

L'Intelligence Artificielle au service des processus métiers



Chaque jour, les organisations doivent gagner en agilité, définir et qualifier des processus opérationnels, les optimiser et les fiabiliser. Dans ce contexte, comment l'IA peut-elle permettre à nos entreprises de relever le défi ? Comment peut-elle, à terme, nous permettre d'innover pour mieux collaborer et atteindre des objectifs vertueux ?

Désormais exposées aux quatre vents des impératifs sanitaires, réglementaires, climatiques et technologiques, il n'a jamais été aussi essentiel, pour les entreprises, de concilier performance économique, développement durable et qualité de service. Une certitude renforcée par l'arrivée des jeunes générations qui aspirent à davantage de motivation et de satisfaction au travail, et évaluent directement la manière dont l'entreprise s'engage au service de la société et de l'environnement.

Donner du sens à l'action et simplifier la prise de décision

Avec le temps, certaines organisations sont devenues si complexes qu'au lieu de favoriser l'action, elles produisent davantage d'opacité et d'ambiguïté. Il n'est pas rare de rencontrer des entreprises "silotées", de la donnée à la prise de décision, entraînant inefficacité, perte de sens

et mal être au travail. Dans ce contexte, donner, aux différents acteurs de l'entreprise, les moyens de centraliser et partager leurs informations pour aligner l'ensemble de leurs décisions devient donc un enjeu stratégique. Car la performance globale ne peut être au rendez-vous qu'à la condition que les actions engagées, à tous les niveaux de l'entreprise, soient en cohérence avec une vision clairement définie. Ainsi, décider de manière plus optimale, selon les intérêts et les objectifs de l'entreprise, qu'ils soient à la fois, économiques, sociaux et environnementaux, constitue là, le défi moderne des organisations. Et l'IA peut indubitablement devenir une aide précieuse.

L'IA, entre fantasme et réalité : cas concrets pour le Facility Management

Selon Pamela McCorduck, l'auteure américaine de « Machine who think »

le concept d'Intelligence Artificielle (IA) commence avec « le vieux souhait de jouer à Dieu ». Apparu dans les mythes anciens, il s'est largement répandu dans la culture populaire : du film *'Metropolis'* de Fritz Lang en 1926 à la série *'Black Mirror'* de 2011, c'est surtout au cours de la dernière décennie, que l'IA est littéralement passée du fantasme à la réalité.

Des enceintes intelligentes aux propositions de contenus personnalisés (vidéos, musiques, articles) en passant par l'assistance d'aide à la conduite en temps réel et les publicités personnalisées, les entreprises B2C traitent désormais de larges volumes de données clients pour créer des environnements de plus en plus pertinents, qui s'adaptent à chaque étape du parcours utilisateur, en fonction de ses comportements, préférences et habitudes d'achat. De leur côté, les entreprises du B2B, elles aussi, ont d'ores

et déjà adoptée l'IA dans leur quotidien, trouvant là, un moyen d'augmenter leur productivité et réduire leur coût, avec le vœu « pieux » de passer à l'échelle supérieure.

Pour les acteurs du Facility Management, par exemple, il existe différentes intelligences artificielles, qui permettent de simuler toutes sortes de scénarios de dimensionnement capacitaire (volume d'heures par compétences et niveau de compétences) pour anticiper la meilleure organisation à mettre en œuvre (lissage d'activité sur « x » mois selon le taux d'occupation des locaux) tout en optimisant l'évaluation budgétaire au plus près des engagements contractuels et énergétiques attendus. Grâce à la puissance de calcul du cloud, il est désormais possible de définir ces projections sous 48h (au lieu de 5 à 10 jours selon les organisations) pour, à la fois, répondre de manière plus éclairée aux appels d'offre, mais aussi pour évaluer rapidement les axes d'économies potentielles sur un contrat de services généraux en cours.

Associées entre elles, ces différentes intelligences artificielles, telles que la recherche opérationnelle combinatoire, le traitement automatique du langage naturel (NLP), l'apprentissage automatique (Machine Learning), notamment l'apprentissage profond (Deep Learning) et l'apprentissage par renforcement (Reinforcement Learning), sont également en mesure d'enrichir les données connues au sein de l'entreprise par des données « inconnues » car contextuelles, telles que les demandes urgentes, les absences imprévues, la fréquentation d'un ou plusieurs sites, les capteurs IoT, la météo et le trafic du jour, etc.

Avec de telles technologies d'IA, savamment orchestrées en un même endroit (via des interfaces ad'hoc ou directement connectées aux SI existants tels les GMAO par exemple), les acteurs du FM bénéficient de toutes les capacités pour coordonner l'ordonnancement de tâches en quasi temps réel, et l'affectation intelligente et mutualisée de leurs ressources disponibles, au plus près des besoins de leurs clients. A la clef, ce sont près de 30 % d'économies sur le coût des opérations, issus notamment d'optimisations adaptées à différents niveaux. En un seul clic, les intelligences artificielles sont en mesure de

traiter des critères multiples pour piloter l'atteinte d'objectifs variés ; le tout dans une logique constante d'amélioration continue.

De l'importance des données et du rôle que vous voulez jouer

Si une entreprise n'a pas encore opté pour une solution d'IA, il n'est peut-être pas trop tard. Cependant, elle doit s'assurer avoir pris les mesures nécessaires pour tirer le meilleur parti de ce type de technologie. En effet, les organisations qui ne prennent pas, à temps, les mesures nécessaires pour assurer la bonne collecte et gouvernance de leurs données, de manière éthique et durable, conformément au règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'UE, ne seront tout simplement pas en mesure de répondre efficacement au paysage changeant auquel elles seront confrontées.

Les scandales entourant l'affaire Cambridge Analytica ou encore l'élection présidentielle américaine de 2016 ont largement mis en lumière la façon dont certaines entreprises gèrent les données des utilisateurs, et il est de plus en plus probable que la collecte et la protection des données - collaborateurs et clients - soient un pivot essentiel pour les entreprises qui investissent dans les solutions d'IA.

Une fois les données convenablement administrées, il est également important d'avoir une feuille de route stratégique pour évaluer où en est votre entreprise aujourd'hui et où vous souhaiteriez la voir arriver dans les cinq ou dix prochaines années. Ceci pour créer un cadre permettant à votre entreprise de commencer à automatiser certaines parties de vos efforts grâce à l'IA, et identifier, de manière prospectiviste, comment l'IA peut avoir un impact positif sur la transformation de vos métiers, l'évolution de vos salariés, et le rôle que votre entreprise entend jouer au sein de la société, et dans le monde en général.

Les pièges à éviter pour réussir

Une erreur courante consiste à supposer que l'IA peut résoudre des problèmes que nous ne comprenons pas, ou qu'elle aidera notre organisation d'une manière générale, et somme toute, assez vague, comme si celle-ci représentait un bouton magique sur

lequel nous pouvions appuyer pour commander : « Créer de nouveaux services, améliorer la qualité de vie au travail, favoriser l'engagement des collaborateurs ».

Avant d'avoir recours à l'IA pour soutenir vos processus métiers (et vos efforts !), il est également important de bien connaître les capacités des solutions d'IA que vous envisagez et ce que celles-ci peuvent vraiment vous apporter. A la fois parce qu'il y a beaucoup d'offres de services sur le sujet et que ces offres ne feront que croître. Investir dans l'IA, sans être parfaitement aligné sur ce que votre organisation souhaite accomplir et comment elle pourra l'accomplir, est une voie royale pour l'échec.

Nouvelles formes de travail et raison d'être de l'entreprise

Les technologies dotées d'intelligences artificielles favorisent, par essence, l'émergence d'un environnement où l'information est centralisée, l'apprentissage continu et la connaissance partagée. Elles impulsent inéluctablement de nouvelles manières de travailler et facilitent l'alignement des prises de décision pour délivrer un impact positif et immédiat sur les processus métiers.

Faire entrer son entreprise dans l'ère de l'IA, c'est, avant tout, accompagner son organisation et ses collaborateurs dans une dynamique apprenante et de formation continue. Cela lui permettra, non seulement de s'adapter plus rapidement aux changements croissants de son époque, mais aussi, de littéralement libérer son intelligence organisationnelle pour adopter de nouvelles façons d'appréhender le quotidien.

Autant d'avantages qui contribueront également à construire sa raison d'être « People - Planet - Profit », à condition, bien entendu, d'en avoir l'ambition profonde et sincère. Sans cela, il est une prédiction d'Henri Ford datant de 1920 et superbement d'actualité : « *L'entreprise doit faire des profits, sinon elle mourra. Mais si l'on tente de faire fonctionner une entreprise uniquement sur le profit, alors elle mourra aussi car elle n'aura plus de raison d'être* ».

LINDA HELLAL

**Directrice de la stratégie
et du développement Datapole
Présidente Market Keys**