

ChatGPT, un allié combatif d'Undiz face à la concurrence

Undiz utilise l'IA générative pour renforcer ses activités marketing

Undiz, une marque de lingerie française destinée à une clientèle jeune, a intégré des intelligences artificielles conversationnelles dans ses activités marketing. La directrice du digital et du marketing de la marque, Marie Dardayrol-Sandévoir, n'a pas peur de l'utilisation de l'IA générative, comme ChatGPT, qui est utilisé pour la création de fiches produits, de newsletters et de textes promotionnels. Selon la CDMO, cette pratique est un moyen de rivaliser avec les concurrents mieux dotés en termes de ressources.

Développer une stratégie concurrentielle grâce à l'IA

La raison principale pour laquelle Undiz a commencé à utiliser ChatGPT est d'ordre concurrentiel. Selon Marie Dardayrol-Sandévoir, la "concurrence internationale dispose de moyens, humains et médias, qui ne sont pas les leurs". En utilisant cette technologie, la marque peut internaliser des tâches telles que la création de pages produits, ce qui a entraîné des économies sur les prestataires externes. L'IA générative intervient pour écrire rapidement un grand nombre de fiches.

L'IA pour augmenter les collaborateurs et accélérer

L'IA ne se substitue pas totalement à une conceptrice-rédactrice d'Undiz. La marque utilise ChatGPT avec des indications de style pour écrire les pages produits. En revanche, les textes sont relus plusieurs fois avant d'être publiés afin de garantir la qualité. En utilisant l'IA pour des tâches à faible valeur ajoutée, l'entreprise peut réduire

ses dépenses et dégager du temps pour des tâches plus importantes.

L'IA comme "sparring-partner"

ChatGPT est également utilisé comme "sparring-partner" pour rédiger des messages promotionnels. La directrice de la marque a déclaré que le recours à l'IA permet de libérer du temps et d'être plus intelligents sans avoir les moyens. La marque a formé ses collaborateurs et ses stagiaires à l'utilisation des intelligences artificielles et prévoit de continuer à les former pour s'emparer des nouvelles solutions introduites sur le marché au cours des prochains mois et années.

Une évolution durable dans les métiers du marketing

Marie Dardayrol-Sandévoir estime que l'utilisation de l'IA dans le marketing est là pour durer et que cette pratique pourrait devenir une norme dans les années à venir. Elle considère l'IA comme un moyen de rivaliser avec les géants de l'industrie en libérant du temps et en utilisant des ressources efficaces pour des tâches à faible valeur ajoutée.

En conclusion, Undiz a trouvé un moyen de rivaliser avec les concurrents grâce à l'utilisation de l'IA générative, en l'intégrant à ses activités marketing. La marque a déjà constaté de bons résultats en termes de réduction des coûts et d'augmentation de l'efficacité grâce à l'IA. L'entreprise estime que l'IA sera un élément clé pour rester compétitive dans un marché de plus en plus sophistiqué.

Source : www.zdnet.fr

→  Accéder à CHAT GPT en cliquant

dessus