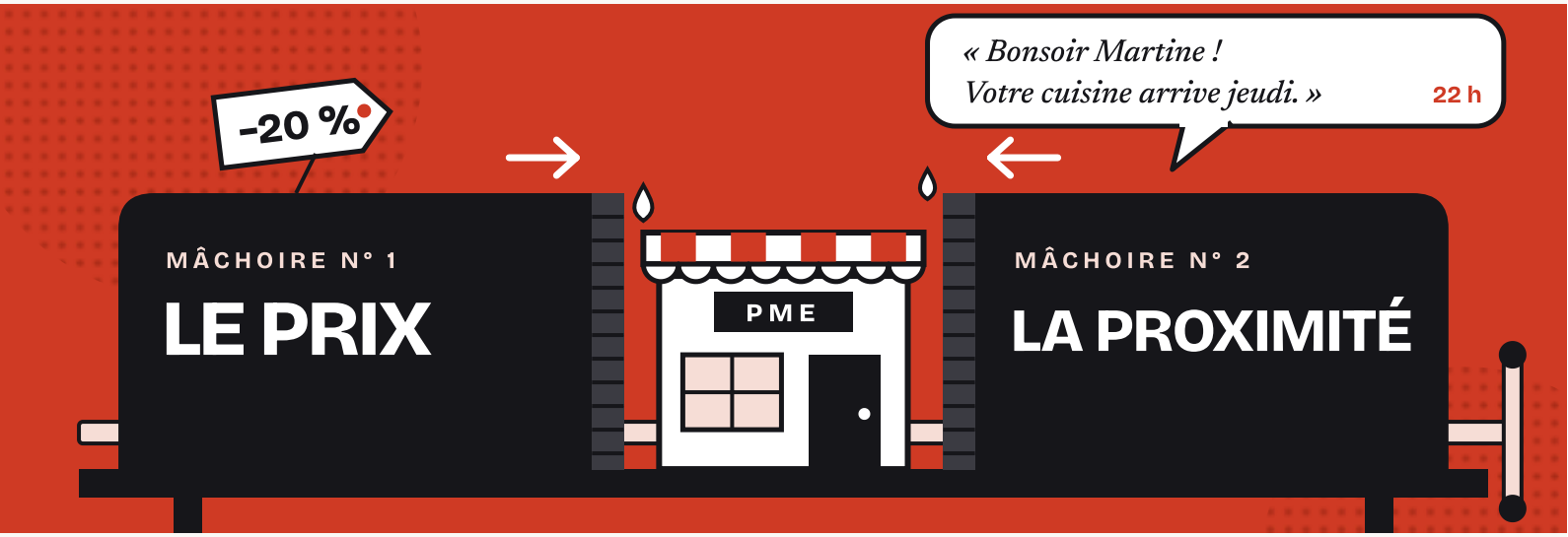


LA MENACE · PME ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Goliath a appris à sourire

Les PME craignent que l'IA rende les géants moins chers. C'est le moindre des dangers. Le vrai : elle les rend plus proches de vos clients.

Par Manuel Gourmand · Lecture : 4 minutes

Vous tenez un magasin de cuisines depuis vingt ans. On vient chez vous parce que vous écoutez, vous conseillez, vous rappelez. En face, le géant suédois, c'est autre chose : des allées interminables, des étiquettes, un petit crayon à papier.

Sauf que le géant vient d'apprendre votre métier.

Le jour où IKEA a fait l'inverse

Depuis 2021, chez Ingka, le plus grand franchisé d'IKEA, un assistant virtuel baptisé Billie traite près d'une demande client sur deux. La suite logique, tout le monde la devine : on ferme les centres d'appels.

IKEA a fait l'inverse. Environ 8 500 salariés de ces centres ont été formés pour devenir conseillers en aménagement intérieur, à distance. La machine a pris les questions répétitives ; les humains sont partis faire le métier du cuisiniste du coin : écouter, conseiller, accompagner. Rien n'indique qu'IKEA visait les petits. Il n'en avait pas besoin.

≈ 47 %
des demandes clients traitées par l'assistant virtuel Billie

≈ 8 500
salariés de centres d'appels devenus conseillers

1,3 Md€
de ventes réalisées par ce conseil à distance, sur l'exercice 2022

L'étau à deux mâchoires

Jusqu'ici, la règle était simple : les grands gagnaient sur le prix, les petits sur la relation. Un géant parlait à des millions de clients, mais en surface ; une PME, à moins de monde, mais en profondeur. Avoir les deux exigeait un humain dans la pièce.

L'IA referme sur les PME un étau à deux mâchoires. La première rend les grands encore moins chers : douloureux, mais pas nouveau. La seconde est inédite : elle leur permet de parler à des millions de clients… en profondeur. La PME qui ne bouge pas se retrouve coincée au milieu : plus chère, et plus vraiment différente.

Ce que l'IA ne sait pas copier

L'IA excelle là où la proximité est faite d'information. Elle reste faible là où elle est faite de présence, de jugement, d'attention. Le plombier du quartier n'a pas grand-chose à craindre ; l'expert-comptable du coin, davantage.

Le piège ? Demandez à un patron de PME ce qui le rend unique : il citera d'abord ce qui se copie le plus vite. « On connaît nos clients. » Vrai aujourd'hui. Copiable demain.

CE QUE L'IA COPIE
de l'information : savoir, se souvenir, répondre

- Connaître chaque client par cœur
- Répondre vite, à toute heure
- L'expertise qui tient dans un manuel

CE QU'ELLE NE COPIE PAS
de la présence, du jugement, de l'attention

- Le savoir-faire de la main
- Être sur place, le jour même
- La confiance gagnée en vingt ans
- Un patron qui répond de son travail

LE TEST EN 3 QUESTIONS

1. De l'information, ou de la présence ?

2. Bâti en quelques mois, ou en vingt ans ?

3. Qui en répond ? Un patron, pas un chatbot.

Le « waouh » devient la norme

Dans les années 1990, suivre son colis en ligne tenait de la magie. Aujourd'hui, un colis sans suivi déclenche un coup de fil agacé.

L'IA accélère cette horloge. Une réponse à 22 h, un devis le jour même, une livraison tenue sans relance : aujourd'hui, ça épate. Demain, ce sera le minimum. Et le client à qui un géant a répondu à 22 h ne sera pas plus patient avec vous le lendemain.

« Le 100 % humain peut encore être une stratégie. La lenteur, non. »

À SUIVRE · ÉPISODE 2, LA SEMAINE PROCHAINE

Les trois portes de la spirale

Alors, il faut foncer ? Pas si vite. Il y a trois façons de couler face à l'IA, et deux se franchissent en croyant bien faire. L'une a mené une grande compagnie aérienne au tribunal… à cause de son chatbot.