisfaction client.**

L'IA générative crée du contenu unique et personnalisé qui facilite la fidélisation des clients :

**1. Personnalisation et engagement accrus**

* **Offres et recommandations ultraciblées :** l'IA analyse les données clients pour proposer des produits et services correspondant parfaitement à leurs besoins et envies, augmentant la pertinence et l'engagement.
* **Expériences client uniques et performantes** : l'IA génère des contenus personnalisés (textes, images, vidéos) pour chaque client, créant une expérience client unique et plus impactante.

**2. Amélioration du service client**

* **Chatbots et assistants virtuels intelligents** : disponibles 24h/24 et 7j/7, ils répondent aux questions des clients en temps réel et de manière personnalisée, améliorant la satisfaction et l'efficacité du service client.
* **Support client proactif et prédictif** : l'IA anticipe les besoins des clients et propose des solutions avant même qu'ils ne rencontrent des problèmes, renforçant la confiance et la fidélisation.

**3. Renforcement de la relation client**

* **Création de contenus engageants et conversationnels** : l'IA génère des contenus pertinents et adaptés au ton de la marque, favorisant des interactions plus naturelles et plus humaines avec les clients.
* **Mise en place de programmes de fidélisation personnalisés** : l'IA permet de créer des programmes de fidélité sur-mesure, avec des récompenses et des avantages qui correspondent aux intérêts de chaque client.

**4. Optimisation des campagnes marketing**

* **Génération de contenus marketing personnalisés** : l'IA crée des courriels, des publicités et des landing pages[[1]](#footnote-1) adaptés aux profils et aux intentions des clients, augmentant l'impact des campagnes marketing.
* **A/B testing[[2]](#footnote-2) automatisé** : l'IA teste et optimise en permanence les différentes versions des contenus marketing pour maximiser leur efficacité.

**Exemples**

* **Sephora** utilise l'IA pour proposer des recommandations de produits personnalisées à ses clients en ligne et en magasin.
* **Netflix** génère des contenus personnalisés pour chaque utilisateur, lui proposant des films et des séries qui correspondent à ses goûts.
* **Nike** utilise des Chatbots intelligents pour répondre aux questions des clients et les aider à trouver les produits qui leur correspondent.

### **Réponses**

1. Comment travaille une l’IA Générative ?
2. Comment peut-elle personnaliser les offres commerciales ?
3. Qu’est-ce qu’un Chatbot et comment l’IA peut-elle les améliorer ?
4. Comment l’IA peut-elle améliorer la relation client ?

1. Une landing page, ou page de destination, est une page web dont le but est d'inciter à l'action. C’est un outil incontournable qui transforme le visiteur en prospect potentiel et même en client. Son objectif est d'inciter le visiteur à s'impliquer au moyen d'une action (lien, formulaire, bouton). [↑](#footnote-ref-1)
2. L’**A/B test**est une technique utilisée pour **comparer deux versions d’une même interface**. L’A/B test consiste à expérimenter différentes variantes d’un même élément de l’interface auprès des utilisateurs. [↑](#footnote-ref-2)