

Jessica Hanan – Libérer le pouvoir de l'IA générative dans le domaine de l'innovation commerciale

Animatrice : Maggie John

Vue d'ensemble :

Jessica Hanan nous rejoint pour discuter de la façon dont elle envisage la transformation des industries par l'IA générative. Jessica Hanan est la fondatrice de Prompt Pilot, une plateforme SaaS de premier plan qui utilise un système de pilotage en intelligence artificielle pour aider les utilisateurs à devenir des experts en matière de requêtes. Elle est titulaire d'un diplôme de première classe en stratégie commerciale, gestion des risques, et économie de l'IA. En tant que stratège de l'innovation chez Altruistic, elle allie le sens financier à l'expertise en matière d'IA pour mener des initiatives efficaces. Hanan partage ses idées sur la manière dont les organisations peuvent commencer à adopter l'IA dans leurs pratiques commerciales, et sur la manière d'améliorer les compétences de leurs employés pour faciliter cette transition.

Voici quelques points forts de notre entretien :

1. L'IA générative est en train de transformer rapidement les industries, et les organisations se trouvent à différents stades d'adoption. Certaines commencent par une stratégie d'IA et un renforcement des compétences, tandis que d'autres se jettent à l'eau rapidement.
2. Pour commencer, il est très utile de faire des essais à l'aide d'outils gratuits.
3. Une petite étape cruciale qui est négligée par la plupart des entreprises...
Disposer d'une stratégie complète!

MAGGIE :

Jessica Hannan est spécialiste de l'IA générative chez Altruistic AI.

Elle se consacre à l'exploitation de l'IA pour créer des solutions qui améliorent les opérations commerciales, tout en tenant compte des préoccupations éthiques, de la confidentialité des données, et de l'amélioration de la qualité des interactions entre l'homme et l'IA.

Bienvenue Jessica.

JESSICA :

Merci beaucoup.

MAGGIE :

Nous sommes en direct de Magnet Network Live!

Est-ce que vous avez assisté à quelques-unes des séances?

JESSICA: Je viens de terminer l'atelier de Vivienne Ming, puis j'ai assisté au début de « World of Opportunities » avec Mark et Rob d'Altruistic.

MAGGIE :

Et qu'est-ce qui vous a le plus marqué?

JESSICA :

J'avais déjà assisté à des exposés de Vivian Ming par le passé, et je pense qu'elle a toujours des points de vue très intéressants parce qu'elle se concentre beaucoup sur l'IA, et il est toujours captivant d'entendre parler de neuroscience et de psychologie.

MAGGIE :

Je suis curieuse d'entendre ce que vous avez à dire.

La première question que j'aimerais vous poser Jessica, est la suivante : comment envisagez-vous la transformation des industries par l'IA générative au cours des cinq prochaines années?

JESSICA :

Oh, c'est une excellente question. Je veux dire par là que la transformation est déjà en train de se produire.

MAGGIE :

J'ai l'impression que cela se passe en un clin d'œil.

JESSICA :

Absolument.

Je pense donc que c'est une chose à laquelle la plupart de gens ne réfléchissent pas vraiment. Et je dirais que l'une des grandes craintes de beaucoup de gens est que tout arrive très vite.

Et je suppose, surtout en raison de mon travail, que je deviens parfois une sorte d'expert en la matière, et j'oublie que les gens n'y réfléchissent pas 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

Quand je discute avec des personnes qui ne travaillent pas dans le domaine de la technologie, je suis toujours étonnée de voir à quel point ils ont peu expérimenté l'intelligence artificielle.

Mais en effet, les choses évoluent de manière considérable. Nous travaillons avec des industries du secteur des services de fabrication, et nous observons des organisations très intéressantes qui commencent à explorer l'IA de différentes manières.

MAGGIE :

Quelles sont les différentes manières que vous observez?

JESSICA :

Il existe en réalité plusieurs points d'entrée différents.

Cela dépend donc de leur capacité à réfléchir à leur stratégie en matière d'IA.

En général, la plupart des organisations en sont au tout début, parce que tout cela est nouveau.

Habituellement, les entreprises commencent par une stratégie d'IA, ou par l'amélioration des compétences de leur personnel, ce qui est, à mon avis, la meilleure façon de commencer, car il est nécessaire de disposer d'une stratégie globale axée sur les personnes et sur la technologie.

Beaucoup d'organisations qui sont peut-être un peu plus centrées sur l'IA, et ce, depuis un certain temps... se plongent assez rapidement dans la technologie, et construisent des modèles de langage privés et, de fait, créent des expériences véritablement incroyables pour leur personnel grâce à l'IA générative.

MAGGIE :

Parlez-moi des défis liés à la formation continue du personnel et peut-être de la peur, car lorsque je parle d'IA aux gens, et je dois l'admettre c'est aussi le cas pour moi, il y a un peu d'appréhension, un peu de timidité, car on ne sait pas ce que l'avenir nous réserve, et on entend les gens dire toutes sortes de choses à propos de l'IA.

Comment cela se traduit-il en termes d'amélioration des compétences du personnel afin de pouvoir accueillir et intégrer l'IA dans le travail de tous les jours?

JESSICA :

Absolument. Les gens en ont vraiment peur. Et je comprends tout à fait pourquoi. Et d'une certaine manière, ils devraient l'être parce qu'ils ne reçoivent pas de formation adéquate.

Je comprends pourquoi ils ont ce point de vue.

C'est vraiment triste parce que lorsque je travaille avec une organisation dans le cadre d'un processus d'amélioration des compétences, je vois rapidement cette

organisation se transformer, et adopter un point de vue complètement différent sur l'IA et sur la manière dont elle peut être utilisée.

Je pense que ce qui laisse beaucoup de gens dans le flou, c'est qu'ils croient que l'IA est une sorte de grande entité experte qui pourrait leur faire perdre leur emploi.

Une fois qu'ils ont suivi le processus d'amélioration des compétences, ils se rendent compte qu'il s'agit plutôt d'une sorte d'assistant ou de stagiaire.

L'intelligence artificielle ne fait qu'améliorer leur capacité à travailler.

Je trouve que cela leur permet d'augmenter leur capacité à se concentrer sur des activités qui relèvent de leur expertise, et les aide à éviter d'effectuer des tâches banales qui ne tirent pas vraiment parti de leur expertise.

Ils sont ainsi en mesure d'explorer différentes voies en fonction de leur connaissance du domaine, et de commencer à mettre en œuvre de nouvelles initiatives au sein de leur organisation, etc.

MAGGIE :

Et que doivent faire les entreprises pour rester à la pointe de ces changements qui se produisent en permanence dans le domaine de l'IA?

JESSICA :

Selon moi, la chose la plus importante et la meilleure à faire est d'expérimenter, sachant que de nombreux outils gratuits sont disponibles.

Au Canada en particulier, le marché des petites et moyennes entreprises est très important, et ces PME ne disposent pas de moyens suffisants pour investir dans des grands modèles linguistiques ou des modèles privés.

Cependant, il existe de nombreuses ressources gratuites que vous pouvez utiliser pour vous entraîner comme sur votre terrain de jeu.

C'est ce que nous avons également essayé de faire chez Altruistic.

Dans le cadre du programme de formation, nous proposons un outil qui vous permet d'obtenir des conseils sur la qualité de votre question pour le grand modèle de langage.

Il s'agit simplement de permettre aux gens de comprendre comment s'améliorer dans les tâches qu'ils jugent importantes pour eux.

Au lieu de suivre à la lettre, je suis sûre que vous les avez vus sur LinkedIn, « les 10 meilleurs conseils pour faire du marketing avec GPT ».

Flash info, ce n'est pas le cas. Ils ne figurent pas dans les 10 meilleurs. Ce sont de très mauvais conseils. Ne les utilisez pas.

MAGGIE :

Parlons de l'éthique autour de l'IA.

Quelles sont les questions éthiques auxquelles les entreprises doivent accorder la priorité lorsqu'elles intègrent l'IA dans leurs processus d'affaires?

JESSICA :

Je pense qu'il existe deux niveaux auxquels les entreprises doivent s'intéresser.

Le premier consiste à se concentrer sur leurs données, la confidentialité des données, et toutes ces choses dont les gens n'aiment pas vraiment parler.

Ce sont des sujets ennuyeux, mais qui sont toutefois très importants, en particulier lorsque vous avez beaucoup de personnel qui utilise probablement ChatGPT sans même que leurs cadres supérieurs le sachent.

En réalité, il suffit de les éduquer pour qu'elles comprennent qu'il s'agit d'un sujet très sérieux. Les entreprises pourraient divulguer des informations privées très sensibles qu'un concurrent parviendrait à trouver sur ChatGPT par le biais de différents types de requêtes.

Je pense qu'il est vraiment important d'aborder la question sous ces deux angles, en pensant à vos collaborateurs, et à la manière de les aider à se sentir mieux. Car, ce

qui se passe généralement au sein des organisations, c'est que ce sont les cadres supérieurs qui prennent les décisions relatives à la technologie à mettre en œuvre, et que les employés subalternes ou les associés n'ont pas vraiment leur mot à dire, et cela ne changera jamais.

Mais dans le cas de l'IA générative en particulier, il faut vraiment prendre en compte les personnes dans les processus de prise de décision, comme nous l'avons vu chez Altruistic.

Nous avons un partenariat très solide avec Ernst & Young en Europe, qui a construit un modèle privé avec OpenAI, et qui affiche un taux d'adoption de 15 % en interne en raison du fait que son personnel n'a pas été formé.

Ils ne savent pas comment l'intégrer dans leurs tâches quotidiennes.

C'est du gaspillage.

MAGGIE :

Cette question soulève à mon avis toute une série d'autres interrogations. Quelles sont donc les principales erreurs commises par les entreprises lorsqu'elles se disent qu'elles doivent se jeter à l'eau en matière d'IA? Et pourtant, comme vous le dites, ils négligent leurs employés et commettent ainsi de graves erreurs. Et ces erreurs sont très coûteuses.

JESSICA :

De graves erreurs. Et à mon avis, le plus grave est le fait que les entreprises pourraient aisément tirer parti des avantages offerts par ces outils. Mais elles passent tout simplement à côté d'une petite étape cruciale.

MAGGIE :

Quelle est cette petite étape cruciale qui semble être négligée par la plupart des entreprises?

JESSICA :

Une stratégie complète sur la manière d'intégrer et de valoriser la technologie et les personnes en simultané.

MAGGIE :

Mais Jessica, est-ce que cela signifie une stratégie complète qui associe les employés sans se limiter à un seul niveau élevé où l'on pense : « OK, les dieux ont parlé. Voilà, c'est ce que nous allons faire »?

JESSICA :

Absolument. Ce que nous avons souvent constaté, de mon côté,... je dirige nos programmes de formation. J'ai donc travaillé dans de nombreuses organisations très conventionnelles, telles que Ferrari et MetLife qui sont...

MAGGIE :

Je ne sais pas s'il s'agit d'organisations conventionnelles, Jessica, mais je vois ce que vous voulez dire.

JESSICA :

Elles sont ancrées dans la culture. Disons qu'elles ne sont pas réputées pour être très progressistes. Et ce ne sont pas les premières à s'embarquer dans l'aventure de l'IA. Mais j'ai rencontré leurs employés et ce sont eux qui, au quotidien, veillent au bon fonctionnement de l'entreprise. Au début, ils me disaient : « L'IA ne peut rien faire pour moi. Je travaille chez Ferrari. C'est une entreprise extraordinaire. Qu'est-ce que l'IA peut bien apporter? » Et puis, ils suivent le programme de formation. Et ce qui est vraiment intéressant c'est de voir que tout le monde, du niveau débutant au niveau de la direction, est capable de contribuer à une stratégie complète en matière d'IA. Le fait est que, quelle que soit la technologie mise en œuvre, celle-ci est utilisée pour répondre à un cas d'utilisation ou à un problème spécifique. Et il est plus intéressant que ce soit le personnel qui donne son avis, plutôt qu'une société de conseil qui se rend dans votre entreprise pour vous dire le type de technologie que vous devez implémenter. Cela conduit ainsi à un écosystème culturel qui s'articule autour du processus de gestion du changement.

MAGGIE :

Nous avons déjà abordé le sujet, vous savez, mais... comment les organisations peuvent-elles faire en sorte que leurs employés soient prêts à collaborer? Toutefois, je voudrais aussi revenir sur la productivité et la créativité. Comment peut-on observer l'épanouissement et la croissance de ces éléments lorsqu'une entreprise fait bien les choses?

JESSICA :

En effet, C'est donc une histoire vraiment très intéressante. Et je pense que Ferrari est en fait le meilleur cas de figure pour illustrer cela. Au début, nous avons travaillé avec une grande équipe de 100 personnes impliquées dans le processus de création de la technologie, mais également dans le processus de formation. Et au départ, ils étaient très sceptiques. Ils semblaient ne pas vouloir s'impliquer dans ce projet. On les avait simplement obligés à participer, et en fin de compte, ils n'avaient pas d'autre choix. Et je comprends leurs réticences.

Il faut noter cependant qu'au fur et à mesure que les gens suivent le programme de formation que nous leur proposons, à savoir dès le deuxième module des six modules, on constate un changement d'attitude : les gens se montrent plus curieux des différents types de cas d'utilisation qu'ils pourraient éventuellement mettre en place pour utiliser l'IA dans le but de faciliter différentes tâches. L'une des choses, et je pense que c'est ce qui pose problème dans la conversation sur l'IA, c'est que tout le monde présente ces cas d'utilisation énormes et fous qui attirent l'attention. Et ces cas sont très intéressants.

Mais le fait est que ce sont les petits cas d'utilisation qui sont les plus ennuyeux. Ils sont donc venus nous voir en disant qu'en Europe, il y a beaucoup de règles réglementaires autour des questions ESG (environnement, social et gouvernance) et de développement durable. Et qu'il y a beaucoup d'objectifs qu'ils doivent respecter en tant qu'organisation, mais qu'il y en a tellement qui émergent en permanence. Alors, comment pouvons-nous lire, et suivre le rythme en tant qu'êtres humains? Il s'agit donc d'un cas d'utilisation très simple, mais qui a eu un impact considérable pour cette entreprise. Et aucun organisme de conseil n'aurait pu réussir à identifier ce cas. Il fallait que l'entreprise l'identifie elle-même.

MAGGIE :

Merci beaucoup Jessica.

JESSICA :

Avec plaisir. Merci de m'avoir invitée.

MAGGIE :

C'était Jessica Hanan, stratège en chef de l'innovation en matière d'IA, chez Altruistic.