

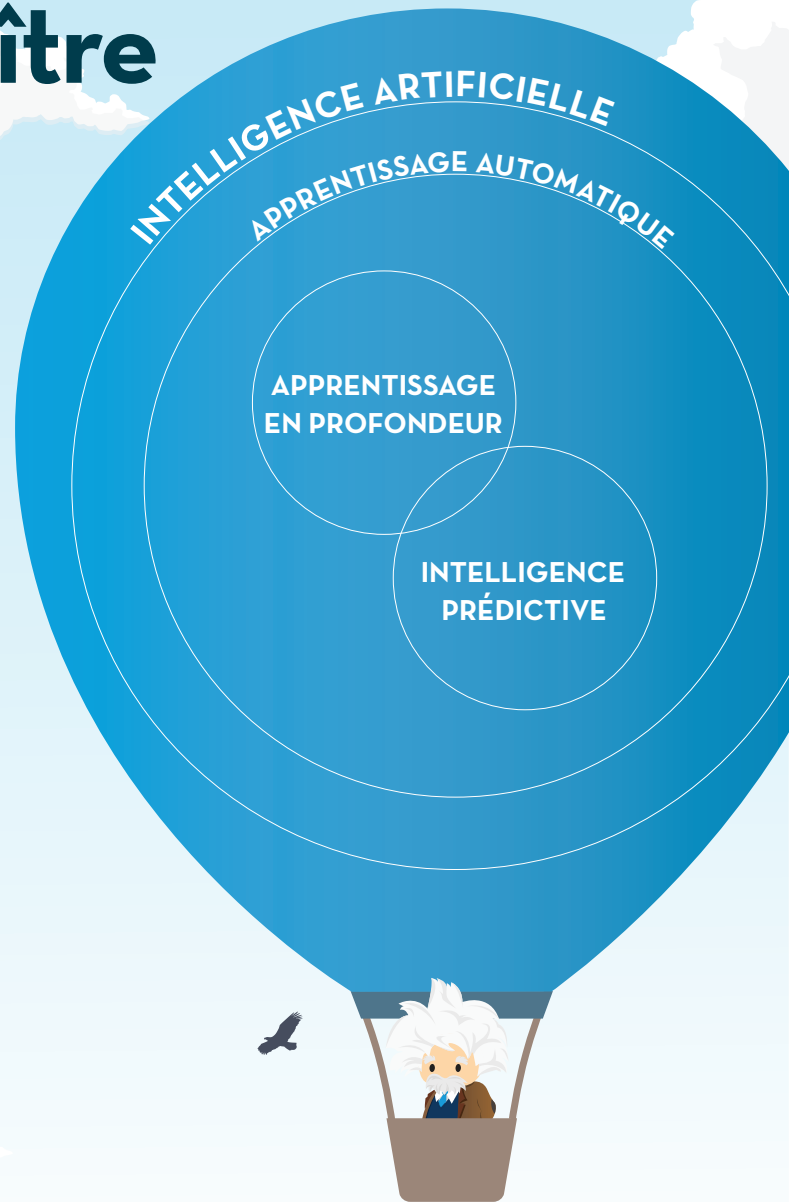
# Personnalisation pilotée par l'intelligence artificielle :

# 4 termes que les retailers doivent connaître

En vous aventurant dans le monde de l'intelligence artificielle (IA) pour créer des expériences d'achat personnalisées, vous risquez de rencontrer des expressions et des termes déroutants. Dans la mesure où l'IA pilote la personnalisation dans la vie quotidienne des acheteurs, voici quelques termes à connaître :

## 1 Intelligence artificielle

Terme générique désignant des technologies capables de raisonner, d'apprendre des informations et de comprendre le langage. Quelques exemples : recherche semi-automatisée de Google, recommandations de produit de Spotify, annonces et histoires Facebook émises dans votre flux d'actualité en fonction de votre historique de navigation. La prolifération des appareils connectés et de l'« Internet des objets » (IoT) entraîne des applications encore plus complexes de l'IA, comme les voitures autonomes.



## 2 Apprentissage automatique

L'un des moyens permettant à un système d'IA de devenir plus intelligent à mesure qu'il analyse davantage d'informations. Tout commence par les données de formation (plus il y en a, mieux c'est) à partir desquelles le système d'IA apprend automatiquement les relations sous-jacentes existant entre les variables. En analysant continuellement les données, l'apprentissage automatique fait ressortir des modèles, puis utilise les données qui s'y trouvent pour adapter ses algorithmes afin de savoir comment associer les résultats avec chaque entrée. Auparavant, les programmeurs indiquaient à un ordinateur les règles précises à suivre et les mesures à prendre. Avec l'apprentissage automatique, l'ordinateur exploite les données d'exemple pour trouver la meilleure façon d'établir une corrélation entre les entrées et les résultats.

## 3 Intelligence prédictive

L'intelligence artificielle est souvent confondue avec l'intelligence prédictive. L'intelligence prédictive n'est en fait qu'une forme d'apprentissage automatique appliquant les mêmes techniques pour faire ressortir des modèles des données historiques et améliorer les prévisions. Elle intervient généralement dans le cadre du CRM et de la personnalisation. Par exemple, vous pouvez utiliser l'intelligence prédictive pour analyser directement un contenu et identifier les clients susceptibles de partir ou à la recherche d'un produit spécifique, puis créer une expérience personnalisée en fonction de ces informations.

## 4 Apprentissage en profondeur

Forme d'apprentissage automatique utilisant des algorithmes complexes et des données brutes pour imiter les capacités cérébrales humaines, tout particulièrement en cas de reconnaissance vocale, textuelle et faciale. L'apprentissage en profondeur sert surtout à extraire des signaux de données brutes d'images, de textes et de séquences audio et vidéo pour automatiser des tâches que les humains peuvent effectuer rapidement et sans peine. Par exemple, Facebook a recours à l'apprentissage en profondeur pour suggérer des amis à identifier sur une photo, à partir d'algorithmes de reconnaissance faciale. Les outils Siri d'Apple et Echo d'Amazon reconnaissent les commandes vocales grâce à l'apprentissage en profondeur. Vous pouvez faire appel à l'apprentissage en profondeur pour analyser les images des réseaux sociaux et dégager des modèles afin de déterminer les images et les mots-clés les plus efficaces pour une campagne ciblant une audience spécifique.

**Découvrez comment [Commerce Cloud Einstein](#) utilise l'intelligence artificielle pour créer des parcours d'achat personnalisés.**

