

## E-COMMERCE

# Comment l'IA est en train de transformer le secteur du retail

*Les applications de l'IA dans le retail et le e-commerce sont vastes et touchent désormais tous les métiers...*



L'intelligence artificielle générative s'apprête à transformer en profondeur le retail.

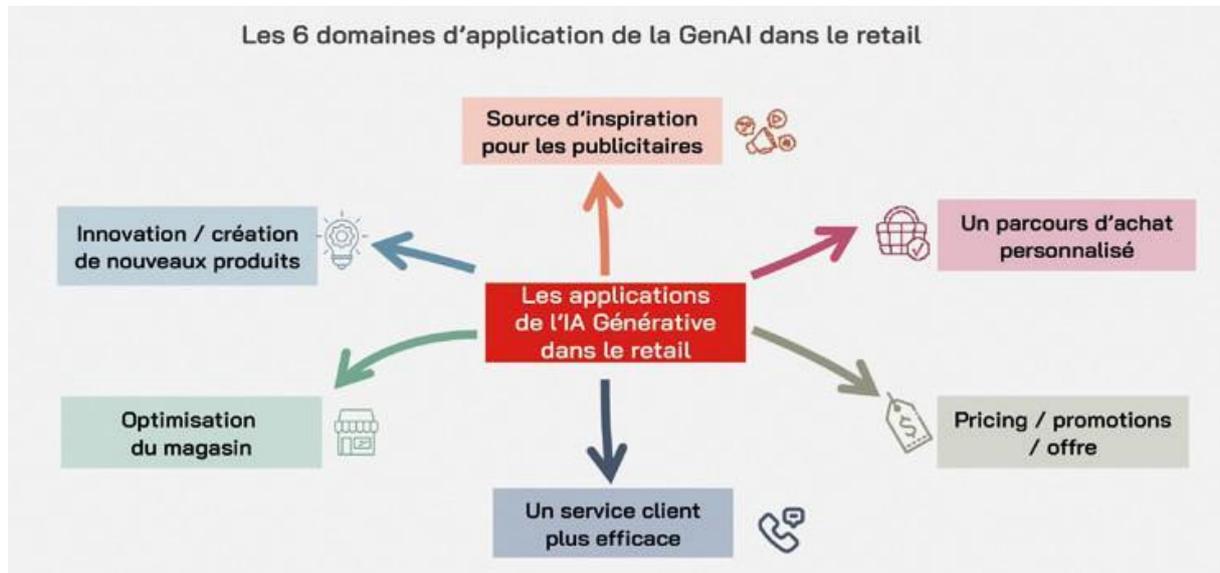
Tel est le constat de la dernière publication des Echos Études « **IA : la révolution du retail** » qui décrypte le potentiel de l'IA pour transformer l'expérience client et optimiser l'efficacité opérationnelle.

À l'instar d'autres secteurs, les avancées continues dans l'IA générative impacteront retail et e-commerce, secteur ultra-concurrentiel à la recherche de leviers de différenciation.

Face aux nouveaux horizons que l'IA ouvre pour stimuler la croissance, gagner en compétitivité, améliorer les relations clients, la transformation ne fait que commencer...

# IA : un impact sur toute la chaîne de valeur du marketing et du parcours client

A ce titre, les applications de l'IA dans le retail et le e-commerce sont vastes et touchent tous les métiers.



Tout d'abord, elle offre de nouvelles perspectives pour **la création de produits ou de services innovants**.

Ainsi, l'IA permet **une analyse poussée des comportements des consommateurs**, de leurs interactions sur les réseaux, des avis, des requêtes en ligne et est en capacité, à partir de ces données, d'identifier les tendances émergentes ou des lacunes sur un marché.

Elle est une source d'inspiration infinie en étant capable de **créer une multitude de propositions autour d'une même idée pour un nouveau produit**.

L'IA permet aussi d'aller plus loin dans **la personnalisation avec des recommandations produit plus précises, des campagnes marketing ultra-ciblées, des offres sur-mesure**.

Elle transforme le parcours d'achat avec **de nouveaux services** (essayage virtuel, diagnostic, assistant virtuel...).

L'IA générative est également un outil puissant pour **améliorer les performances d'un point de vente ou la gestion d'un service après-vente**.

**De nombreux défis sous-jacents pour les marques et les enseignes**

L'IA générative, virage technologique majeure, représente donc une opportunité pour les retailers à ne pas manquer.

Toutefois, son utilisation soulève également de nombreuses questions : protection des données personnelles, gestion de la propriété intellectuelle, risque pour l'emploi, méfiance des consommateurs...

Parmi **les principaux défis à prendre en compte** :

- **Les défis liés à l'emploi** : automatisation des tâches, formation, évolution des compétences, nouveaux métiers
- L'utilisation de l'IAG génère plusieurs **risques juridiques**
- L'essor de l'IAG entraîne une plus grande **vulnérabilité aux cyberattaques**
- Les retailers au défi de concilier IAG et préservation de leur **empreinte environnementale**
- **Convaincre le consommateur** et gagner sa confiance par rapport à l'usage de l'IA

Les enseignes et les marques doivent donc mener une réflexion stratégique et éthique sur son déploiement et encadrer les usages, afin d'en tirer pleinement profit...