



# BOOTCAMP INSIGHTS

## Les enseignements clés de l'atelier :

### From knowledge to action AI workshop outcomes & expert insights

#### USE CASE 1

COMMENT AMÉLIORER L'ENTONNOIR DE VENTE DE MES PROSPECTS  
POUR AUTOMATISER MES INTERACTIONS ET MON CRM ?

Cette synthèse revient sur ce qui a été produit par les participants lors de l'atelier, complété par les analyses et recommandations de nos experts IA.

## UTILISATEURS CIBLES



### Le regard du groupe de travail

- Clients ayant accès à Internet
- Équipe de vente interne

## LES INSIGHTS DE NOS EXPERTS IA

### Principe général

L'agent IA adapte automatiquement ses messages et ses recommandations en fonction du profil du client. L'objectif est de fournir à chaque interlocuteur des informations pertinentes, compréhensibles et utiles, en lien avec ses enjeux spécifiques.

### Segments de clientèle

Tous les clients n'ont pas les mêmes attentes. L'agent IA ajuste donc son discours selon le type de client :

- **Clients industriels** : ils reçoivent des informations techniques détaillées, orientées sur le retour sur investissement et la fiabilité des solutions.
- **Clients commerciaux** : les messages mettent l'accent sur la rentabilité, le coût total de possession et les niveaux de service.
- **Organisations du secteur public** : l'agent privilégie les enjeux de durabilité, de conformité réglementaire et de traçabilité.

## Facteurs de personnalisation

Pour personnaliser ses interactions, la solution s'appuie sur plusieurs sources d'information : les données issues du CRM, l'historique des interactions passées et des signaux contextuels tels que le canal utilisé, le caractère récent des échanges ou l'intention exprimée par le client.

Cela permet d'adapter finement chaque message et d'en maximiser l'impact à chaque point de contact.

## Segmentation et playbooks

Chaque segment de clientèle est associé à des **playbooks**, c'est-à-dire des stratégies de communication prédéfinies.

Ces playbooks guident l'agent IA sur les messages à délivrer et les actions à recommander :

- **Industriel** : retour sur investissement technique et fiabilité opérationnelle.
- **Commercial** : optimisation des coûts et performance des services.
- **Secteur public** : conformité réglementaire, objectifs de développement durable et exigences de traçabilité.

## Continuité omnicanale

L'agent IA garantit une expérience fluide et cohérente sur l'ensemble des canaux de communication (email, chat, web, WhatsApp).

Il conserve le contexte des échanges, l'état de la conversation et les « prochaines meilleures actions », ce qui permet de reprendre le dialogue sans rupture, quel que soit le canal utilisé.

## OBJECTIFS



### Le regard du groupe de travail

- Automatiser les tâches répétitives tout au long du processus commercial.
- Permettre aux équipes de se concentrer sur la négociation et la conclusion des ventes.
- Accroître la performance commerciale grâce à une meilleure allocation du temps et des ressources.

## LES INSIGHTS DE NOS EXPERTS IA

### Enjeu principal

Lors du déploiement d'une solution reposant sur l'intelligence artificielle, il est essentiel de définir des objectifs clairs, concrets et mesurables dès le départ.

Sans objectifs précis, la solution risque de se disperser, de multiplier les cas d'usage sans priorité et de ne pas démontrer de valeur réelle pour les équipes et le business.

### Objectifs SMART

Les objectifs dits *SMART* servent de cadre pour piloter efficacement la mise en œuvre. Ils permettent de donner une direction claire, de mesurer les résultats et d'ajuster la solution dans le temps.

Voici quelques exemples d'objectifs pouvant guider le déploiement :

- **Réduire le temps de réponse aux prospects** à moins de 5 minutes pour tous les prospects qualifiés dans les 6 mois, afin d'améliorer la réactivité commerciale et l'engagement dès le premier contact.
- **Raccourcir le cycle de vente de 20 %** sur les segments ciblés en automatisant les tâches répétitives et en améliorant la priorisation des prospects, ce qui accélère la prise de décision commerciale.
- **Augmenter les taux de conversion de 10 %** pour les prospects prioritaires au cours du prochain trimestre grâce à une évaluation prédictive des prospects et à des interactions plus personnalisées.

Cette approche permet de relier directement l'usage de l'IA à des résultats mesurables et compréhensibles pour l'ensemble des parties prenantes.

## AVANTAGES



### Le regard du groupe de travail

- Augmentation des performances de vente
- Meilleure qualification des prospects
- Meilleure compréhension du marché et des comportements des clients

## LES INSIGHTS DE NOS EXPERTS IA

### Performance commerciale

L'automatisation et la personnalisation des interactions permettent d'améliorer significativement l'efficacité commerciale.

Des temps de réponse plus rapides renforcent l'engagement des prospects et leur satisfaction, tandis que des cycles de vente et des délais de proposition plus courts accélèrent directement la génération de revenus.

Une meilleure priorisation des prospects, combinée à un suivi plus personnalisé, contribue également à augmenter les taux de conversion.

### Efficacité des équipes

En automatisant les tâches répétitives et chronophages, les équipes de vente peuvent se recentrer sur les activités à forte valeur ajoutée, telles que la relation client, la négociation et la conclusion des ventes.

Cette optimisation du temps et des efforts permet aussi de réduire les coûts d'acquisition des clients, grâce à une utilisation plus ciblée et plus efficace des ressources commerciales.

### Pilotage et gouvernance

L'amélioration de la qualité et de l'exhaustivité des données dans le CRM renforce la

fiabilité des analyses et des décisions prises par les équipes et le management.

Des prévisions de ventes plus précises facilitent le pilotage du pipeline, tandis que des recommandations d'IA explicables et des mécanismes d'audit clairs renforcent la transparence et la confiance dans les outils.

## Scalabilité

Les processus mis en place sont conçus pour être évolutifs.

Ils peuvent s'adapter à la croissance de l'organisation, à l'augmentation des volumes de prospects ou à la diversification des offres, sans dégrader la performance ni alourdir les opérations.

## PAIN POINTS



### Le regard du groupe de travail

- Acceptation de la solution par l'équipe de vente
- Gestion du changement et besoins de formation pour assurer l'adoption et l'utilisation efficace de l'agent IA

## LES INSIGHTS DE NOS EXPERTS IA

### Qualité et structuration des données

La performance d'une solution d'IA dépend directement de la qualité des données qu'elle exploite.

Des données CRM incomplètes, des doublons de leads, une segmentation incohérente ou des étapes de cycle de vie mal définies réduisent fortement l'efficacité du scoring des prospects et des mécanismes d'automatisation pilotés par l'IA.

### Écosystème technologique

Un environnement technologique fragmenté limite la valeur de l'automatisation.

Lorsque les outils de CRM, d'automatisation marketing et de CPQ ne sont pas correctement intégrés, il devient difficile d'orchestrer l'ensemble du parcours prospect et d'avoir une vision globale et fiable de l'entonnoir de vente.

## Scalabilité des opérations

Les processus manuels atteignent rapidement leurs limites lorsque l'activité se développe.

Les suivis commerciaux et la production de contenu non automatisés s'adaptent mal à la multiplication des régions, des langues et des canaux, freinant ainsi la capacité de l'organisation à passer à l'échelle.

## Acceptation par les équipes

L'adoption de l'IA repose en grande partie sur la confiance des équipes métiers.

Des modèles de notation perçus comme opaques peuvent susciter de la méfiance, ce qui souligne l'importance de proposer des recommandations explicables, compréhensibles et encadrées par des règles et des garde-fous clairs.

## Préparation des connaissances

Avant de déployer des solutions basées sur des architectures de type RAG, il est nécessaire de structurer et d'évaluer les bases de connaissances existantes.

La mise en place d'un **DocuScore** permet d'auditer les documents selon leur lisibilité, leur pertinence, la qualité des métadonnées et le niveau de confidentialité, afin de garantir des réponses fiables et exploitables.

## Accompagnement humain

La réussite du déploiement ne repose pas uniquement sur la technologie, mais aussi sur l'humain.

Des ateliers pratiques sont indispensables pour montrer concrètement comment l'IA vient compléter le travail des équipes de vente, valoriser les gains rapides (gain de temps, meilleur ciblage) et clarifier les processus d'escalade ou de dérogation.

## Apprentissage du modèle

L'amélioration continue des performances de l'IA nécessite une base d'apprentissage de

qualité.

Des interactions historiques correctement étiquetées et annotées permettent d'enrichir les modèles au fil du temps et d'améliorer la précision des recommandations et du scoring.

## CONDITIONS PRÉALABLES



### Le regard du groupe de travail

- Accès à des données fiables et structurées
- Disponibilité de l'historique des conversations
- Segmentation claire des prospects

## LES INSIGHTS DE NOS EXPERTS IA

### Principe directeur

Les prérequis nécessaires au déploiement d'une solution d'IA varient en fonction du niveau d'ambition et de la valeur recherchée.

Plus l'objectif est élevé, plus les exigences en matière de données, de gouvernance et d'outillage deviennent structurantes.

### Valeur de base → Moins d'exigences

Pour obtenir des gains rapides et concrets, les organisations peuvent démarrer avec un socle simple mais solide.

Cela repose avant tout sur des données CRM propres et structurées, ainsi que sur une formation de base des équipes de vente, afin qu'elles puissent comprendre les recommandations de l'IA et gérer les situations d'exception.

### Valeur supérieure → Exigences plus avancées

Pour aller plus loin et faire évoluer la solution vers des usages plus complexes et plus autonomes, des prérequis supplémentaires sont nécessaires.

### Préparation des données

Il est essentiel de s'assurer que les données CRM sont complètes, normalisées et fiables.

À mesure que les mécanismes d'automatisation et d'IA gagnent en sophistication, la qualité des données devient un facteur critique de performance.

## Sécurité et conformité

La montée en puissance de la solution implique la mise en place de cadres de gouvernance adaptés, ainsi que de contrôles proportionnels à la sensibilité des données manipulées et aux contraintes réglementaires applicables.

## Cadre d'évaluation

Des indicateurs clairs doivent être définis pour évaluer les performances de l'IA conversationnelle et des systèmes de type RAG, notamment en termes de précision, de pertinence et de fidélité des réponses, afin de piloter la solution dans la durée.

## Studio agentique

La création d'un environnement centralisé dédié aux agents d'IA permet de prototyper, tester et déployer les solutions à grande échelle.

Le recours à des approches sans code ou à faible code facilite l'expérimentation et accélère l'adoption par les équipes.

# DESCRIPTION DÉTAILLÉE



### Le regard du groupe de travail

Le groupe a conçu un plan pour intégrer un agent d'intelligence artificielle tout au long du parcours de vente, depuis l'acquisition des prospects jusqu'à leur qualification et la hiérarchisation des priorités.

L'agent d'IA devrait :

- Collecter des données issues des canaux d'acquisition numériques (réseaux sociaux, campagnes en ligne, outils de messagerie entrants comme WhatsApp).
- Agréger et analyser automatiquement les informations concernant les prospects.
- Assister l'équipe de vente en qualifiant les leads, en nourrissant les prospects, en priorisant les tâches et en suggérant les prochaines actions.
- Aider à déterminer la stratégie de suivi la plus appropriée pour chaque prospect.

Cette méthode permet d'établir un processus de vente plus structuré, basé sur les données et facilement évolutif.



### Apprentissage en boucle fermée

La solution s'appuie sur un principe d'amélioration continue : les résultats concrets des actions commerciales (réponses des prospects, rendez-vous obtenus, évolution des opportunités, raisons de succès ou d'échec) sont réinjectés en permanence dans les modèles d'IA.

Cela permet d'affiner progressivement le scoring des prospects et la génération de contenus, et d'améliorer les performances au fil du temps.

### Mise à l'échelle basée sur des données probantes

Pour mesurer objectivement la valeur apportée par l'IA, des tests A/B sont mis en place.

Ils comparent des scénarios avec agent IA activé (« agentic ON ») et sans agent (« agentic OFF »), afin d'identifier précisément les actions qui génèrent des gains de performance, comme la pré-qualification par la voix ou la génération de propositions appuyées par des mécanismes de type RAG.

### Parcours de maturité

Le déploiement des agents IA s'inscrit dans une trajectoire progressive.

L'approche recommandée consiste à commencer par des flux de travail assistés par l'humain, puis à introduire des agents autonomes pour des tâches ciblées et bien cadrées (qualification des prospects, planification des suivis).

À terme, l'objectif est de mettre en place une orchestration multi-agents intégrée aux outils de CRM, d'automatisation marketing (MA) et de CPQ.

### Alignement de l'architecture

La robustesse de la solution repose sur une architecture clairement structurée en couches : systèmes centraux, couche de données avec indexation vectorielle, modèles d'IA et de machine learning, couche agentique et couche d'exposition.

L'interopérabilité entre ces couches, ainsi que l'observabilité et les mécanismes d'évaluation (journalisation, supervision, audits), sont indispensables pour garantir la fiabilité et la maîtrise de la solution.

## NLP pour la personnalisation

Le traitement du langage naturel permet d'analyser l'historique des échanges et les intentions exprimées par les clients.

Ces analyses servent à générer des messages de nurturing personnalisés, des réponses adaptées et des opportunités commerciales alignées avec des playbooks propres à chaque segment de clientèle.

## Flux de travail dynamiques

Les décisions et recommandations produites par l'IA sont directement connectées aux outils d'automatisation du CRM, tels que Salesforce Einstein ou Microsoft Dynamics Copilot.

Cela permet de déclencher automatiquement des actions opérationnelles (emails de suivi, création de tâches, invitations de calendrier, changements d'étape des opportunités) et d'inscrire l'IA au cœur des processus commerciaux quotidiens.

