

# SUIS-JE FAIT POUR LA FRANCHISE ?

- Se poser les (bonnes) questions avant de se lancer
- Choisir le bon secteur... et la bonne enseigne
- Témoignages : ils ont franchi le cap

L 15927 - 45 - F. 5,00 € - RD

entreprendre **décryptage**

## Comment l'intelligence artificielle peut contribuer à développer un réseau de franchise ?



L'IA est partout. Ancrée dans notre jargon quotidien, elle est devenue à la fois source de fascination et de méfiance. La méconnaissance des outils liés à l'IA reste le principal frein à son développement dans les réseaux de franchise. Pourtant, celle-ci possède de nombreux atouts pour faire fructifier son business.

La société a encore du mal à intégrer pleinement l'IA dans son quotidien. Si ChatGPT a démocratisé l'utilisation de ces outils, les Français ne restent pas moins inquiets face à leur émergence. Du côté des salariés, le sentiment est également partagé. En effet une étude (IDEXSI-CESIN), 51 % des salariés seraient inquiets face à l'émergence de l'IA, pour la plupart les inquiétudes viendraient essentiellement de la sécurité des données et de la fiabilité des sources d'information. Pourtant, l'IA est porteuse d'innovations et de progrès. Faire confiance à l'IA peut représenter un atout pour un franchiseur. En effet, la gestion d'un réseau de franchise comporte plusieurs défis notamment en termes de rentabilité et d'évolution des franchises. Alors l'IA pourrait venir épauler les franchises dans leur quête de croissance.

**SAVOIRIA**  
Formations Intelligence Artificielle sur mesure et Locales

UN  
**CONCEPT  
UNIQUE**

Formations Intelligence Artificielle

- De qualité
- Sur mesure
- Locales
- En présentiel

Avec des formateurs issus de l'Académie Savoiria®

LE 1ER  
**RÉSEAU NATIONAL**  
D'ORGANISMES DE FORMATION  
À L'INTELLIGENCE  
**ARTIFICIELLE**

LES  
**PLUS**

- Sans redevance fixe
- Exclusivité du département
- Rentabilité rapide
- Equipe d'experts à votre disposition (communication, qualité, gestion...)
- Aide quotidienne pour développer votre chiffre d'affaires
- Communauté de licenciés en contact permanent, avec des réunions régulières

**WWW.SAVOIRIA.FR**

Groupe B+ - 1 rue Joseph Cugnot 60000 BEAUVAIS  
SIRET 92143887500012 - CAPITAL : 202 500€  
0344056515  
contact@savoiria.fr

© 2023 Savoiria - Tous droits réservés



## L'IA PEUT PRÉDIRE LES TENDANCES DES COMPORTEMENTS AINSI QUE LES CENTRES D'INTÉRÊT DES CONSOMMATEURS

Mais comment pourrait-elle s'y prendre ?

### L'IA, un moteur de compétitivité

Ces nouvelles technologies issues d'un tournant numérique déjà bien engagé, bouleversent les codes établis. Pour les entreprises, elles apportent avec elles, des opportunités encore incertaines, surtout quand il est question d'IA. Amélioration de la productivité, rationalisation des activités, réduction des coûts ou encore la libération de temps et des ressources, un champ d'action large qui permet à une franchise de devenir à terme plus productive. De manière plus concrète, l'IA peut effec-

tuer certaines tâches répétitives telles que les calculs automatiques, l'analyse de données, le remplissage de certains documents, leur tri ou encore la gestion des flux et des stocks.

Du côté du marketing ou de la communication, l'IA montre également toute son efficacité. En effet, dotée d'une analyse performante des données, l'IA peut prédire les tendances des comportements ainsi que les centres d'intérêt et les caractéristiques démographiques des consommateurs. Il va de même pour le suivi client, qui peut être personnalisé selon les préférences, ce qui instaure par corrélation une rela-

tion privilégiée avec chaque client. La précision des algorithmes offre aussi une meilleure segmentation des consommateurs en fonction du marché et permet ainsi d'identifier et d'anticiper des futurs besoins. L'IA améliore également la création de contenu avec des visuels générés à partir de données fournies. Ce qui fonctionne aussi, entre autres, pour les campagnes de publicité.

Selon une étude du cabinet de conseil Boston Consulting Group, l'IA générative ferait gagner 5 heures de travail par semaine pour 58 % des employés. En effet, celle-ci permet d'augmenter la productivité d'une franchise tout en réduisant considérablement le temps passé à exécuter certaines tâches. Ce qui laisse ainsi un temps en plus à la créativité et à l'innovation pour les salariés. Mais pour que

cette technologie devienne pleinement un atout, il faut d'abord la comprendre.

### Démystifier et dédramatiser l'IA

Il existe une multitude de définitions sur ce qu'est l'intelligence artificielle. En réalité l'IA représente un ensemble de théories et de techniques qui permettent de développer des programmes informatiques capables de réfléchir comme l'être humain. Plus concrètement, elle apparaît comme un apport, une aide à « l'humain » et à son travail quotidien. Démystifier l'IA et comprendre ses actions permettent à une franchise de pouvoir l'utiliser en toute confiance. Pour la plupart des entreprises, elle reste un outil peu compris qui effraie. L'incompréhension et le manque de compétence sur le sujet sont les premiers freins à l'adop-

tion et à l'intégration de cette technologie. Autour de celle-ci, de nombreuses craintes et notamment celle de voir les robots remplacer l'homme. Influencé par des mythes de science-fiction tels que Robocop ou Terminator, les nouvelles technologies en général, ne sont pas toutes perçues comme une source de progrès. Mais pas seulement. Dans les esprits, ces outils ne sont pas vus comme une aide ou un support mais plutôt comme des instruments de paresse. Alors qu'en réalité, l'IA s'inscrit dans une transition numérique nécessaire à toutes les entreprises, et donc à toutes les franchises.

En réalité, l'IA est déjà présente dans notre quotidien. Tous les jours, inconsciemment nous sommes plus ou moins en relation avec celle-ci. Les algorithmes de recommandation sur Netflix, les assistants Intelli-

gents tels que Siri, Alexa ou Google Assistant, les chatbots pensés pour stimuler une conversation humaine ou encore la reconnaissance faciale sur nos téléphones. Des exemples, qui montrent toute l'étendue du champ d'application de cette technologie. Bien loin de l'idée du remplacement de l'homme par la technologie, l'IA a été conçue pour simplifier la vie de ces utilisateurs. De plus, elle ne peut pas fonctionner sans l'appui de l'humain. Ce sont nos actions qui vont dicter le comportement de celle-ci. De manière plus concrète, lorsqu'on « like » une publication sur les réseaux sociaux, nous sommes amenés par la suite à avoir dans notre fil d'actualité des sujets liés à ce « like ». L'IA n'est donc pas un outil incontrôlable, elle reste le sujet de l'homme et reste encore à l'état em-

bryonnaire quant à son pouvoir sur la société.

### Les freins à l'intégration

Comprendre l'IA, c'est aussi connaître ses limites. Pour une franchise, la panique liée à ces nouveaux outils est récurrente. De nombreuses questions entourent leur intégration. Notamment celle de la gestion et de la protection des données. Pour s'entraîner, l'IA s'appuie sur de nombreuses données et si celles-ci sont biaisées les résultats de son travail le sera aussi. Si une franchise, souhaite recruter une nouvelle personne dans ses rangs, elle peut demander à l'IA de trier pour elle les candidatures. Mais si les données sur lesquelles elle s'appuie sont obsolètes et se basent sur des préjugés alors cela peut entraîner des discriminations. Il va

de même pour la sécurité de ces mêmes données. Les systèmes d'IA peuvent être vulnérables aux attaques, ce qui peut mettre en danger la vie privée des utilisateurs et mettre en péril les données de l'entreprise. En effet, les modèles de l'IA se basent sur l'apprentissage automatique des données, mais celles-ci peuvent évoluer, selon les contextes culturels. Une chose que l'Humain possède naturellement contrairement à un robot, qui a encore quelques lacunes pour comprendre toutes les nuances linguistiques.

Un point qui amène à la compréhension parfois compliquée des systèmes techniques de ces outils. Au-delà du coût et de la formation qu'accompagne la mise en place de l'IA. Elle possède des réseaux neuronaux profonds, considérés

comme des boîtes noires car peu transparentes. Et qui se révèlent difficilement compréhensibles même pour un professionnel du numérique. Ainsi, même lors de son intégration avec une formation appropriée pour chaque salarié, l'IA reste un outil limité. Dans le sens, où son travail doit faire l'objet de vérification appuyée. Ainsi, pour répondre aux besoins spécifiques d'une organisation et de ses clients, faire appel à un professionnel est nécessaire pour personnaliser et développer son système.

### Définir une stratégie

Pour éviter ces limites, il faut que le franchiseur détermine une stratégie claire. Son objectif avec l'intégration de l'IA, c'est de faire fructifier son affaire. Ainsi, il doit pouvoir trouver un équilibre parfait entre ses investissements

## Franchise Concept(s)

Toutes les clés de réussite aux porteurs de projets qui désirent franchir le cap !

25€ /an

- ✓ votre magazine papier
- ✓ livré chez vous ou au bureau
- ✓ votre magazine numérique
- ✓ accessible où que vous soyez

**Je m'abonne**

À remplir et à retourner avec votre règlement par chèque à l'adresse :  
**LMedia - Service abonnement Franchise&Concept(s), 13, rue Raymond Losserand - 75014 Paris**

*\*Chèques obligatoires*

Nom\* : \_\_\_\_\_ Prénom\* : \_\_\_\_\_

Adresse\* : \_\_\_\_\_ Code Postal\* : \_\_\_\_\_ Ville\* : \_\_\_\_\_

Téléphone\* : \_\_\_\_\_ Société : \_\_\_\_\_

Mail\* : \_\_\_\_\_

Date et signature obligatoire :

(\*) Le candidat recevra une facture par courrier.  
 Abonnements multiples : nous contacter par mail [abonnement@lmedia.fr](mailto:abonnement@lmedia.fr) pour un devis personnalisé.  
 Une adresse e-mail obligatoire 2018 © LMedia - tous droits réservés. LMedia est un organisme de presse membre de l'Association nationale des éditeurs de presse (ANEP) et de l'Association nationale des éditeurs de presse (ANEP). LMedia est un organisme de presse membre de l'Association nationale des éditeurs de presse (ANEP) et de l'Association nationale des éditeurs de presse (ANEP). LMedia est un organisme de presse membre de l'Association nationale des éditeurs de presse (ANEP) et de l'Association nationale des éditeurs de presse (ANEP).