

IA & Éthique : jusqu'où aller dans la personnalisation de l'expérience client ?

1

Anticiper les inévitables réglementations



ENJEUX

Même si des réglementations existent en matière de protection des données personnelles, le développement de l'IA s'effectue encore dans une forme de flou juridique. Cette situation est temporaire, puisque l'Union européenne élabore actuellement l'IA Act. Sans attendre son adoption, des réflexions peuvent toutefois être menées pour déterminer et promouvoir les règles qui seraient les plus pertinentes.



BONNES PRATIQUES

- Envisager la rédaction d'une charte avec des principes très concrets et applicables par les métiers pour s'assurer que le développement de l'IA se fait en cohérence avec la culture et les valeurs de l'entreprise
- Réfléchir aux modalités de suivi, afin de s'assurer que les principes définis pourront être respectés et adaptés au rythme des évolutions technologiques et réglementaires
- Penser les projets d'IA à l'aune des enjeux de trajectoire carbone - les gains d'efficacité liés à l'IA pouvant certes être contributeurs à la décarbonation, mais les infrastructures nécessaires à l'IA pouvant au contraire en augmenter la consommation

2

Préserver le sens de la personnalisation



ENJEUX

L'IA ouvre le champ des possibles et la tentation est grande d'en exploiter au maximum le potentiel pour personnaliser la relation client. Il convient toutefois de veiller à ce que la démarche garde du sens et à ce que les investissements envisagés apportent réellement une plus-value.



BONNES PRATIQUES

- Avant de créer une multitude de segments d'offres ou de campagnes de communication personnalisées, s'assurer que le SI sera capable de les gérer et de les adresser aux clients en fonction de ses besoins
- Trouver un équilibre entre personnalisation, industrialisation et rationalisation
- L'hyperpersonnalisation ne doit pas prendre le pas sur l'image de marque de l'entreprise

3

Être attentif au franchissement de certaines limites



ENJEUX

Éviter que l'IA prenne le pas sur la relation client. Son développement doit donc être envisagé avec discernement, en préservant une certaine transparence dans son fonctionnement - clarté des données en entrée, explicabilité des résultats en sortie- et en laissant de la place à l'humain.



BONNES PRATIQUES

- Ne pas tout déléguer à l'IA et laisser à l'humain la possibilité de reprendre le contrôle
- Présenter l'encadrement de l'utilisation de l'IA comme un avantage concurrentiel
- Proposer des offres sans IA

1

Comité Fondateur

26 juin 2023

Relation client :
comment bénéficier
de l'IA tout en gardant
le contrôle ?

4 septembre 2023

2

IA & éthique :
jusqu'où aller dans la
personnalisation de
l'expérience client ?

4 décembre 2023

3

**L'IA intégrée dans
les opérations :** quelle
transformation pour
les équipes relation
client ?

5 février 2024

4

Efficacité de l'IA : quels
KPIs pour quel ROI ?

29 avril 2024

Vos contacts



AFINITI
Jérôme Dumond
Directeur Général Délégué
Jerome.Dumond@afiniti.com



AFINITI
Alix Gard
VP Growth international
Alix.Gard@afiniti.com



LOSAM
Margaux Fernandez
Responsable du cercle
margaux@ethicalaifactory.fr

Infos +



Plus de détails
sur Ethical Ai
Factory



Poursuivez les
échanges
sur WhatsApp