



Apizee à l'origine d'une étude sur le comportement d'achat des Français à l'heure de l'IA

Un sondage éclairant. C'est en tout cas l'avis de son commanditaire, la PME Apizee, spécialisée dans la visio-assistance et installée à Lannion (Côtes-d'Armor), à l'origine d'un sondage OpinionWay sur les comportements d'achat des Français à l'heure de l'intelligence artificielle (IA). Commandée avec [Eloquent](#) et Smart Tribune, deux spécialistes de la relation client, l'étude a été menée mi-septembre sur 1.080 Français et dévoilée récemment. Elle montre que, sans surprise, le prix reste le premier critère d'achat, devant l'efficacité du service après-vente. Autre point important, souligné par Charles Kergaravat, directeur marketing chez Apizee : la valeur accordée par le consommateur aux interactions humaines. Notamment la possibilité de communiquer « avec une personne à tout moment » considérée comme essentielle (41 % des réponses pour une situation « en magasin », 33 % en ligne), tout comme l'écoute et un bon relationnel de la part des conseillers (42 % en magasin, 23 % en ligne).

Conjuguer interactions humaines et IA

Des résultats qui confortent Apizee dans sa stratégie. « Ce sondage visait à comprendre l'évolution des expériences clients grâce, ou à cause de, l'IA. Pour nous, la conclusion est que le recours à la visio-assistance peut se développer au profit du service client », estime le directeur marketing. L'enquête montre par ailleurs que les acheteurs sont réceptifs aux applications de l'IA améliorant la commodité, la personnalisation et l'efficacité dans leurs parcours d'achat.

Autrement dit, selon OpinionWay, pour tirer leur épingle du jeu, les marques doivent réussir à intégrer des solutions d'IA tout en maintenant une bonne relation humaine dans leur service client. « Cette étude nous permet de mieux comprendre l'attente de nos clients. Surtout, elle confirme le postulat d'Apizee, à savoir trouver le bon dosage entre l'IA et l'humain », note Charles Kergaravat.

Publicité

Lire aussi :

Apizee simplifie l'usage de la téléconférence

Apizee emploie 45 salariés et réalise 3 millions de chiffre d'affaires. Elle compte parmi ses clients des grands noms de la distribution, tels que la Fnac Darty, Kiloutou, mais aussi des industriels comme le Groupe Atlantic, Enedis ou Safran. « Nous travaillons aujourd'hui avec 20 % des entreprises du CAC 40 », affirme le responsable.