Du pilote IA à une entreprise agentique

Comment l'IA agentique et la GenAI peuvent-elles créer une croissance mesurable ?

adesso

Contenu

5 | Pourquoi les pilotes IA ne sont pas suffisants ?

6 | Passer à l'Agentic Enterprise en quatre étapes

12 | De l'application IA à l'Agentic Enterprise : trois secteurs, trois perspectives

16 | Cinq étapes vers l'Agentic Enterprise

20 | Êtes-vous encore en phase pilote ou êtes-vous déjà en cours de déploiement ?

21 | Évaluez votre potentiel en 90 minutes

LES ENTREPRISES QUI N'INTÈGRENT PAS L'INNOVATION SE PRIVENT D'UN POTENTIEL DE DIFFÉRENCIATION QU'IL SERA DIFFICILE DE RATTRAPER AVEC LE TEMPS.

Pourquoi les pilotes IA ne sont pas suffisants ?

Presque toutes les entreprises en Suisse travaillent désormais avec l'IA. Des chatbots pour le service client, des agents pour le développement de logiciels, des modèles génératifs pour le contenu et l'analyse. 78% de toutes les organisations interrogées dans le monde utilisent l'IA dans au moins une fonction commerciale, tandis que 71% utilisent régulièrement l'IA générative.[1]

Mais pour la plupart, les choses en sont restées là. L'IA a été introduite pour ne pas rater le coche, et non pour atteindre un objectif commercial. Les outils ont été acquis, des pilotes ont été mis en place, des premiers résultats ont été obtenus. Mais la question de savoir comment l'IA s'intègre dans les processus décisionnels et les modèles existants est restée sans réponse. L'IA fonctionne en parallèle de l'activité, et non en son cœur. Selon l'étude Emerging Technology Trends de Deloitte, seuls 11% des organisations interrogées déploient activement des systèmes agentiques en production, tandis que 42% travaillent encore sur leur stratégie.[2]

BEAUCOUP DE PROOFS OF CONCEPT, MAIS PEU DE PROOF OF VALUE.

Les causes résident rarement dans la technologie. Les modèles fonctionnent et l'infrastructure est en place. Ce qui manque, en revanche, c'est la transposition dans le travail quotidien. Savoir qui est responsable des décisions d'un agent ? Comment un processus change-t-il lorsqu'une étape est automatisée ? Quelles données doivent être accessibles, et comment ?

Dans le même temps, les règles du jeu changent. Les besoins des clients évoluent plus vite que la capacité de nombreuses organisations à y répondre. Les produits, les services et les expériences client deviennent interchangeables. Quiconque n'intègre pas l'innovation perd un potentiel de différenciation impossible à rattraper.

La prochaine étape de développement s'appelle l'Agentic AI. Les modèles d'IA classiques réagissent aux demandes et fournissent des résultats. Les agents vont plus loin : ils poursuivent de manière autonome un objectif défini, décomposent des tâches complexes en sous-étapes, accèdent aux systèmes et aux sources de données, prennent des décisions dans des limites claires et documentent leurs actions de manière transparente. La différence décisive réside dans le degré d'autonomie : les agents planifient, agissent et utilisent des outils au lieu de simplement répondre à un simple prompt.

En combinaison avec l'IA générative, il en résulte une nouvelle dimension de performance. La GenAI comprend les données non structurées, génère des textes et identifie des modèles. L'Agentic AI, quant à elle, crée des actions de manière autonome. Ensemble, elles repoussent les limites de ce qui peut être automatisé et transformé en valeur commerciale.

Les entreprises qui évoluent vers l'Agentic Enterprise placent l'innovation au cœur de leur croissance. Les pages suivantes présentent les leviers de cette transformation et les étapes concrètes pour la mener à bien.

[1] McKinsey, "The State of AI: How organizations are rewiring to capture value", mars 2025.
[2] Deloitte, "Agentic AI Strategy", Emerging Technology Trends, février 2026.

Passer à l'Agentic Enterprise en quatre étapes

Le piège, c'est de penser l'IA comme une initiative isolée, et non comme une partie d'une stratégie de croissance globale. Les entreprises qui déploient l'IA avec succès adoptent une approche différente. Elles ne misent pas sur des outils individuels, mais sur l'interaction de quatre leviers qui, ensemble, tracent la voie vers l'Agentic Enterprise. Toutes les entreprises ne doivent pas nécessairement actionner les quatre leviers en même temps, mais chacune devrait savoir où elle se situe.

Ce qui en résulte est bien plus qu'une simple amélioration technologique. **L'Agentic Enterprise est une organisation fondamentalement différente.** Une organisation qui se définit par ses compétences plutôt que par la rigidité de ses processus. Son modèle opérationnel se transforme car les agents prennent en charge les tâches opérationnelles, permettant aux humains de se concentrer sur le pilotage, la qualité et les décisions stratégiques.

Cela a des conséquences à tous les niveaux : au niveau de la direction, où la stratégie d'IA devient une priorité absolue. Dans chaque département, où de nouveaux rôles et responsabilités apparaissent. Et vers l'extérieur, où les parcours clients se transforment radicalement, parce que les clients interagissent avec des agents plutôt qu'avec des formulaires et des files d'attente.

1 L'IA et la GenAI comme moteurs de croissance

Le **premier levier** est le plus évident. Et en même temps, il est souvent le plus mal compris. Dans de nombreuses organisations, l'IA est principalement utilisée pour son efficacité : accélérer les processus, réduire les coûts, automatiser les tâches. Ce n'est pas faux, mais c'est trop restrictif.

La question que les entreprises devraient se poser n'est pas : où pouvons-nous économiser des coûts grâce à l'IA ? Mais plutôt :

OÙ POUVONS-NOUS FAIRE DES CHOSES QUI SERAIENT IMPOSSIBLES SANS L'IA ?

Les gains d'efficacité sont linéaires. La nouvelle création de valeur ne l'est pas.

Un assureur qui gère de manière autonome l'ensemble du processus transforme **sa promesse de service envers ses clients** de « Nous traitons votre sinistre » à « Votre sinistre est réglé », plutôt que de se contenter de traiter les sinistres plus rapidement. Une banque dont l'IA analyse de manière autonome les actualités du marché et qui comprend les opportunités du secteur des crédits transforme fondamentalement sa logique commerciale. La **Leadmachine de la BayernLB en est un exemple.**

Selon l'enquête mondiale de McKinsey, 92% des entreprises interrogées prévoient d'augmenter leur budget d'IA au cours des trois prochaines années[3]. La question décisive est de savoir si cet argent sera investi dans d'autres pilotes ou dans des initiatives de croissance évolutives. **Les entreprises qui prennent l'IA au sérieux en tant que moteur de croissance investissent dans des cas bien définis avec un impact commercial mesurable.**

La différence entre efficacité et croissance détermine si l'IA reste un centre de coûts ou si elle devient un levier pour le chiffre d'affaires.

[3] McKinsey, “The State of AI: Global Survey”, Novembre 2025.

Customer Centricity

La technologie à elle seule ne suffit pas à se différencier. Ce qui fait réellement la différence, c'est la capacité à **mieux comprendre les besoins des clients et à y répondre plus rapidement que la concurrence.** Dans de nombreux secteurs, les règles du jeu sont déjà en train de changer :

S'ÉLOIGNER DE LA TECHNICITÉ DES PRODUITS ET DES PRIX POUR SE CONCENTRER SUR LA QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE CLIENT.

Ceux qui donnent à leurs clients le sentiment d'être compris ont une longueur d'avance. Ceux qui les orientent toujours vers des formulaires ou qui les font patienter perdent leur avantage.

C'est précisément là que l'IA agentique crée de la valeur. Des agents capables de réunir en temps réel les données clients provenant de différents systèmes, d'identifier des comportements et d'en déduire des recommandations proactives et personnalisées repoussent les limites de ce qu'il est possible d'offrir en matière de service individualisé. Et cela à grande échelle, sur tous les canaux et 24 heures sur 24.

Un fournisseur d'énergie qui utilise un agent IA pour traiter, sur différents canaux et de façon claire, les questions relatives aux contrats, aux relevés de compteurs ou aux changements de tarifs ne se contente pas de réduire ses coûts de service. **Il crée une expérience client qui devient un véritable facteur de différenciation.** Et si cet agent contacte les clients de manière proactive et leur propose des offres adaptées à leurs habitudes de consommation, il instaure une forme de fidélisation qu'il est difficile d'atteindre avec les approches CRM traditionnelles.

L'orientation client consiste à faire le choix stratégique de penser systématiquement la technologie du point de vue du client. Pour la première fois, l'IA agentique permet de déployer cette approche à grande échelle. Elle rend les interactions personnalisées évolutives, sans que les ressources nécessaires n'augmentent dans les mêmes proportions.

Solution Logicielle basée sur L'IA

Le **troisième levier** agit en interne, mais a des répercussions directes en externe

LE DÉVELOPPEMENT LOGICIEL RESTE UN FREIN DANS LA PLUPART DES ENTREPRISES :

Trop lent,trop coûteux, trop dépendant de spécialistes rares. Chaque idée de produit, chaque amélioration de processus, chaque nouvelle interface se retrouve dans la file d'attente de l'IT. Pour les entreprises qui souhaitent accélérer leur capacité d'innovation, impossible de contourner cette liste d'attente.

Le développement logiciel assisté par l'IA change fondamentalement la donne. Des agents interviennent désormais dans le développement et les opérations pour prendre en charge l'analyse du code, les tests, la documentation et, de plus en plus, la génération de la logique applicative.

Résultat : une nouvelle façon de concevoir des logiciels, plus itérative, plus proche des départements et moins dépendante d'experts spécifiques.
Concrètement, un département qui doit aujourd'hui attendre trois mois pour disposer d'une nouvelle fonctionnalité peut obtenir un prototype fonctionnel en quelques jours grâce à un développement basé sur l'IA.

Une équipe de développement qui consacre une grande partie de son temps à la revue de code, à la génération de test et à la documentation peut désormais se concentrer sur les décisions d'architecture et la logique, tandis que des agents prennent en charge les tâches répétitives.

L'impact sur la compétitivité est direct : plus le développement est rapide, plus les nouveaux produits et services peuvent être commercialisés rapidement. **Le délai de mise sur le marché (time-to-market) n'est alors plus une contrainte technique, mais devient un véritable avantage stratégique.Dans un monde où les besoins des clients évoluent toujours plus vite, la rapidité de développement des produits constitue un réel facteur de différenciation.**

Digital Sovereign Advisory

4

Le **quatrième levier** est souvent négligé parce qu'il est moins tangible que les trois autres. Pourtant, il est la condition sine qua non pour que les autres leviers portent leurs fruits sur le long terme.

LA SOUVERAINETÉ NUMÉRIQUE PERMET DE GÉRER CONSCIEMMENT LES DÉPENDANCES.

Dans un monde où les agents d'IA prennent de plus en plus de décisions opérationnelles et accèdent à des systèmes critiques pour l'entreprise, la question de savoir à qui appartient l'infrastructure et qui fixe les règles devient une question centrale.

Il ne s'agit pas d'un scénario abstrait. Les exigences réglementaires relatives à l'utilisation de l'IA se renforcent. Outre l'EU AI Act[4] , qui peut s'appliquer en cas de lien avec le marché de l'UE ou d'utilisation dans l'UE, il convient de prendre en compte la loi suisse sur la protection des données, ainsi que les directives spécifiques aux secteurs et aux applications. Pour les entreprises des secteurs réglementés tels que les services financiers, les assurances ou le secteur public, la transparence, la traçabilité et des responsabilités claires sont donc essentielles. **Les systèmes agentiques en production ont besoin d'une architecture qui intègre dès le départ la conformité, l'auditabilité et le contrôle.**
La souveraineté n'est pas un argument contre le cloud ou contre des partenaires technologiques internationaux. C'est au contraire un argument pour concevoir la dépendance comme un choix d'architecture conscient, plutôt que de la subir comme un effet secondaire. **Les entreprises qui fondent leur stratégie Agentic AI sur un socle souverain s'assurent une liberté d'action à long terme :** la liberté de changer de modèle, de combiner les fournisseurs et de répondre aux exigences de gouvernance sans s'enfermer dans des impasses propriétaires.

En pratique, cela se traduit par des prises de décision transparentes avec des pistes d'audit et des Reasoning Logs, ou une autonomie contrôlée avec des classes de risques claires. Et des règles conformes à l'EU AI Act, à la protection des données et aux exigences spécifiques du secteur concerné. **La réglementation devient ainsi un avantage concurrentiel : pouvoir présenter des processus d'IA vérifiables renforce la confiance des clients, des autorités et des partenaires.**

[4] Règlement (UE) 2024/1689 du Parlement européen et du Conseil (EU AI Act), août 2024

INNOVATION

DE L'APPLICATION IA À L'AGENTIC ENTERPRISE : TROIS SECTEURS, TROIS PERSPECTIVES

L'Agentic AI ne naît pas de rien. Elle s'appuie sur les expériences que les entreprises acquièrent grâce aux solutions basées sur l'IA : avec l'IA conversationnelle du service client, avec des modèles génératifs dans l'automatisation des processus, avec l'analyse intelligente des données dans la vente. La différence entre ces solutions et une architecture agentique réside dans le degré d'autonomie et dans la capacité à exécuter de manière autonome des tâches complexes au lieu de simplement répondre à des requêtes individuelles.

Les trois exemples suivants montrent ce qui est déjà possible aujourd'hui et où se trouve la prochaine étape.

AGENTIC ENTERPRISE

Assurance : de l'assistant vocal à la gestion autonome des sinistres

Lorsque des clients appellent un service de dépannage, ils se trouvent dans une situation d'urgence. Les exigences en matière de rapidité et de qualité de service sont donc élevées. Pour Europ Assistance, adesso a développé un assistant vocal numérique qui répond précisément à ce besoin : un voicebot basé sur Cognigy.AI et Genesys, qui enregistre les déclarations de panne en langage naturel, en extrait les informations pertinentes et crée directement le dossier dans le système central de l'assureur. L'IA générative garantit le bon fonctionnement du dialogue, même dans des conditions acoustiques difficiles, comme le bruit de la rue ou une mauvaise connexion. La solution est modulaire et conçue pour de futurs déploiements sur d'autres marchés et secteurs d'activité.[5]

Le résultat : une plus grande efficacité de traitement, des coûts grâce au niveau élevé de digitalisation et une meilleure expérience client au moment où cela compte le plus.

La perspective agentique va encore plus loin. Un agent qui piloterait de manière autonome l'ensemble du processus de sinistre ne se contenterait pas d'enregistrer la déclaration de panne, mais effectuerait la vérification de la couverture, mandaterait le prestataire de services approprié, évaluerait le devis et accompagnerait le dossier jusqu'au règlement. **L'assistant vocal d'aujourd'hui est l'interface. L'agent de demain prend en charge la gestion des dossiers. L'humain conserve la responsabilité, mais se concentre sur les cas limites, le contrôle de qualité et le pilotage des agents.**

[5] Référence adesso : Europ Assistance, Digital Roadside Assistance. Début du projet 12/2024, env. 580 jours-personnes. Technologie : Cognigy.AI, Genesys, NLU, IA générative.

Secteur bancaire : de la Leadmachine à la création de valeur agentique

Dans l'activité de crédit aux entreprises de la BayernLB, les collaborateurs s'informent quotidiennement sur leurs clients afin d'identifier des opportunités de vente et de surveiller les risques. Jusqu'à présent, cela signifiait : parcourir manuellement les actualités, évaluer les alertes Google, attribuer manuellement les informations pertinentes aux bons comptes. Un processus chronophage et pourtant lacunaire.

Avec la **Leadmachine**, adesso a développé une solution qui automatise ce processus. Deux modèles de langage extraient les informations pertinentes des articles de presse, les attribuent aux clients correspondants et identifient automatiquement les opportunités de vente et les signaux de risque. Les modèles sont évalués quotidiennement. Le frontend repose sur Microsoft Power Apps, le backend est intégré dans l'environnement système de la BayernLB.[6]

Le résultat : un effort manuel nettement réduit, une attribution plus précise, des processus plus rapides et une détection systématique d'opportunités qui seraient auparavant passées inaperçues parmi le flux d'informations.

Un agent s'appuyant sur cette base évaluerait de manière autonome les opportunités de vente, préparerait des supports de contact adaptés et fournirait au Relationship Manager une proposition priorisée et contextualisée. En cas de risque, il pourrait déclencher automatiquement un système de surveillance et informer les parties prenantes concernées. **La Leadmachine fournit l'intelligence. Un système agentique découlerait des actions.**

[6] Référence adesso : BayernLB, Leadmachine. Durée 06/2023–12/2023, env. 50 jours-personnes. Technologie : IA générative, LLM, Microsoft Power Apps.

Services publics : du chatbot à la plateforme client agentique

Les clients d'Eprimo sont très connectés et attendent des réponses rapides via des canaux de communication modernes. En parallèle, l'hétérogénéité des outils, les exigences multicanales et la gestion des prestataires externes pèsent lourdement sur le service client.

Pour Eprimo, adesso a mis en place une plateforme complète de **service client** basée sur Salesforce Energy & Utilities Cloud. Le système offre une vue à 360 degrés des clients, une priorisation et une classification automatisées des demandes grâce à l'IA, ainsi qu'une assistance omnicanale progressivement étendue par SMS, chatbot, e-mail, hotline et fax. Le chatbot « Sophie » fait office de canal supplémentaire et passe le relais de manière fluide à l'assistance par chat personnalisée si nécessaire.[7]

Le résultat : une fidélisation accrue des clients grâce à une plus grande satisfaction, des offres personnalisées, un traitement plus efficace même en période de pointe et une qualité de service primée, récompensée par le TÜV SÜD, le DISQ et Die Welt.

Un agent s'appuyant sur cette plateforme traiterait les demandes des clients de A à Z, c'est-à-dire qu'il effectuerait lui-même les modifications de contrat, les changements de tarif ou les relevés de compteur dans le système de manière autonome au lieu de simplement les saisir et les transmettre. Il pourrait s'adresser de manière proactive aux clients, pour optimiser les tarifs sur la base de profils de consommation individuels par exemple, et gérer automatiquement les prestataires externes. **Le service client évolue ainsi d'un centre de coûts réactif vers un moteur proactif de fidélisation.**

[7] Référence adesso : Eprimo, Next Level Kundenservice. Début du projet 08/2018. Technologie : Salesforce E&U Cloud, AWS, IBM Watson, IA générative.

Cinq étapes vers l'Agentic Enterprise

Les exemples des secteurs de l'assurance, de la banque et de l'énergie le montrent : le chemin vers l'Agentic Enterprise ne commence pas à partir de zéro. Il s'appuie sur l'existant et le développe. Mais comment réussir concrètement cette transition ? Non pas par un projet d'envergure, mais par une démarche structurée en cinq étapes.

1

Étape 1 : Évaluer la situation et le potentiel

Au départ, **il s'agit de clarifier sa propre situation.** Où en est l'entreprise en matière de maturité d'IA ?
Quels processus sont déjà digitalisés, quelles données sont disponibles et avec quelle qualité, et quelles sont les conditions organisationnelles existantes ?

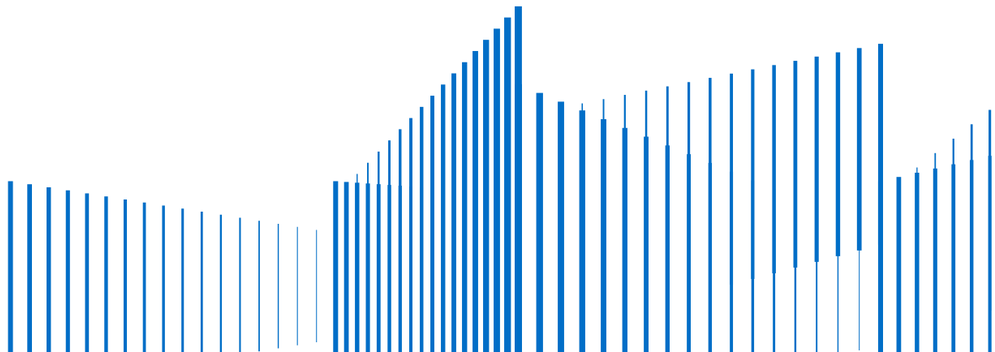
L'adesso GenAI Impact Report fournit ici une évaluation structurée : il analyse la maturité de votre IA, le degré de numérisation, la situation des données et les conditions organisationnelles, identifie les quick wins et traduit les résultats en une feuille de route priorisée pour les domaines d'application les plus porteurs. **Le résultat n'est pas un document stratégique destiné à rester dans un tiroir, mais une base de décision solide : où se situe le plus grand levier, et de quoi a-t-on besoin pour l'exploiter ?**

2

Étape 2 : Identifier et prioriser les cas

Tous les processus ne se prêtent pas à l'Agentic AI, et tous les processus adaptés n'ont pas le même impact commercial. La deuxième étape consiste **à identifier les cas d'usage tout au long de sa propre chaîne de valeur** et à les évaluer selon quatre critères : valeur commerciale, faisabilité, situation des données et risque réglementaire.

L'adesso Interaction Room réunit à cet effet les départements et l'informatique dans un format structuré. L'objectif est d'obtenir une liste restreinte et priorisée d'un à trois cas d'usage, suffisamment concrets pour être mis en œuvre sous forme de pilote, et assez importants pour déployer un effet stratégique en cas de succès. L'expérience acquise dans le cadre de projets tels que la Leadmachine de la BayernLB ou le service client d'Eprimo le montre : **les meilleurs cas d'usage naissent là où l'expertise et la faisabilité technique se rencontrent très tôt.**

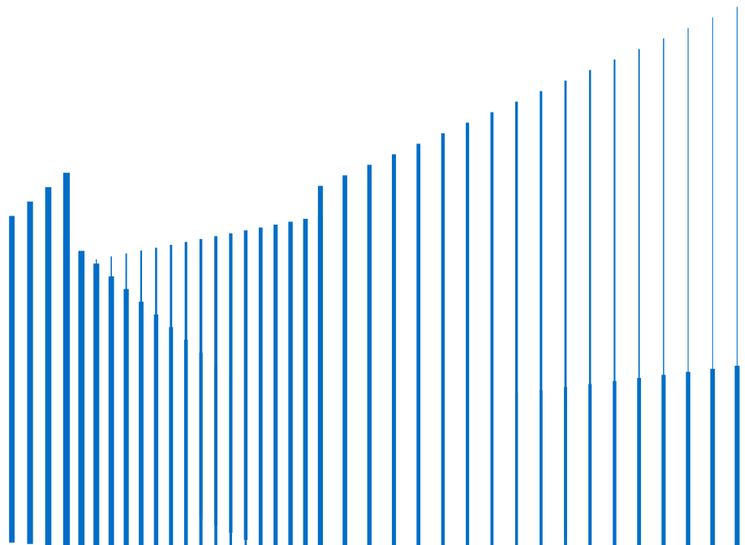


3

Étape 3 : Mettre en place une architecture agentic-ready et une gouvernance

La plupart des problèmes de mise à l'échelle ne surviennent pas pendant le pilote, mais lors de la transition vers l'exploitation réelle. Pour réussir cette transition, trois éléments sont nécessaires : des processus pensés et adaptés aux agents, documentés et traduits en flux de travail d'agents. Des connecteurs intelligents et réutilisables vers les systèmes existants, permettant des accès sécurisés en lecture et en écriture. Et une structure de gouvernance pensée avec des logiques de décision transparentes, des classes de risques claires, des processus d'escalade définis et des principes de « Human-in-the-Loop » là où la réglementation ou le métier l'exigent.

L'adesso AI-Framework offre à cet égard un cadre standardisé pour l'implémentation de l'IA. De plus, avec adesso br.AI.n, une plateforme d'IA souveraine est disponible pour automatiser de manière explicable des processus complexes et gérer le savoir de l'entreprise en toute sécurité. Elle permet de déployer des solutions d'IA productives de manière rapide, transparente et évolutive. Le principe directeur : gouvernance by Design, et non gouvernance by Default



4

Étape 4 : Passer du pilote à la production

Un pilote réussi ne prouve pas qu'un cas d'usage fonctionnera en production . Un pilote s'exécute dans un environnement contrôlé, avec des données sélectionnées et une petite équipe qui gère manuellement les exceptions. La production signifie : volume, parallélisme, exigences en temps réel, surveillance automatisée.

La quatrième étape consiste à évaluer les pilotes réussis à l'aide de KPI clairs, à les transposer sur une plateforme évolutive dotée de composants réutilisables et à établir un cycle de vie des agents allant de l'idée à l'exploitation continue. L'architecture modulaire de la solution d'Europ Assistance montre à quoi cela ressemble en pratique : **conçue dès le départ pour des déploiements sur d'autres marchés et secteurs d'activité, avec des modules réutilisables et des composants d'intégration standardisés.** Quiconque n'aborde pas cette étape de manière structurée reste piégé dans la phase pilote.

5

Étape 5 : Développer l'organisation et les compétences

L'Agentic AI transforme les rôles. Les gestionnaires de dossiers deviennent des gestionnaires d'agents. Les départements métiers assument la responsabilité des flux de travail assistés par l'IA. Les équipes informatiques évoluent de gestionnaires d'infrastructure vers des architectes de systèmes agentiques. **Ce changement exige de nouveaux postes, des parcours d'apprentissage et des modèles de carrière. Il nécessite une gestion du changement (change management) qui implique les collaborateurs dès le départ. Et il requiert une culture de leadership qui considère l'IA comme un outil valorisant le travail de chacun.**

Le conseil en organisation d'adesso accompagne cette transformation : de l'élaboration de nouveaux profils de postes aux programmes de qualification pour les départements, l'informatique, la gouvernance et les RH, en passant par des formats qui renforcent l'adhésion et les compétences des collaborateurs. Le principal facteur de réussite : **les collaborateurs doivent percevoir les agents comme de nouveaux membres de l'équipe. Les entreprises qui y parviennent, gagnent en efficacité et en attractivité en tant qu'employeur sur un marché où les compétences en IA deviennent une qualification clé.**

Êtes-vous encore en phase pilote ou êtes-vous déjà en cours de déploiement ?

La phase pilote est terminée. Non pas parce que les pilotes n'ont plus de valeur, mais parce que cette valeur s'arrête là où commence le déploiement. Les entreprises qui souhaitent utiliser l'IA comme levier de croissance doivent passer à l'intégration : dans les processus, dans l'organisation et dans l'expérience client.

Cette étape est réalisable. La technologie est mûre, les cas d'usage sont concrets et les retours d'expérience des premières implémentations sont disponibles. Ce qu'il faut, c'est un partenaire capable de penser à la fois à la technologie, aux aspects des différents départements et à l'organisation.

adesso accompagne les entreprises sur cette voie. De la première analyse de potentiel à la mise en production de systèmes agentiques. et ce dans tous les secteurs, avec une expertise approfondie notamment dans l'assurance, la banque, l'énergie et la santé.

Évaluez votre potentiel en 90 minutes

Cette évaluation de potentiel permet de clarifier la situation de votre organisation sur son chemin vers l'Agentic Enterprise et d'identifier les points d'entrée les plus pertinents. Lors d'un échange synthétique, nous affinons d'abord votre vision : quels objectifs commerciaux vous animent actuellement et quel rôle l'IA doit-elle y jouer ? Sur la base de questions issues de l'adesso GenAI Impact Report, nous évaluons la maturité IA, le degré de digitalisation, la situation de vos données ainsi que les conditions organisationnelles, et nous identifions les plus grands leviers pour l'Agentic AI.

Nous traduisons directement ces enseignements en un ou deux cas concrets ayant un impact commercial tangible. Ensemble, nous analysons la valeur commerciale, la faisabilité, la base de données et le risque réglementaire, puis nous en déduisons des étapes claires pour la suite : de l'analyse approfondie du potentiel à la planification d'un déploiement évolutif, en passant par un Interaction Room pour le développement ultérieur.

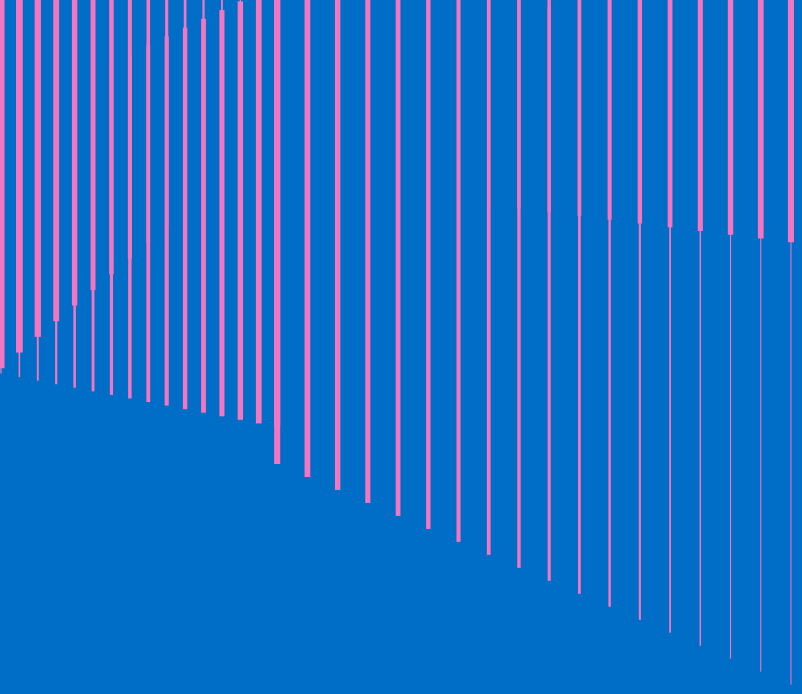
Votre résultat après 90 minutes : une base de décision solide pour savoir si vous devez continuer à développer des pilotes, ou si vous êtes prêt à passer à l'étape suivante.

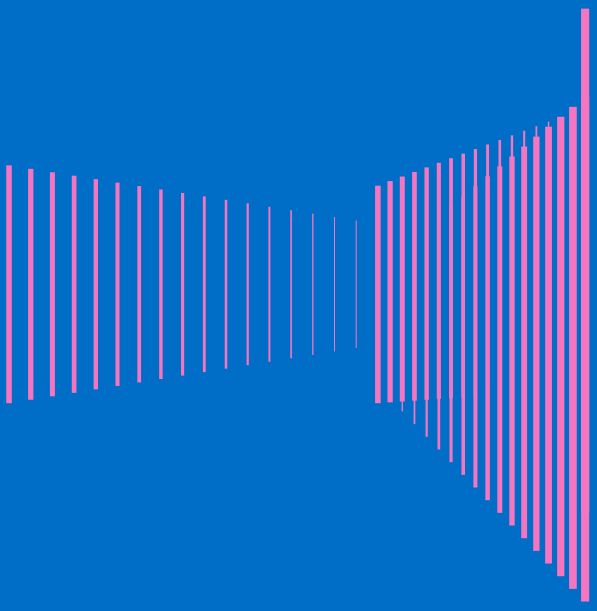
Contact

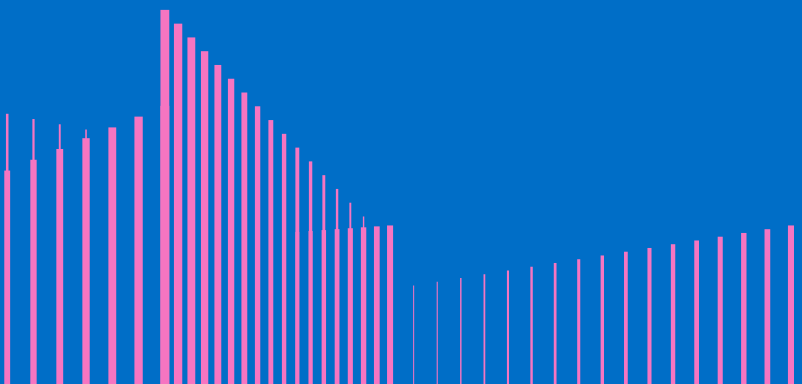


Ralf Schmidt
Head of AI
marketing@adesso.ch

adesso Suisse SA
Rue du Grand-Pré 2A,
CH-1007 Lausanne
T +41 58 520 97 10
E marketing@adesso.ch
www.adesso.ch







adesso