



L'indice IA :

# Les petites et moyennes entreprises face à l'IA

Comment les petites et moyennes entreprises perçoivent l'IA face à leurs besoins de productivité et de relations humaines.

Bonjour, ici Aaron d'Aircall.  
Comment allez-vous ?

Très bien, et vous ?

Pouvez-vous m'en dire plus sur vos tarifs ?

Oui, nous proposons 3 offres différentes, une offre simple, une offre entreprise et une offre sur-mesure

Nous optons généralement pour l'entreprise...

AC

CD

10



10

1.0x

1.25x

1.5x

2.0x



Numéro sales FR

7 derniers jours



Julie Durand



+33 6 33 24 00 14



# Sommaire

- 3** Résumé
- 4** Introduction:  
L'IA au service des clients
- 5** État des lieux :  
L'IA au sein des PME
- 11** Quelle place pour l'IA dans les  
petites et moyennes entreprises ?
- 20** Le futur de l'IA dans les PME
- 27** L'IA et les TPE/PME en France
- 35** Conclusion:  
Trouver le juste équilibre avec l'IA
- 36** Plan d'action pour intégrer l'IA dans les PME
- 38** À propos d'Aircall
- 39** Méthodologie

# Résumé

L'IA a pendant longtemps été considérée comme une technologie réservée aux grandes entreprises. Aujourd'hui pourtant, l'IA est enfin devenue accessible à toute entreprise, quelle que soit sa taille, grâce notamment à sa démocratisation dans de nombreux outils du quotidien.

Nous avons donc mené cette étude mondiale auprès de **3 500 employés de PME en France, en Allemagne, en Australie, au Canada, en Espagne, aux États-Unis et au Royaume-Uni**, pour mieux comprendre leur comportement vis à vis de l'IA.

En plus de quelques conseils pratiques pour une bonne intégration de l'IA en entreprise, ce rapport vous éclairera sur :



**L'état actuel de l'IA dans les PME :** quelle est la compréhension de l'IA dans ces entreprises ? Quels sont les obstacles à sa mise en place ? Quels sont les domaines dans lesquels elle peut avoir un impact significatif sur la productivité ?



**L'ambition des équipes pour l'IA :** comment les équipes envisagent l'utilisation de l'IA, ainsi que leurs inquiétudes sur l'impact des relations humaines



**Quel avenir pour l'IA :** les tendances de l'IA au sein des PME et quelques cas concrets pour mieux comprendre sa réelle valeur ajoutée

# Introduction: L'IA au service des clients

Avec une croissance 50 % plus rapide que l'ensemble du secteur des logiciels, l'ère de l'IA a bel et bien commencé. De nouvelles innovations basées sur l'IA sont lancées quotidiennement et 77 % des entreprises utilisent ou explorent activement la possibilité d'utiliser l'IA.

Cette croissance exponentielle et cette démocratisation permettent aux PME de pouvoir enfin accéder à l'IA pour améliorer aussi bien l'expérience des clients que celle des employés. Mais à toute avancée technologique son lot d'inquiétudes (légitimes) : l'IA suscite encore une certaine méfiance, principalement liée à un manque de sensibilisation, de budget ou de peur de voir des emplois remplacés. Face à ces craintes, l'IA offre de nombreux avantages : proposer un gain de temps et de productivité aux PME disposant de budgets, d'équipes et de ressources plus limitées.

En effet, les équipes de vente et du service client des TPE/PME sont les premières à pouvoir profiter des avantages de l'IA, car :



**Elles exécutent des tâches manuelles répétitives.** L'IA peut optimiser et prendre en charge la transcription, la prise de notes et la saisie de données, afin d'améliorer l'efficacité.



**Elles ont besoin de ressources efficaces pour la formation.** En créant des cas pratiques à partir de vrais appels et de messages vocaux, l'IA aide à la création de programmes de formation pour aider les équipes client à fournir des expériences exceptionnelles.



**Elles s'épanouissent dans les relations humaines.** L'IA aide les équipes du service client et de vente à analyser plus rapidement les informations clés sur les clients, leur permettant de se concentrer sur la relation humaine, favorisant ainsi la qualité des échanges et la rétention. L'intégration de l'IA dans les conversations téléphoniques en est un bon exemple.

Avec une meilleure compréhension des différents domaines d'actions de l'IA, les opportunités pour les PME sont immenses, quelle que soit leur taille.

<sup>1</sup> *AI Software Growing Faster Than Overall Software Market, CDO Trends*

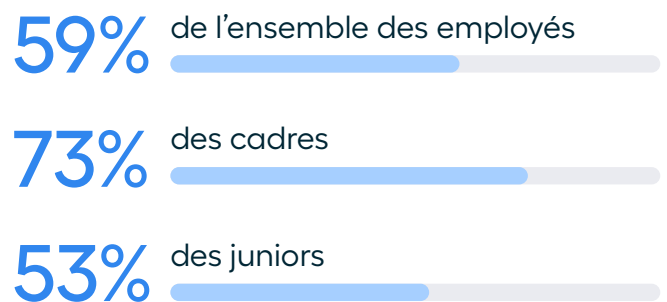
<sup>2</sup> *IBM Global AI Adoption Index, 2022*

# L'IA au sein des TPE/PMEs

## Comprendre la valeur de l'IA

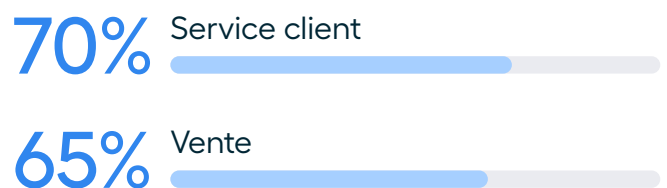
La plupart des employés des TPE/PME interrogés (59 %) déclarent qu'ils ont une bonne compréhension de l'IA et de la manière dont elle peut bénéficier à leur entreprise. Cette proportion s'élève à 73 % chez les cadres mais seulement 53 % chez les profils juniors, démontrant que la valeur de l'IA est comprise auprès des postes expérimentés, mais qu'une sensibilisation est nécessaire pour les équipes moins qualifiées.

Pourcentage des employés qui affirment avoir une bonne compréhension de l'IA et de la manière dont elle peut être bénéfique à leur entreprise



Pour des postes plus spécifiques, la confiance dans l'IA est encore plus élevée. Par exemple, 70 % des employés du service client déclarent être confiants dans l'utilisation de l'IA, et 65 % pour les équipes de vente.

Pourcentage de salariés confiants dans l'utilisation de l'IA, ou dans la perspective d'utiliser l'IA, pour les postes en contact avec la clientèle :



Mais l'IA évoluant rapidement, les salariés reconnaissent qu'ils ont encore beaucoup à découvrir sur ses usages. En effet, ce sont près des trois quarts (74 %) des employés qui déclarent être très intéressés pour en savoir plus sur les avantages de l'IA. Par ailleurs, 59 % des personnes interrogées affirment qu'il existe encore beaucoup de désinformation sur la valeur de l'IA au travail : une sensibilisation est donc primordiale pour faire comprendre ses avantages au quotidien.

## Quels obstacles à la mise en oeuvre de l'IA

Si les employés sont conscients de la valeur de l'IA, ils évoquent tout de même plusieurs obstacles à sa mise en place dans leur entreprise. Cette différence entre sensibilisation et action doit être rapidement comblée pour que les entreprises commencent à profiter réellement des avantages de l'IA.

### Obstacles à la mise en oeuvre de l'IA en entreprise



Le décalage entre la prise de conscience individuelle des bénéfices de l'IA et les obstacles à son implémentation peut donc être expliqué de plusieurs manières. Les changements occasionnés par l'IA incitent certains à freiner sa mise en place, tandis que d'autres pensent être restreints par un manque d'infrastructures technologiques. Pourtant, le plus grand obstacle reste le manque d'information : 63 % déclarent qu'ils ne comprennent pas toujours ce que l'IA peut apporter à leur entreprise.

## Comment passer de la sensibilisation à l'action

Pour le déploiement de l'IA, les entreprises doivent trouver l'équilibre entre rapidité et prudence. Implantée trop vite, le fonctionnement de l'entreprise risque d'être perturbé, et à trop attendre, une TPE/PME risque de se faire distancer par la concurrence. Voici quelques conseils pour intégrer efficacement l'IA en entreprise :



### Créez des groupes de travail sur l'IA

Les études montrent que de nombreux employés sont sensibilisés à l'IA. Profitez de cet engouement autour de l'IA pour créer des groupes de travail dans chaque service, en intégrant plusieurs niveaux hiérarchiques, et étudiez comment l'IA peut vous être utile à tous les niveaux.



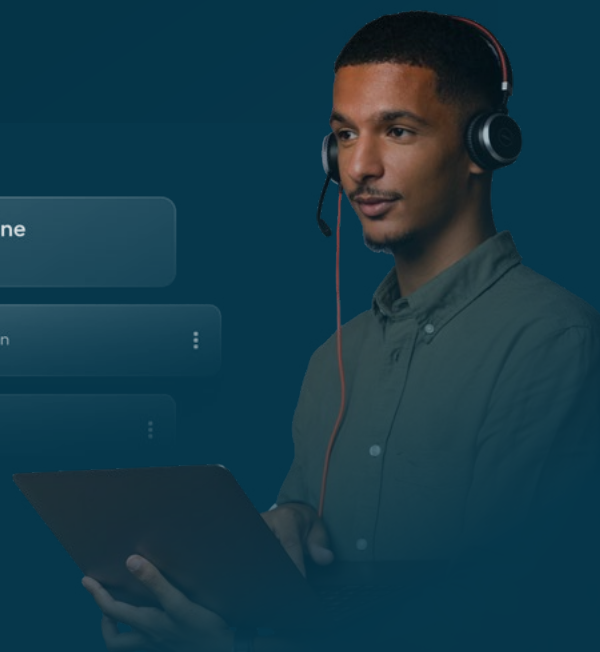
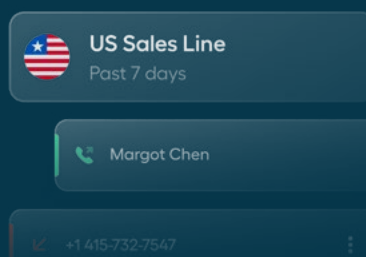
### Identifiez vos problématiques actuelles

L'objectif de vos groupes de travail : identifier les services de l'entreprise qui commenceront à bénéficier de l'IA. Pour cela, relevez les problèmes et les défis du quotidien qui pourraient être résolus ou optimisés avec une solution d'IA. Faites-en des objectifs concrets. Par exemple : réduire le temps de résolution des demandes de votre équipe du service client.



### Collaborez avec des fournisseurs de solutions


Rassurez-vous, pas besoin d'un doctorat pour mettre en place une IA. Commencez simplement par échanger avec vos fournisseurs existants : que ce soit celui de votre téléphonie cloud ou de votre CRM, ils disposent probablement d'outils d'IA avec lesquels vous pourrez commencer à travailler.



## Dans quels services l'IA peut améliorer la productivité et les interactions

Le succès des PME est généralement basé sur la force des relations clients. La valeur de l'IA est donc observable sur 2 niveaux : comment elle stimule la productivité des équipes et comment elle aide ces dernières à proposer des expériences client de qualité.

Malheureusement, d'après les employés, seulement 4,2 heures par semaine sont consacrées aux interactions avec les clients. Et 63 % reconnaissent qu'il est difficile de disposer de suffisamment de temps pour entretenir des relations plus poussées avec les clients, pourtant essentielles pour améliorer le taux de satisfaction (et donc le chiffre d'affaires).



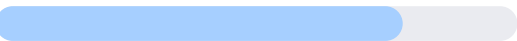
**20.8 heures**  
perdues à cause de  
tâches chronophages  
ou administratives

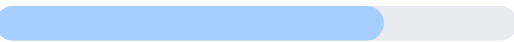
Temps perdu chaque semaine aux tâches  
chronophages ou administratives


- — **1.7 heures**  
Écoute des messages vocaux
- — **2 heures**  
Réécoute d'appels / vidéos  
de conversations avec des clients
- — **2.2 heures**  
Transcription et rédaction de notes
- — **2.7 heures**  
Réunions pour récapituler  
les interactions avec leur clients
- — **2.8 heures**  
Clarification des objectifs avec l'équipe
- — **3 heures**  
Accompagnement ou formation d'autres  
membres de l'équipe
- — **3.2 heures**  
Transfert ou saisie manuelle des données
- — **3.2 heures**  
Génération de rapports ou analyse  
de données sur les clients




### Problématiques relevées par les équipes :

**63%**   
Disposer de suffisamment de temps pour créer et entretenir des relations fructueuses avec les clients

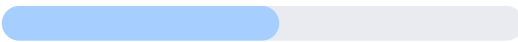
**60%**   
Trop de temps consacré aux tâches manuelles répétitives ou administratives


**54%**   
Longues périodes d'intégration et de formation des nouveaux collaborateurs


**52%**   
Trop grand nombre d'outils de travail entre lesquels il faut jongler

**46%**   
Processus inefficaces pour obtenir des informations

**44%**   
Journaux/notes d'appels incomplets ou inexistantes

**43%**   
Outils d'accompagnement mauvais ou inexistantes

**42%**   
Incapacité à suivre les performances de l'équipe

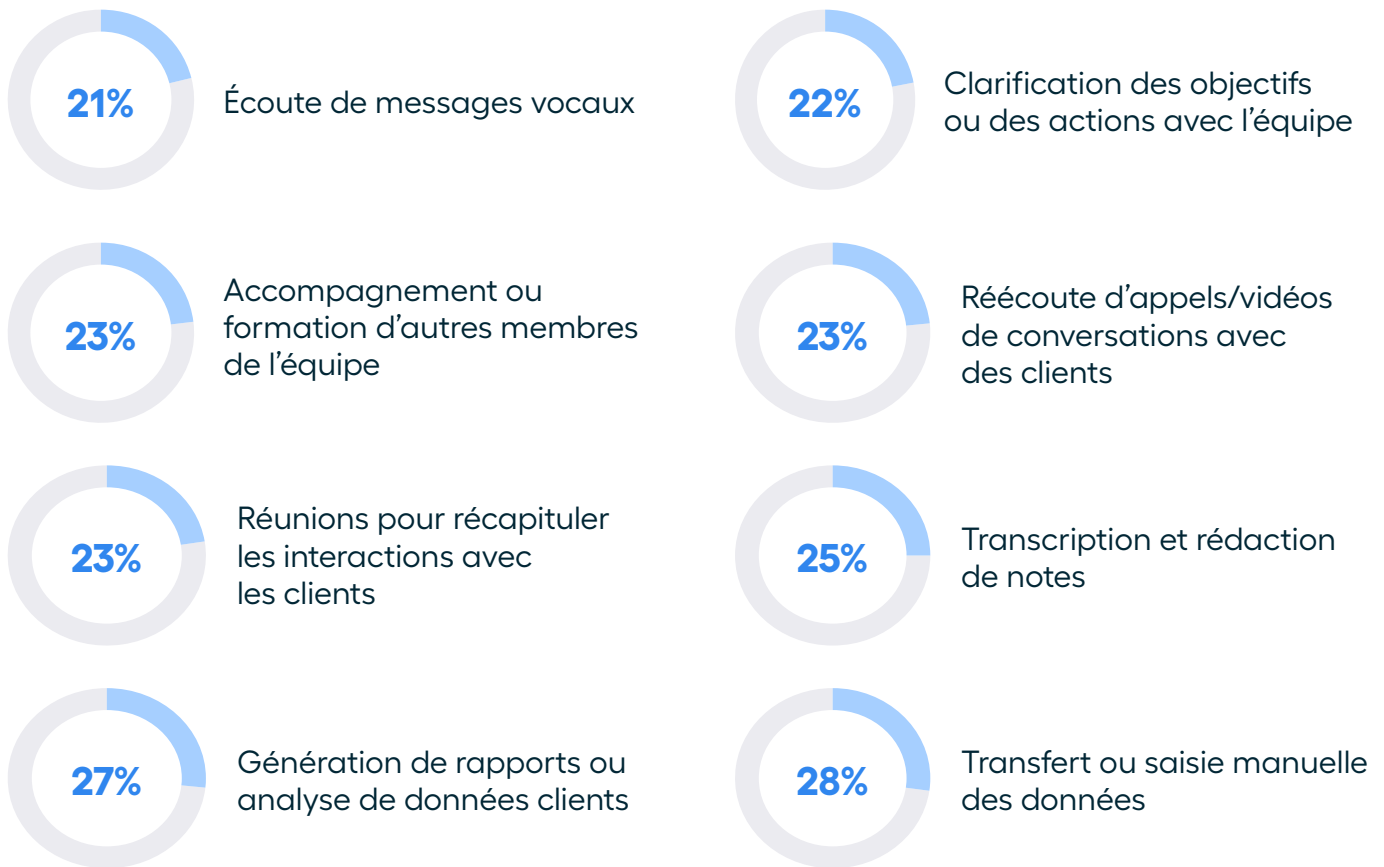
**41%**   
Trop de temps passé à réécouter les appels et les messages vocaux

Mais alors, comment améliorer ces différents points pour une meilleure productivité ? Et plus particulièrement pour les équipes de vente et du service client qui passent de nombreuses heures à interagir avec les clients ?

L'objectif est donc de réduire le temps perdu aux tâches répétitives grâce à l'utilisation d'outils efficaces. Les équipes pourront ainsi se concentrer sur le développement des relations clients, apportant une réelle valeur ajoutée à l'entreprise.

C'est ainsi que l'IA entre en jeu. Intégrée aux applications et outils existants, elle permet d'optimiser de nombreux processus internes. Les employés estiment d'ailleurs que les applications utilisant l'IA pourraient leur faire gagner un temps considérable dans leurs tâches quotidiennes. Une estimation qui continuera à grandir à mesure que l'IA gagnera en maturité et que ses utilisations seront mieux comprises.

Estimation des employés du temps que l'IA pourrait leur faire gagner pour différentes actions :



“Aujourd’hui, les clients s’attendent à des services client efficaces et compétents. Alors, pour créer de la valeur, le service client doit dépasser ces attentes, à la fois pour le client et pour l’entreprise. Pourtant, nos recherches révèlent de nombreux obstacles, qu’il s’agisse de processus inefficaces ou d’équipes surchargées. Pour proposer un service client performant et évolutif, les entreprises doivent minimiser ces perturbations en optimisant les contacts avec les clients grâce à des outils dotés d’IA. Ainsi, les équipes peuvent se concentrer sur ce qui compte le plus : créer des expériences client exceptionnelles.”



**Mary Nelson, directrice clientèle chez Aircall**



# Quelle place pour l'IA dans les petites et moyennes entreprises ?

## L'impact de l'IA : entre espoirs et craintes

Les sentiments envers l'IA sont mitigés au sein des PME. Nombreux sont ceux à avoir confiance dans cette technologie et l'impact qu'elle peut avoir sur leur travail, quand d'autres sont plus inquiets. Dans l'ensemble, l'IA a la possibilité d'apporter une vraie valeur aux petites et moyennes entreprises, à condition de répondre à des objectifs et des besoins clairs.

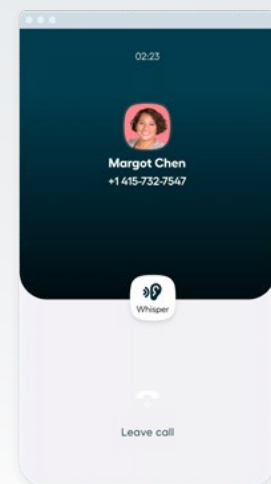
### Plus grandes attentes des employés envers l'IA



Les personnes interrogées identifient également plusieurs autres domaines dans lesquels l'IA pourrait contribuer à améliorer la vente, l'expérience client et la formation.

Pourcentage d'employés qui estiment que ces domaines peuvent améliorer la vente, l'expérience client et la formation	La vente	L'expérience client	La formation
Plus de temps dédié aux séances de formation	46%	42%	49%
Possibilité pour les équipes de s'associer aux appels des débutants pour les accompagner	41%	39%	40%
Options plus simples de routage des appels pour faire intervenir des membres de l'équipe plus expérimentés lorsque c'est nécessaire	36%	37%	33%
Transcription des interactions antérieures avec les clients pour en tirer des enseignements	36%	37%	34%
Enregistrement des interactions antérieures avec des clients pour en tirer des enseignements	33%	34%	33%

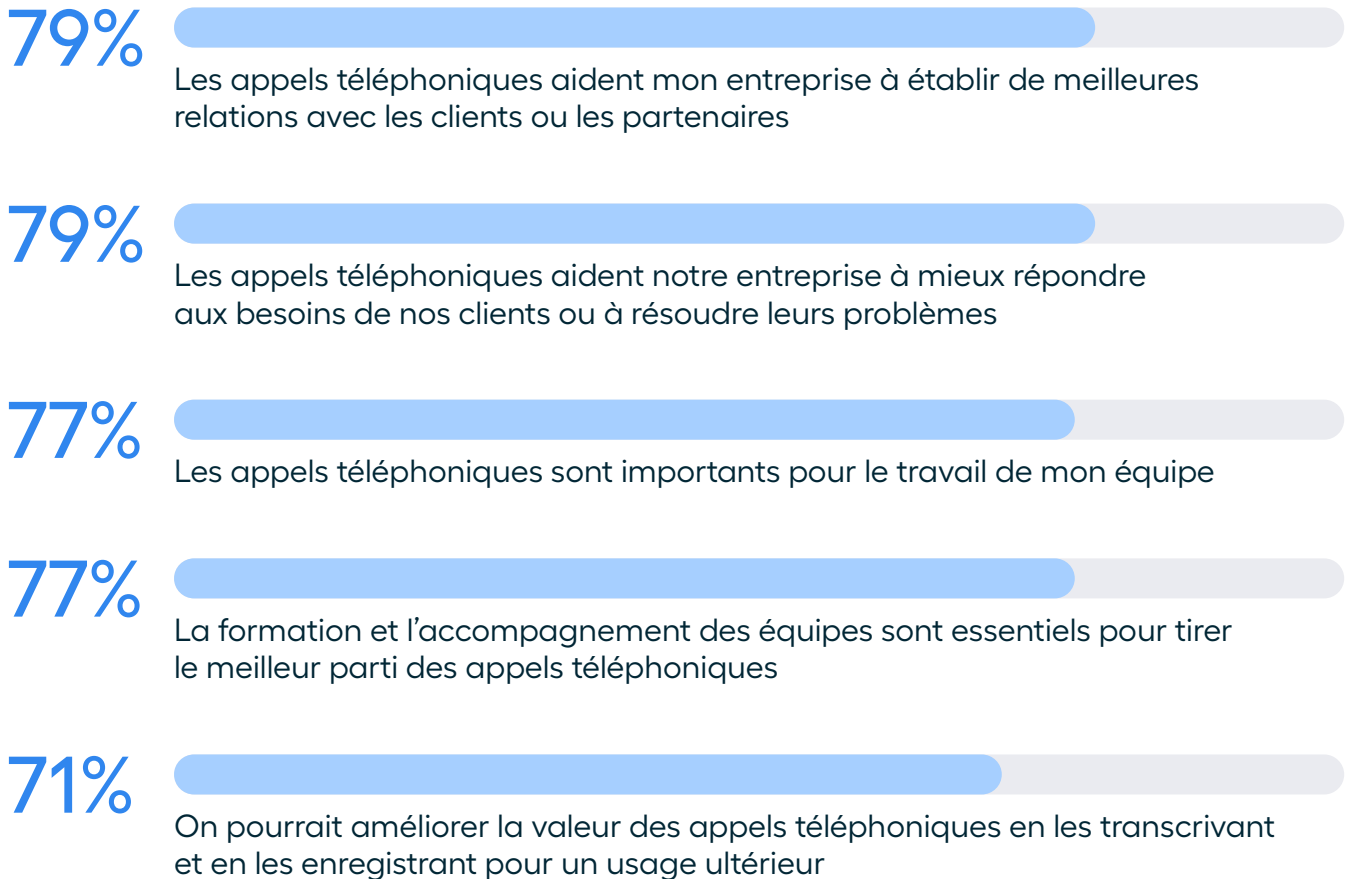
Si l'IA peut être utile dans de nombreux cas, elle n'est pas la solution miracle à toutes les problématiques des commerciaux. Les résultats révèlent que les outils basés sur l'IA, comme les assistants de transcription et de qualification des prospects, ou encore **l'écoute discrète**, (qui permet aux managers d'accompagner les agents lors d'appels sans que le client ne s'en rende compte) devraient faire partie intégrante des stratégies de transformation digitale.



## Pourquoi le contact humain reste essentiel

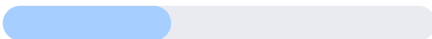
L'IA ne remplace pas les relations humaines. Établir des partenariats forts avec les clients restera vital pour les entreprises, et la grande majorité des employés s'accorde à dire que les interactions de vive voix sont essentielles pour renforcer ces relations.

### Ce que pensent les employés de la valeur et de l'utilisation des appels téléphoniques

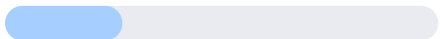


Pourtant, il n'est pas toujours facile d'entretenir ces relations. Elles nécessitent un contact humain et un investissement temporel, parfois difficile lorsque les journées sont chargées et que les équipes sont sous pression.

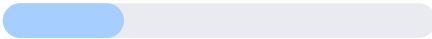
### Ce qui empêche d'entretenir d'excellentes relations clients

**39%** 

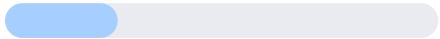
Le manque de temps et de ressources

**27%** 

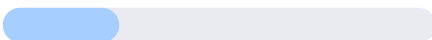
Les outils et tech stacks ne sont pas adaptées

**28%** 

La pression pour atteindre les objectifs

**26%** 

Le manque de communication et de collaboration au sein de l'équipe

**27%** 

Le manque d'accompagnement ou de formation

Finalement, les entreprises ne doivent pas se demander comment l'IA peut remplacer les interactions humaines, mais comment elle peut les renforcer. En équipant les employés d'outils pour améliorer l'expérience client ou d'applications réduisant la charge de travail des équipes, les PME pourraient alors investir davantage de ressources (et de temps) dans les relations avec leurs clients.



À moyen terme, l'IA permettra d'analyser l'historique des conversations avec nos clients afin d'améliorer les produits et services d'Intercom. À long terme, nous prévoyons que l'automatisation et l'IA auront un impact sur tous les aspects de notre activité. Toutefois, l'interaction humaine restera cruciale, et l'utilisation de l'IA permettra de consacrer plus de temps à ces interactions lorsqu'elles sont nécessaires.”



**Declan Ivory, vice-président du service client chez Intercom**

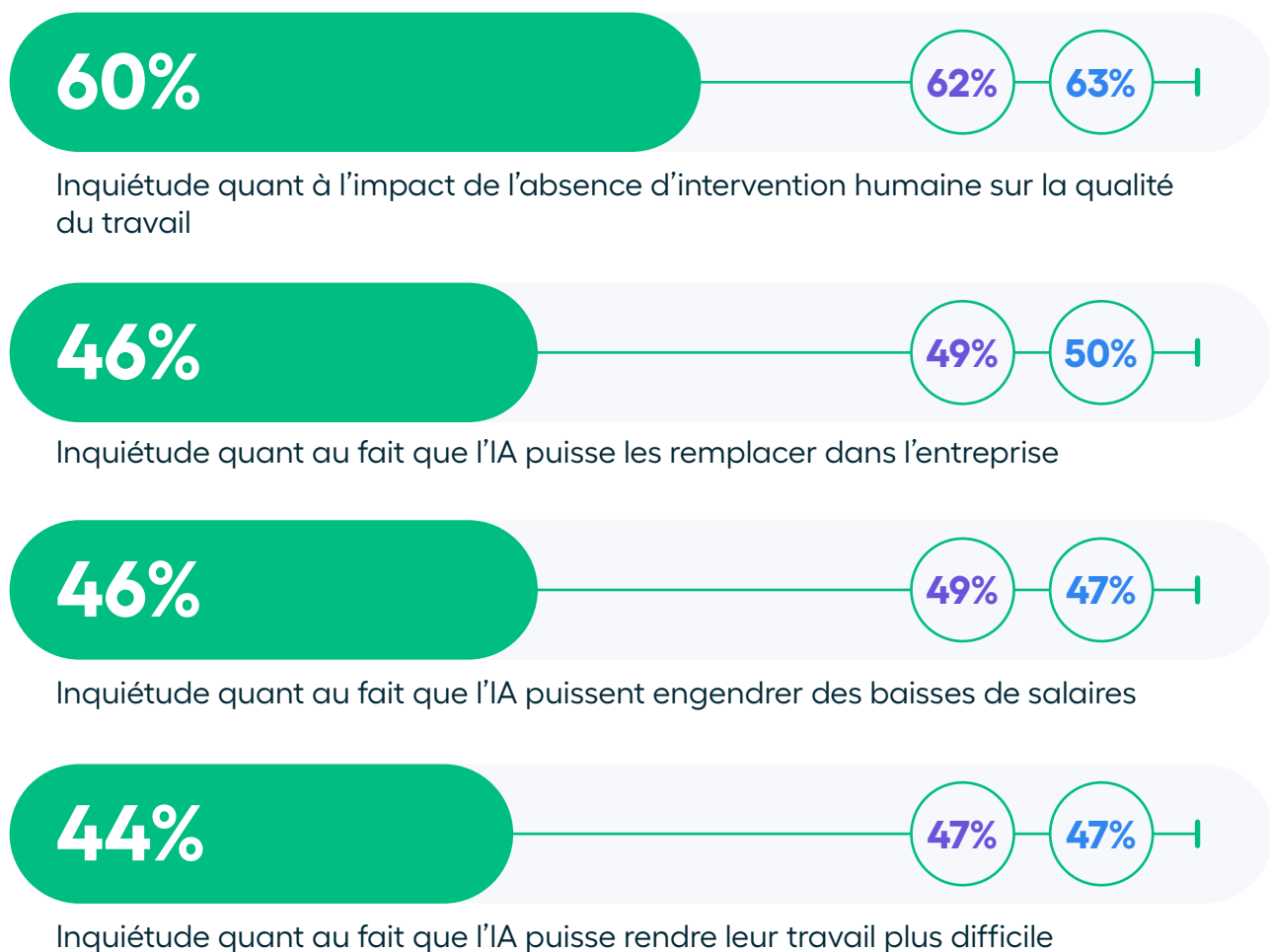


## Les préoccupations liées à l'IA et les moyens de les surmonter

L'optimisme à l'égard de l'IA reste élevé : 64 % des personnes interrogées se déclarent optimistes à l'égard de l'IA en général, ce chiffre montant à 68 % pour les personnes âgées de 25 à 34 ans, laissant penser que l'IA continuera à jouer un rôle crucial avec les générations futures.

Toutefois, les entreprises devront tenir compte des préoccupations de certains pour s'assurer que l'IA et ses avantages sont suffisamment compris.

### Domaines dans lesquels l'IA soulève quelques inquiétudes



— des représentants du service client  
— des représentants commerciaux

En fin de compte, la plus grande inquiétude sur l'IA concerne les relations humaines : près des deux tiers (60 %) craignent que l'absence de contribution humaine ait un impact sur la qualité de leur travail.

Les commerciaux et membres du service client sont d'ailleurs plus préoccupés que le reste des employés, ce qui montre que l'IA doit bien être mise en place pour renforcer les relations humaines, et non les remplacer.

## Comment répondre aux préoccupations liées à l'IA

Il est tout à fait naturel que certaines équipes soient préoccupées par l'apparition grandissante de l'IA, étant donné ses implications considérables sur le travail au quotidien. Et l'acceptation d'une nouvelle technologie par les collaborateurs est essentielle pour sa réussite en entreprise. Voici quelques conseils pour répondre aux préoccupations des équipes sur l'IA :



### Prenez le temps d'informer les équipes.

Pour aider les équipes à comprendre la valeur de l'IA, il est essentiel de leur offrir la possibilité d'exprimer leurs préoccupations. Qu'il s'agisse de séances virtuelles de questions-réponses ou de démonstrations pratiques des nouveaux outils d'IA, l'ouverture et la transparence sur ces projets peuvent facilement apaiser les craintes persistantes.



### Établissez un code de conduite pour l'IA.

Les employés sont clairs : leur plus grande inquiétude concernant l'IA est qu'elle remplace les relations humaines. La mise en place d'un code de conduite sur la manière dont l'IA sera utilisée dans votre entreprise montrera que vous avez pensé aux collaborateurs avant tout. Ainsi, vous affichez ouvertement que l'IA ne sert qu'à soutenir les employés, et non pas à les remplacer.



### Adoptez l'expérimentation et la flexibilité.

Aucune entreprise ne peut dire exactement comment elle utilisera l'IA dans un an, et encore moins dans cinq ans. À mesure que la technologie évolue, il est important de faire preuve de souplesse, non seulement pour optimiser l'implémentation des nouveaux outils, mais aussi pour tenir compte des commentaires des employés.

Écoutez vos équipes : si elles vous font comprendre qu'une approche ou un outil d'IA ne fonctionne pas, il n'y a pas de honte à prendre du recul et à changer de stratégie.



# L'IA pour les équipes en contact avec la clientèle

Les équipes client (sales & service client) sont celles qui bénéficieront le plus d'une meilleure productivité grâce à l'IA. Pourtant, leur travail est principalement basé autour des relations humaines : l'IA doit donc être mise en place intelligemment. Pour adapter une bonne stratégie vis-à-vis de l'IA, découvrons plus en détail comment ces équipes réagissent à cette technologie.

## Comment les équipes de vente réagissent à l'IA

Les commerciaux sont sensiblement plus pessimistes face à l'IA : ils indiquent ne pas avoir confiance en l'IA à cause d'un manque de personnalisation, contre 42 % des employés en général.

Toutefois, les commerciaux considèrent la transcription des appels et des messages vocaux comme un moyen d'améliorer l'expérience client, et c'est précisément l'une des fonctionnalités de l'IA. Les entreprises doivent donc proposer aux équipes vente des outils basés sur l'IA qui leur offre plus de temps pour se concentrer sur les interactions avec les clients et la finalisation des ventes.



# 55%

des commerciaux qui ne font pas confiance à l'IA mettent en avant le manque de personnalisation

## Comment les équipes de service client réagissent à l'IA

Offrir une expérience client exceptionnelle est l'objectif commun à toute équipe du service client. Pour ce faire, elles ont besoin d'outils qui les aident à se préparer à des scénarios concrets. Pourtant, près de la moitié (48 %) soulignent que le manque d'outils adaptés est un réel problème.

Par ailleurs, les agents du service client déclarent consacrer beaucoup (trop) de temps aux tâches manuelles comme la saisie de données, leur faisant perdre en moyenne 3,8 heures par semaine. Pour répondre à ces deux problématiques, l'IA permet d'améliorer la formation grâce aux transcriptions d'appels et de gagner un temps précieux au quotidien en automatisant un certain nombre de tâches chronophages et répétitives.

# 48%

soulignent que la médiocrité ou l'absence d'outils de formation est un problème majeur

# 3.8 heures par semaine

sont consacrées à saisir manuellement des données, que l'IA pourrait prendre en charge



L'IA permet aux équipes du service client de ne plus avoir à traiter les demandes répétitives des clients, ce qui leur permet de se concentrer sur des problèmes plus complexes. Les équipes du service client peuvent ainsi se développer plus efficacement, tout en réduisant le turnover élevé et l'épuisement fréquemment observé chez les employés. Fournir aux membres de l'équipe une charge de travail plus agréable et intéressante leur apporte un meilleur confort de travail, et donc une meilleure efficacité. ”



**Declan Ivory, vice-président du service client chez Intercom**



## Équipes client

### Quelques outils pour démarrer avec l'IA

- ✓ **Aircall AI transcription :** La transcription des appels et des messages vocaux d'Aircall permet aux équipes de vente et du service client d'accéder rapidement aux informations capitales contenues dans un appel. Les équipes sont donc mieux armées pour offrir une meilleure expérience client. En plus de la synchronisation des transcriptions avec le CRM (faisant gagner encore davantage de temps), ces transcriptions peuvent être utilisées pour illustrer des cas pratiques concrets lors de la formation ou de l'onboarding.
- ✓ **Assitant contenu de Hubspot et ChatSpot :** Ces deux fonctions de la plateforme CRM HubSpot alimentées par une IA aident les équipes à créer rapidement du contenu pour la vente tout en stimulant la productivité. L'outil permet par exemple de rédiger des emails de suivi, d'envoyer des mises à jour d'un statut, ou d'identifier des prospects.
- ✓ **Salesforce's Einstein AI :** Einstein de Salesforce aide les équipes de vente à identifier leurs prospects, mais aussi à connecter leur calendrier à leurs emails afin de réduire le temps consacré à l'organisation. Einstein peut aussi être utilisé pour répondre aux questions fréquentes, leur permettant de se concentrer sur les cas plus complexes.
- ✓ **Fonctionnalités du service client de l'IA d'intercom :** Les nouveaux outils d'Intercom peuvent résumer de longues conversations du service client. Cela permet de simplifier les transferts, d'ajuster instantanément le ton d'un message (pour le rendre plus amical par exemple) et générer des contenus pour le centre d'aide à partir des notes manuscrites.
- ✓ **Application ChatGPT de Slack :** La plateforme de collaboration et de productivité Slack s'est associée à ChatGPT et a lancé, en version bêta, une interface conversationnelle qui permet aux équipes de résumer rapidement les conversations, de trouver instantanément des réponses et de rédiger des messages en quelques secondes.
- ✓ **IA conversationnelle de Reecall :** L'assistant virtuel de Reecall aide les équipes client à comprendre les intentions et les besoins d'un interlocuteur, en leur fournissant des réponses utiles et contextualisées.

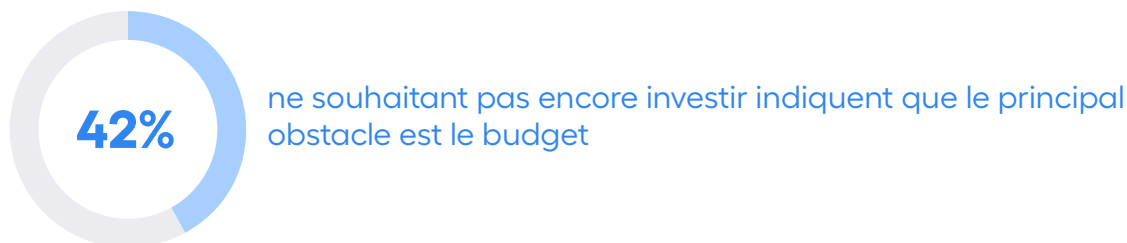
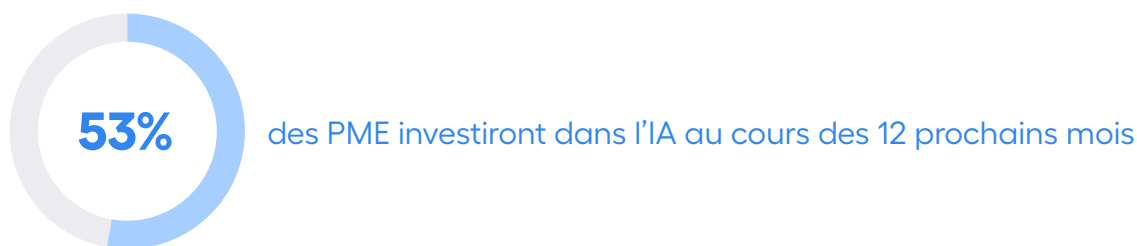
# Le futur de l'IA dans les PME

## Tendances des investissements dans l'IA

D'ici 2030, l'IA pourrait contribuer à l'économie mondiale à hauteur de 15 700 milliards de dollars, soit plus que la production annuelle actuelle de la Chine et de l'Inde réunies (source : PwC).

**Indéniablement, l'IA est en train de transformer le paysage économique mondial.**

Les PME représentant 90 % des entreprises dans le monde<sup>4</sup>, elles joueront un rôle primordial dans l'avenir de l'IA. D'ailleurs, la majorité d'entre elles (53 %) confirment qu'elles investiront dans l'IA au cours des 12 prochains mois. Pour celles hésitant encore, le principal obstacle reste d'ordre budgétaire pour 42 % d'entre elles.



Cette perception budgétaire met en lumière une idée reçue encore trop répandue : “les outils d'IA sont trop coûteux ou réservés aux grandes entreprises”.

Corrigeons cette affirmation : l'IA étant en pleine expansion et démocratisation, les PME peuvent y accéder facilement et à coût réduit, voire gratuitement. De nombreux outils existants permettent de rédiger des emails de vente ou d'analyser des conversations téléphoniques, pour ne citer que deux exemples parmi tant d'autres.

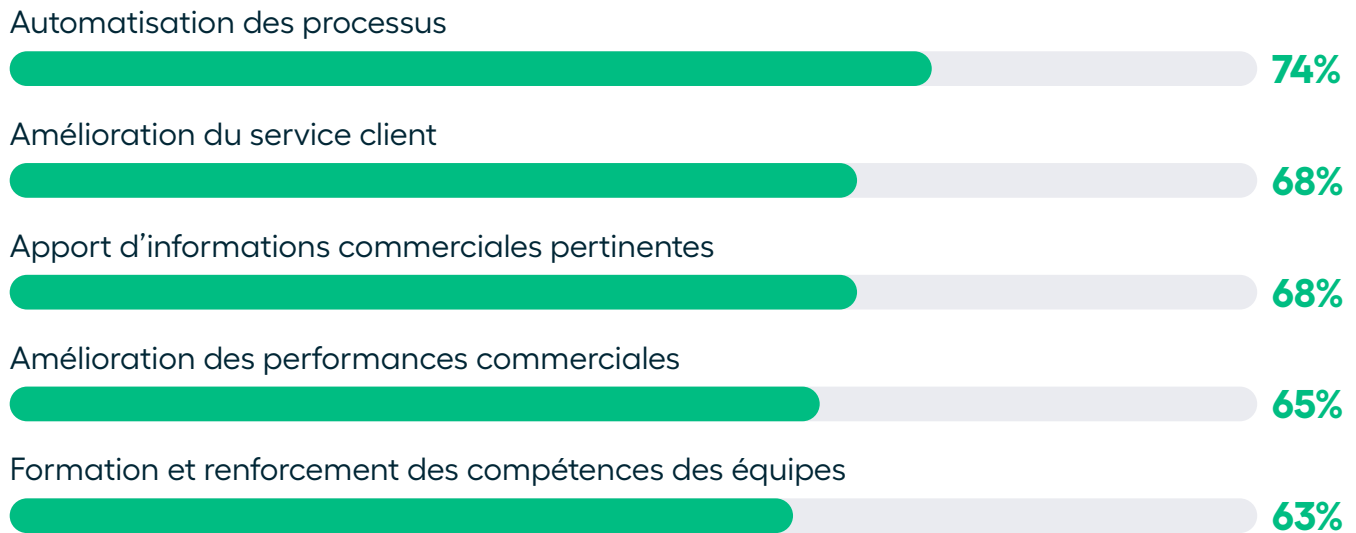
<sup>3</sup> PwC's Global Artificial Intelligence Study: Exploiting the AI Revolution

<sup>4</sup> World Bank, Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance

## Productivité, analyses et formation améliorés grâce à l'IA

D'après notre étude, les entreprises attendent de l'IA qu'elle génère de la valeur, que ce soit en automatisant des tâches quotidiennes ou en améliorant la formation.

### Dans quels domaines les employés s'attendent à ce que l'IA apporte de la valeur



Ces différents domaines mentionnés montrent que les entreprises et PME pourraient bénéficier de nombreuses possibilités d'optimisation grâce à l'IA. Et souvent beaucoup plus facilement qu'elles pourraient ne le croire.



L'IA n'en est qu'à ses débuts, mais nous constatons déjà son énorme potentiel pour les entreprises. Pour exploiter sa véritable valeur, nous devons considérer l'IA comme un facilitateur de meilleures connexions humaines, et non comme un substitut. Aujourd'hui, le travail est surchargé de tâches répétitives qui ne profitent ni à nos entreprises ni à nos clients. Avec une IA comme partenaire, il est possible de récupérer ce temps et le consacrer aux tâches qui créent de la valeur. Nous pensons que l'IA associée à Aircall peut transformer l'expérience client en permettant aux équipes de se concentrer sur les conversations avec les clients, de suivre et de partager facilement les informations pertinentes et de tirer des enseignements de chaque interaction."



**Jonathan Anguelov, cofondateur et directeur commercial chez Aircall**



# Présentation de l'IA d'Aircall

L'IA est bénéfique aux PME à plusieurs niveaux, de l'automatisation des tâches répétitives à l'amélioration de la formation des équipes. Et tout cela sans coût prohibitif ni compétences spécifiques.

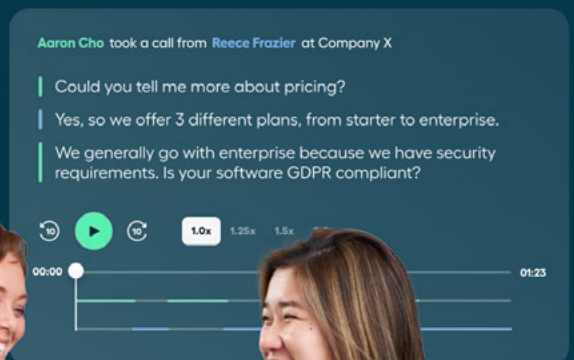
Chez Aircall, nous nous engageons à fournir aux PME l'accès à des fonctionnalités intuitives basées sur l'IA, apportant une réelle différence pour les équipes client.

C'est pourquoi nous avons lancé la transcription des appels et des messages vocaux, alimentée par l'IA. Avec la capacité de transcrire une minute d'audio en seulement neuf secondes, la transcription permet aux équipes de vente et du service client d'avoir un accès plus rapide aux informations essentielles pour mieux accompagner les clients et prospects.

“ La transcription des appels par l'IA d'Aircall a considérablement amélioré le processus de notre équipe qualité lors des audits. L'analyse des appels enregistrés est devenue plus rapide et plus précise, ce qui améliore l'expérience de nos employés et permet à notre équipe d'accomplir ses tâches avec une plus grande efficacité. Cela permet non seulement d'économiser du temps et des ressources, mais aussi de garantir le respect des normes les plus élevées en matière de soins aux patients.”



**Bridget Stahl, vice-présidente de l'expérience des patients et de la qualité, MetaPhy Health**



Grâce à la transcription basée sur l'IA, les équipes peuvent optimiser leur travail, améliorer l'expérience client et les performances de l'équipe. Mais aussi :

- D'identifier et de partager rapidement des informations clés issues des appels ou des messages sans avoir besoin de les transcrire manuellement.
- D'intégrer les transcriptions à l'écosystème Aircall, y compris dans les solutions intégrées telles que [HubSpot](#) and [Salesforce](#), afin d'optimiser les workflows et d'améliorer la productivité
- De créer une banque de ressources pour l'apprentissage et la formation, avec des cas concrets pour illustrer les bonnes pratiques
- D'accélérer les process internes en réduisant le nombre de tâches administratives pour se concentrer sur les actions à forte valeur ajoutée
- D'obtenir et d'analyser les données clés sur les interactions avec les clients

La transcription d'Aircall offre aux PME une porte d'entrée accessible et puissante dans l'IA, proposant un impact concret sur le travail quotidien de l'équipe. Les fonctionnalités Aircall basées sur l'IA sont en pleine expansion (à l'image de cette technologie) alors restez informés des prochaines nouveautés.

#### [Planifiez une démo avec notre équipe](#)

pour découvrir comment la transcription basée sur l'IA d'Aircall, mais aussi nos autres fonctionnalités, peuvent stimuler la productivité et la performance de vos équipes de vente et du service client.

[Demandez une démo](#)



Grâce à la transcription d'Aircall, nous pouvons analyser nos appels plus rapidement et identifier facilement le moment précis où les interactions clés ont lieu avec nos clients. La possibilité de retrouver quasi instantanément les informations importantes d'un appel nous aide à mieux comprendre certaines plaintes spécifiques, tout en améliorant l'efficacité de notre équipe."



**Oliver Moss, spécialiste assurance qualité chez FlightHub**



# Tendances mondiales sur l'IA et la productivité

Sans surprise, il n'y a pas deux pays qui ont le même point de vue sur l'IA. Découvrez ci-après quelques-unes des principales tendances observées dans le monde, sur la base de l'enquête que nous avons menée auprès de 500 employés de petites et moyennes entreprises dans chacun de ces pays.



## Australie

### Les investissements dans l'IA sont inférieurs à la moyenne mondiale :

Les employés australiens sont ceux qui s'attendent le moins à des investissements dans l'IA au cours des 12 prochains mois, avec seulement 38 % d'entre eux, contre une moyenne mondiale de 53 %.

### Les conversations téléphoniques sont considérées comme particulièrement essentielles :

Les australiens accordent une valeur particulièrement élevée aux appels téléphoniques : 83 % d'entre eux (le taux le plus élevé de tous les pays étudiés) reconnaissent que les appels aident leur entreprise à mieux répondre aux besoins des clients.



## Canada

### La confiance dans l'IA est plus faible pour les professionnels en contact avec la clientèle :

Les employés canadiens se disent moins confiants dans l'utilisation de l'IA pour le support client (63 % contre 69 %), le service (65 % contre 70 %) ou la vente (57 % contre 65 %) que la moyenne mondiale, montrant davantage de besoin de sensibilisation et de formation.

### L'importance des relations humaines est une priorité essentielle :

Les employés canadiens sont plus préoccupés (63 %) que la moyenne mondiale (60 %) par un manque d'intervention humaine, qui pourrait impacter la qualité de leur travail.





## France

### Les tâches manuelles et répétitives sont considérées comme problématiques :

Les employés français considèrent davantage les tâches manuelles et répétitives comme problématiques (65 %, contre une moyenne mondiale de 60 %), prouvant les bénéfices que l'IA et l'automatisation pourraient apporter.

### La valeur de l'IA est encore peu comprise :

Près de la moitié (48 %) des employés français déclarent ne pas comprendre la valeur que l'IA pourrait leur apporter dans leur travail. Avec une proportion supérieure aux autres pays, cela met en évidence l'urgence d'une sensibilisation et la mise en place de stratégies personnalisées et adaptées aux défis commerciaux.



## Allemagne

### Réécouter les appels et les messages vocaux nuit à la productivité :

Les employés allemands sont ceux qui passent le plus de temps chaque semaine à écouter des messages vocaux et des appels (2,3 heures), et à participer à des réunions pour récapituler les interactions avec les clients (3,4 heures). Les outils basés sur l'IA optimisent ces processus et génèrent un impact positif sur la performance.

### Le manque de compréhension de l'IA est relativement faible, mais reste un problème :

Un peu plus de la moitié (56%) des employés allemands déclarent ne pas comprendre ce que l'IA peut apporter à leur entreprise, démontrant un vrai besoin de sensibilisation à grande échelle.



## Espagne

### Un temps d'interaction avec les clients plus limité :

De tous les pays étudiés, ce sont les employés espagnols qui déclarent consacrer le moins de temps aux interactions, soit 3,43 heures seulement, contre 4,2 heures par semaine en moyenne.

### L'envie d'en savoir plus sur l'IA est grande :

La grande majorité (85 %) des employés espagnols souhaiterait en savoir plus quant à la valeur de l'IA pour leur entreprise.



## Royaume-Uni

### **L'impact de l'IA sur la qualité du travail suscite moins d'inquiétude :**

Les employés du Royaume-Uni sont moins inquiets que la moyenne sur l'impact négatif que pourrait avoir l'IA sur leur travail.

### **Les gains attendus grâce à l'IA sont moins importants :**

Les employés du Royaume-Uni estiment que l'IA pourrait leur faire gagner moins de temps que les autres pays, peut-être en raison d'un manque de compréhension des avantages de l'IA.



## États-Unis

### **Une grande importance est accordée à la transcription des interactions avec les clients :**

45 % des employés américains soulignent que les transcriptions les aideraient à améliorer l'expérience client, tandis que 42 % déclarent qu'elles amélioreraient les performances commerciales et 41 % la formation.

### **Les investissements dans l'IA sont élevés :**

Deux tiers (66 %) des employés américains déclarent que leur entreprise investira dans l'IA au cours de l'année à venir, ce qui est nettement supérieur à la moyenne mondiale (53 %).

# L'IA et les TPE/PME en France :

## Tendances & état des lieux

L'Intelligence artificielle (IA) est un sujet de plus en plus stratégique pour les entreprises en France, en particulier pour les PME qui n'ont plus le choix d'améliorer leur productivité et leur performance avec des ressources réduites. La France se positionne comme l'un des leaders de l'IA en Europe, avec 81 laboratoires de recherche et 590 startups spécialisées (+11% vs. 2022). Reflétant cet engouement, 64% des entreprises françaises interrogées dans notre enquête sont d'ailleurs optimistes quant à l'utilisation de l'IA. Cependant l'adoption de l'IA soulève certaines préoccupations et défis pour les PME françaises et leurs employés. Malgré tout, elles sont de plus en plus nombreuses à considérer l'IA comme un levier de croissance.

Dans cette étude, vous découvrirez comment ces entreprises abordent l'IA en France, l'impact sur leur développement et leur rentabilité ainsi que le sentiment ambivalent des employés, qui oscillent entre engouement professionnel et craintes légitimes.

## Les TPE/PME françaises sont enthousiastes quant au déploiement de l'IA

### Près de la moitié des entreprises françaises sont prêtes à investir dans l'IA...

48%



des entreprises françaises ayant répondu à notre enquête indiquent qu'elles investissent ou envisagent d'investir dans l'IA au cours des 12 prochains mois.

Parmi elles,

15% soulignent qu'elles ont déjà mis en place des investissements significatifs, tandis que

33% prévoient d'investir activement dans cette technologie au cours de l'année à venir.

Elles sont ainsi seulement 39% à penser que le budget est un frein à la mise en place de l'IA au sein de leurs équipes. Cela démontre une forte démocratisation de l'IA, qui n'est donc plus exclusivement réservée aux grandes entreprises.

### ... mais des freins persistent

La principale barrière à l'IA réside dans la compréhension de sa valeur ajoutée : près de la moitié (48%) des entreprises françaises interrogées admettent ne pas percevoir pleinement le

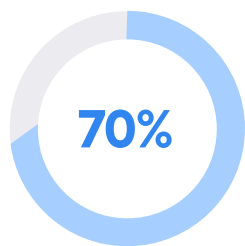
potentiel que l'IA peut apporter à leur équipe. Cela souligne l'importance pour les acteurs de l'IA et les entreprises de mieux communiquer sur les avantages de cette technologie pour les PME, en illustrant par exemple les défis métiers spécifiques, afin de faciliter son adoption et son intégration.

De ce fait, 52% des entreprises sondées en France ne prévoient pas d'investir dans l'IA dans l'année à venir. Les principales raisons sont d'ordre budgétaires, culturelles. Ainsi, parmi cette part, 20% la considèrent comme une menace potentielle et 13% se sentent submergés par la complexité et la rapidité d'évolution de cette technologie. D'autres entreprises sont simplement limitées par un manque d'infrastructure technologique adaptée.

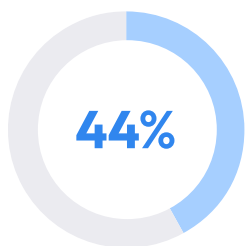
## L'IA, véritable levier de croissance pour les entreprises et de productivité pour les collaborateurs

### L'IA comme partenaire de productivité et d'efficacité

#### Un gain de de temps



des salariés français interrogés pensent que l'IA apportera une valeur significative à leur activité



pensent que l'IA conduira à une plus grande efficacité sur le lieu de travail. La raison principale : le gain de temps.

En effet, 65% du panel sondé dans cette étude considère que les tâches manuelles et répétitives sont un frein à leur performance. Entre personnalisation d'emails, transcriptions d'échanges ou rédaction de compte-rendus, l'un des premiers bénéfices concrets de l'IA pour les employés interrogés est l'automatisation de missions chronophages et à faible valeur ajoutée. 42% déclarent d'ailleurs que l'IA leur permettra de consacrer moins de temps aux tâches administratives

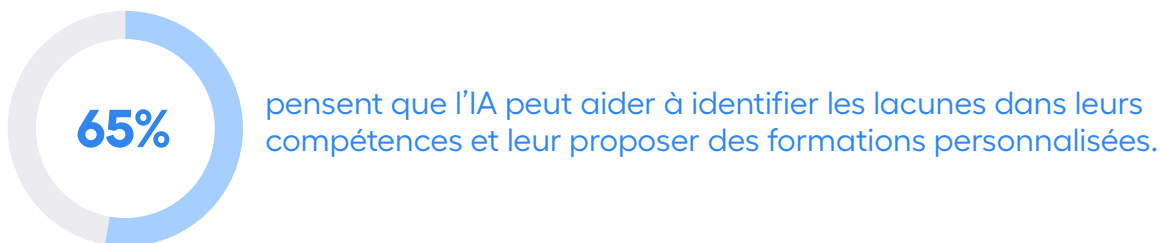
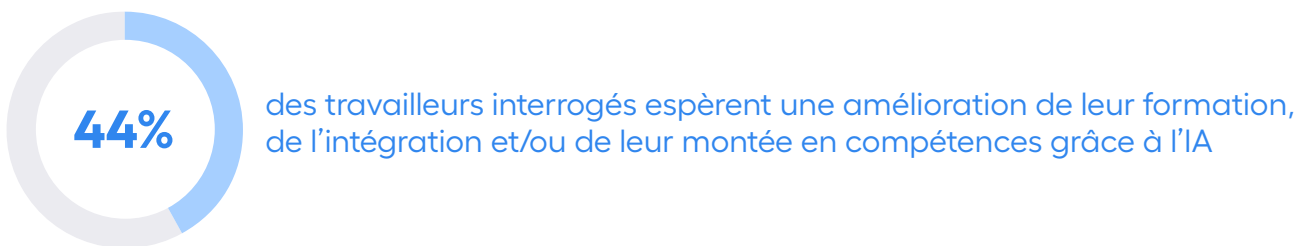
Dans sa capacité à automatiser facilement certaines tâches, l'IA est considérée comme un outil puissant permettant d'alléger la charge de travail fastidieuse. 80% des entreprises ayant répondu à l'enquête pensent qu'elles pourraient économiser entre 10% et 50% de temps au service de missions plus stratégiques, créatives ou à plus haute valeur ajoutée.

L'utilisation de l'IA dans le quotidien des entreprises peut ainsi être considérée comme un levier de croissance fort : **65% des collaborateurs interrogés pensent que l'IA conduira à une augmentation du chiffre d'affaires.**

### L'IA pour améliorer l'épanouissement professionnel

Face au rythme de l'innovation technologique et à la rapidité avec laquelle les outils d'IA générative - à l'instar de Chat GPT - envahissent le monde professionnel, l'accompagnement des compétences des salariés est un enjeu majeur pour toutes les entreprises. Un constat d'autant plus vrai pour les TPE/PME aux moyens limités.

D'après notre étude, il est possible d'affirmer un enthousiasme certain de la part des entreprises et des salariés interviewés quant à la capacité de l'IA à participer à l'amélioration des compétences.



L'IA peut ainsi les aider à améliorer leur expertise tout au long de leur carrière.

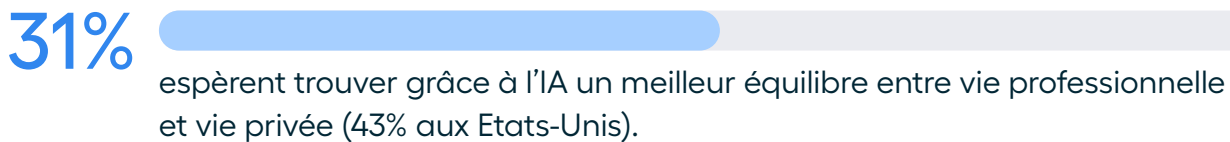
Si l'on rapporte ce constat au domaine de la relation client, il est facile de comprendre pourquoi il est possible de qualifier l'IA de partenaire de croissance. En effet, **79%** des répondants estiment que la formation est essentielle pour améliorer l'interaction avec les clients. Face à des taux de turn-over élevés, la formation et l'onboarding des nouveaux collaborateurs sont alors accélérés et simplifiés grâce à l'IA et ses transcriptions de conversations clients, pour un coaching basé sur des cas concrets

## L'IA pour améliorer l'équilibre vie professionnelle / vie personnelle

Les équipes en contact avec la clientèle sont soumises à la pression d'une demande et d'attentes de plus en plus élevées. 96 % d'entre elles déclarent se sentir "extrêmement stressées" au moins une fois par semaine (source : HR Director), ce qui affecte leur bien-être et, par conséquent, leurs performances.

La satisfaction des employés est donc un enjeu de plus en plus central pour les entreprises, qui font face depuis la crise sanitaire de 2020 à une remise en question de l'équilibre vie professionnelle / vie personnelle.

Sur ce terrain là, les salariés interrogés sont plutôt optimistes :



## L'IA et l'expérience client / prospects

### L'Importance de la voix pour une expérience client/prospect premium

Pour 77% des entreprises françaises interrogées, les conversations de vive voix sont essentielles pour offrir la meilleure expérience client ou prospect et se distinguer dans des environnements concurrentiels de plus en plus compétitifs. Or, en moyenne, aujourd'hui moins de 4 heures par semaine sont consacrées à des interactions qualitatives avec ces clients ou prospects. Pour y remédier, l'IA peut aider à l'analyse d'informations en temps réel, à la prise de décision ou encore à l'optimisation de la gestion de la relation client, offrant un impact quasi immédiat sur la qualité et la personnalisation de ces interactions. C'est ainsi que 68% des employés interrogés pensent que l'IA permettra d'améliorer le service et l'assistance à la clientèle, 68% qu'elle fournira des informations commerciales utiles et 65% qu'elle conduira à une meilleure performance commerciale.

Qu'elle soit utilisée pour la transcription et l'analyse de conversations, la détection de tendances ou de signaux faibles ou l'identification de bonnes pratiques, l'IA est incontestablement considérée comme un outil puissant offrant aux employés la possibilité de se concentrer sur la valeur de leurs conversations avec leurs interlocuteurs (notamment pour la vente et le service après-vente).

## Une meilleure connaissance des besoins clients et prospects

En période d'incertitude, les attentes des clients augmentent : 67% des clients veulent des réponses rapides et leur principale préoccupation est de se sentir écoutés, appréciés et valorisés. La compréhension et l'anticipation des besoins devient ainsi stratégique pour les entreprises, d'autant que l'impact de la satisfaction client sur le chiffre d'affaires n'est plus à prouver.

Au regard des possibilités qu'elle offre, il n'est pas surprenant de constater que selon la moitié des employés interrogés (53%), l'utilisation de l'IA permettra d'améliorer significativement la compréhension des besoins clients et que pour 65% elle conduira à une augmentation du chiffre d'affaires.

Par ailleurs, 49% des entreprises estiment qu'elles pourraient économiser plus de 11% de temps en utilisant l'IA pour leur traitement des conversations, améliorant ainsi leur gestion du temps et leur réactivité face aux demandes clients. En améliorant le délai de réponse, c'est toute l'expérience client qui est améliorée.

## Malgré un engouement professionnel indéniable, l'IA suscite des craintes légitimes chez les collaborateurs

### L'IA remplacerait-elle l'humain ?

A chaque innovation technologique majeure, la question du remplacement de l'Humain par la machine se pose de façon légitime. La technologie de l'IA n'échappe pas à la règle : alors qu'elle n'est pas nouvelle, elle arrive cependant à très grande vitesse dans la sphère professionnelle via des outils qui sont désormais accessibles aux employés directement en deux clics et sans pédagogie. Chat GPT en est ainsi le parfait exemple, avec 1 million d'utilisateurs à peine 5 jours après son lancement et 25 millions de visites quotidiennes.

Ainsi, près d'un salarié sur deux (49%) craint que l'IA ne le remplace au sein de son entreprise. Un chiffre quasiment identique dans tous les pays interrogés dans l'étude. Et la moitié des personnes interrogées (51%) craignent que le développement de l'IA soit trop rapide.

Cependant, il est à noter que 3 employés sur 4 (70%) seraient intéressés par une formation plus poussée sur l'utilisation de l'IA dans leurs tâches quotidiennes.

### L'IA remplacerait-elle l'humain ?

A chaque innovation technologique majeure, la question du remplacement de l'Humain par la machine se pose de façon légitime. La technologie de l'IA n'échappe pas à la règle : alors qu'elle n'est pas nouvelle, elle arrive cependant à très grande vitesse dans la sphère

professionnelle via des outils qui sont désormais accessibles aux employés directement en deux clics et sans pédagogie. Chat GPT en est ainsi le parfait exemple, avec 1 million d'utilisateurs à peine 5 jours après son lancement et 25 millions de visites quotidiennes.

Ainsi, près d'un salarié sur deux (49%) craint que l'IA ne le remplace au sein de son entreprise. Un chiffre quasiment identique dans tous les pays interrogés dans l'étude. Et la moitié des personnes interrogées (51%) craignent que le développement de l'IA soit trop rapide.

Cependant, il est à noter que **3 employés sur 4 (70%) seraient intéressés par une formation plus poussée sur l'utilisation de l'IA dans leurs tâches quotidiennes.**

### Une certaine désinformation persiste

Les employés français interrogés semblent donc curieux de mieux comprendre les avantages concrets de l'IA dans leur travail quotidien. Ce constat est d'autant plus compréhensible que **57% des employés sondés considèrent qu'il existe une forte désinformation autour de l'IA.** Ce sentiment est d'ailleurs partagé dans plusieurs pays : **63% aux Etats-Unis et 58% au Royaume-Uni.**

En conséquence, certaines inquiétudes pragmatiques émergent : **43% des salariés interrogés ont peur que leur salaire diminue du fait de l'intégration de l'IA dans leur entreprise et 62% sont inquiets de la manière dont l'IA pourrait affecter leur travail et leurs responsabilités.** Plus de la moitié (62 %) craignent également que le manque de lien humain n'ait une incidence sur leur qualité de travail.

### Une pédagogie nécessaire

L'ensemble de ces données démontrent l'urgence d'accompagner l'implémentation de cette technologie de façon concrète et humaine. La pédagogie par l'utilisation encadrée en entreprise semble indispensable pour rassurer les employés, y compris sur la capacité de l'IA à augmenter leur capacité à créer du lien humain.

Pour mieux tirer parti des opportunités offertes par l'IA, les entreprises françaises doivent concevoir des stratégies d'adoption de l'IA spécifiquement adaptées aux défis rencontrés par leurs secteurs d'activité et leurs salariés. En adoptant une approche personnalisée et en tenant compte de leurs besoins et de leurs objectifs, il sera possible de maximiser les avantages de l'IA et de minimiser les risques associés à son déploiement.



## Conclusion

Si la technologie de l'IA n'est pas nouvelle, l'accessibilité des IA génératives au grand public constitue une sorte révolution en cela que l'entreprise n'est plus à l'origine de l'implémentation technologique ni donc de sa maîtrise.

Et c'est justement l'un des enjeux de ce rapport : mieux comprendre comment l'utilisation de l'IA est appréhendée dans les TPE/PME françaises et internationales

En conclusion de ce rapport, il apparaît clairement que les entreprises françaises sont désormais prêtes à implémenter l'IA, qu'elles considèrent comme une opportunité majeure de croissance. Cependant, et malgré un engouement certain des entreprises et de leurs employés, il existe un déficit d'informations autour de cette technologie qui suscite des inquiétudes légitimes chez les collaborateurs. Un besoin de pédagogie émerge clairement : il est primordial d'informer, de former et d'accompagner les entreprises et leurs équipes pour transformer ces craintes en véritables opportunités. L'IA est une innovation technologique puissante qu'il faut apprivoiser. Son potentiel est indéniable si tant est que son déploiement et son utilisation dans les entreprises soit accompagné.

En effet, dans l'environnement économique incertain qui prédomine, les entreprises - et notamment les TPE/PME - sont à la recherche de nouveaux leviers de croissance. Face à l'enthousiasme des entreprises interrogées - et si elle est maîtrisée- l'IA a le potentiel de s'imposer rapidement comme un outil concurrentiel majeur.

Ce constat est d'autant plus vrai pour le domaine de l'expérience client et collaborateurs.

- Aujourd'hui, les professionnels de la relation client - c'est-à-dire les équipes de vente et de service-après-vente - font face à une pression de plus en plus importante : ils doivent faire mieux, avec des ressources limitées et des clients de plus en plus exigeants, dont les habitudes et besoins changent drastiquement et rapidement. De plus en plus habitués à interagir avec les marques et les entreprises, les consommateurs veulent des réponses rapides et personnalisées, se sentir écoutés et entendus. En temps de crise, le lien humain n'a jamais été aussi déterminant pour ériger l'expérience proposée à ses clients au plus haut niveau. Ces nouveaux standards transforment le métier de ces équipes pour qui la technologie constitue déjà une réponse efficace. Cependant force est de constater qu'il est encore difficile de garantir à ses clients des interactions rapides et qualifiées (en moyenne, aujourd'hui moins de 4 heures par semaine sont consacrées à des interactions qualitatives avec eux). Pour ces professionnels, l'IA apporterait beaucoup en réduisant

significativement les tâches répétitives et chronophages pour leur permettre de dédier plus de temps aux tâches relationnelles, stratégiques et créatives. Un “recentrage” dont l’impact est considéré comme immédiat sur la productivité et l’efficacité des équipes.

- Un impact positif qui se répercute logiquement sur la qualité de l’expérience proposée tant aux prospects qu’aux clients. En effet, si le potentiel de l’IA est directement assimilé à sa capacité à déléguer des tâches à faible valeur ajoutée, son potentiel est également vu dans sa capacité à analyser des conversations, à détecter des points d’attention particuliers, etc.

Si aujourd’hui, il n’est plus envisageable pour un commercial d’appeler un prospect sans savoir qui il est, quel est son besoin, quelle proposition de valeur saura le convaincre, il n’en est pas moins évident que cela nécessite beaucoup de temps. L’IA, ici aussi, est considérée comme un outil puissant pour faciliter la compréhension et l’analyse des besoins clients, sur la base d’un volume de données plus important. Finesse et pertinence des informations permettent aux équipes d’offrir, presque à chaque interaction, une conversation personnalisée et appropriée. Une expérience enrichie de A à Z, entraînant une croissance positive.

- Au-delà de l’amélioration de l’expérience client, l’impact et le potentiel de l’IA sont réels sur les collaborateurs. L’étude montre que les employés la considèrent comme un levier au service d’un meilleur équilibre vie professionnelle - vie personnelle car elle peut jouer un rôle sur l’amélioration des tâches au quotidien (tant sur les tâches à faible valeur ajoutée que sur les formations tout au long des carrières). Un gain de temps, encore une fois, et de performance qui impactent positivement la satisfaction et la fidélisation des équipes, leviers indéniables de croissance.

Enfin, il est à noter un besoin important d’information et de formation à cette technologie pour que chacun puisse s’en saisir, en pleine conscience et responsabilité.

Si l’IA permet d’augmenter les capacités et l’efficacité des collaborateurs en les délestant de certaines tâches administratives, répétitives et fastidieuses, il apparaît une nécessité de comprendre le fonctionnement de l’IA, et optimiser son utilisation afin de la transformer en bien commun.

L’ensemble des collaborateurs étant amenés à travailler avec cette technologie, il nous semble déterminant de préparer les entreprises et leurs employés dès à présent à un usage responsable de l’IA, et opérer ainsi un vrai changement culturel.

Pour cela, dans une optique pédagogique, les entreprises doivent absolument mettre en place des formations à destination des collaborateurs ainsi qu’un encadrement de l’utilisation de l’IA en interne. Le développement de l’IA s’opérant à une vitesse folle, les entreprises doivent prendre les devants, sans attendre les réglementations institutionnelles. Une auto-régulation pour protéger les organisations et les salariés est d’ores et déjà indispensable pour accompagner les premiers pas de ce changement majeur.

# Conclusion: Trouver le juste équilibre avec l'IA

Personne ne peut prédire le futur de l'IA. Toutefois, une chose est claire : les années 2020 s'annoncent comme la décennie de l'IA. Pour les petites et moyennes entreprises, l'IA modifie déjà en profondeur le quotidien des équipes, devenant peu à peu un incontournable de la performance.

Les employés reconnaissent d'ailleurs que l'IA favorise l'efficacité, améliore la formation, et crée des expériences client plus fortes. Les équipes client attendent beaucoup de l'IA, pour pouvoir consacrer plus de temps aux interactions avec les clients.

Cependant, comme le révèle notre rapport, les employés se méfient parfois des coûts potentiels de l'IA, au sens propre comme au sens figuré. Les budgets consacrés à l'IA restent controversés et constituent l'un des principaux obstacles à sa mise en place. Mais ce n'est pas tout, certains employés craignent que l'IA ne déshumanise leur travail si elle est déployée de manière inappropriée, ce qui pourrait nuire à l'expérience des employés et des clients.

Alors, pour trouver le bon équilibre avec l'IA, les entreprises doivent donner la priorité aux solutions qui favorisent les interactions humaines, plutôt que de chercher à les remplacer. C'est un point capital pour favoriser son acceptation : sensibiliser les équipes à la valeur de l'IA et travailler avec elles pour identifier les domaines qui pourraient être améliorés grâce à cette technologie.

À l'ère des progrès de l'IA, la valeur humaine devient de plus en plus importante. Cela peut paraître paradoxal, mais c'est une notion cruciale pour intégrer efficacement l'IA. En effet, une entreprise qui aura su optimiser ses interactions humaines et son expérience client bénéficiera d'un réel avantage concurrentiel. A condition d'avoir intégré l'IA au service de l'humain, et non le contraire.

# Plan d'action pour intégrer l'IA dans les PME

Que ce soit pour sa capacité à automatiser les tâches manuelles, à analyser les interactions des clients ou à améliorer votre formation continue, l'IA est une source extraordinaire d'opportunités et d'optimisations pour les équipes de PME.

Mais comme le montre notre rapport, il n'est pas toujours simple de savoir où commencer avec l'IA. Alors voici cinq conseils pratiques pour vous aider à vous lancer avec l'IA, pour que vos équipes mais aussi vos clients puissent en profiter.

1

## Définissez vos objectifs avec l'IA

Intégrer l'IA dans votre entreprise peut sembler complexe. Mais très souvent, ce n'est pas le cas. Commencez par faire quelques recherches sur la concurrence et assurez-vous que la solution que vous choisirez sera adaptée avant tout à votre entreprise, sans copier vos concurrents. Listez vos problématiques rencontrées au quotidien, et demandez-vous comment les résoudre avec des outils basés sur l'IA. Ces objectifs seront la base de la réussite de votre intégration de l'IA.

2

## Déterminez vos besoins d'intégration

L'IA peut représenter un gain de temps important pour votre entreprise, alors assurez-vous que vos outils utilisant l'IA s'intègrent à vos solutions existantes. En effet, votre écosystème SaaS doit être composé de solutions s'intégrant ensemble :  **votre système de téléphonie, votre ticketing et votre CRM**  doivent pouvoir travailler main dans la main avec votre IA pour partager vos données et automatiser les tâches répétitives. Ainsi, vos équipes client pourront être plus performantes et proposer une meilleure expérience client.

### 3 **Donnez la priorité à la formation**

La facilité d'utilisation et de prise en main de vos outils est très importante pour la réussite de l'IA au sein de votre PME. Attention, cela n'est pas une raison pour mettre la formation de côté. En effet, plus votre équipe sera à l'aise avec la solution d'IA que vous utilisez, plus vous gagnerez du temps et plus vous obtiendrez de bons résultats. La formation renforce également leur confiance dans les outils utilisés, car vos collaborateurs se sentiront plus impliqués et comprendront mieux leurs bénéfices. Ce qui nous amène au point suivant...

### 4 **Encouragez l'expérimentation**

Si vos objectifs commerciaux sont clairs, il n'y a pas de mal à se donner une certaine marge de manœuvre pour l'expérimentation de l'IA. Cette technologie a l'avantage d'être souvent personnalisable, alors donnez à votre équipe la liberté d'expérimenter les nouvelles fonctionnalités de l'IA à mesure qu'elles sont introduites dans vos outils du quotidien. Cela renforcera la culture de l'apprentissage mais aussi une meilleure acceptation de ces fonctionnalités grâce aux expérimentations décidées et dirigées par vos équipes elles-mêmes.

### 5 **Mesurez et optimisez**

Pour garantir la longévité de votre solution d'IA, recueillez des retours d'expérience et analysez les résultats en cours de route. Aussi, vérifiez auprès de vos équipes l'impact qu'offre l'IA et les domaines dans lesquels son utilisation peut être améliorée, ou au contraire dupliquée dans d'autres services. Si vos résultats ne sont pas à la hauteur, ces contrôles permettent d'optimiser son utilisation, avec ou sans l'aide de votre fournisseur. N'oubliez pas que l'IA n'est pas là pour remplacer, mais pour collaborer. Alors veillez à ce que votre équipe soit satisfaite de vos solutions et dispose des ressources nécessaires pour en profiter pleinement.

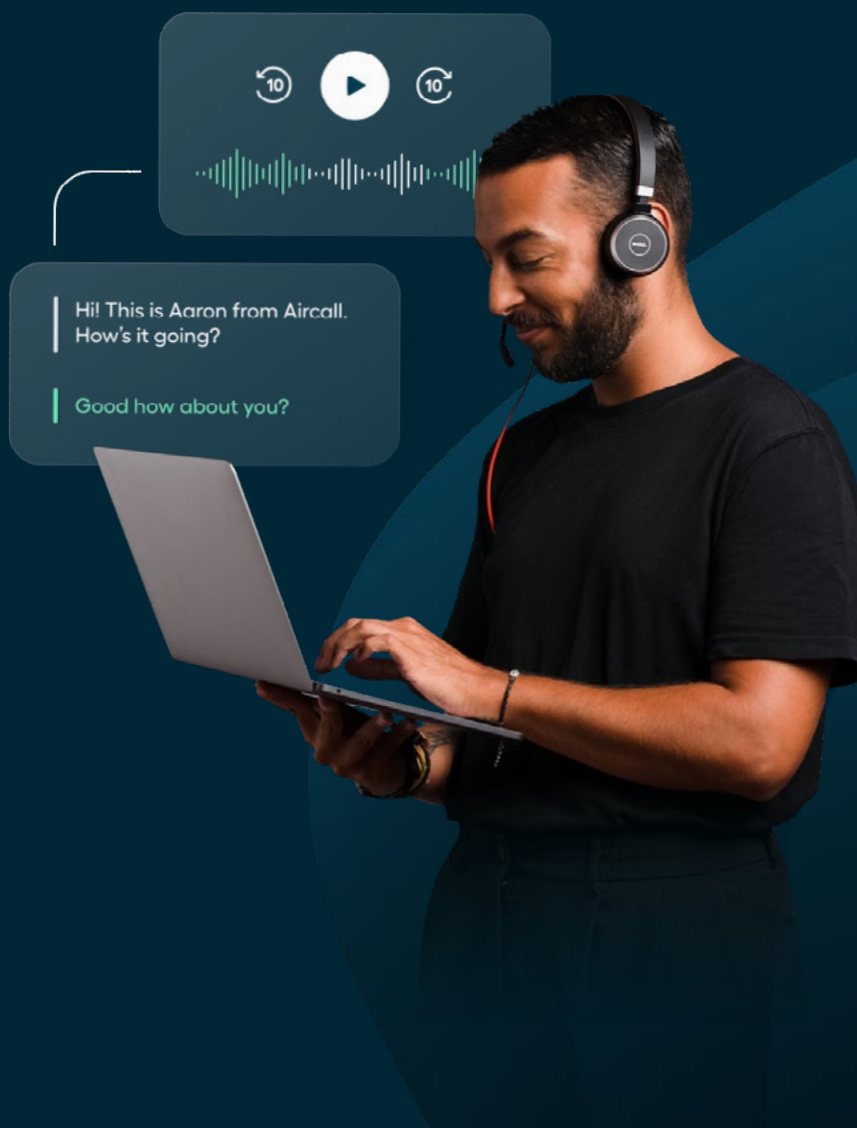
Découvrez comment la transcription par IA d'Aircall peut transformer la productivité de votre équipe.

**Demandez une  
démonstration à Aircall**

# À propos d'Aircall

Aircall est une plateforme téléphonique et de communication conçue pour les équipes de vente et du service client. Entièrement dématérialisée et basée dans le cloud, elle est facile à utiliser, fiable et intégrée aux CRM et aux outils business comme Salesforce, HubSpot, Intercom, Slack, Gong, et bien d'autres. Grâce à un logiciel puissant et des équipes dédiées, Aircall accompagne les PME pour améliorer leur productivité et la satisfaction de leurs clients.

Aircall est aujourd'hui un acteur international incontournable dans la téléphonie d'entreprise, avec plus de 700 employés de 40 nationalités différentes répartis dans 8 bureaux : New York, Paris, Sydney, Berlin, Londres, Madrid, Sydney et Singapour. Aircall a d'ailleurs été désigné l'une des "**Best Place to Work**" par Built In. Figurant sur la liste Deloitte Fast 500, Aircall a obtenu le statut de licorne après avoir réalisé plus de 100 millions de dollars de chiffre d'affaires annuel en 2022. <https://aircall.io/fr/>





## Méthodologie

Notre enquête a été menée auprès de 3 500 employés de PME en Allemagne, en Australie, au Canada, en Espagne, aux États-Unis, en France et au Royaume-Uni. Les entretiens ont été réalisés en ligne par Sapio Research entre mars et avril 2023 à la suite d'une invitation par email puis d'une enquête en ligne. Les résultats sont sujets à des variations d'échantillonnage. L'ampleur de la variation est mesurable et dépend du nombre d'entretiens et du niveau des pourcentages exprimant les résultats. Dans cette étude, il existe 95 chances sur 100 qu'un résultat ne varie pas, et une variation possible de 1,7 point par rapport au résultat qui aurait été obtenu si des entretiens avaient été menés avec toutes les personnes en poste dans le monde.