



LE BIG DATA ET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE À LA PORTÉE DES PME !

Devenue un enjeu économique majeur ces dernières années, l'intelligence artificielle n'est pas réservée aux grandes entreprises. A leur échelle, les PME peuvent traiter leurs propres données, ou s'en procurer, et profiter elles aussi des opportunités du big data. Si la tendance est encore très récente au Maroc, de nouvelles applications concrètes et accessibles méritent d'être étudiées.

Depuis une décennie, les progrès de l'intelligence artificielle (IA) tendent à rendre son utilisation de plus en plus concrète pour les entreprises. En effet, grâce à l'augmentation constante des capacités de calcul des ordinateurs, un nombre croissant de tâches, jusqu'alors réservées aux humains, peut être confié à des programmes informatiques.

IA et big data, mode d'emploi

L'IA consiste à élaborer des machines intelligentes, capables d'apprendre et d'améliorer sans cesse leur fonctionnement, pour répondre efficacement à de nouvelles problématiques : automatisation, analyse d'images et de vidéos, compréhension du langage, prévision statistique, anticipation des tendances, aide à la décision, etc.

Pour y parvenir, l'intelligence artificielle fonctionne avec des algorithmes qui gèrent un très grand nombre de données, appelé le big data. La puissance de calcul nécessaire pour les traiter et obtenir des résultats s'est largement démocratisée grâce à l'utilisation du cloud : les entreprises n'ont plus l'obligation d'héberger physiquement les machines, elles peuvent y accéder à distance, selon leurs besoins, et à un coût très accessible. Ainsi, les applications utilisant l'IA se sont multipliées et font aujourd'hui partie de notre quotidien : les nouveaux GPS nous guident en fonction de la circulation, les assistants vocaux facilitent l'usage de notre téléphone ou de notre voiture, les réseaux sociaux nous reconnaissent sur les photos et nous adressent du contenu personnalisé, etc.

Les données au cœur de l'IA

La technologie étant dorénavant accessible pour les entreprises, il reste à l'alimenter en "data". C'est là tout l'enjeu de l'intelligence artificielle. Ces données peuvent être d'une grande variété – chiffres, textes, images, son, vidéos, etc. – et provenir de différentes sources, telles que des bases de données constituées par la société ou achetées, le site web de l'entreprise, ses réseaux sociaux, des indicateurs, etc. Ce qui importe est leur pertinence et le traitement qui pourra en être fait, mais pas nécessairement leur quantité. Dès lors, les PME peuvent tout à fait travailler à leur échelle, en exploitant les données personnelles de leurs clients, des informations issues de leur site ou encore des avis de consommateurs sur les réseaux sociaux, et en tirer de nombreux enseignements. Des corrélations et des extrapolations pourront ainsi être établies, afin par exemple d'augmenter leurs ventes ou de développer leur offre pour mieux répondre aux besoins du marché.

De nouvelles perspectives

Il existe en effet de très nombreux champs où peut être utilisée l'intelligence artificielle. Souvent, c'est le marketing qui profite d'abord de cette mine d'informations : la connaissance des consommateurs, acquise grâce aux données, lui permet de personnaliser la communication, tout en adaptant l'offre avec beaucoup de justesse. De même, dans une dimension logistique, il est possible d'étudier le comportement des clients, en analysant les commandes, pour anticiper les ventes et optimiser la gestion des stocks. Le big data est également très sollicité pour accompagner et améliorer le travail du département Recherche & Développement.

En 2018, dans la dernière étude marocaine publiée sur le sujet, McKinsey & Company indiquait que l'IA représente une opportunité majeure pour le Royaume, notamment dans certains secteurs : télécoms, banques, assurances, agriculture, industrie automobile, énergie, autoentrepreneuriat et administration publique.



CONSEIL D'EXPERTE

Ghita Ammor, co-fondatrice d'Africa Data Lab :

“L’intelligence artificielle constitue un véritable levier de développement et offre de nouvelles opportunités de croissance pour les PME. A l’ère de la digitalisation, la data constitue un réel actif stratégique pour les entreprises de toutes tailles. A l’échelle d’une PME, le big data peut reposer sur l’analyse des données des clients, des données internes (marketing, commercial, logistique...), des informations extraites de services en ligne ou des réseaux sociaux. L’exploitation des données peut booster les avantages concurrentiels d’une PME qui peut, par exemple, anticiper les besoins des clients, les tendances du marché, prédire ses stocks ou améliorer les prises de décisions. Les PME peuvent dans un premier temps amorcer leur transformation data avec l’utilisation d’outils analytiques et business intelligence, avant de lancer des projets qui incluent des technologies big data”.

UNE DÉMARCHE ACCESSIBLE AUX PME

Pour les PME, les premières applications sont souvent simples, comme la mise en place de “chatbots” sur le site web, les réseaux sociaux, voire un compte Whatsapp, afin d’améliorer la relation client en répondant automatiquement et avec pertinence aux questions. D’autres outils, tels que la reconnaissance vocale ou des logiciels de traduction très performants ont également fait leur entrée dans beaucoup d’entreprises.

Mais il est tout à fait possible d’aller bien au-delà. Les freins que constituaient le coût et la complexité des systèmes ont disparu depuis plusieurs années. De nombreuses solutions existent à présent sur le marché pour répondre aux besoins des PME. D’ailleurs, certains éditeurs permettent même d’utiliser gratuitement leurs services sur le cloud, en dessous d’un certain seuil. L’expérience est souvent concluante et de plus en plus de sociétés franchissent le pas. Au Maroc, la tendance est encore à ses débuts et les entreprises ont tout intérêt à intégrer l’IA pour innover et prendre une longueur d’avance sur la concurrence.

LES 5 ÉTAPES POUR EXPLOITER LE BIG DATA

- **Cartographier ses données** : il est indispensable, dans un premier temps, de faire l’inventaire des données disponibles en interne et d’envisager celles qui pourraient être pertinentes en externe (base de données en libre accès ou commercialisée).
- **Définir les objectifs de sa stratégie** : la démarche doit poursuivre des buts fixés selon les domaines d’application choisis. Il peut s’agir d’étudier ses clients, de mieux connaître l’usage de ses produits, d’analyser la concurrence, de veiller sur son image, d’anticiper des tendances, etc.
- **Adopter les bons outils** : parmi l’étendue des solutions existantes, il convient de sélectionner celle qui répondra aux besoins avec simplicité et pour un coût raisonnable. Tester différents outils et se faire conseiller est souvent la meilleure approche.
- **Former les collaborateurs** : si la technologie est devenue accessible, encore faut-il savoir l’utiliser et en tirer le meilleur. Pour cela, il est indispensable d’accompagner les salariés dans la mise en place et l’utilisation de ces nouveaux outils, afin de pouvoir les exploiter pleinement.
- **Piloter la démarche** : l’exploitation des données nécessite souvent des ajustements et de l’agilité pour adapter la démarche et la rendre plus performante. A partir d’un certain niveau de complexité, il est indispensable de pouvoir compter sur des compétences spécifiques internes ou externes.