

# L'intelligence artificielle révolutionne le marketing

Ces dernières années, l'importance du marketing digital n'a cessé de croître. Quant à son avenir, il s'annonce fortement lié au développement de l'intelligence artificielle (IA). Blaise Reymondin, expert reconnu en marketing digital, utilise déjà l'IA dans son quotidien professionnel. Il nous fait partager sa vision.

## **Le marketing digital envisage les clients comme des individus connectés. Quelle dimension supplémentaire l'intelligence artificielle induit-elle ?**

Blaise Reymondin : L'IA apporte une personnalisation poussée à l'extrême, dans le but de répondre aux besoins d'un consommateur quasiment tout le temps connecté. Avec toujours plus de pertinence, elle va chercher à interagir avec lui dans les différents micros moments de son quotidien, et bien sûr sa « journée d'achat ». Grâce à des mécanismes d'autoapprentissage, l'IA progresse seule vers les objectifs définis au préalable. Elle tâtonne à très haute vitesse en analysant et croisant des millions de signaux. A ce jeu-là, aucun humain, aucune équipe, aussi experte soit elle, ne peut rivaliser avec la machine.

Blaise Reymondin,  
Marketeur à l'ère du client  
connecté.



## **L'IA est donc une réalité, et pas un vague concept futuriste. De quelle façon impacte-t-elle déjà le marketing ?**

L'Intelligence Artificielle renvoie paradoxalement les entreprises à leurs fondamentaux : avoir un bon produit ou service, un positionnement clair, un différenciateur fort sur le marché, et bien sûr un prix adapté. L'efficacité de l'IA à dénicher des clients potentiels peut aussi révéler – avec une certaine cruauté – les faiblesses d'une offre. Mais attention, l'IA n'est pas simplement un nouvel outil d'aide à la décision. Avec l'accélération qu'elle apporte, elle est destinée à prendre les commandes à notre place ! Notre rôle ? Lui enseigner correctement les objectifs puis lui confirmer si la direction est la bonne.

## **Et dans le futur, à quoi ressembleront les plateformes développées ?**

Les plateformes de marketing vont se simplifier drastiquement. Dans quelques années, elles seront capables de produire le contenu idéal pour chaque type de clientèle, chaque contexte, en se nourrissant elles-mêmes des caractéristiques du produit et par une analyse concurrentielle. Les spécialistes en marketing veilleront à éviter les biais potentiels, en confirmant à la machine qu'elle est sur le chemin du succès.

## **Les besoins des entreprises en termes de marketing vont également évoluer. L'IA vous semble-t-elle la meilleure alliée pour y répondre ?**

Ce ne sont pas les « besoins en marketing » qui dictent le changement, mais un consommateur ultraconnecté qui utilise des chemins d'achat toujours plus complexes. Et quand

vos concurrents utiliseront ces outils, vous courrez le risque d'être mis « hors-jeu ». Le terme « marketing » va sans doute disparaître au profit de la « relation client », qui commence désormais bien avant la vente... pour ne plus jamais s'arrêter.

## **Pourquoi estimez-vous important de sensibiliser les entreprises à ces évolutions à venir ?**

Les compétences requises par l'IA ne sont pas les mêmes. Ainsi, les entreprises ont besoin de profils de type « néo-généralistes », c'est-à-dire avec une forte culture générale, mais aussi locale, capables d'une réflexion transversale et dotés d'un sens critique aigu. Nos écoles seraient d'ailleurs bien inspirées de préparer nos enfants à devenir complémentaires à l'Intelligence Artificielle.

## **Quelle place garderont les hommes et les femmes dans ce « marketing par Intelligence Artificielle » ?**

Aussi « intelligents » soient-ils, je veux croire que les outils ne peuvent être que des extensions de nous autres, humains. Il est toutefois difficile d'imaginer ce qu'il va nous rester, tant les possibilités d'automatisation sont grandes, même dans les processus créatifs ! Le différenciateur ultime sera notre capacité à créer des liens humains, et sincères. Voilà sans doute ce que sera le luxe demain.

## **RENDEZ-VOUS AU FORUM**

Pour sa 13<sup>e</sup> édition, le Forum économique romand abordera la relation clients sous plusieurs angles. Blaise Reymondin sera l'un des conférenciers de cette journée thématique, le 13 septembre prochain, à Yverdon-les-Bains.

Plus d'infos et inscriptions  
sur [www.forom.ch](http://www.forom.ch)



PROPOS RECUEILLIS PAR  
FANNY OBERSON  
FANNY.OBERSON@CVCI.CH  
PHOTO DR