

L'IA dans l'entreprise

Quand l'information
devient action



Introduction :

Pourquoi l'IA se généralise dans toute l'entreprise

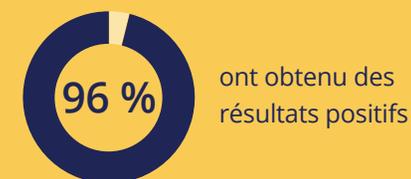
Jusqu'ici, l'adoption de l'intelligence artificielle (IA) à l'échelle de l'entreprise restait une promesse éternellement remise à demain. Par chance, cette promesse a fini par se concrétiser.

Une enquête menée en 2022 par NewVantage Partners sur l'impact des big data et de l'IA a révélé que 92 % des grandes entreprises constataient un retour sur leur investissement dans l'IA, contre seulement 48 % en 2017. Elles sont également 92 % à renforcer leurs investissements dans l'IA et les données¹.

L'IA est un sujet qui a toujours passionné et qui revient régulièrement, sans jamais laisser indifférent. Un jour l'IA est une bénédiction, le lendemain elle est le mal incarné... Il y a beaucoup à dire sur l'intelligence artificielle, mais si nous nous concentrons sur ces dernières années, nous constatons qu'une poignée de facteurs a entraîné un véritable bouleversement des technologies intelligentes et de leurs applications dans l'entreprise.

- **L'IA est de mieux en mieux acceptée.** En tant que consommateurs, nous sommes nombreux à interagir avec des IA au quotidien, parfois même sans nous en rendre compte. Cette recommandation sur Spotify ? Formulée par une IA. La navigation GPS jusqu'à la pizzeria du quartier ? Gérée par une IA. Vos recherches Google ? Un bel exemple de *deep learning*. Vous l'aurez compris, l'IA est désormais bien ancrée dans notre quotidien.
- **L'IA n'est plus perçue comme une idée futuriste et un peu exotique, mais comme une technologie pratique, avancée et capable de fonctionner à grande échelle.** L'intelligence artificielle est désormais associée à des objectifs stratégiques de premier plan chez nombre des plus grandes entreprises. Et ces objectifs ne se limitent pas aux *chatbots*. Les directeurs des opérations et des systèmes d'information misent sur l'IA pour décupler l'efficacité opérationnelle et les résultats métier. Les responsables de l'expérience et du service client s'appuient quant à eux sur l'IA pour anticiper et résoudre de manière proactive les éventuels problèmes. Enfin, les directeurs marketing, commerciaux et des données utilisent des plateformes d'engagement client centralisées pour proposer des conversations et recommandations empathiques et personnalisées. Partout dans l'entreprise, l'IA a quitté le stade de technologie expérimentale pour devenir un maillon clé de la réussite opérationnelle.

L'impact en chiffres de l'IA et des big data sur les grandes entreprises :



Source : NewVantage Partners, « Big Data and AI Executive Survey 2021 »

- **Les employés disposant des compétences et formations nécessaires sont plus nombreux.** Le développement et l'application des règles métier, algorithmes et modèles analytiques qui sous-tendent l'IA exigent des collaborateurs formés aux études quantitatives et réflexions analytiques. Au cours des dix dernières années, les nouvelles générations se sont massivement enrichies de profils adeptes des chiffres et capables de mettre au jour des informations utiles par le biais de la modélisation et de l'analyse des données. Cet esprit d'analyse quantitative est fortement ancré chez toute une génération de personnes détenant, par exemple, des diplômes ou MBA en science naturelle et sociale, et qui évoluent vers des rôles de management intermédiaire ou supérieur.
- **Même si le nombre de personnes formées à l'analyse des données a augmenté, le marché de l'emploi reste tendu, en particulier dans le domaine du service client.** Les entreprises se tournent vers l'IA pour doper l'efficacité de leur personnel. En effet, un des avantages centraux de l'IA réside dans sa capacité à soulager les employés des tâches sans intérêt et chronophages, pour qu'ils se concentrent sur des tâches plus intéressantes ayant une plus forte valeur ajoutée.
- **En appliquant des garde-fous autour des applications basées sur l'IA, les dirigeants ont les outils dont ils ont besoin pour développer et piloter des IA fiables.** Les biais de l'IA sont bien réels. Pour autant, les outils ont évolué. Ils sont désormais capables de détecter, de prévenir et d'éliminer les biais, ouvrant la voie à l'application de l'IA dans des opérations stratégiques, même dans les secteurs fortement réglementés. Nous avons également constaté que les réglementations souples avaient laissé place à des lois strictes qui garantissent un environnement équitable et récompensent les entreprises ayant un usage responsable de l'IA.

Dans cet e-book, nous vous présentons l'état actuel de l'IA au sein de l'entreprise, ses utilisations stratégiques et ses défis. Nous étudions également comment les entreprises peuvent utiliser positivement l'IA et quelles sont les mesures à prendre pour commencer à l'intégrer dans vos objectifs stratégiques. Après tout, la mission de Pega est de vous aider à exploiter tout le potentiel de l'IA.

Quelques technologies basées sur l'IA pour l'entreprise :

- **Machine learning** : également appelé apprentissage automatique. Il s'agit de l'application d'algorithmes informatiques conçus pour apprendre et s'améliorer par le biais de données et de feedbacks. Le machine learning est généralement utilisé dans les cas suivants :
 - **Analyse prédictive** : capacité à prédire le comportement des clients, l'impact d'actions et d'interventions, et les processus et résultats métier futurs. Les modèles peuvent être entraînés hors ligne ou apprendre de manière adaptative, en continu.
 - **Traitement du langage naturel** : forme de machine learning qui traite, analyse et comprend le langage écrit et le contexte de ces écrits dans des documents.
 - **Reconnaissance vocale** : capacité d'un ordinateur à traiter, analyser et comprendre le langage verbal et son contexte.
 - **Event monitoring et mining** : également appelé « surveillance et exploration des événements ». Il s'agit de la capacité à détecter des tendances dans des données de streaming.
 - **Process mining** : également appelé « exploration des processus ». Il s'agit de la capacité à analyser des journaux d'événements et l'exécution de processus pour découvrir, surveiller et améliorer les processus.
- **Raisonnement et prise de décision** : capacité à combiner les données et résultats du machine learning à des règles métier, stratégies et politiques pour prendre des décisions et formuler des recommandations de manière automatisée.
- **IA fiable** : fonctionnalités, politiques et méthodologies permettant de s'assurer que les systèmes et décisions de l'IA sont justes, transparents, explicables, robustes et respectueux des valeurs humaines.

L'IA vous aide à atteindre vos objectifs stratégiques

PwC a interrogé plus de 1 000 cadres d'entreprises américaines : 52 % d'entre eux affirment avoir accéléré leurs projets d'adoption de l'IA. Parmi eux, 33 % ont déjà commencé à mettre en place une IA dans leurs cas d'usage et 25 % disposent de processus intégrant pleinement l'IA, qui sont largement utilisés².

Si vous ouvrez le rapport annuel d'une multinationale, vous y trouverez ses principaux objectifs stratégiques, généralement du type « Être davantage centré sur le client », « Utiliser les données et l'IA pour nous rapprocher de nos clients » ou encore « Travailler plus intelligemment et gagner en efficacité opérationnelle ». Ces projets de transformation ne peuvent réussir que s'ils sont appliqués par tous les services, et la direction compte sur de nouvelles technologies digitales pour y parvenir.

La course à la transformation digitale a commencé avant la pandémie, mais s'est accélérée ces dernières années. Les entreprises se sont en effet concentrées sur la digitalisation et l'automatisation des processus, ainsi que sur l'amélioration de l'accès aux données et de leur gestion. Toutefois, les entreprises pionnières en la matière se retrouvent désormais face à un mur. Elles se sont transformées en profondeur, ont automatisé tout ce qu'il était logique d'automatiser et comprennent désormais qu'il leur faut une nouvelle stratégie pour rendre leurs processus plus efficaces, par exemple écourter la durée moyenne de traitement ou de réparation. Pour aller plus loin, elles vont devoir appliquer l'IA à leurs données et processus afin de travailler plus intelligemment et gagner en efficacité, mais aussi en efficacité.

D'après PwC Research, l'IA générera 10,7 billions de dollars de gains en 2030 et représentera près de 70 % des gains économiques mondiaux, du fait de l'amélioration de la productivité et des effets sur la consommation³.

Soumises à des pressions internes et externes, les entreprises restent sur des charbons ardents. D'un côté, elles doivent répondre aux besoins du marché, à savoir se rapprocher de leurs clients et en faire toujours plus. De l'autre, l'efficacité n'est pas leur seul objectif : elles veulent aussi stimuler l'efficacité de leurs processus. Elles veulent répondre aux attentes fortes de leurs clients et des membres de leur conseil d'administration. Ce mélange d'initiatives en matière de service, de marketing et de back-office pousse les entreprises à adopter l'IA de manière transversale.

Points communs des entreprises prêtes à adopter l'IA

Les premières fonctionnalités basées sur l'IA arrivées à maturité au sein d'entreprises *digital-native* comme eBay et Netflix sont désormais en cours de déploiement dans bien d'autres secteurs. Les entreprises les plus à même de tirer profit de l'intégration de l'intelligence artificielle dans leurs services et leurs opérations ont plusieurs points communs :

- **Elles sont plus avancées dans leur transformation digitale.** Les entreprises prêtes pour l'IA sont celles qui ont déjà digitalisé leurs processus manuels, créé des intégrations avec les sources de données, restructuré leur architecture métier en mode *center-out* et entamé l'automatisation de leurs processus. En effet, une architecture métier Center-out™ place les règles métier et le *machine learning* au cœur des opérations de l'entreprise. Dès que les workflows et parcours clients sont basés sur la même couche opérationnelle, il est plus simple d'instiller de l'intelligence dans ces workflows. Le résultat ? L'IA, la prise de décision et l'automatisation s'intègrent au moyen d'un hub ou d'une gouvernance centralisé(e), dans un même but : favoriser une culture basée sur les connaissances, monétiser les données et réduire les risques.
- **Elles connaissent leurs clients.** Les entreprises qui ont su nouer un lien avec leurs clients disposent d'un avantage clé. C'est par exemple le cas des banques et des assureurs qui prélèvent ou versent de l'argent pour leurs clients, ou encore des opérateurs de télécommunications qui, par le biais des contrats avec leurs clients, comprennent leurs besoins, mais aussi leurs préférences, comportements et expériences. Les entreprises de ces secteurs peuvent se servir de l'IA pour se rapprocher de leurs clients, leur formuler des recommandations personnalisées et empathiques, anticiper les problèmes de service client pour les résoudre de manière proactive, et tout simplement proposer de meilleures expériences.
- **Elles disposent de processus sophistiqués et génèrent des volumes importants de données.** Les entreprises qui disposent de règles, données et processus nombreux sont bien placées pour tirer profit des technologies basées sur l'IA. Face à une multitude de variables et de workflows, l'IA permet donc d'éliminer les inefficacités, d'optimiser les opérations du front et du back-office ou encore d'apporter des changements qui rendront l'entreprise globalement plus efficace.



Applications fréquentes de l'IA dans l'entreprise

Pour les entreprises présentant les caractéristiques évoquées ci-dessus, qui ont déjà normalisé leurs processus, numérisé leurs données et automatisé leurs workflows, la mise en place de l'IA est la suite logique. En effet, l'IA peut les aider à identifier, anticiper et exploiter des opportunités imprévues, en temps réel. Comment ? En appliquant toutes les fonctionnalités d'IA simultanément.

	Détection	Décision	Action
Fonctionnalités	Filtrage, transformation et interprétation de formes multiples de données.	Choix d'une action parmi plusieurs options possibles. Recours à la logique pour filtrer les options, prédire les chances de succès de chaque action, établir des stratégies et politiques, et décider de l'action optimale.	Exécution de l'action, enregistrement des résultats et utilisation des informations pour apprendre et évoluer.
Applications courantes	<ul style="list-style-type: none"> • Détection de tendances dans des données de streaming • Transcription • Classification d'images • Détection de l'intention et du sentiment dans un e-mail adressé au service client • Prédiction du comportement du client et autres données pertinentes 	<ul style="list-style-type: none"> • Recommandation de la meilleure offre pour un client donné • Prédiction du problème que le client rencontre et identification de la meilleure solution • Routage de chaque tâche vers les personnes appropriées • Détermination de l'adéquation à un traitement automatique 	<ul style="list-style-type: none"> • Formulation d'une offre et enregistrement de la réponse • Résolution du problème et vérification de la clôture de la tâche • Routage de la tâche et vérification du respect du délai de résolution • Confirmation de la nécessité ou non de procéder à une intervention manuelle

Tout l'intérêt de l'IA pour une entreprise réside dans sa capacité à identifier des opportunités, puis à piloter les décisions et actions qui permettent de valoriser ces opportunités. Elle joue ainsi un rôle clé dans l'anticipation des besoins des clients, l'accélération et l'amélioration du service client, l'individualisation et la personnalisation de l'engagement client, et l'identification des domaines pouvant faire l'objet d'améliorations opérationnelles. Avec l'IA, les entreprises peuvent repenser ces activités de A à Z.

Par exemple, l'IA peut les aider à améliorer leur efficacité et leur qualité de service pour un processus aussi banal que la gestion des déclarations d'assurance. Elle permet ainsi de détecter le type de déclaration, d'identifier l'agent le plus à même d'étudier et de traiter cette déclaration, d'évaluer si elle présente un risque de fraude ou peut être traitée automatiquement, de la router et de déterminer à quel moment la tâche est terminée.

Il ne s'agit là que d'un exemple, pour un secteur précis. En vérité, l'IA offre de nombreux moyens de générer de la valeur et d'atteindre des objectifs stratégiques dans différents secteurs. Elle est ainsi particulièrement intéressante pour établir une relation plus personnelle avec les clients et gagner en efficacité.

Relever les défis du déploiement de l'IA dans l'entreprise

Comme pour toute technologie avancée, la réussite du déploiement de l'IA dans l'écosystème d'une entreprise n'a rien d'évident. Les dirigeants doivent en avoir conscience et préparer un plan pour éviter les problèmes ou les résoudre.

Au départ, vous penserez peut-être que votre plus grand défi sera d'accéder à une quantité suffisante de données, qu'il s'agisse de big data, données historiques ou données en temps réel. Or, les écosystèmes actuels des entreprises contiennent suffisamment de données pour assurer l'efficacité de l'IA. La véritable difficulté réside dans l'analyse de ces données et leur gouvernance à l'échelle de l'entreprise.

Les entreprises digitales par nature, comme les FinTechs, les AssurTechs et les entreprises d'e-commerce, ont prouvé que l'IA peut être appliquée à une multitude de processus. Le secret ? Ne pas partir des données, mais des indicateurs de performance (KPI) et résultats à optimiser. Commencez par identifier les décisions et actions qui doivent être prises, ainsi que les règles, modèles et données dont vous aurez besoin. Sachez que toutes les données n'ont pas besoin d'être parfaites et que certaines seront plus importantes que d'autres.

Le principal obstacle à l'adoption de l'IA dans toute l'entreprise réside en vérité dans l'absence de vision stratégique et d'adhésion des parties prenantes clés.

Vos initiatives doivent s'aligner sur vos principaux objectifs stratégiques

Pour avoir un impact, il est essentiel que la direction ou les membres du conseil d'administration soutiennent les projets d'IA. C'est pourquoi vous devez comprendre la valeur potentielle de l'IA, être en mesure de l'expliquer, et déterminer comment l'intégrer à la réalisation de vos principaux objectifs stratégiques. Par exemple, si vous souhaitez vous rapprocher de vos clients, les analyses basées sur l'IA peuvent vous aider à mieux comprendre leurs besoins. Si vous avez pour objectif de travailler plus intelligemment, le machine learning peut vous aider à optimiser vos processus. Vous devez d'abord réfléchir aux contributions que peut avoir l'IA sur vos résultats clés, puis présenter des exemples précis illustrant comment l'IA vous permettra d'atteindre ces résultats.

La simplicité est essentielle

L'IA se démocratise grâce à des outils qui ne nécessitent pas d'expertise particulière. Au cours des cinq dernières années, les obstacles à l'utilisation de l'IA ont ainsi considérablement diminué et cette tendance se poursuit. Les technologies basées sur l'IA, jusqu'à présent réservées aux *data scientists* et professionnels de l'informatique, sont désormais suffisamment accessibles pour que les experts métier puissent se les approprier. Les personnes les plus directement concernées sont ainsi en mesure de piloter l'IA en utilisant des analyses soigneusement choisies, mais configurables et appuyées par des mécanismes de gouvernance et de surveillance, afin de veiller à atteindre les performances et résultats attendus.

Identifier et éliminer les biais dans les modèles et les décisions

Les biais de l'intelligence artificielle constituent un vrai problème, aux conséquences tangibles. L'IA aide les entreprises à analyser des volumes massifs de données et à prendre des décisions rapidement, mais elle peut aussi être la cause d'une discrimination involontaire. La raison en est simple : les humains qui créent les modèles, la logique et les décisions utilisés par l'IA, mais aussi les données utilisées pour entraîner l'IA, peuvent avoir des biais. Ces biais se retrouvent inconsciemment dans l'interprétation des informations, la structuration des algorithmes, la création des règles métier et la conception des modèles analytiques. Vos *data scientists* ont probablement conscience du risque de biais et savent sans doute comment les limiter, mais ce n'est peut-être pas le cas des utilisateurs métier.

Par conséquent, nous recommandons aux entreprises de s'engager pour une utilisation responsable de l'IA et de mettre en place des structures favorisant l'équité, la transparence, le respect des valeurs et la responsabilité. Avant de déployer leur premier projet d'IA, les entreprises doivent installer une structure de gouvernance chargée d'identifier les biais potentiels et de définir une méthodologie garantissant l'application fiable et responsable de l'IA. Nous recommandons également de mettre en place un dispositif de protection en continu contre les biais, à l'aide des outils et solutions de surveillance disponibles sur le marché. Conçus pour détecter les biais, ils permettent aussi aux utilisateurs d'ajuster les règles, modèles et stratégies sous-jacents.

Premiers pas avec l'IA

Comme nous l'avons vu, l'IA n'est plus une discipline théorique et expérimentale : elle a aujourd'hui des applications pratiques dans toute l'entreprise. Certaines applications avancées de l'IA ne sont pas encore prêtes pour un déploiement massif, mais d'autres sont aujourd'hui éprouvées, et ce dans tous les secteurs.

Pour déterminer le meilleur moyen de mettre en place et d'opérationnaliser l'IA dans votre entreprise, nous vous suggérons l'approche suivante :

Définissez votre stratégie

Choisissez un problème important. En ce qui concerne votre stratégie, nous vous recommandons de placer l'IA dans le top 5 de vos initiatives, si ce n'est pas déjà fait. Intégrez-la à un ou plusieurs de vos objectifs stratégiques principaux. Cela vous permettra aussi d'identifier le cadre dirigeant qui appuie les objectifs clés sur lesquels vous vous concentrez.

Les objectifs, par exemple se rapprocher des clients ou optimiser les processus et opérations, reposent sur l'utilisation des données et de l'IA. Une banque peut vouloir regagner la confiance de sa clientèle, améliorer sa part de portefeuille ou offrir un service personnalisé, tout en opérant sa transformation digitale. Un opérateur de télécommunications peut chercher à fidéliser ses clients, élaborer et vendre des offres convergées, et transformer son réseau en infrastructure autonome. Une compagnie d'assurance peut avoir besoin d'optimiser ses processus de souscription et renouvellement de police pour répondre plus vite à ses clients, mais aussi réduire les pertes dues à la fraude et aux inefficacités.

Identifiez vos cas d'usage

Placez les résultats au cœur de votre analyse. Nous n'insisterons jamais assez sur l'importance de penser avant tout à vos résultats métier. Que souhaitez-vous optimiser ou maximiser ? Comment allez-vous traduire cette stratégie en KPI concrets ? Quelles sont les données sous-jacentes et les capacités opérationnelles dont vous avez besoin pour atteindre ces résultats ? Nous avons récapitulé ci-dessous plusieurs façons dont l'IA peut vous aider à atteindre ces objectifs stratégiques.

Gardez à l'esprit qu'à l'échelle d'une entreprise, l'IA ne se limite pas au machine learning. Réfléchissez au ROI que pourrait générer l'ajout d'intelligence dans une action ou un processus en place. Quelles seraient, pour votre entreprise, les conséquences de l'association des données, des analyses, des stratégies métier, des règles métier, des politiques et de la prise de décisions ? Identifiez des cas d'usage dans lesquels la transformation des *insights* de l'IA en actions permettrait de générer de la valeur.

Favorisez un changement culturel, afin de démocratiser l'IA dans votre entreprise

Pour appliquer l'intelligence artificielle dans l'ensemble de votre entreprise, vos effectifs doivent être prêts à cette transformation. Il n'est pas question de former l'ensemble de vos collaborateurs à la création d'algorithmes de machine learning, mais plutôt de les encourager à réfléchir aux opportunités d'amélioration que peuvent apporter les données et l'IA, notamment au niveau opérationnel et du service client. Quels problèmes majeurs pourraient être atténués par des connaissances plus riches, disponibles en temps réel ? Quelles activités basiques et répétitives, actuellement réalisées par vos employés qualifiés, pourraient être automatisées avec des fonctionnalités de prise de décision plus avancées ?

Certains secteurs ont pris de l'avance dans ce domaine. Les opérations centrales des banques, assureurs et opérateurs télécom, par exemple, reposent sur des « travailleurs de la connaissance » disposant de capacités d'analyses quantitatives. Des cadres aux agents en contact avec la clientèle, plus le nombre de personnes capables de réfléchir de manière analytique est important, plus vous identifierez des opportunités de générer de la valeur avec l'IA.

Utilisations fréquentes de l'IA pour soutenir les objectifs stratégiques

Objectifs/résultats

Cas d'usage

Engagement empathique pour optimiser l'expérience et la valeur vie client

- Acquisition de clients, vente croisée, fidélisation
- Messages d'accueil, d'information et de service
- Activités unifiées en event-based marketing, inbound, outbound et paid media

Anticipation des besoins des clients et actions proactives pour améliorer les résultats en matière de service

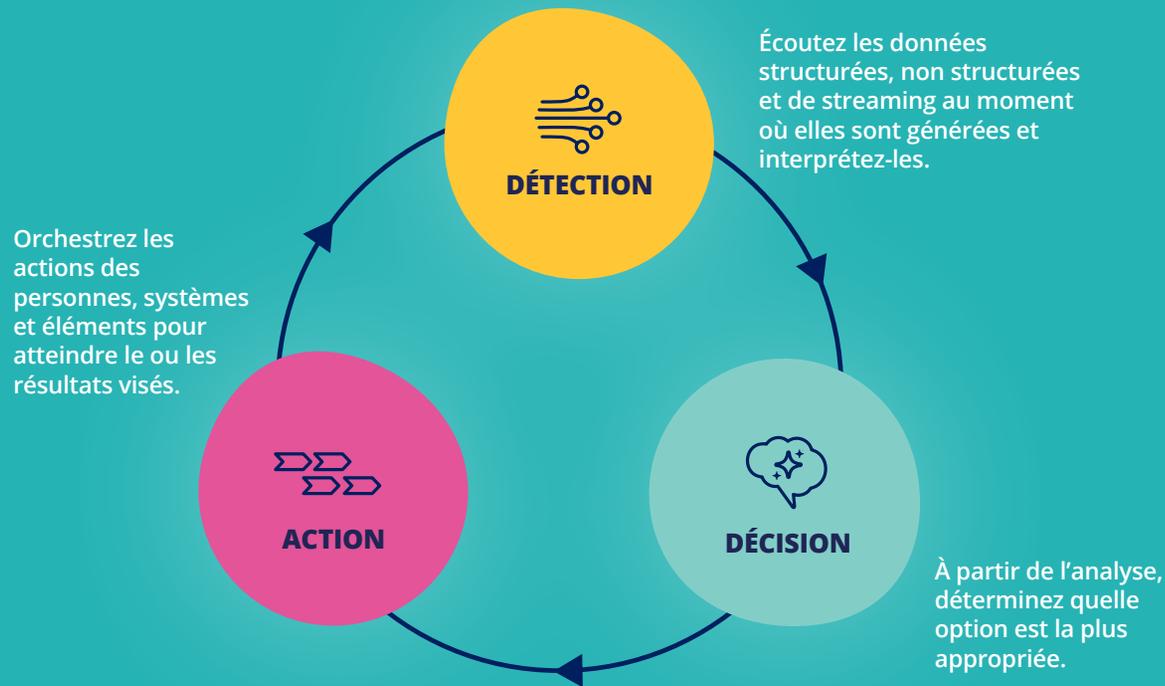
- Service connecté et maintenance prédictive
- Service proactif et préemptif
- Évitement des appels
- Routage intelligent
- Dépannage intelligent
- IA conversationnelle et libre-service

Amélioration des opérations métier : plus d'agilité, d'efficacité et d'efficacité

- Process mining
- Détection des événements
- Onboarding intelligent
- Prédiction des niveaux de service et résultats des processus
- Renforcement des traitements automatiques
- Processus capables d'auto-optimisation
- Réduction des exceptions

Insérez cette capacité dans une couche de votre architecture métier

Niveau informatique, vous aurez besoin des bons systèmes et des bonnes technologies pour intégrer de l'intelligence à vos workflows. Comme illustré ci-dessous, il vous faudra disposer de capacités spécifiques pour observer les données et les résultats, analyser le contexte, déterminer les actions optimales, orchestrer les workflows et générer les résultats attendus. Vous devrez ensuite alimenter ces informations dans votre dispositif d'intelligence pour lui permettre d'apprendre.



Exemple d'une couche pour une IA présente sur tous les systèmes et applications internes

Créez une structure de gouvernance permettant d'assurer la fiabilité de l'IA

Enfin, vous devez absolument établir un processus de gouvernance et des garde-fous pour une utilisation responsable de l'IA. Même si votre secteur ne suit pas un code éthique ou des réglementations précis, il s'agit d'une simple affaire de bon sens. Nous avons tous l'obligation morale de faire une utilisation responsable de l'IA. **Une telle approche repose sur quatre valeurs essentielles : l'empathie, la transparence, l'équité et la responsabilité.** Les bonnes pratiques en la matière impliquent notamment de s'assurer que les décisions prises par l'IA sont compréhensibles et transparentes pour les personnes concernées. Cela nécessite une approche cohérente des données, de la gouvernance et des modèles au sein de votre entreprise.

La transformation digitale s'accélère : il est temps d'intégrer l'IA à votre plateforme d'entreprise

D'après la dernière [enquête internationale de McKinsey](#) sur l'état de l'IA, l'adoption de cette technologie continue de gagner du terrain. Par ailleurs, les entreprises qui ont mis en place l'IA constatent qu'elle a des impacts concrets sur leurs résultats financiers⁴. Ces deux dernières années, lourdement affectées par la pandémie, les entreprises digitales ont pris un avantage considérable sur leurs concurrents. Cet avantage va continuer de s'accroître à mesure qu'elles intégreront des technologies intelligentes dans leurs opérations stratégiques. Ne vous laissez pas distancer dans un monde qui évolue de plus en plus vite.

Pour aller plus loin

- Découvrez comment des entreprises comme la [Commonwealth Bank of Australia](#), [Wells Fargo](#) et [Verizon](#) génèrent de la valeur en misant sur l'intelligence artificielle.
- Explorez pourquoi une [approche responsable de l'IA](#) est essentielle.
- Consultez notre site web pour en savoir plus sur les technologies de [Pega basées sur l'IA](#).

Ressources

¹ NewVantage Partners, « Big Data and AI Executive Survey 2021 », https://c6abb8db-514c-4f5b-b5a1-fc710f1e464e.filesusr.com/ugd/e5361a_76709448ddc6490981f0cbea42d51508.pdf.

² PwC, « AI Predictions 2021 », <https://www.pwc.com/us/en/tech-effect/ai-analytics/ai-predictions.html>.

³ PwC, « Sizing the prize », <https://www.pwc.com/gx/en/issues/data-and-analytics/publications/artificial-intelligence-study.html>.

⁴ McKinsey & Company, « The state of AI in 2021 », <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-analytics/our-insights/global-survey-the-state-of-ai-in-2021>.



À propos de Pegasystems

Pega est l'éditeur de logiciels innovants qui simplifie tous vos processus métier. Qu'il s'agisse de maximiser la valeur vie client, de simplifier le service ou de doper l'efficacité, nous aidons les grandes marques internationales à surmonter rapidement leurs difficultés et à assurer leur transformation pour préparer l'avenir. Grâce à l'IA en temps réel et à l'automatisation intelligente, Pega améliore vos prises de décision et votre productivité. Depuis 1983, notre architecture évolutive et notre plateforme low-code vous permettent d'anticiper le changement. Nos solutions offrent un gain de temps à vos clients et vos employés, qui peuvent désormais se consacrer à l'essentiel.

Pour de plus amples informations, rendez-vous sur pega.com/fr.