

Comment tirer parti de l'intelligence artificielle dans le commerce international ?

Comment l'IA peut-elle aider à optimiser les stratégies d'entrée sur les marchés étrangers, à améliorer le marketing international, le suivi des devises ou la gestion multiculturelle des ressources humaines ? Les réponses de Jane Menzies, maître de conférences en commerce international à l'Université de la Sunshine Coast (Queensland, Australie).

Tout d'abord, comment définir l'IA et ses capacités ?

L'IA est considérée comme un système informatique qui mène ses opérations comme des êtres humains, imitant ainsi l'intellect humain... Ou encore comme « la science et l'ingénierie de la fabrication de machines intelligentes ». Le domaine de l'IA englobe diverses capacités – perception, raisonnement, apprentissage et prise de décision – aux niveaux individuel ou institutionnel. L'OCDE caractérise l'IA comme « un système basé sur une machine qui peut, pour un ensemble donné d'objectifs définis par l'homme, réaliser des prédictions, des recommandations ou prendre des décisions influençant des environnements réels ou virtuels ». Les systèmes d'IA sont conçus pour fonctionner avec différents niveaux d'autonomie, notamment comme un système d'auto-apprentissage. Ils sont dotés de plusieurs compétences, comme la capacité de comprendre le langage naturel, de repérer des modèles dans les données, de résoudre des problèmes et de s'adapter à de nouvelles circonstances sans avoir besoin de programmation explicite. Il existe toute une gamme d'applications pratiques de l'IA : assistants intelligents (Alexa, Google Home), traduction (Google Translate, traduction simultanée via Zoom), transcription, voitures autonomes, diagnostic médical, robotique...

Comment tirer parti de l'IA dans le commerce international ?

L'utilisation de l'IA en entreprise peut contribuer à améliorer la productivité, la compétitivité et la prise de décision, en particulier dans le contexte multinational. L'intégration de l'IA permet aux entreprises de naviguer dans des environnements mondiaux complexes en facilitant l'analyse prédictive avancée, l'automatisation des tâches et l'exploitation des informations basées sur les données. Selon un rapport de McKinsey, l'utilisation de l'IA devrait générer 13.000 milliards de dollars d'activité économique mondiale d'ici 2030. Grâce à une combinaison d'IA et d'analyse de données, les acteurs du commerce international sont mieux placés pour prévoir les demandes du marché et atténuer les risques, optimiser la gestion de la chaîne d'approvisionnement, rationaliser la logistique et améliorer les transactions transfrontalières. La traduction linguistique alimentée par l'IA, utilisant le traitement du langage naturel, a le potentiel d'améliorer considérablement la communication et la négociation interculturelles et interlinguistiques en offrant une traduction simultanée en temps réel, comblant les barrières linguistiques et favorisant ainsi des partenariats internationaux plus solides et plus efficaces. La traduction automatique pilotée par l'IA aide notamment les détaillants en ligne à renforcer leurs exportations. L'IA aidera également à réduire les coûts de transaction pour une entreprise internationale.

Où en est-on aujourd'hui de la curiosité pour l'IA et de son adoption par le grand public ?

Au cours de la période 2023-2024, les discussions sur l'IA ont foisonné avec l'introduction et l'accessibilité ouverte de Chat-GPT d'Open AI et d'autres programmes similaires comme CoPilot de Microsoft, Gemini de Google, Claude, Perplexity, etc. Cette accessibilité a suscité une curiosité généralisée quant à l'impact de l'IA sur le travail et les entreprises. Avec un potentiel documenté pour transformer le commerce et la collaboration au-delà des frontières, l'influence de l'IA s'étend aux niveaux gouvernementaux dans les négociations commerciales internationales. Malgré cela, il existe un manque important de connaissances concernant les applications de l'IA dans les stratégies, les pratiques et les activités du commerce international. L'objet de notre revue de littérature et de notre analyse thématique, fondées sur 37 articles pertinents, est de combler ces lacunes, en explorant les manières dont l'IA peut être appliquée aux approches d'innovation dans le commerce international, à la sélection des marchés internationaux et des modes d'entrée, au suivi des devises, à la gestion internationale des ressources humaines, aux chaînes d'approvisionnement internationales, à la gestion interculturelle, etc.

Quel peut être l'apport de l'IA pour la sélection des marchés étrangers ?

L'IA peut permettre aux entreprises multinationales de surveiller efficacement les tendances et les opportunités émergentes sur les marchés étrangers sans engager de ressources substantielles, ce qui leur permet d'accroître la reconnaissance des opportunités internationales. Les outils d'analyse et de visualisation de données basés sur l'IA peuvent fournir des informations et des recommandations sur l'état actuel et futur d'un marché étranger, facilitant ainsi une prise de décision éclairée dans la sélection des marchés à cibler en priorité.

Comment l'IA peut-elle être utile pour prévoir les variations des devises ?

La question du change est primordiale pour la prise de décision dans le commerce international, car la fluctuation des devises peut entraîner des pertes ou des gains de change et par conséquent affecter les marges bénéficiaires anticipées. L'IA peut être utilisée pour prédire et comprendre les tendances et les mouvements des devises, rendant ainsi plus fiables les décisions dans ce domaine. Les algorithmes d'IA peuvent en effet aider à prévoir de manière plus précise la direction que peuvent prendre les devises. Par exemple, le Nikkei a affirmé qu'un système d'IA formé sur les données du Nikkei provenant d'articles, des tendances à long terme du dollar et du yen, des prix des matières premières et d'autres indicateurs de marché, pourrait avoir le potentiel de prédire les tendances futures des devises.

Quelles sont les applications dans la gestion internationale des ressources humaines ?

Dans la concurrence mondiale pour les meilleurs talents, il devient impératif d'adopter des outils de recrutement avancés. L'IA peut améliorer l'efficacité et l'efficacité des processus de recrutement, de la promotion de l'offre d'emploi à l'évaluation et à la coordination des candidats. L'IA peut par exemple extraire des données des plateformes de médias sociaux pour garantir que les candidats de haut niveau qui ne recherchent pas activement un emploi se voient néanmoins présenter des fenêtres contextuelles ou des bannières présentant l'opportunité d'emploi. L'IA facilite la sélection des candidatures en établissant un modèle du candidat idéal basé sur les candidats précédemment

retenus. Dans l'évaluation des candidats, les technologies d'IA peuvent aider à développer des questions d'entretien et des tests ludiques pour évaluer certaines caractéristiques comme la propension au risque. Dans la coordination du recrutement, les candidats peuvent avoir la possibilité de soumettre uniquement leur profil LinkedIn, le système d'IA se chargeant ensuite de compléter les informations de profil et de remplir le CV au nom du candidat. En outre, les chatbots peuvent répondre aux questions des candidats sur le processus de recrutement, l'entreprise, le salaire, la date de début ou la tenue vestimentaire appropriée pour l'entretien. En matière de formation, les algorithmes d'IA peuvent évaluer et identifier les compétences nécessaires aux employés de l'entreprise, guidant ainsi l'élaboration et la mise en place de programmes de formation. L'IA peut aussi aider à déterminer des niveaux de rémunération appropriés avec moins de préjugés et de subjectivité, soutenant ainsi des pratiques de gestion des ressources humaines plus équitables. Les assistants virtuels comme Cortana et Siri peuvent également aider les personnes au travail et contribuer ainsi à améliorer leur productivité.

Comment utiliser l'IA dans le marketing international ?

Les assistants virtuels et les chatbots basés sur l'IA deviennent des outils indispensables pour le marketing international, fournissant une assistance 24 heures sur 24, répondant aux demandes des clients et facilitant les interactions au-delà des barrières linguistiques. Les algorithmes d'IA peuvent analyser les données des consommateurs pour fournir des recommandations de produits, du contenu et des expériences hautement personnalisés, répondant aux préférences et aux besoins uniques des clients sur divers marchés mondiaux. Les capacités prédictives de l'IA permettent aussi aux entreprises d'affiner leurs stratégies publicitaires ciblées, optimisant ainsi la portée et l'efficacité de leurs campagnes marketing au-delà des frontières. Les solutions de traduction automatique basées sur l'IA peuvent également faciliter la communication en permettant une traduction transparente des documents, du contenu audiovisuel et des interactions en temps réel, éliminant ainsi les barrières linguistiques.

Quelles sont, plus précisément, les utilisations des chatbots basés sur l'IA ?

Ils donnent aux entreprises qui s'internationalisent différents moyens d'agir. Ils peuvent fournir une assistance client 24h/24 et 7j/7 dans plusieurs langues, garantissant ainsi que les clients internationaux reçoivent une assistance rapide et personnalisée, quel que soit leur emplacement ou leur langue. Ces chatbots peuvent également automatiser et rationaliser les interactions avec les clients, en traitant les demandes classiques, les commandes et d'autres tâches du service client, libérant ainsi les ressources humaines pour des tâches plus complexes ou plus stratégiques du marketing international. Ces chatbots basés sur l'IA peuvent apprendre en continu et s'adapter en permanence, en exploitant les commentaires et les données des clients pour améliorer leurs capacités conversationnelles, leur compréhension des besoins clients, et fournir ainsi une assistance de plus en plus personnalisée et efficace. Ils peuvent évoluer de manière transparente pour répondre aux demandes croissantes des bases de clients internationales, garantissant ainsi que les entreprises peuvent maintenir des niveaux élevés de réactivité et de qualité de service à mesure qu'elles se développent sur de nouveaux marchés mondiaux.

Quel est l'apport des solutions de traduction automatique ?

Elles peuvent aider à traduire facilement les informations pour stimuler les ventes. Les solutions de traduction automatique basées sur l'IA peuvent faciliter une communication et des transactions transparentes entre les entreprises et les clients de différents pays, en éliminant les barrières linguistiques et en améliorant l'expérience client. En tirant parti des algorithmes d'analyse de données et de personnalisation basés sur l'IA, les entreprises peuvent adapter leurs stratégies marketing, leurs offres de produits et leurs interactions avec les clients pour mieux répondre aux besoins et aux préférences uniques des consommateurs de différentes langues. L'intégration des technologies d'IA dans les efforts de marketing international ouvre ainsi la voie à de nouvelles opportunités de croissance et de réussite. L'IA peut également permettre aux entreprises d'adapter leur publicité aux différents marchés internationaux et notamment d'illustrer plus facilement leurs produits au moyen d'images personnalisées pour des utilisateurs ciblés (asiatiques, africains, arabes, caucasiens, etc.).

Quels sont les limites et défis dans la mise en œuvre de l'IA ?

L'intégration de l'IA dans les systèmes et les infrastructures d'entreprise existants peut poser des défis technologiques importants, nécessitant des ressources et une expertise informatiques étendues. Le succès des solutions basées sur l'IA dépend fortement de la disponibilité et de la qualité des données, ce qui peut constituer un obstacle majeur pour certaines organisations. Le gouvernement peut aussi limiter l'accès à l'information, en renforçant la réglementation nationale autour de l'IA. L'utilisation de l'IA soulève également des préoccupations éthiques, des questions de confidentialité, de partialité (biais) et de transparence, qui doivent être soigneusement prises en compte par les entreprises et les gouvernements. Pour bénéficier des potentialités de l'IA, la première question à se poser est : comment l'IA peut-elle m'aider dans mon travail au quotidien ? Il faut ensuite passer du temps à comprendre ses capacités et à identifier ses faiblesses, à utiliser l'IA et ses capacités d'apprentissage automatique, l'objectif étant d'augmenter le travail humain plutôt que de le remplacer.