

Les sites internet face à l'émergence
de l'Intelligence Artificielle

Épisode 1 :

Adopter l'IA sur son site

comment s'y prendre ?

infostrates



Certains considèrent l'Intelligence Artificielle (IA) comme une révolution aussi importante que celle de l'électricité ou d'Internet.

Preuve en est : on observe une adoption massive et rapide de ChatGPT par les utilisateurs, que ce soit à titre personnel ou professionnel.

L'utilisation augmente et crée un nouveau référentiel d'usages pour les utilisateurs d'aujourd'hui et de demain, amenant des changements en profondeur.



200 millions

d'utilisateurs hebdomadaires actifs sur ChatGPT (soit le double en moins d'un an)*



92%

des entreprises de Fortune 500 utilisent les produits d'Open AI*

En tant qu'annonceur...

Comment adapter et faire évoluer l'expérience proposée sur son site web ?

Intégrer de l'IA, oui... mais comment s'y prendre ?

Ce livrable s'attèle à vous donner quelques éclairages et bonnes pratiques pour bien appréhender et bien utiliser l'IA sur votre site web.



Faire avec l'IA en 2025

Plus le choix, les
usages et les
comportements
évoluent !



Des comportements bouleversés

On passe d'un utilisateur spectateur ...

L'utilisateur n'est plus seulement un consommateur **passif** dont le rôle est limité à naviguer au sein de parcours prédéfinis et simples visant à consulter du contenu standardisé et formaté.

Jusqu'à maintenant, les comportements étaient largement adaptés **pour recevoir l'information**, sans vraiment pouvoir l'adapter ou la transformer. L'utilisateur devait faire "*matcher*" ses besoins et sa recherche avec le contenu existant.

Habitués à des systèmes de navigation linéaires, il était encouragé à **fournir un effort de recherche**, quitte à parcourir des pages successives avant de trouver le résultat souhaité....

Des usages bouleversés

... à un utilisateur architecte de son expérience

L'IA replace désormais l'utilisateur au centre de son parcours et son expérience numérique.

Chaque interaction devient **un processus de design intellectuel** où l'utilisateur doit formuler un prompt précis pour parvenir à atteindre un résultat.

Ainsi, l'IA ne remplace pas l'humain : elle vient s'interfacer à des moments clés de l'expérience pour **éviter à l'utilisateur des tâches fastidieuses et répétitives** ou pour **personnaliser l'expérience** afin d'améliorer le parcours utilisateur en efficacité.

Le prompt crée de nouveaux usages :

formuler une demande ou une instruction précise et obtenir une réponse. Avec une IA qui répond directement à nos questions, de nouveaux usages s'installent.

Avec la démocratisation des LLMs (dont Chatgpt), c'est le prompt qui s'installe comme norme. Permettant d'interroger une base de données dans le but d'obtenir un retour direct quasi instantané, l'utilisateur tient une place centrale dans l'expérience. L'IA vient juste aider à créer, synthétiser ou orienter vers une source si nécessaire.

Cette nouvelle façon de faire a pour conséquence directe **une réduction du parcours utilisateur**. On change ainsi **notre manière d'accéder au contenu, et notre rapport au temps**.



Action, réaction, customisation !

Action, réaction ! Le prompt impose un nouveau rythme et une autre forme d'interaction.

L'IA, en tant qu'agent conversationnel, impose l'immédiateté et la personnalisation comme deux piliers forts de l'expérience.

Un usage questionnant la pertinence des arborescences sur un site internet ou la profondeur d'un parcours utilisateur pour l'avenir du digital.

Pour 68% des Français interrogés,
le bonheur immédiat est une
priorité.

Source 2024 ipsos Global Trends



*Profiter de l'instant présent, car on ne
sait pas de quoi demain est fait.*

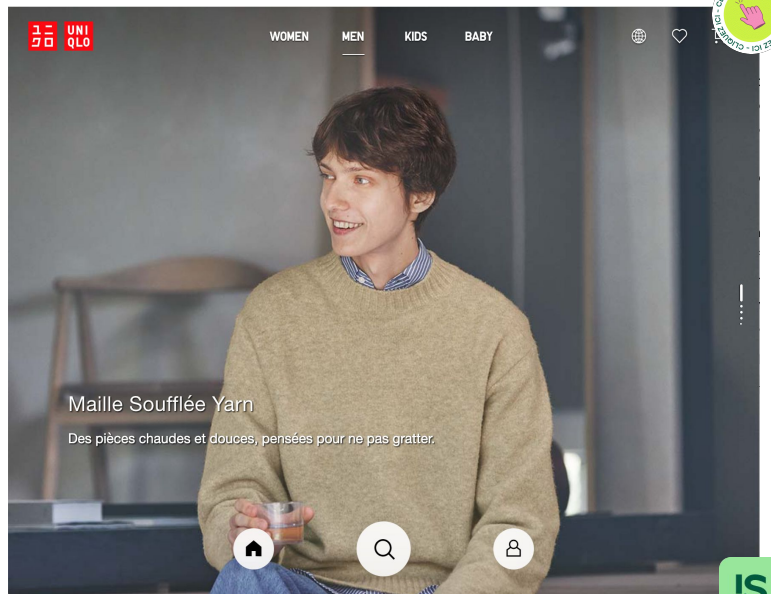
En réponse, les sites s'adaptent déjà !

De Google, aux sites vitrines comme e-commerce, l'accès à l'information évolue.

C'est tout un écosystème qui s'adapte : Google prévoit d'intégrer son IA, Gemini, au coeur de son expérience de recherche en donnant des réponses directes ; provoquant à terme la fin des liens externes.

Face à la montée en puissance des agents conversationnels, d'autres sites font évoluer l'expérience autour de la recherche. Cette dernière devient la nouvelle fonctionnalité phare des sites dont les parcours s'articulent autour de la barre de recherche.

La recherche au coeur du site Uniqlo



**En 2025, quelle place donner à l'IA
dans son expérience digitale face à la
montée de ces nouveaux usages
inspirés par l'IA générative ?**

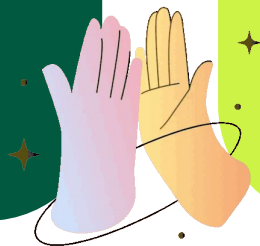
Quelle approche de l'IA dans vos métiers ?

Développer des outils métiers à destination du marketing et du business.

Favoriser la productivité et/ou le ciblage pour faire perdurer votre activité.

Développer des features à forte valeur ajoutée pour engager le client.

Miser sur le serviciel et l'immersif pour engager.



72% des consommateurs sont intéressés par un service IA qui recherche les meilleurs produits et offres selon leurs propres critères, d'après une étude de Razorfish France et Opinion Way en mai dernier.

D'une approche générique à une personnalisation en temps réel

L'amélioration des algorithmes, l'augmentation de la puissance de calculs et la possible exploitation de quantités de données disponibles permet aujourd'hui aux sites internet de passer d'une approche générique (la même pour tous) à une approche personnalisée en temps réel. L'IA révolutionne les process et l'expérience utilisateur.

Principales applications de l'IA sur les sites internet :

Création de contenus automatisée

**Analyse prédictive :
insights de
comportements
passés**

**Chatbots et
assistants virtuels**

**Optimisation de la
recherche**

**Moteurs de
recommandation**

Récréatif

Notre réponse : attribuer un rôle à l'IA dans l'expérience utilisateur

Magicien

Simplifie les processus complexes et rend les tâches intuitives pour réduire la friction cognitive.

Catalyseur créatif

Stimule la créativité en générant des idées et en surmontant les blocages.

Coach

Accompagne l'apprentissage de manière individualisée avec un suivi et des recommandations adaptées.

Assistant prédictif

Prédit les besoins et propose des solutions proactives et contextualisées.

Traducteur

Adapte l'information complexe à différents niveaux de compréhension pour rendre les concepts techniques accessibles.



Suivez ce symbole pour retrouver les exemples présentés.

QUELQUES CAS ILLUSTRATIFS



Optimisation de la recherche

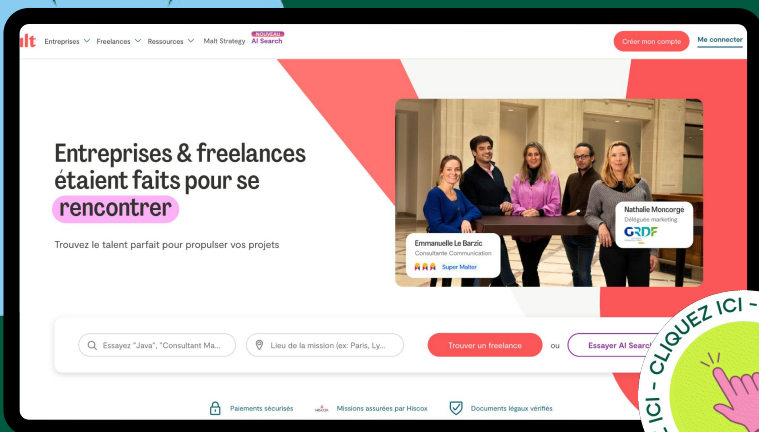
Suggestion & personnalisation

Complétion intuitive

Dans son rôle de facilitateur, l'IA aide à l'identification des usages, des attentes et des points de friction pour proposer des solutions adaptées qui fluidifient l'expérience.

La facilitation c'est aussi **comprendre et analyser des comportements utilisateurs** pour proposer une segmentation pertinente comme clé d'entrée à la personnalisation. Ainsi, un utilisateur novice peut avoir un parcours différent et adapté par rapport à un utilisateur plus expert.

En ciblant les préférences utilisateur et les irritants potentiels, l'IA vient transformer des **expériences standardisées** en des **expériences uniques, sur mesure** pour répondre aux besoins et aux usages de chacun.



MALT

Optimisation de la recherche

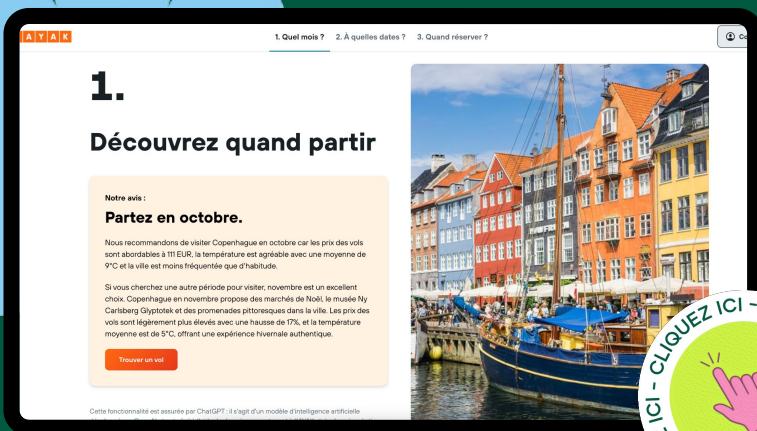
Recommandations

Malt est une plateforme de mise en relation entre freelances et entreprises.

Pourquoi on aime ?

Cette fonctionnalité permet aux entreprise de saisir leur recherche sous forme de prompt. L'IA la traduit en recommandation de compétences et d'expériences requises pour faciliter la mise en relation avec les profils freelances les plus qualifiés pour la mission.

C'est une **simplification** et une optimisation du parcours utilisateur qui vient **fluidifier** l'expérience de recherche.



Kayak est une entreprise américaine spécialisée dans les services de voyage en ligne.

Pourquoi on aime ?

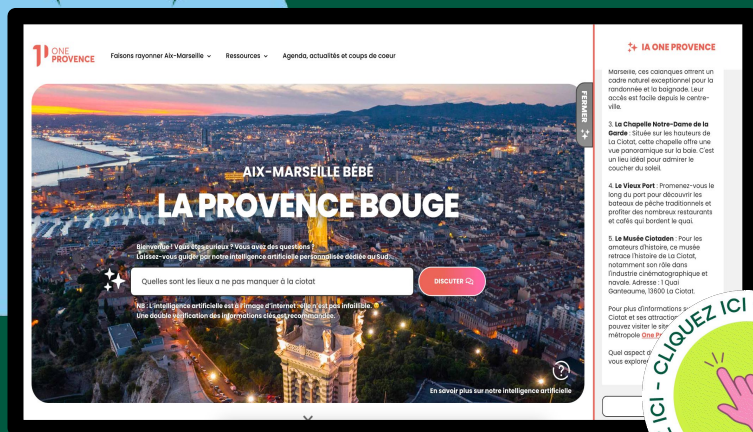
L'IA de Kayak détermine la période optimale de visite d'une destination en tant compte des prix, des conditions météorologiques et des événements culturels locaux.

Un accompagnement par le **conseil d'expert** qui vient rassurer l'utilisateur en plus d'**encourager la conversion**.

KAYAK

Optimisation de la recherche

Recommandations



One Provence

Optimisation de la recherche

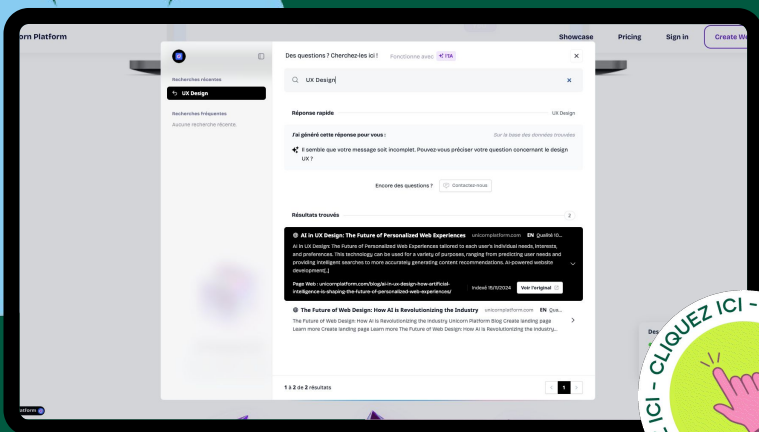
Recommandations

One Provence est une agence de marketing territorial dédiée à la promotion et au rayonnement de la métropole Aix-Marseille-Provence au niveau local et international.

Pourquoi on aime ?

Contrairement aux chatbots traditionnels aux réponses pré-définies, One Provence utilise une IA générative pour rédiger des réponses personnalisées à chaque requête en réponse au prompt rédigé par l'utilisateur.

Une optimisation de la recherche **innovante et valorisée** dans l'interface en plus de proposer un **parcours simple**.



Unicorn Platform

Simplification

Accompagnement



Unicorn Platform est un constructeur de sites web spécialisé dans la création rapide et intuitive de pages d'accueil pour startups, SaaS, et produits numériques.

Pourquoi on aime ?

Unicorn Platform intègre l'IA dans sa FAQ pour automatiser la création de réponses pertinentes et personnalisées en fonction des questions des utilisateurs. De ce fait, les **interactions sont plus fluides** rendant le **parcours de recherche d'information plus efficace**.



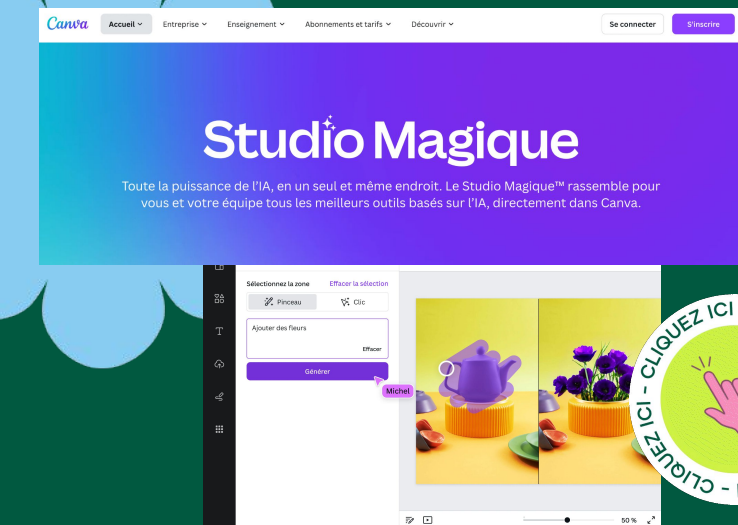
Catalyseur Créatif

Génération de contenus

Génération d'images

L'IA peut agir comme un catalyseur créatif en permettant **une personnalisation dynamique des interactions et des contenus mais aussi** une stimulation de la créativité qui projette les utilisateurs pour renforcer l'effet de surprise et favoriser l'engagement.

Ainsi, l'IA devient un levier particulièrement intéressant pour créer des expériences uniques, modulables et ludiques qui viennent à la fois nourrir **la relation émotionnelle** avec les utilisateurs tout en renforçant **l'image innovante d'une marque**.

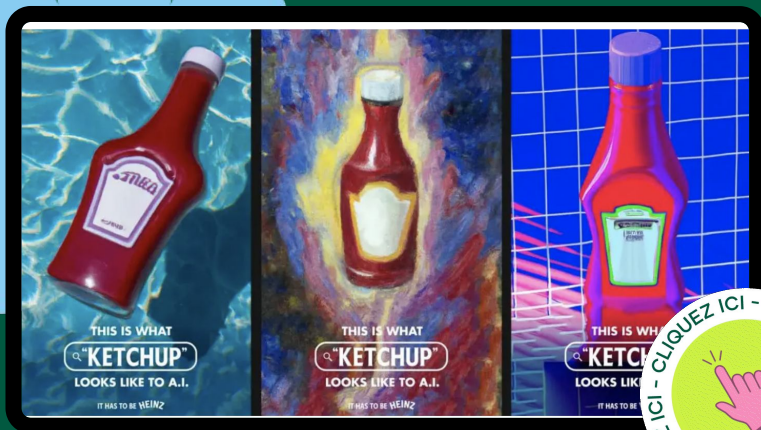


CANVA

Canva est un logiciel de création graphique en ligne permettant de créer des supports de communication sans nécessiter de compétences techniques. Le logiciel propose le Studio Magique : on y trouve des outils basés sur l'IA permettant de retoucher, rédiger, générer images ou vidéos.

Pourquoi on aime ?

Une expérience centrée utilisateur qui propose le meilleur de la technologie dans un **langage vulgarisé** et tourné autour des bénéfices utilisateurs.



HEINZ

Récréatif

Engagement

Heinz est une entreprise américaine agroalimentaire connue pour ses produits alimentaires, notamment ses ketchups, sauces, et soupes en conserve.

Pourquoi on aime ?

Heinz a lancé la campagne "A.I. Ketchup", utilisant l'intelligence artificielle pour créer des visuels innovants à l'aide de générateurs comme DALL-E 2. Les utilisateurs ont été invités à proposer **leurs propres idées de prompts, donnant lieu à une série de visuels générés par l'IA.**



Tutoriels

Virtual Try On

En prenant le rôle de Coach, l'IA peut jouer un rôle clé dans l'apprentissage, la maîtrise d'une interface ou d'un contenu en proposant des recommandations adaptées aux besoins, au niveau et au parcours de chaque utilisateur.

Ce rôle peut notamment s'illustrer **sur différentes phases d'un parcours utilisateur** ou client, comme par exemple sur la phase de post-achat en proposant des **tutoriels d'utilisation, des conseils, des astuces** pour optimiser les performances du produit. Les simulateurs appuyés d'une IA sont également un excellent levier pour aider l'utilisateur à prendre une décision.



SKIN GENIUS

Personnalisation

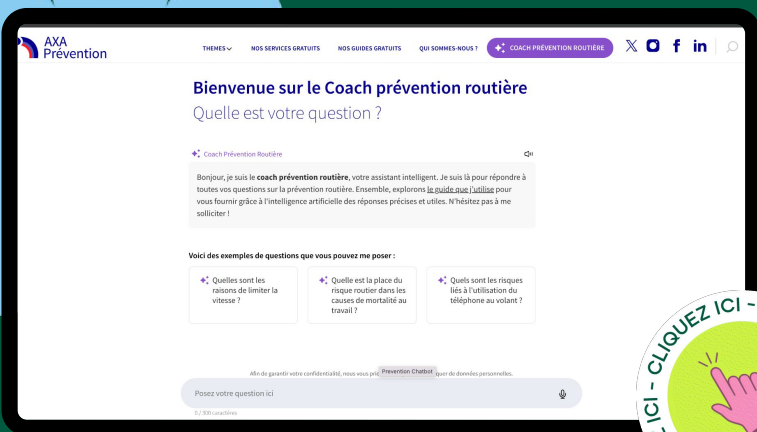
Suggestions

On ne présente plus L'Oréal, une multinationale française, leader mondial dans l'industrie des cosmétiques et de la beauté.

Pourquoi on aime ?

Skin genius est un outil qui utilise l'IA pour proposer des recommandations de soins et produits personnalisés à partir d'une photo du visage de l'utilisateur, en fonction du type de peau et des préoccupations cutanées.

Une **personnalisation** au bénéfice de la customer expérience **pertinente** et **engageante**.



AXA PRÉVENTION

AXA est un assureur pour particuliers et professionnels.

Pourquoi on aime ?

L'assureur propose un coach en prévention routière : un chatbot conversationnel enrichi par ChatGPT qui explique et conseille les usagers autour de la prévention routière (risques du téléphone au volant, principales causes de mortalité...)

Une façon pour la marque de couvrir toute l'expertise de AXA Prévention en nourrissant le **relationnel** et l'**engagement** avec l'utilisateur.



Assistant Prédictif

Virtual Try on

Génération de contenus

Génération d'images

L'IA peut prendre un rôle d'assistant prédictif en anticipant les besoins futurs des utilisateurs en se basant sur sa connaissance des comportements et usages passés ainsi que des données contextuelles en temps réel.

De ce fait, l'IA est en mesure de contextualiser des modélisations et des suggestions en tenant compte de facteurs comme l'emplacement géographique, les habitudes de navigation ou des événements spécifiques, offrant ainsi une expérience adaptée et pertinente, qui renforce l'engagement et la confiance des utilisateurs.

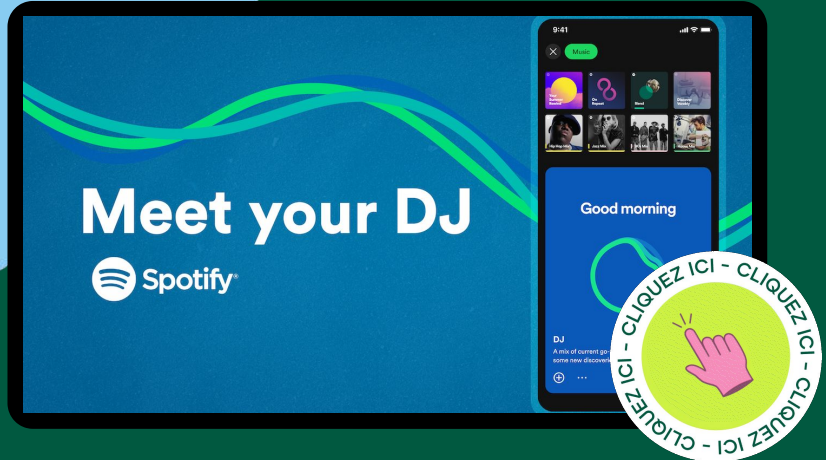


RENO BY RENAULT

Renault est un constructeur automobile français.

Pourquoi on aime ?

Reno est le copilote du véhicule automobile Renault 5. Il **anticipe les besoins** de maintenance du véhicule pour en informer le conducteur et peut également aider à la programmation de la recharge. C'est un véritable assistant dans l'expérience de conduite pour les utilisateurs.



Meet your DJ



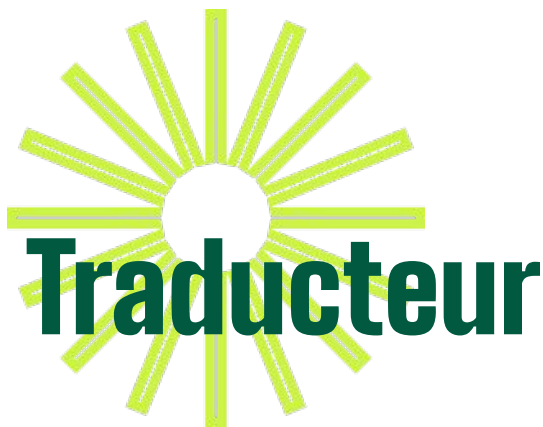
DJ AI de SPOTIFY

Spotify, célèbre plateforme musicale sur abonnements.

Pourquoi on aime ?

La célèbre plateforme propose un service personnalisé et boosté à l'IA qui permet d'adapter les listes de lectures aux goûts des utilisateurs en les alimentant de commentaires dédiés.

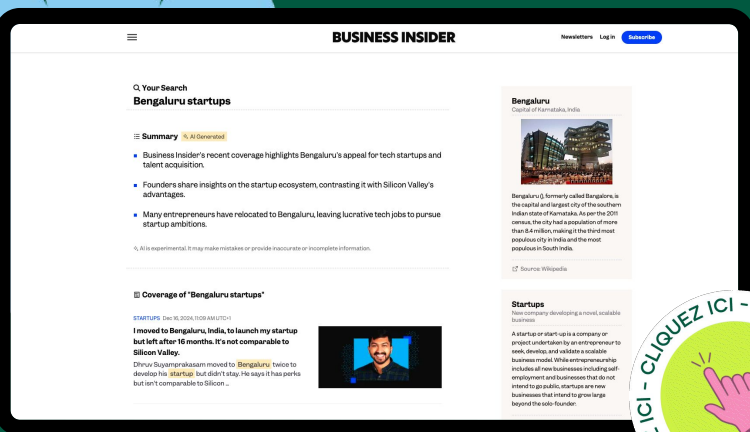
Cette fonctionnalité, actuellement disponible aux Etats-Unis, est une façon de renouveler l'expérience d'écoute Spotify, un secteur de plus en plus concurrencé.



L'IA peut également prendre un rôle de “traducteur” en vulgarisant des informations complexes en contenu simple et accessible, adapté à différents profils d'utilisateurs.

Par exemple, elle peut reformuler ou synthétiser des textes techniques pour les rendre compréhensibles en utilisant des analogies parlantes ou des exemples adaptés.

De plus, l'IA peut proposer des traductions en temps réel pour les utilisateurs multilingues, améliorant ainsi l'accessibilité et l'inclusivité.



Business Insider est un site web d'information financière et économique.

Pourquoi on aime ?

Business Insider intègre l'IA dans son moteur de recherche pour générer des résumés de résultats sous forme de puces offrant ainsi une **synthèse concise et pertinente** des informations recherchées.

BUSINESS INSIDER



C'est déjà fini pour cette fois, ça vous a plu ?

Les cas d'usage dans le digital exploitant tout le potentiel de l'Intelligence Artificielle n'en sont qu'à leurs débuts. De réelles opportunités existent pour créer de la valeur pour vos utilisateurs, vous différencier et nourrir la dimension relationnelle de votre marque.





Notre point de vue

L'IA a complètement changé la donne et c'est passionnant.

Elle permet d'imaginer des expériences utilisateur plus fluides ; d'ouvrir la porte à des idées créatives incroyables et de personnaliser les interactions ou même d'anticiper les besoins.

Mais soyons honnêtes : l'IA a aussi un coût, et pas seulement pour les serveurs ou les développeurs... son impact environnemental est bien réel (voir notre [article](#) sur ce sujet).



On le voit tous les jours dans notre métier : certaines campagnes ou services utilisent l'IA de manière brillante et utile, mais d'autres, il faut le dire, font juste tourner des machines à plein régime pour pas grand-chose...

Alors avant de se lancer tête baissée, il faut prendre du recul. L'IA n'est pas toujours la meilleure réponse. A l'agence, lorsque l'on commence un projet, on se demande toujours : est-ce que ça apporte une vraie valeur à l'utilisateur ? Est-ce que ça a du sens pour l'entreprise ? Et surtout, est-ce qu'on peut justifier son impact sur l'environnement ?

Chez infostrates, nous utilisons des outils comme le référentiel RIA31 de l'INR à chaque étape d'un projet d'IA (cadrage, conception, dev...) pour s'assurer qu'il s'intègre bien dans une démarche responsable, aligné avec les valeurs que l'on défend.



Antoine Pic,
Lead UX

L'IA peut faire des merveilles, mais à nous de l'utiliser à bon escient.

Et si face à l'émergence de l'Intelligence Artificielle et des agents conversationnels, miser sur l'IA dans l'expérience proposée sur son site n'était pas la seule et unique option ?

→ Réponse au prochain épisode !

Si vous aussi, vous souhaitez transformer durablement votre façon de communiquer, parlons-en !



Arthur Trarieux-Lumière

Directeur du développement commercial

arthur.trarieux@infostrates.fr



Ce support est le premier d'une série de plusieurs épisodes consacrés à l'adaptation des sites web face à l'émergence de l'Intelligence Artificielle et des agents conversationnels.

Écrit à plusieurs mains par les équipes du Planning stratégique et de l'UX Design d'infostrates (agence digitale basée à Marseille et Paris), ce support a pour objectif de donner des clés de lecture aux directions projet, marketing et digitale dans un environnement numérique en plein bouleversement.

La mission d'infostrates : apporter de la valeur utile aux clients en quête d'agilité pour atteindre leurs objectifs de transformation numérique. On va vous le prouver une fois de plus dans ce premier épisode !

