

Le ROI de l'IA

dans l'expérience client



Comment les agents IA favorisent l'engagement et contribuent à satisfaire les clients.

Méthodologie

Ce rapport est basé sur une enquête menée par Google Cloud et National Research Group.

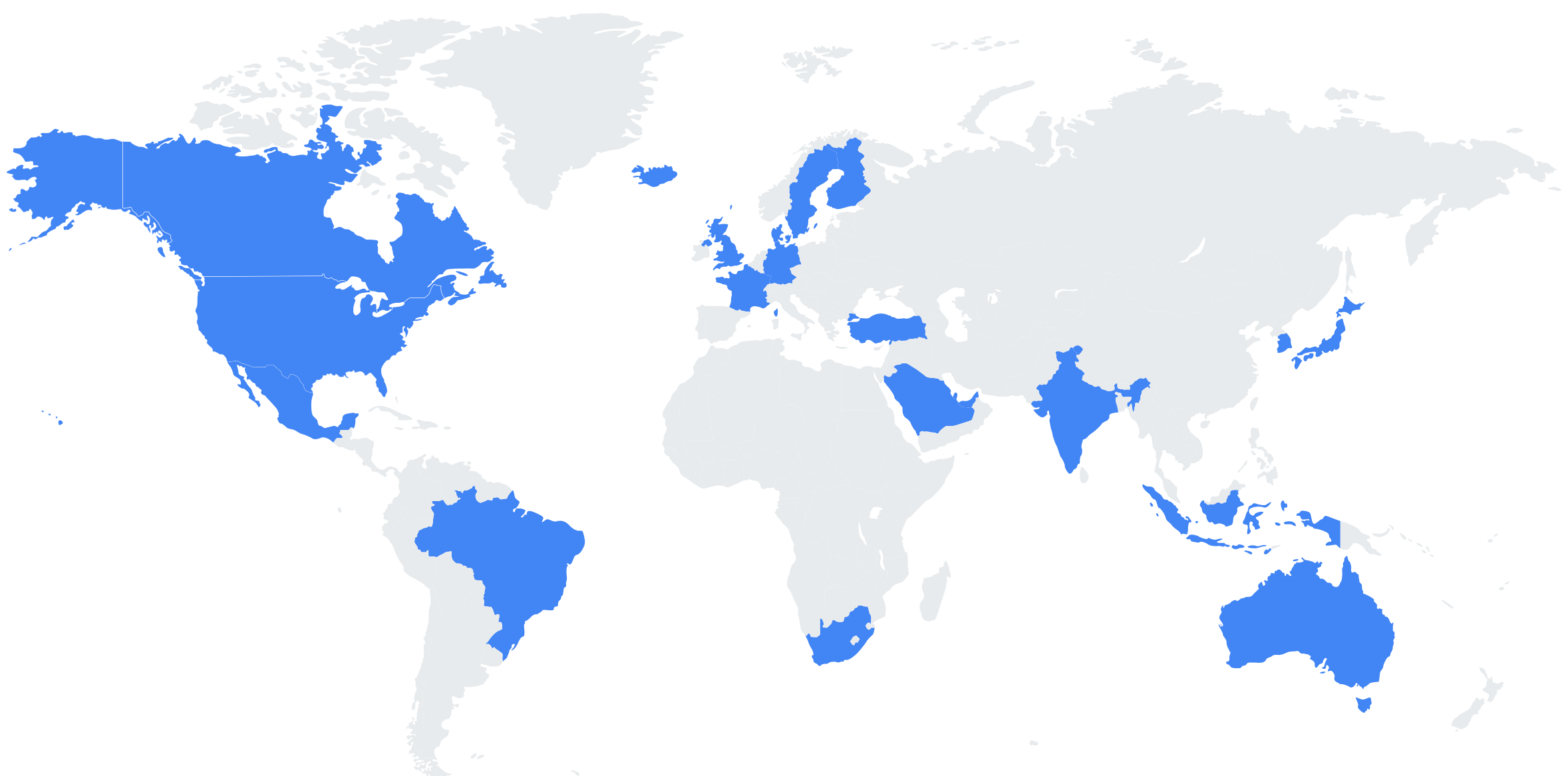
3 466 cadres dirigeants d'entreprises internationales :

- 940 PDG et directeurs des systèmes d'information
- 1 097 directeurs financiers, directeurs marketing et directeurs de la technologie
- 768 responsables de la sécurité des systèmes d'information, directeurs des données, responsables de la sécurité, responsables des opérations, directeurs de la stratégie numérique et vice-présidents de l'informatique
- 661 directeurs informatiques, responsables de l'innovation, directeurs de l'expérience/du service client, responsables marketing

Plus de
100
employés à plein temps

Plus de
10 millions de \$
de revenu annuel

Enquête de terrain menée du 18 avril au 3 juin 2025



États-Unis	1 047	France	179	Australie	118	Brésil	351	Koweït*	3
Canada	200	Pays nordiques	177	Corée du Sud	118	Indonésie	116	Afrique du Sud*	7
Royaume-Uni	175	Japon	117	Taïwan	116	Arabie saoudite*	18	Émirats arabes unis*	40
Allemagne	175	Inde	117	Mexique	350	Turquie*	35	Qatar*	7

* Les marchés sont présentés de façon globale pour la région MEA

Forte représentation des secteurs prioritaires :
Multimédia et divertissement, commerce et produits de grande consommation, services financiers, industrie, santé et sciences de la vie, télécommunications, et secteur public

Synthèse

Le débat sur l'IA générative est passé de l'enthousiasme à l'impact commercial.

Les chefs d'entreprise ne se demandent plus si l'IA peut améliorer l'expérience client, mais comment faire évoluer les cas d'utilisation éprouvés et déployer des agents IA spécialisés pour leurs opérations. Nos dernières recherches confirment cette évolution. Les entreprises doivent répondre aux attentes grandissantes des clients en termes de personnalisation, de commodité et de rapidité, que ce soit dans la barre de recherche du site Web de l'entreprise ou dans la file d'attente du service client.

Avec le passage de l'IA prédictive à l'IA générative, nous avons vu des agents IA interagir avec les clients de manière proactive, guider les utilisateurs dans des parcours de découverte complexes sur leurs propriétés numériques et permettre aux équipes de service client de proposer des expériences personnalisées à grande échelle.

Les entreprises qui ont mis en place des agents IA transforment leurs sites Web et leurs applications mobiles, qui ne sont plus de simples catalogues, mais des assistants intelligents. Elles offrent aussi des expériences client

extrêmement engageantes et naturelles, qu'il s'agisse de centres de contact, de systèmes de commande de repas dans les restaurants ou d'assistants virtuels en voiture.

Et cette stratégie porte ses fruits. Selon notre enquête, près de neuf entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive sur dix observent un ROI positif sur l'IA générative. Par ailleurs, une autre étude de Forrester a révélé que l'application Customer Engagement Suite de Google génère un ROI de 207 % sur trois ans, avec une période d'amortissement de moins de six mois¹.

Pour les responsables de l'expérience client qui élaborent leur stratégie d'IA, ce rapport fournit un modèle basé sur des données. Il présente les stratégies des entreprises qui ont adopté l'IA tôt et avec brio, et explique comment exploiter l'IA agentive pour transformer l'ensemble de l'expérience numérique, soit améliorer la satisfaction client, accroître l'efficacité opérationnelle et soutenir la croissance de l'entreprise.



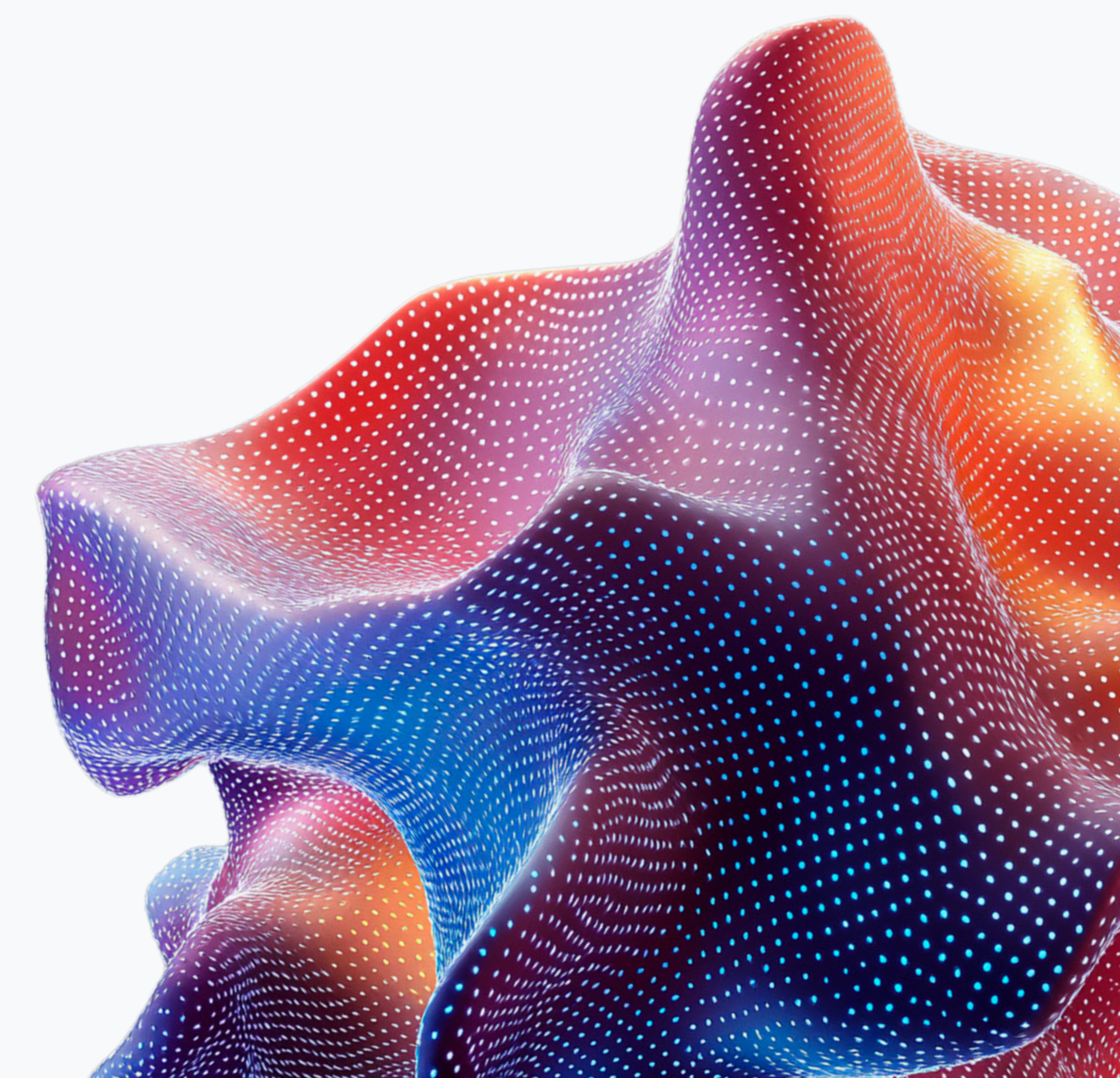
Darshan Kantak

Vice-président, produit, IA appliquée,
Google Cloud



88 %

des entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive observent maintenant un ROI positif sur l'IA générative²



¹ Forrester (2025), Rapport [The Total Economic Impact™ Of Google Cloud Customer Engagement Suite With Google AI](#) (Impact économique global de la solution Customer Engagement Suite de Google Cloud avec l'IA de Google).

² Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=460 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un ROI dans les domaines suivants de votre entreprise ?

Insights clés sur l'expérience client

Les agents IA sont désormais déployés à grande échelle.

52 %

des dirigeants dont les entreprises utilisent l'IA générative ont adopté des agents IA en production³

Les primo-adoptants de l'IA agentive constatent des retours sur investissement plus rapides dans le domaine de l'expérience client.

55 %

des entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive ont constaté un ROI sur les cas d'utilisation de l'IA générative pour l'expérience client et les interventions sur le terrain (ce qui inclut les chats, les centres d'appel et l'assistance technique sur site)⁴

L'augmentation de l'engagement utilisateur est le principal impact de l'IA générative sur l'expérience client.

83 %

des dirigeants indiquent avoir constaté une augmentation de l'engagement utilisateur : score d'engagement, trafic ou taux de clics (CTR), temps passé sur le site⁵

L'IA générative améliore systématiquement l'expérience utilisateur.

51 %

des dirigeants rapportent une amélioration de 6 à 10 % de l'expérience utilisateur grâce à l'IA générative (parmi ceux qui constatent une amélioration de l'expérience client)⁶

³ Échantillon total : n=3 466 ; question : (1) Comment utilisez-vous les agents IA dans votre entreprise ? (2) Combien d'agents IA sont actuellement déployés en production au sein de votre entreprise ?

⁴ Entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive qui utilisent actuellement ou prévoient d'utiliser l'IA générative pour l'expérience client et les interventions sur le terrain, n=449 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un ROI dans les domaines suivants de votre entreprise ?

⁵ Dirigeants indiquant que les solutions d'IA générative ont amélioré l'expérience client : n=2 177 ; question : De quelle manière l'IA générative a-t-elle permis d'améliorer directement l'expérience utilisateur pour votre entreprise ?

⁶ Dirigeants indiquant que les solutions d'IA générative ont amélioré l'expérience client : n=2 133 ; question : (1) De quelle manière l'IA générative a-t-elle permis d'améliorer directement l'expérience utilisateur pour votre entreprise ? (2) Sur la base de vos initiatives passées/actuelles autour de l'IA générative, dans quelle mesure cette dernière a-t-elle directement amélioré l'expérience utilisateur ?

Sommaire



L'ère de l'IA agentive 06

Cinq domaines où l'IA génère un ROI 15

Investir dans un avenir prêt pour l'IA 24

Étapes suivantes 32





01

L'ère de l'IA agentive

Les agents IA améliorent l'expérience client

De nos jours, les clients utilisent déjà l'IA et les agents IA, et ils s'attendent à des expériences tout aussi intelligentes et pratiques lorsqu'ils interagissent avec les marques.

Pour répondre à ces attentes, les responsables de l'expérience client ne se demandent plus "si" l'IA agentive peut les aider, mais "comment" l'utiliser pour générer une valeur quantifiable et offrir des interactions de qualité supérieure aux clients.

⁷ Échantillon total : n=3 466 ; question : Quelle est la relation de votre entreprise avec chacun des cas d'utilisation de l'IA générative ci-dessous ?



63 %

des dirigeants indiquent que leur entreprise utilise l'IA générative pour les fonctions liées à l'expérience client et aux interventions sur le terrain⁷, ce qui en fait un composant standard de la pile d'expérience client d'aujourd'hui

Définition des agents IA dans le cadre de l'enquête

Les **agents IA** sont des LLM spécialisés avec des rôles, un contexte et des objectifs spécifiques pour planifier, raisonner et effectuer des tâches de manière indépendante avec un accès aux API d'appel de fonction de données. Ils peuvent interagir avec d'autres agents IA si nécessaire. Il peut s'agir d'agents prédéfinis ou créés en interne.



Niveaux de maturité des agents IA

Niveau 1

Tâches simples

Chatbots

Récupération d'informations

Génération d'images

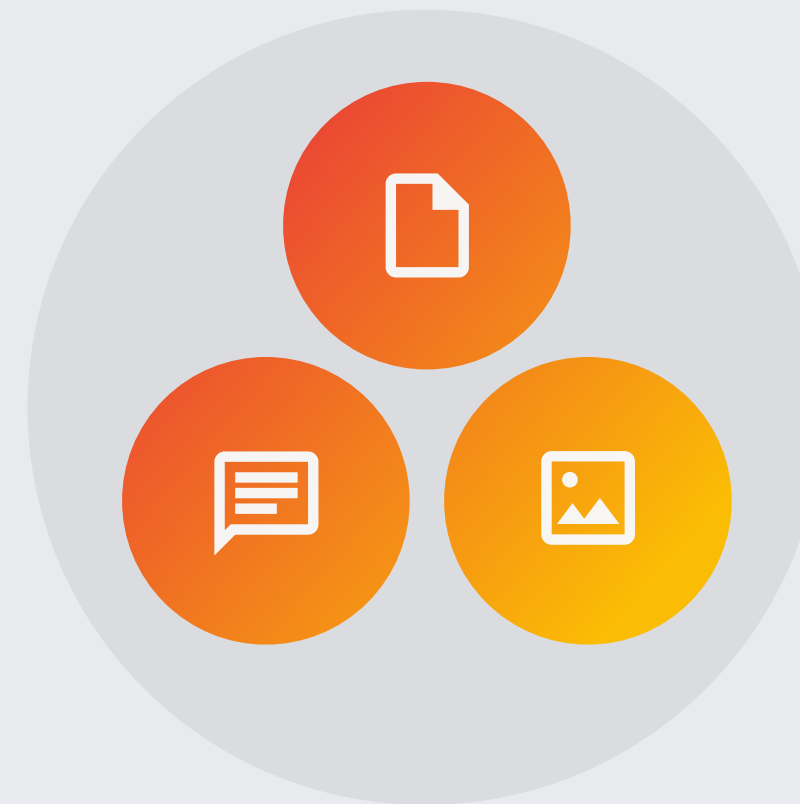


Niveau 2

Applications d'agents IA

Agents IA de service client

Agents créatifs

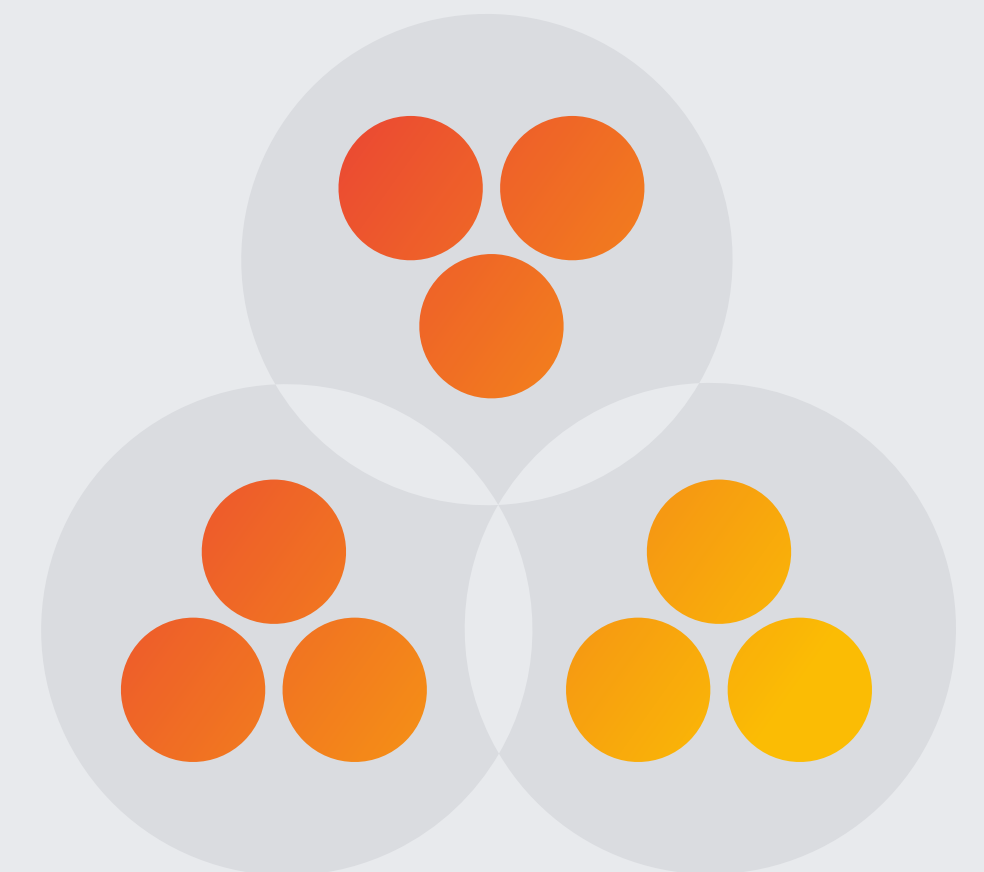


Niveau 3

Workflows multi-agents

Workflows agentifs

Orchestration d'agents





Aider les marques à transformer chaque interaction avec les clients

Les agents IA allient intelligence de modèles avancés et accès à des outils essentiels.

Ces agents IA peuvent prendre en charge tous les modes d'interaction, comme le texte, la voix, les images et les vidéos, et s'appuient sur leur compréhension du contexte. Ils servent d'intermédiaires entre les chatbots simples et les systèmes multi-agents complexes, transformant la façon dont les clients interagissent avec les marques et dont les agents humains fournissent leur assistance.

Les déploiements les plus réussis adoptent une stratégie "humain plus machine". Cette approche crée des "super-agents" augmentés par l'IA qui offrent des conseils et une assistance avant l'achat aident les conseillers clientèle après l'achat et transforment le centre de contact, qui n'est plus un centre de coûts, mais un centre de résolution de problèmes à forte valeur ajoutée.

Dans le secteur du commerce, par exemple, les agents IA peuvent aider les acheteurs à passer de la barre de recherche au panier. Les clients peuvent poser des questions complexes et nuancées sur les produits ou les services, et recevoir une assistance conversationnelle personnalisée qui fait ressortir les résultats et recommandations pertinents. De plus, comme les agents sont ancrés dans les données de l'entreprise, ils peuvent fournir des informations utiles telles que la disponibilité des produits et les horaires d'ouverture. L'expérience d'achat est désormais individualisée, ce qui accélère le parcours d'achat et renforce la fidélité à la marque.

En gérant les tâches répétitives de routine, les agents IA libèrent les employés du service client,

qui peuvent ainsi se concentrer sur les interactions complexes et à forte valeur ajoutée nécessitant empathie et réflexion critique. Les employés moins expérimentés peuvent aussi se mettre à niveau plus rapidement grâce à l'accès aux informations en temps réel, à l'analyse des sentiments et aux recommandations personnalisées.



Cas d'utilisation de l'IA agentive dans le domaine de l'expérience client

Les entreprises utilisent des agents IA pour repenser les points de contact critiques du parcours client.

Les agents IA peuvent améliorer l'ensemble des opérations de service. Ils sont utilisés en interne pour aider les employés du service client et en externe pour assister les clients.

Au-delà de l'assistance, la recherche agentive révolutionne la découverte numérique. Les utilisateurs peuvent poser des questions en langage naturel et aller plus loin qu'avec les recherches de base par mots clés. Les agents IA peuvent comprendre ces questions souvent complexes, identifier l'intention, et fournir des résultats et des recommandations personnalisés et pertinents. Tout cela permet de guider les clients en toute fluidité de l'inspiration initiale à l'achat final.

⁸ Dirigeants dont l'entreprise utilise actuellement l'IA générative pour l'expérience client et les interventions sur le terrain : n=2 190 ; question : Vous avez indiqué que votre entreprise applique actuellement les cas d'utilisation de l'IA générative suivants. Lesquels sont appliqués en interne, lesquels sont destinés aux clients externes, et lesquels sont appliqués à la fois en interne et en externe ?

⁹ Dirigeants dont l'entreprise utilise l'IA agentive : n=1 814 ; question : Dans quels cas d'utilisation votre entreprise a-t-elle déployé des agents IA ?



52 %

des dirigeants dont les entreprises utilisent l'IA générative pour l'expérience client et les interventions sur le terrain indiquent que ces cas d'utilisation sont à la fois internes et destinés aux clients⁸

49 %

des dirigeants d'entreprises qui ont mis en place des agents IA en production indiquent qu'ils sont utilisés pour le service client et l'expérience client⁹

“



Notre collaboration avec Google Cloud ne s'est pas limitée à l'implémentation de nouvelles technologies. Elle a également été stratégique pour comprendre fondamentalement l'intention des clients. Vertex AI Search pour le commerce nous permet d'offrir une expérience véritablement intelligente qui génère des résultats commerciaux significatifs tout en renforçant la confiance et la fidélité de nos clients."



Rob Contreras

Responsable de l'innovation, Toolstation

Toolstation, l'un des fournisseurs d'outils et de matériaux de construction à la croissance la plus rapide au Royaume-Uni, est capable de mieux comprendre et servir ses clients professionnels et particuliers. L'entreprise a déjà augmenté de 5,5 % ses revenus basés sur les recherches et de 10 % ses taux de clics.

[Lire la suite](#)

L'adoption des agents IA dans le domaine de l'expérience client varie d'un secteur à l'autre

Si les agents IA sont largement déployés pour l'expérience client, chaque secteur a ses propres priorités.

Les entreprises se concentrent sur les cas d'utilisation qui ont le plus fort impact sur leur clientèle spécifique. Dans le secteur des services financiers, par exemple, l'accent est mis sur des interactions financières efficaces, sécurisées et personnalisées. À l'inverse, dans le secteur du commerce et des produits de grande consommation, les agents IA sont généralement utilisés pour gérer de gros volumes de demandes et améliorer les parcours d'achat.

COMMERZBANK 

Commerzbank a utilisé Customer Engagement Suite pour créer Bene, son propre chatbot spécialisé qui gère plus de deux millions de chats et résout 70 % des demandes.



Adoption des agents IA pour le service client et l'expérience client selon le secteur



Dirigeants dont l'entreprise utilise l'IA agentive : services financiers : n=297, industrie : n=292, secteur public : n=138, commerce et produits de grande consommation : n=300, télécommunications : n=274, multimédia et divertissement : n=252, santé et sciences de la vie : n=261 ; question : Dans quels cas d'utilisation votre entreprise a-t-elle déployé des agents IA ?



L'avantage des utilisateurs de la première heure

Dans le vaste paysage de l'adoption des agents IA, la cohorte bien spécifique des utilisateurs de la première heure se distingue.

Ces pionniers consacrent au moins 50 % de leur budget d'IA futur aux agents IA et ont déjà intégré ces agents en profondeur dans leurs opérations.

Les excellentes performances des primo-adoptants ne sont pas le fruit du hasard, mais le résultat d'une stratégie délibérée axée sur de solides compétences techniques et un engagement organisationnel.



82 %

des dirigeants d'entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive déclarent que leur entreprise a déployé plus de 10 agents IA¹⁰ contre 39 % pour l'ensemble des entreprises¹¹

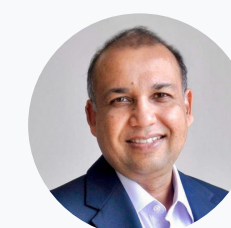
78 %

des dirigeants d'entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive déclarent que leur entreprise utilise l'IA générative en production depuis plus d'un an¹² contre 52 % pour l'ensemble des entreprises¹³

“



Nous voulons que tous les employés d'Indosat disposent d'un agent personnel pour amplifier nos capacités et améliorer notre impact global."



Vishal Gupta

Directeur de l'approvisionnement, Indosat

¹⁰ Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=460 ; question : Combien d'agents IA sont actuellement déployés en production au sein de votre entreprise ?

¹¹ Échantillon total : n=3 466 ; question : Combien d'agents IA sont actuellement déployés en production au sein de votre entreprise ?

¹² Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=460 ; question : Où en est votre entreprise dans son adoption de l'IA générative ?

¹³ Échantillon total : n=3 466 ; question : Où en est votre entreprise dans son adoption de l'IA générative ?



Votre modèle pour maximiser le ROI des agents IA

La réussite des primo-adoptants permet d'établir une feuille de route claire pour les entreprises, qu'elles élaborent un cas d'utilisation métier ou qu'elles fassent évoluer des programmes existants.

Les dirigeants de ces entreprises prônent l'utilisation de l'IA en production, soutiennent le déploiement de multiples agents dans toute l'entreprise et obtiennent des budgets dédiés à la croissance, ce qui se traduit par un ROI plus constant.

88 %

des dirigeants d'entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive constatent actuellement un ROI pour au moins un cas d'utilisation de l'IA générative¹⁴ contre 74 % pour l'ensemble des entreprises¹⁵

74 %

¹⁴ Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=460 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un ROI dans les domaines suivants de votre entreprise ?

¹⁵ Échantillon total : n=3 466 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un ROI dans les domaines suivants de votre entreprise ?

¹⁶ Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=460 ; question : Quel pourcentage de votre budget d'IA futur est alloué aux agents ?

¹⁷ Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=459, échantillon total : n=3 315 ; question : Quel pourcentage de votre budget informatique annuel total est alloué à l'IA ? Les dépenses liées à l'IA incluent les talents, les licences de logiciels d'IA, le matériel et l'infrastructure d'IA, ainsi que le développement d'applications d'IA. Veuillez exclure les données et les analyses BI qui n'utilisent pas directement l'IA ou le ML.

¹⁸ Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=460, échantillon total : n=3 466 ; question : Parmi les domaines suivants, sur lesquels vos solutions d'IA générative ont-elles eu un impact significatif ?

¹⁹ Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=456, échantillon total : n=1 802 ; question : Parmi les types d'agents IA que votre entreprise a déployés, lesquels ont généré un ROI ?



Les entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive consacrent au moins 50 % de leur budget d'IA futur aux agents¹⁶



39 % du budget informatique annuel total de leur entreprise est consacré à l'IA contre 26 % en moyenne¹⁷



Les primo-adoptants de l'IA agentive sont plus susceptibles de constater une valeur ajoutée significative de l'IA générative dans des domaines clés comme l'expérience client, la croissance de l'entreprise, la sécurité et le marketing¹⁸



Les dirigeants des entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive sont également plus susceptibles d'enregistrer un ROI pour tous les cas d'utilisation de l'IA agentive intersectoriels¹⁹

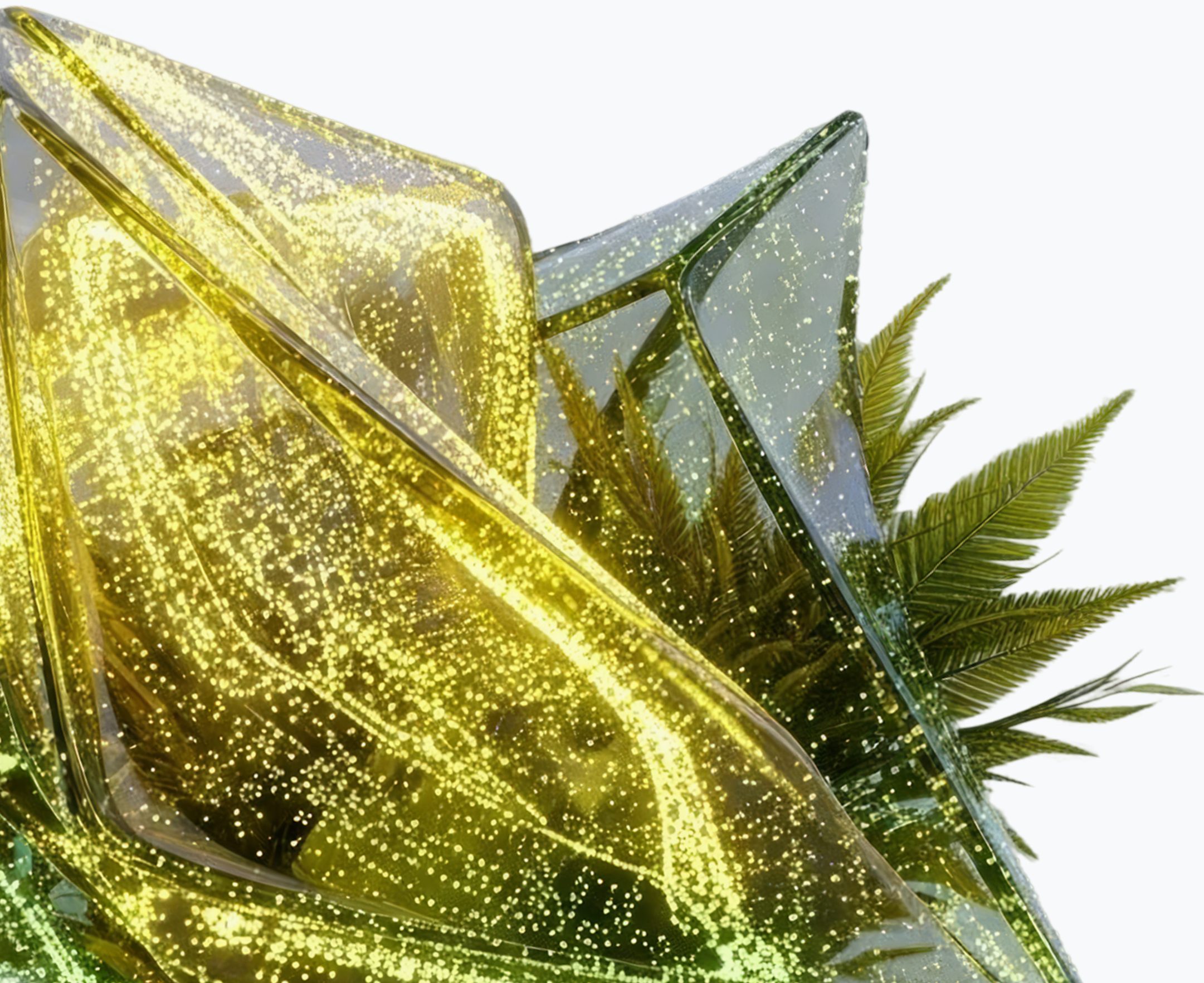


02

Cinq domaines où l'IA génère un ROI

Les grandes forces de l'IA pour les responsables de l'expérience client

Les entreprises qui adoptent l'IA obtiennent des résultats considérables dans le domaine de l'expérience client, qu'il s'agisse de gains financiers directs, d'une efficacité opérationnelle accrue, ou d'une expérience client et agent grandement améliorée.



01

Des retours financiers plus rapides

02

Des clients plus satisfaits

03

Des agents humains plus productifs

04

Une expérience client améliorée au-delà du centre de contact

05

Une intelligence basée sur les données

Des retours financiers plus rapides

Les entreprises obtiennent désormais des retours financiers concrets grâce à leurs initiatives d'IA générative dans le domaine de l'expérience client. Les utilisateurs de la première heure génèrent des résultats encore plus rapides et marqués.

En automatisant les tâches de routine, en améliorant l'efficacité des agents et en fournissant des insights plus approfondis, l'IA générative peut transformer le service client, qui n'est plus un centre de coûts, mais une source de valeur. Des économies peuvent être réalisées grâce à l'automatisation et aux gains d'efficacité, tandis que l'amélioration de l'expérience client peut contribuer à générer de nouveaux revenus.

MERCARI

Mercari, la plus grande place de marché en ligne du Japon, repense son centre de contact avec l'IA de Google pour offrir une expérience de "service client basée sur l'IA". L'entreprise prévoit d'obtenir un ROI de 500 % en réduisant la charge de travail des conseillers clientèle d'au moins 20 %.

37 %

des dirigeants ont constaté un ROI sur les cas d'utilisation de l'IA générative pour l'expérience client et les interventions sur le terrain (ce qui inclut les chats, les centres d'appel et l'assistance technique sur site) contre 34 % en 2024²⁰

55 %

des entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive ont constaté un ROI sur les cas d'utilisation de l'IA générative pour l'expérience client et les interventions sur le terrain (ce qui inclut les chats, les centres d'appel et l'assistance technique sur site)²¹

²⁰ Dirigeants dont l'entreprise utilise actuellement ou prévoit d'utiliser l'IA générative pour l'expérience client et les interventions sur le terrain : 2024 : n=1 445, 2025 : n=3 285 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un ROI dans les domaines suivants de votre entreprise ?

²¹ Entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive qui utilisent actuellement ou prévoient d'utiliser l'IA générative pour l'expérience client et les interventions sur le terrain, n=449 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un ROI dans les domaines suivants de votre entreprise ?

Des clients plus satisfaits

Les entreprises peuvent utiliser l'IA générative et les agents IA pour améliorer l'expérience client de façon constante.

Aujourd'hui, les agents IA, y compris les agents conversationnels avancés, transforment déjà la façon dont les entreprises interagissent avec leurs clients. En effet, ces agents d'IA conversationnelle permettent d'atteindre des niveaux inédits de personnalisation et de multimodalité dans les conversations, ce qui améliore l'engagement et la satisfaction des clients, renforce leur fidélité et approfondit les relations.

²² Dirigeants indiquant que les solutions d'IA générative ont amélioré l'expérience client : 2024 : n=912, 2025 : n=2 133 ; question : (1) De quelle manière l'IA générative a-t-elle permis d'améliorer directement l'expérience utilisateur pour votre entreprise ? (2) Sur la base de vos initiatives passées/actuelles autour de l'IA générative, dans quelle mesure cette dernière a-t-elle directement amélioré l'expérience utilisateur ?

²³ Échantillon total : 2024 : n=1 539, 2025 : n=3 466 ; question : Parmi les domaines suivants, sur lesquels vos solutions d'IA générative ont-elles eu un impact significatif ?

²⁴ Utilisateurs de la première heure de l'IA agentive : n=460 ; question : Parmi les domaines suivants, sur lesquels vos solutions d'IA générative ont-elles eu un impact significatif ?



51 %

des dirigeants déclarant une amélioration de l'expérience client la quantifiant de 6 à 10 % (contre 53 % en 2024)²²

L'IA générative permet d'améliorer l'expérience client



63 %

déclarent que l'IA générative a amélioré l'expérience client (contre 60 % en 2024)²³



76 %

des dirigeants d'entreprises utilisatrices de la première heure de l'IA agentive ont constaté une amélioration de l'expérience client²⁴



“

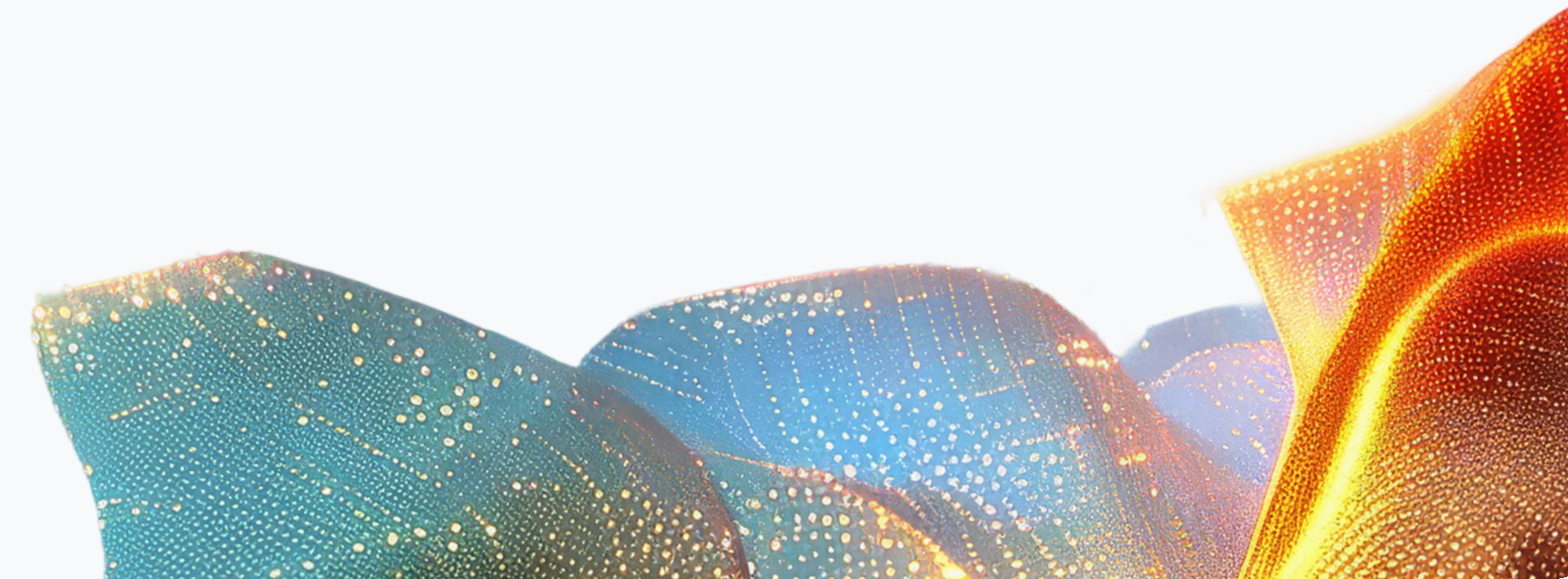


Chez Verizon, nous avons une ambition : faire de chaque interaction avec les clients un moment de partage sincère. La solution Customer Engagement Suite de Google, optimisée par Gemini, nous permet d'assurer un service plus rapide et personnalisé, de réduire considérablement la durée des appels et de nous concentrer sur ce qu'il y a de plus important : nos clients. Cette technologie dite "human-in-the-loop" (avec intervention humaine) n'est pas qu'une question de facilité. L'objectif est de fidéliser nos clients sur le long terme en leur proposant une expérience exceptionnelle."



Sampath Sowmyanarayan

PDG, Verizon Consumer Group



Des agents humains plus productifs

En plus d'aider les clients finaux, l'IA permet aux agents humains de traiter des demandes plus complexes et de fournir un service de meilleure qualité.

L'IA générative peut automatiser les tâches administratives telles que la saisie de données, la catégorisation des demandes et le routage des questions des clients. Elle peut également générer des résumés de conversations et créer des e-mails de suivi, ce qui permet aux agents humains de se concentrer sur des tâches plus complexes et à forte valeur ajoutée qui nécessitent leur empathie et leurs compétences de résolution en matière de problèmes.

70 %

des dirigeants déclarent un gain de productivité grâce à l'IA générative (contre 71 % en 2024)²⁵

²⁵ Échantillon total : 2024 : n=1 539, 2025 : n=3 466 ; question : Parmi les domaines suivants, sur lesquels vos solutions d'IA générative ont-elles eu un impact significatif ?

“

**BEST
BUY.**

Ces outils sont conçus pour réduire la charge mentale des agents, ce qui leur permet de mieux se concentrer sur la création d'un lien personnel avec le client Best Buy."



Ashley Daniels

Vice-présidente de la gestion des produits pour les technologies omnicanales et de ressources humaines, Best Buy



“

mr.
cooper

En tant que plus grand superviseur de prêts hypothécaires axé sur l'amélioration de l'efficacité opérationnelle, Mr. Cooper s'est appuyé sur l'IA de Google dans son outil AgentIQ pour générer davantage de valeur dans ses interactions avec les clients. En améliorant de 3,53 % le temps de traitement moyen des agents sur 500 000 appels mensuels, nous avons gagné 28 000 heures par an, ce qui nous a permis de gagner en efficacité à grande échelle."



Shikha Chadha

Senior Principal, gestion des produits, produits d'IA, Mr. Cooper



Une expérience client améliorée au-delà du centre de contact

L'IA générative peut vous aider à améliorer différentes étapes du parcours client, comme le commerce numérique et l'aide à la vente.

Sur tous les points de contact, au niveau des opérations du service client et ailleurs, les entreprises peuvent utiliser l'IA pour améliorer l'expérience client et la transformer en instants de fidélisation à la marque. Les dernières avancées de l'IA agentive les aident à aller à la rencontre de leurs clients, que ce soit en magasin, dans leur véhicule ou sur leurs appareils personnels comme leur smartphone.

54 %

des dirigeants indiquent que leur entreprise utilise l'IA générative pour le commerce numérique et les expériences optimisées (mobile, borne, Web)²⁶

²⁶ Échantillon total : n=3 466 ; question : Quelle est la relation de votre entreprise avec chacun des cas d'utilisation de l'IA générative ci-dessous ?

“



L'IA joue un rôle essentiel dans notre stratégie d'innovation. Exploiter l'IA dans les canaux de vente est un véritable levier pour acquérir de nouveaux clients en leur proposant des parcours personnalisés."



Renaud Perard

Directeur du digital, Bouygues Telecom

Une intelligence basée sur les données

Les insights conversationnels optimisés par l'IA transforment les conversations brutes avec les clients en renseignements exploitables.

En utilisant l'IA pour analyser la grande quantité de données textuelles et vocales provenant de sources telles que les appels au service client, les conversations avec les chatbots, les e-mails et les réseaux sociaux, les entreprises peuvent acquérir une compréhension approfondie des besoins, des préférences et des difficultés des clients. Ces insights peuvent vous aider à prendre des décisions commerciales stratégiques et à améliorer vos produits, ce qui tire à son tour l'expérience client vers le haut.

75 %

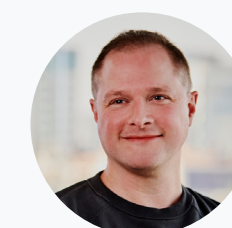
des dirigeants qui affirment que l'IA générative a un impact significatif sur l'expérience client signalent également une amélioration de la satisfaction des utilisateurs ou du Net Promoter Score (NPS)²⁷

²⁷ Dirigeants indiquant que les solutions d'IA générative ont amélioré l'expérience client : 2024 : n=921, 2025 : n=2 177 ; question : De quelle manière l'IA générative a-t-elle permis d'améliorer directement l'expérience utilisateur pour votre entreprise ?

“



L'époque où nous organisions des groupes d'étude pour comprendre ce que nos clients pensaient vraiment est révolue. À présent, nous collectons et catégorisons les données de toutes les interactions avec les clients (chat et voix) qui ont lieu chaque jour. Nous utilisons ces renseignements pour définir notre stratégie commerciale et décider où investir nos ressources."



Eugene Neale

Directeur de l'informatique d'entreprise et de l'IA conversationnelle, loveholidays



03

Investir dans un avenir prêt pour l'IA

La maturité de l'IA se reflète également dans l'évolution de son financement.

Les entreprises revoient leurs priorités pour s'adapter à un avenir où l'IA sera omniprésente. Les investissements augmentent et une part plus importante des budgets consacrés à l'IA est destinée au déploiement d'agents IA.

“

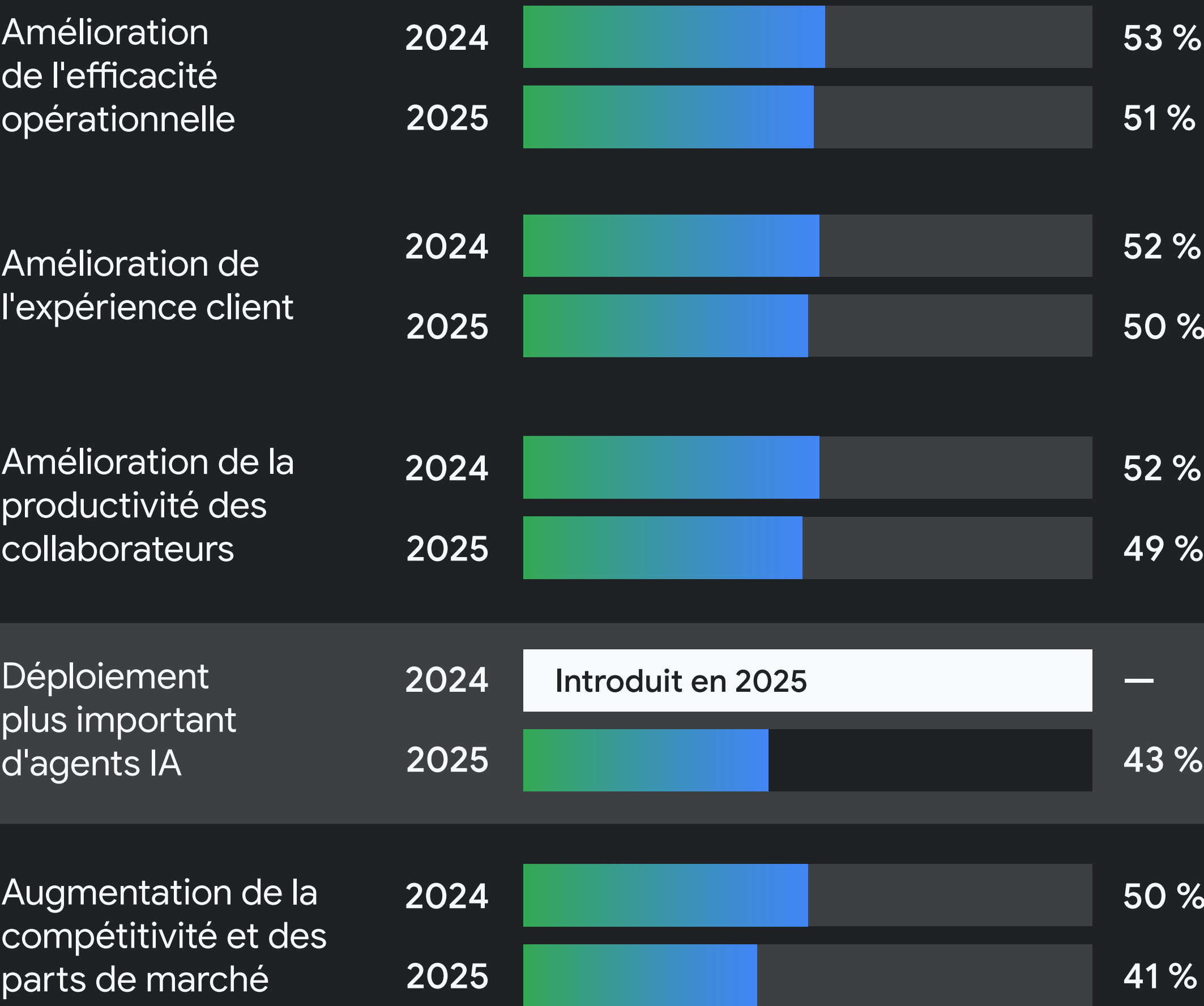


La technologie d'IA évolue rapidement. Il y a un an, très peu de monde parlait d'agents IA et d'IA agentive au niveau de l'entreprise. L'IA agentive est une force perturbatrice positive pour notre secteur. Nous devons repenser nos processus, tant pour les équipes que pour l'usage de l'IA. En donnant la priorité à l'IA agentive, nous nous préparons pour l'avenir."



Cristina Nitulescu
Responsable de la transformation numérique et de l'informatique,
Bayer Consumer Health

Les cinq principaux objectifs d'entreprise à atteindre avec l'IA générative au cours des deux à trois prochaines années



Échantillon total : 2024 : n=1 539, 2025 : n=3 466 ; question : Compte tenu des initiatives d'IA générative que vous avez récemment menées à bien, quels objectifs d'entreprise prévoyez-vous d'atteindre avec l'IA générative au cours des deux à trois prochaines années ?



Les dépenses globales consacrées à l'IA sont en hausse

L'IA est désormais un investissement essentiel pour les entreprises, comme le montrent deux tendances claires.

Alors que les coûts de la technologie diminuent, les dépenses globales augmentent. Ces nouveaux investissements sont de plus en plus financés par la réaffectation de capitaux provenant de budgets non liés à l'IA²⁸ en plus des 26 % en moyenne du budget informatique annuel total déjà alloués à l'IA²⁹.



77 %

indiquent que les dépenses de leur entreprise en IA générative ont augmenté à mesure que les coûts de la technologie ont diminué (question non posée en 2024)³⁰

58 %

indiquent que leur entreprise alloue un budget net supplémentaire (sans réduire les autres budgets) pour financer les investissements dans l'IA générative (contre 61 % en 2024)³¹

48 %

réaffectent un budget non lié à l'IA pour financer des investissements dans l'IA générative (contre 44 % en 2024)³¹

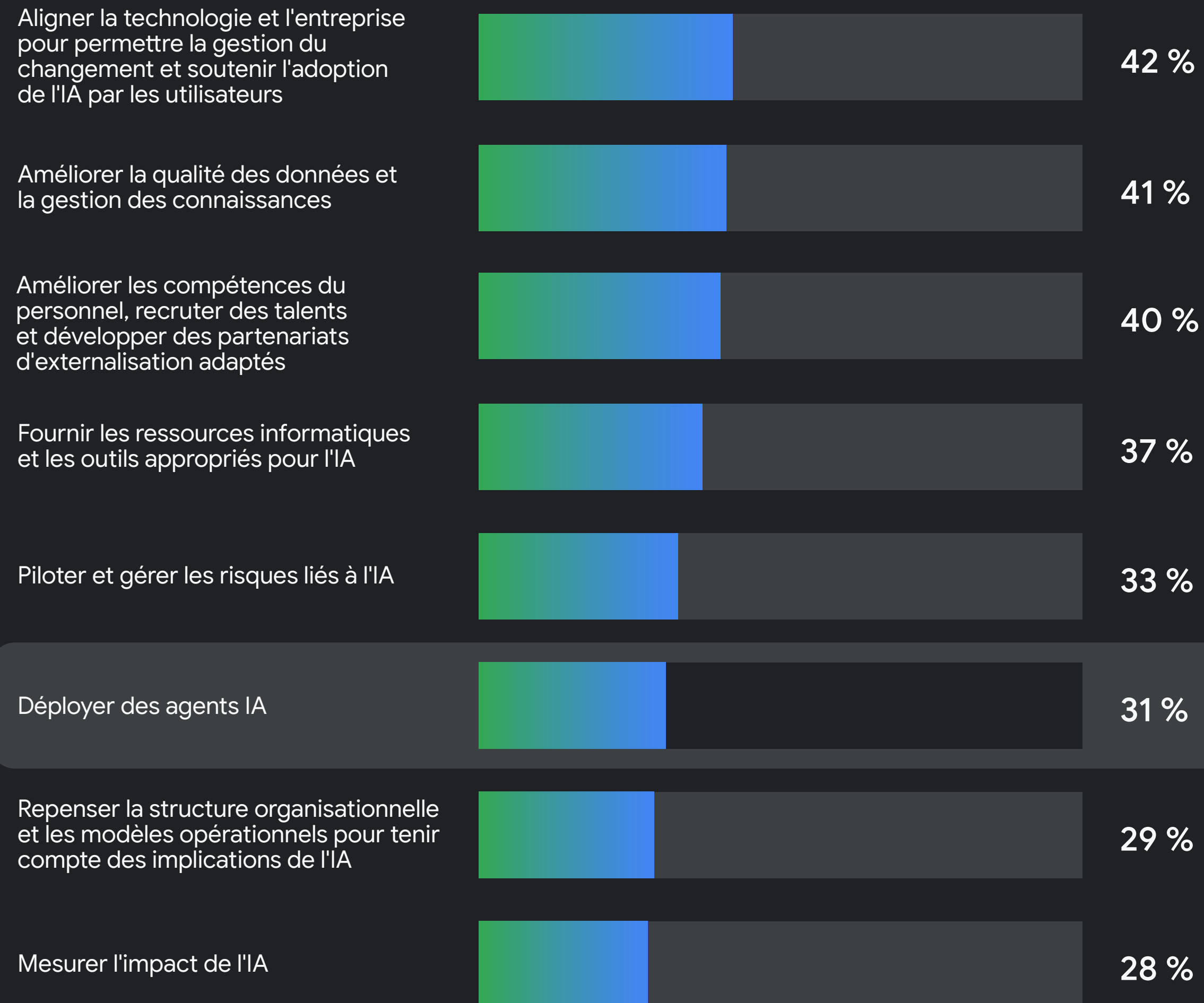
²⁸ Échantillon total : 2024 : n=1 539, 2025 : n=3 466 ; question : Quelle stratégie adoptez-vous pour financer vos initiatives d'IA générative ?

²⁹ Échantillon total : 3 315 ; question : Quel pourcentage de votre budget informatique annuel total est alloué à l'IA ? Les dépenses liées à l'IA incluent les talents, les licences de logiciels d'IA, le matériel et l'infrastructure d'IA, ainsi que le développement d'applications d'IA. Veuillez exclure les données et les analyses BI qui n'utilisent pas directement l'IA ou le ML.

³⁰ Échantillon total : n=3 466 ; question : La baisse des coûts de la technologie d'IA (entraînement et exploitation des modèles) a-t-elle modifié vos dépenses en IA générative ?

³¹ Échantillon total : 2024 : n=1 539, 2025 : n=3 466 ; question : Quelle stratégie adoptez-vous pour financer vos initiatives d'IA générative ?

Principaux axes d'investissement pour accélérer l'adoption de l'IA



Échantillon total : 2025 ; n=3 466 ; question : Quels sont les trois principaux axes d'investissement pour accélérer l'adoption de l'IA générative dans votre entreprise ?

“

COMMERZBANK 

Chez Commerzbank, nous privilégions les cas d'utilisation de l'IA qui promettent le meilleur ROI, ce qui nous permet de réaliser des économies considérables."



Oliver Dörler

Directeur des données et de l'IA, Commerzbank

Le ROI a toujours besoin du soutien de l'équipe de direction

L'IA génère les meilleurs retours lorsqu'elle est alignée sur des objectifs commerciaux clairs.

La formalisation de la stratégie d'IA se manifeste principalement par la stabilité et la force du soutien de la direction.

Comme l'année dernière, les résultats montrent que le soutien de l'équipe de direction est essentiel pour une adoption réussie de l'IA. Les dirigeants qui indiquent que leur entreprise bénéficie d'un alignement complet de la direction sont systématiquement plus susceptibles d'observer un ROI tangible sur leurs initiatives d'IA³².

³² Dirigeants d'entreprises bénéficiant du soutien complet de la direction et d'une vision claire des objectifs de l'IA générative : 2024 : n=540, 2025 : n=1 269 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un retour sur investissement (ROI) dans les domaines suivants de votre entreprise ?

“



Les dirigeants doivent d'abord définir ce que signifie le ROI. Cela va au-delà des rendements financiers. Nous devons nous demander s'il permet de gagner en efficacité et s'il contribue à atteindre les objectifs d'entreprise. Nous devons définir clairement ce que nous essayons d'accomplir."



Eric Lambert

Vice-président, conseiller juridique et en droit du travail, Trimble



78 %

des dirigeants indiquant que leur entreprise bénéficie du soutien de la direction constatent actuellement un ROI pour au moins un cas d'utilisation de l'IA générative en 2025³³

“

DASA

Le soutien de la direction est essentiel pour déployer une nouvelle technologie, quelle qu'elle soit. La direction doit comprendre de quoi il s'agit, comment la technologie fonctionne et l'impact qu'elle peut avoir afin d'allouer les ressources et le budget nécessaires à sa réussite."



Anaterria Oliveira

Vice-présidente de la technologie, Dasa

Plus révélateur encore, l'alignement entre l'adoption de l'IA générative et le soutien de la direction a considérablement augmenté, passant de 69 % en 2024 à 73 % en 2025³⁴.

³³ Un alignement fort indique une réponse de 4 ou 5 à la question "Dans quelle mesure l'adoption de l'IA générative est-elle liée aux objectifs commerciaux de votre entreprise ?". La note de 5 signifie "Soutien complet de la direction et vision claire des objectifs de l'entreprise concernant l'IA générative".

Le soutien de la direction est fortement corrélé à l'obtention d'un ROI sur l'IA générative

2024



Entreprises bénéficiant du soutien unanime de leur direction



Entreprises ne bénéficiant pas du soutien unanime de leur direction

2025



Entreprises bénéficiant du soutien unanime de leur direction



Entreprises ne bénéficiant pas du soutien unanime de leur direction

Dirigeants d'entreprises bénéficiant du soutien complet de la direction et d'une vision claire des objectifs de l'IA générative ; échantillon total 2024 : n=540, 2025 : n=1 269 ; dirigeants d'entreprises ne bénéficiant pas du soutien complet de la direction et d'une vision claire des objectifs de l'IA générative ; échantillon total 2024 : n=999, 2025 : n=2 197 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un ROI dans les domaines suivants de votre entreprise ?

³³ Dirigeants d'entreprises bénéficiant du soutien complet de la direction et d'une vision claire des objectifs de l'IA générative : n=1 269 ; question : Combien de temps pensez-vous qu'il faudra à l'IA générative pour aboutir à un ROI dans les domaines suivants de votre entreprise ?

³⁴ Échantillon total : 2024 : n=1 539, 2025 : n=3 466 ; question : Quel est le lien entre l'adoption de l'IA générative et les objectifs commerciaux de votre entreprise ?



Principales difficultés à prendre en compte

Pour de nombreuses entreprises, les principales difficultés liées à l'IA sont ancrées dans le travail de fond nécessaire pour la prendre en charge.

LSurmonter la complexité de l'intégration des systèmes et répondre aux normes élevées en matière de sécurité des données constituent les principaux obstacles. La solution consiste à adopter une stratégie de données moderne et intégrée qui privilégie dès le départ des protocoles de gouvernance et de sécurité robustes. Cette approche garantit des données à la fois accessibles pour l'innovation et sécurisées tout au long du cycle de vie de l'IA.

Plus d'un tiers

considère la confidentialité et la sécurité des données comme une priorité dans le choix d'un fournisseur de LLM³⁵

Trois principaux facteurs à prendre en compte pour choisir un fournisseur de LLM³⁵

Sécurité et confidentialité des données



37 %

Intégration dans les systèmes existants



28 %

Coût



27 %

³⁵ Échantillon total : n=3 466 ; question : Parmi les facteurs suivants, lesquels sont les PLUS importants pour votre entreprise au moment de choisir un fournisseur de LLM ?



“

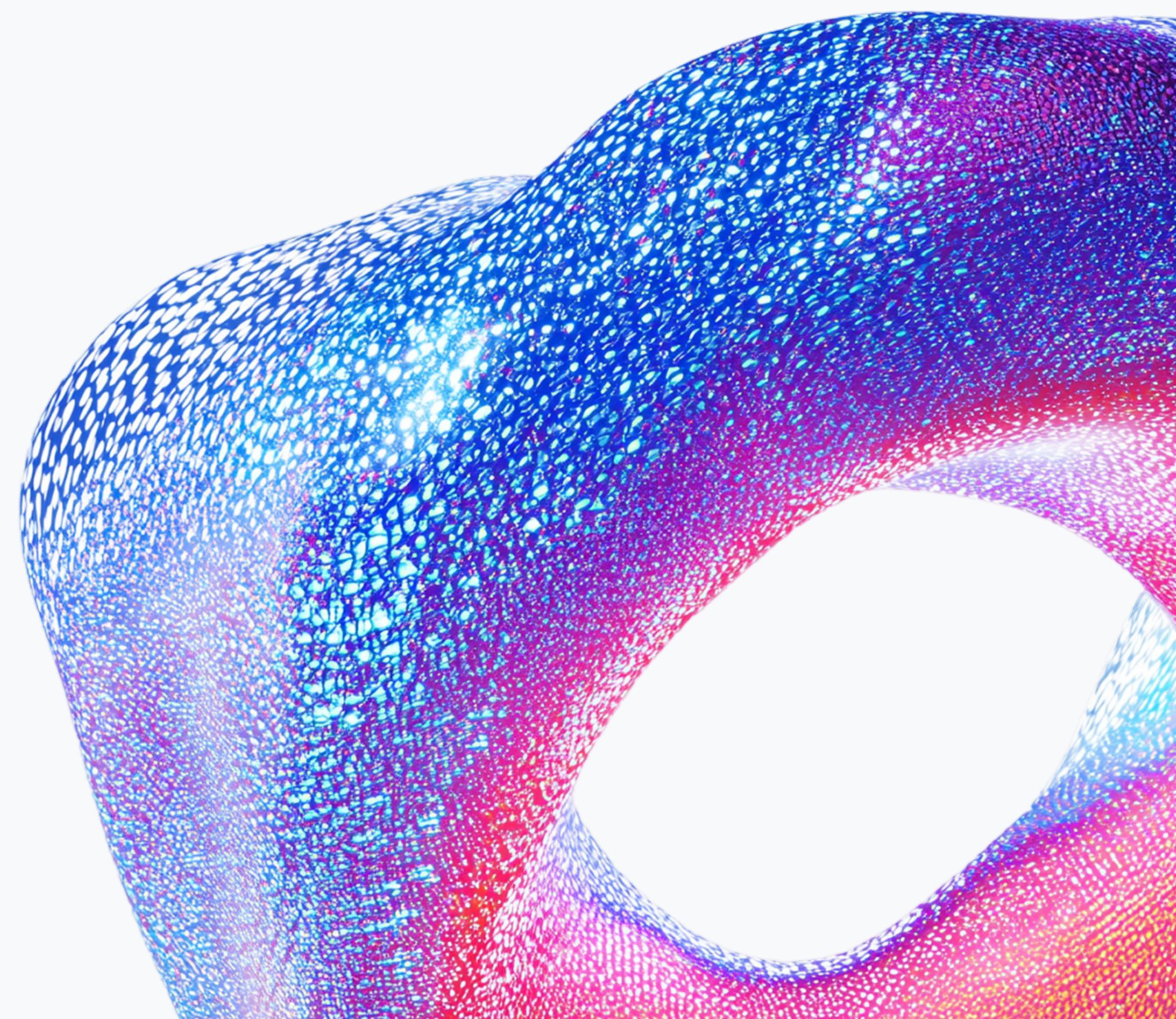
Deutsche Bank 

Tout le monde a conscience de leur valeur, mais il reste extrêmement difficile de déployer des agents IA tout en respectant les exigences de sécurité, de conformité et autres de l'entreprise."



Christoph Rabenseifner

Chief Strategy and Innovation Officer TDI and
Head of Corporate VC Group, Deutsche Bank





04

Étapes suivantes

Checklist du ROI des agents IA

- ✓ **Identifiez les soutiens parmi les dirigeants.**
Assurez-vous le soutien de la direction pour défendre les initiatives d'IA, lever les obstacles et aligner les résultats.
- ✓ **Démontrez la valeur afin d'obtenir un budget pour l'IA.**
Élaborez une étude de cas convaincante pour justifier un investissement spécifique dans l'IA.
- ✓ **Établissez vos règles sur l'IA dès maintenant.**
À mesure que l'utilisation de l'IA se développe, les risques augmentent. Fixez des consignes claires à l'échelle de l'entreprise pour sécuriser vos données, protéger votre propriété intellectuelle et assurer la conformité au fil du temps.
- ✓ **Commencez par ce qui vous profite le plus.**
Tous les projets d'IA ne se valent pas. Concentrez-vous sur la création d'agents IA capables d'automatiser les tâches répétitives pour générer un ROI clair.

- ✓ **Instaurez la confiance dans l'IA dès le premier jour.**
Commencez par mettre de l'ordre dans vos données grâce à un cadre robuste de gouvernance des données et de sécurité d'entreprise. Par la suite, conservez toujours un niveau d'intervention humaine.
- ✓ **Donnez à vos agents IA les outils dont ils ont besoin pour être utiles.**
Pour qu'un agent IA puisse faire son travail, il doit avoir accès à vos systèmes d'entreprise internes, comme votre CRM ou Drive. Accordez-lui un accès sécurisé et contrôlé.
- ✓ **Investissez dans vos talents et dans des programmes internes de formation à l'IA.**
Les entreprises les plus performantes ne se contentent pas d'acheter des technologies, elles développent des compétences.

Découvrez dans
quels domaines
votre entreprise
peut dégager un
ROI grâce à l'IA.

[Nous contacter](#)

Partager ce rapport [↗](#)

