

Le ChatGPT de Carrefour s'installe sur sa plateforme de commerce en ligne

Rencontre du troisième type sur le site Web de Carrefour

Le géant français de la grande distribution, Carrefour, a introduit une nouvelle fonctionnalité sur son site Web pour aider ses clients à faire leurs courses en ligne. ChatGPT, un chatbot basé sur l'intelligence artificielle (IA), guidera les clients tout au long de leur processus d'achat en ligne en utilisant une fenêtre de conversation. Cette technologie est la première du genre pour le grand public en France et est le fruit d'un partenariat entre Carrefour et OpenAI, une société pionnière dans le développement de logiciels conversationnels capables de rédiger des textes imitant un raisonnement humain.

Alexandre Bompard, directeur général de l'enseigne, se réjouit de cette nouvelle initiative, soulignant que Carrefour travaille depuis longtemps dans le domaine du machine learning et qu'il était temps de passer à l'intelligence artificielle générative.

Un chatbot qui offre une assistance personnalisée

ChatGPT aide les clients à sélectionner les produits dont ils ont besoin et les informe sur leur disponibilité et leur prix. Les clients peuvent poser toutes sortes de questions à ChatGPT, qui leur fournira des réponses immédiates et précises. Le chatbot utilise également l'historique des achats des clients pour leur offrir un service plus personnalisé et pour leur recommander des produits similaires.

Cette innovation reflète la stratégie de Carrefour visant à

renforcer son offre numérique, notamment en utilisant des technologies d'intelligence artificielle pour améliorer l'expérience client.

Un partenariat stratégique avec OpenAI

Carrefour a choisi de travailler avec OpenAI afin de développer un chatbot capable de simuler un raisonnement humain. OpenAI est une entreprise de recherche en intelligence artificielle basée à San Francisco, qui développe des technologies d'IA avancées pour aider les entreprises à résoudre des problèmes complexes.

Carrefour a choisi OpenAI pour sa capacité unique à créer des logiciels conversationnels capables de comprendre le langage naturel. L'IA de OpenAI a la capacité d'apprendre de manière autonome grâce à l'analyse de grandes quantités de données, ce qui permet à ChatGPT de s'améliorer de manière continue.

Un pari risqué, mais prometteur

L'introduction de ChatGPT sur le site Web de Carrefour ne représente pas seulement un développement technologique important, mais aussi un pari risqué pour l'entreprise. Les chatbots sont réputés pour ne pas toujours répondre de manière satisfaisante aux questions des clients, et l'incorporation d'un chatbot sur un site Web grand public pourrait entraîner des frustrations pour les clients.

Cependant, Carrefour espère que ChatGPT sera capable de fournir une assistance personnalisée à ses clients et de les aider à effectuer des achats plus facilement et plus rapidement.

En conclusion, ChatGPT est un exemple remarquable de l'utilisation de l'intelligence artificielle pour améliorer l'expérience client. Si Carrefour réussit à offrir un service de qualité avec cette innovation, cela pourrait inciter d'autres entreprises à introduire des chatbots sur leurs sites

Web pour mieux répondre aux besoins de leurs clients.

Source : lesechos.fr

→  **Accéder à [CHAT GPT](#) en cliquant dessus**