



Sélection de marchés, prévision des devises, recrutement, marketing : jusqu'où l'IA et le commerce international peuvent-ils désormais s'entremêler ? Jane Menzies, maîtresse de conférences à l'Université de la Sunshine Coast, dresse un panorama complet des usages concrets de l'intelligence artificielle pour les entreprises exportatrices.

L'analyse de Jane Menzies : ce que l'intelligence artificielle change concrètement dans le commerce international

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

JM : 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 la caractérise 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 systèmes d'auto-apprentissage, et sont dotés de plusieurs compétences : comprendre le langage naturel, repérer des modèles dans les données, résoudre des problèmes et s'adapter à de nouvelles circonstances sans programmation explicite. Il existe toute une gamme d'applications pratiques, des assistants intelligents comme Alexa ou Google Home à la traduction, en passant par la transcription, les voitures autonomes, le diagnostic médical ou la robotique.

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

JM : 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. Son intégration 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 issues des 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, 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, fondée sur le traitement du langage naturel, a le potentiel d'améliorer considérablement la communication et la négociation interculturelles en offrant une traduction simultanée en temps réel, favorisant ainsi des partenariats internationaux plus solides. Elle aide notamment les détaillants en ligne à renforcer leurs exportations, tout en réduisant 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 ?

JM : Au cours de la période 2023-2024, les discussions sur l'IA ont foisonné avec l'introduction et l'accessibilité ouverte de ChatGPT d'OpenAI et d'autres programmes similaires comme Copilot de Microsoft, Gemini de Google, Claude ou Perplexity. Cette accessibilité a suscité une curiosité généralisée quant à l'impact de l'IA sur le travail et les entreprises, et son influence s'étend désormais 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 et des modes d'entrée, au suivi des devises, à la gestion internationale des ressources humaines, aux chaînes d'approvisionnement ou à la gestion interculturelle.

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

JM : 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 accroît leur 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 ?

JM : 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 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. Le Nikkei a par exemple affirmé qu'un système d'IA formé sur ses données, sur les tendances à long terme du dollar et du yen, sur les 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 ?

JM : 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'efficacités des processus de recrutement, de la promotion de l'offre d'emploi à l'évaluation et à la coordination des candidats. Elle peut par exemple extraire des données des plateformes de médias sociaux pour présenter des opportunités d'emploi à des candidats de haut niveau qui ne recherchent pas activement un poste, ou faciliter la sélection des candidatures en établissant un modèle du candidat idéal basé sur les précédents recrutements réussis. 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 soumettre uniquement leur profil LinkedIn, le système d'IA se chargeant de compléter les informations et de remplir le CV en leur nom. Des chatbots peuvent aussi répondre aux questions des candidats sur le processus de recrutement, l'entreprise, le salaire ou la date de début. En matière de formation, les algorithmes d'IA peuvent évaluer les compétences nécessaires aux employés et guider l'élaboration de programmes adaptés ; ils peuvent aussi aider à déterminer des niveaux de rémunération plus équitables, avec moins de préjugés et de subjectivité.

Comment utiliser l'IA dans le marketing international ?

JM : 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 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, tandis que les solutions de traduction automatique facilitent la communication en permettant une traduction transparente des documents, du contenu audiovisuel et des interactions en temps réel.

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

JM : Ils donnent aux entreprises qui s'internationalisent différents moyens d'agir. Ils peuvent fournir une assistance client 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 dans plusieurs langues, garantissant que les clients internationaux reçoivent une assistance rapide et personnalisée, quel que soit leur emplacement ou leur langue. Ils peuvent aussi automatiser et rationaliser les interactions avec les clients, en traitant les demandes classiques, les commandes et d'autres tâches du service client, ce qui libère les ressources humaines pour des tâches plus stratégiques. Ces chatbots peuvent apprendre en continu et s'adapter en permanence, en exploitant les commentaires et les données des clients pour améliorer leurs capacités conversationnelles et leur compréhension des besoins clients, tout en évoluant de manière transparente pour répondre aux demandes croissantes des bases de clients internationales.

Quel est l'apport des solutions de traduction automatique ?

JM : Elles peuvent aider à traduire facilement les informations pour stimuler les ventes, en facilitant une communication et des transactions transparentes entre les entreprises et les clients de différents pays, ce qui élimine les barrières linguistiques et améliore 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 de consommateurs de différentes langues. L'IA peut également permettre aux entreprises d'adapter leur publicité aux différents marchés internationaux, notamment en illustrant plus facilement leurs produits au moyen d'images personnalisées pour des utilisateurs ciblés.

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

JM : 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, et le gouvernement peut aussi limiter l'accès à l'information en renforçant la réglementation nationale. L'utilisation de l'IA soulève par ailleurs des préoccupations éthiques, des questions de confidentialité, de partialité 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, en utilisant l'IA et ses capacités d'apprentissage automatique dans l'objectif d'augmenter le travail humain plutôt que de le remplacer.