

# Le e-commerce à l'aube de l'Intelligence Artificielle

Sébastien Durand

Expert E-commerce & omni-canal



Grâce à l'explosion du nombre de données collectées à travers de multiples canaux – dont le canal e-commerce – et à la croissance exponentielle de la puissance de calcul, l'Intelligence Artificielle est en train de transformer le secteur du commerce en ligne. Celle-ci a commencé à bouleverser la manière dont les e-commerçants vendent leurs produits et services, mais aussi la manière dont les clients les achètent.

**Les e-commerçants ont pris conscience du rôle central et différenciateur que l'Intelligence Artificielle jouera à l'avenir et qui leur permettra d'atteindre les meilleures performances possibles. Un écosystème actif de startups a commencé à développer des solutions innovantes à destination des e-commerçants, intégrant une couche d'Intelligence Artificielle à l'ensemble de la chaîne de valeur : marketing, logistique, relation client, services innovants.**

Aujourd'hui, le défi pour les e-commerçants est d'identifier les solutions qui apporteront le plus de valeur ajoutée à leur Business Model (Expérience Client, performance opérationnelle, efficacité commerciale) et de gérer la mise en œuvre en mode test et apprentissage de ces solutions qui sont encore limitées technologiquement afin d'être prêts quand elles décolleront. Environ un tiers d'entre eux, dont les leaders, ont déjà commencé à tester ou utiliser des solutions d'Intelligence Artificielle au sein de leur organisation, en priorité sur la personnalisation du parcours client, la gestion des stocks et de l'approvisionnement, le pilotage de campagnes marketing et la gestion du service après-vente.

## 1 PERSONNALISATION ET AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

L'IA permet d'identifier les clients à travers leurs caractéristiques et leurs comportements de navigation. En fonction du profil client défini, la navigation devient alors personnalisée sur plusieurs axes : recommandations produits, tri, services, prix, ...

Les algorithmes de l'IA permettent de gérer des campagnes de promotion pour du marketing prédictif et ciblé. Ils sont capables de prédire la propension des clients à dépenser sur le site marchand avec un ciblage précis, par exemple en identifiant les clients ayant besoin d'une promotion pour déclencher un acte d'achat.

## 2 LOGISTIQUE AUTOMATISÉE ET INTELLIGENTE

L'application la plus courante et mature de l'IA dans le e-commerce aujourd'hui s'applique à la gestion de la logistique, notamment à travers la gestion et l'anticipation de la demande sur les stocks. Dans un contexte où le commerce omni-canal prend de l'ampleur, les marchands ont besoin d'avoir une vision unifiée, fiable et en temps réel de leurs stocks afin de pouvoir les optimiser.

## 3 RECHERCHE VISUELLE

La reconnaissance de formes et d'images est une technologie qui devient de plus en plus mature avec des applications directes dans le e-commerce, notamment via l'utilisation de la caméra de téléphone mobile. Celle-ci s'applique notamment dans le domaine de la mode pour permettre la recherche de produits par des images au lieu de mots.

## 4 GESTION DES RÉFÉRENTIELS DE DONNÉES

Afin de gérer des volumes de données toujours plus importants, notamment avec l'extension des référentiels produits et d'informations, les e-commerçants (notamment Marketplace) ont intégré de l'IA pour contrôler et structurer les données : la nature des produits, le classement des produits dans l'arborescence, la gestion des données manquantes ou erronées, la génération d'indicateurs clefs et tableaux de pilotage... à la fois globaux et individualisés.

## 5 GESTION DU SERVICE CLIENT

Environ la moitié des e-commerçants utilisent un chatbot plus ou moins évolué sur leur site ou sur les réseaux sociaux pour interagir avec le client avant et après la vente, 24h/24h. Ces chatbots sont capables de collecter de la donnée et d'offrir une expérience personnalisée. L'étape suivante est la mise œuvre d'assistants personnels intelligents de recherche de produits et de commande par la voix du client.

## 6 CYBER SÉCURITÉ

L'IA a permis d'améliorer la cyber sécurité des sites e-commerce, notamment à travers la détection et la prévention de toute activité frauduleuse. Celle-ci permet entre autres de sécuriser les données privées et de bloquer la fraude en ligne.

## Les e-commerçants font face à 4 écueils dans l'application de l'IA

- **L'intégration d'un nouveau type de technologie**  
support de l'écosystème technologique existant
- **La mise à jour du modèle opérationnel**  
répartition des tâches, réassurance du rôle bénéfique de l'IA dans l'organisation
- **La formation des collaborateurs**  
attraction et développement des compétences pour travailler avec l'IA
- **La mise en synergies d'investissements parfois importants**  
partage d'investissements et risques avec d'autres partenaires

## Le futur de l'IA dans le E-commerce

Dans un futur proche, l'IA va permettre des innovations rapides en termes de personnalisation et d'Expérience Client, avec notamment la gestion en temps réel du prix, des recommandations produits et du marketing personnalisés toujours plus pertinents. A plus long terme, l'IA va permettre l'émergence de nouveaux services qui vont bousculer le secteur : commandes vocales, visualisation 3D, shopping virtuel, livraison instantanée. Les e-commerçants doivent plus que jamais rester en veille et en mode test pour couvrir l'étendue du paysage d'innovation et opérationnaliser les solutions les plus prometteuses.

## Pour en savoir plus

Sébastien DURAND  
Tél: +33 (0)6 34 08 14 85  
Mail: [sebastiendurand@kpmg.fr](mailto:sebastiendurand@kpmg.fr)



### 1- OBEIT

Reconnaissance de caractères, cartographie des processus, auto-exécution, scraping (logistique automatisée, ...)

### 2- APPREND

Construction d'une base de savoir, capacité d'apprentissage, travail avec données non structurées, pattern recognition, lecture d'écritures manuelles, traitement du langage naturel (recommandations produits personnalisées, ...)

### 3- RAISONNE

Apprentissage autonome, traitement de volumes importants de données, analyses prédictives, émission d'hypothèses, apprentissage factuel (personnalisations ultrasophistiquées, ...)