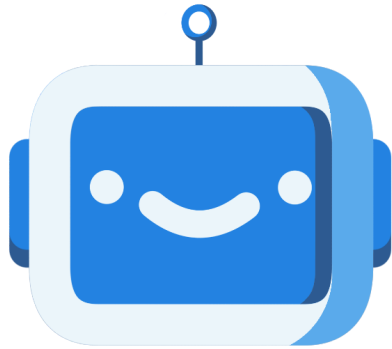
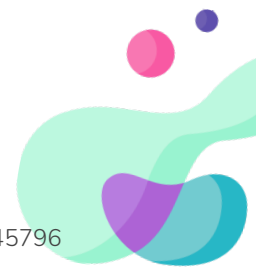
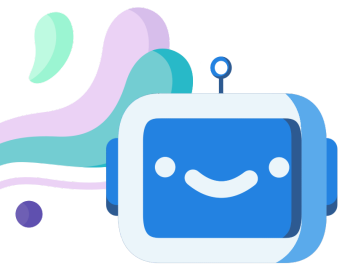




Co-funded by  
the European Union



# Bots4Business



# Package de travail n°2

## Études de cas en Espagne

### 1. Contexte espagnol

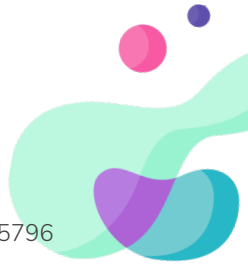
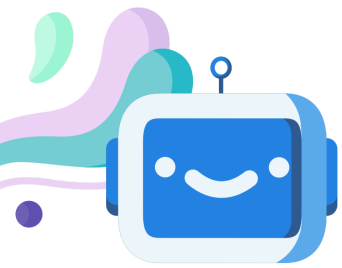
L'intégration de l'intelligence artificielle (IA) dans les petites et moyennes entreprises (PME) en Espagne progresse lentement mais sûrement. L'intérêt a nettement augmenté ces dernières années, notamment avec l'essor des outils d'IA générative accessibles, mais l'adoption réelle reste limitée et inégale. Si certaines PME ont commencé à explorer des applications spécifiques, pour beaucoup, l'utilisation de l'IA reste un domaine émergent et expérimental plutôt qu'un pilier stratégique.

La majorité de l'adoption de l'IA dans les PME espagnoles se fait via des plateformes tierces disposant de fonctionnalités d'IA intégrées. Cela inclut les systèmes CRM, les outils d'automatisation marketing, les logiciels de conception et les plateformes de productivité. Cette approche indirecte permet aux entreprises de bénéficier de l'IA sans nécessiter de développement interne ni d'expertise technique approfondie. Les usages les plus courants sont l'automatisation du service client via chatbots, la création de contenu assistée par IA pour le marketing digital, la gestion de documents et l'automatisation des processus en finance ou administration. Des secteurs comme les services numériques, le commerce électronique, l'éducation et la communication comptent parmi les plus actifs dans cette phase initiale d'intégration de l'IA.

Malgré une prise de conscience croissante, les PME sont confrontées à plusieurs obstacles. L'un des principaux obstacles est le manque de connaissances internes ou de personnel qualifié pour évaluer, déployer et mettre en valeur efficacement les solutions d'IA. De nombreuses entreprises dépendent d'un support informatique limité et sont prudentes quant à l'investissement dans des technologies dont le rendement peut sembler incertain. La résistance culturelle joue aussi un rôle : l'IA est parfois perçue comme perturbatrice, pouvant affecter des rôles et nécessitant des flux de travail inconnus. De plus, les préoccupations juridiques et éthiques, notamment en matière de confidentialité des données et de transparence des algorithmes, contribuent à une approche conservatrice.

Pour combler ces lacunes, l'Espagne a lancé plusieurs initiatives publiques visant à stimuler la transformation numérique parmi les PME. Le programme « Kit Digital », par exemple, fournit des aides financières et des services de conseil aux petites entreprises adoptant des outils numériques, y compris des systèmes basés sur l'IA. Les pôles d'innovation nationaux et régionaux, notamment dans





des villes comme Madrid, Barcelone, Valence et Bilbao , favorisent également l'échange de connaissances, l'expérimentation en IA et l'accès à des réseaux collaboratifs. À une échelle plus large, des programmes de l'Union européenne tels qu'Horizon Europe et Digital Europe offrent des financements, un soutien technique et des cadres d'innovation aux PME des États membres, y compris l'Espagne.

À l'avenir, l'utilisation de l'IA dans les PME espagnoles devrait s'étendre considérablement. La disponibilité croissante d'outils conviviaux, combinée à une pression croissante du marché pour innover, crée un environnement plus favorable à l'adoption. Parallèlement, les jeunes générations qui entrent dans des postes de management ont tendance à être plus compétentes numériquement et ouvertes à l'expérimentation. Cependant, pour garantir une adoption large et responsable, il sera essentiel d'investir dans la formation, de promouvoir les histoires de réussites et de fournir aux PME des feuilles de route claires et pratiques. Sans ce soutien, il existe un risque que seule une petite partie des PME bénéficie pleinement de la transition vers l'IA, creusant ainsi l'écart entre les innovateurs et ceux laissés pour compte.

L'IA ne doit pas être perçue comme une technologie distante ou exclusive, mais plutôt comme un allié accessible qui, appliqué avec soin, peut aider les petites entreprises à accroître leur productivité, améliorer la prise de décision et offrir des services plus personnalisés et compétitifs.

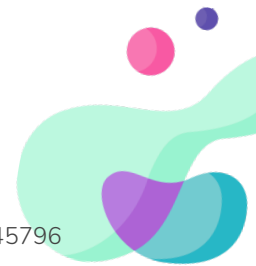
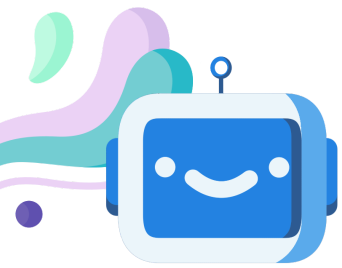
## 2. Études de cas

<b>PME #1</b>	ÉTUDE DE CAS :	Écosystème de production et développement de contenu amélioré par l'IA chez Clictic		
	Nom de la PME :	Clictic S.L.		
	Nombre d'employés :	38	Années d'activité :	18
	Secteur :	Production de contenus audiovisuels, de sites web et d'applications.		

### 1. Aperçu et sommaire

Clictic a mis en place une stratégie d'IA large pour transformer ses capacités de production de contenu. Cela inclut la création d'outils propriétaires tels qu'un tableau de bord modulaire IA et un assistant de contenu juridique, ainsi que l'intégration de technologies d'IA





généraliste de pointe pour améliorer la qualité, la flexibilité et l'évolutivité dans son portefeuille de produits numériques.

## 2. Contexte

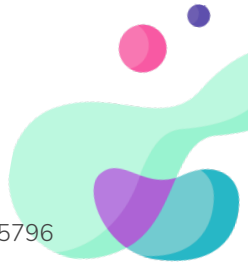
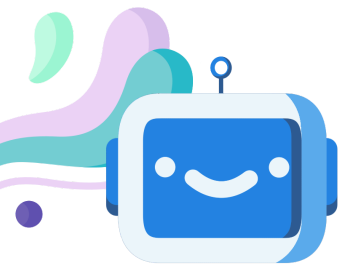
Clictic est une entreprise de services numériques spécialisée dans la conception et le développement de sites web, d'applications mobiles et de contenus multimédias. Fondée avec une forte orientation créative et technologique, l'entreprise s'est développée dans un marché de plus en plus exigeant, tant en termes de délais de livraison que du niveau de personnalisation et d'interactivité attendu des produits numériques. En Espagne, comme dans une grande partie de l'Europe, les PME et les institutions connaissent une transformation numérique accélérée, ce qui a conduit à une forte augmentation des besoins en solutions numériques de haute qualité, adaptables et réactives. Ce changement a particulièrement touché des secteurs tels que l'éducation, la communication publique, le commerce électronique et le marketing digital, précisément les domaines où Clictic opère.

Dans ce paysage en évolution, les clients attendent de plus en plus un contenu non seulement techniquement solide, mais aussi visuellement engageant, à jour et adapté à des publics spécifiques. Le modèle traditionnel de production manuelle et de flux de travail linéaires s'est avéré insuffisant pour répondre à ces attentes à grande échelle. En conséquence, Clictic a dû faire face au double défi d'augmenter sa capacité de production tout en maintenant, voire en améliorant, la qualité créative et technique de ses livrables. Parallèlement, l'entreprise était déterminée à éviter une hausse insoutenable des coûts ou une dilution de son identité de marque.

En réponse, Clictic a initié un virage stratégique vers l'intégration de l'Intelligence Artificielle (IA) dans ses processus créatifs et de production fondamentaux. L'objectif n'était pas seulement d'automatiser les tâches répétitives, mais aussi de doter ses équipes d'outils flexibles et intelligents capables d'améliorer l'idéation, la génération de contenu et la mise en œuvre technique. Ce faisant, l'entreprise a cherché à construire un portefeuille plus agile, évolutif et compétitif, capable de répondre rapidement aux besoins des clients tout en préservant un haut niveau d'originalité et d'excellence technique. Cette transition a permis à Clictic de se positionner non seulement comme prestataire de services, mais aussi comme partenaire d'innovation pour ses clients, capable de s'adapter et d'anticiper les nouvelles exigences de l'économie espagnole en rapide numérisation.

## 3. Approche et mise en œuvre





L'approche de Clictic combinait l'utilisation d'outils d'IA tiers de pointe avec le développement de plateformes propriétaires adaptant l'expérience IA à ses besoins opérationnels.

Leurs principales avancées et outils en IA incluent :

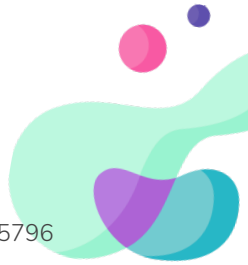
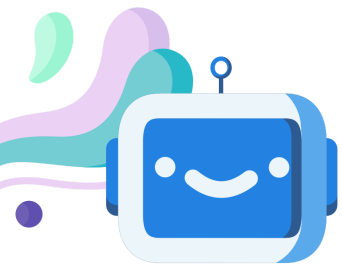
- 1) IA DASHBOARD : Une plateforme interne conçue pour générer des modules de contenu numérique réutilisables et flexibles, adaptables à différents produits basés sur l'IA. Il accepte les documents Word en entrée, permettant aux utilisateurs de guider directement la sortie de l'IA. Le système préformate également les entrées pour améliorer la clarté des messages et améliorer la qualité et la pertinence du contenu généré.
- 2) Opogenia : Un outil d'IA propriétaire qui fournit des analyses juridiques actualisées et spécifiques, en particulier pour les plateformes éducatives visant à former les futurs employés du public. Opogenia ne se contente pas de récupérer les mises à jour juridiques pertinentes, il recommande également des contenus connexes, ce qui en fait un assistant de contenu intelligent pour les équipes produit éducatives.
- 3) Outil interne utilisant l'API OpenAI : Le département du contenu développe actuellement un nouveau système interne basé sur l'API d'OpenAI afin de moderniser et rationaliser leurs flux de travail. Le système est conçu de zéro en pensant à la modularité et à l'évolutivité. Chaque tâche est en cours de prototype, de test et de documentation afin de permettre l'indépendance et la maintenabilité futures.

Outils tiers utilisés à travers les flux de travail :

- Génération et révision de texte : ChatGPT (OpenAI), Perplexity.
- Génération vidéo et d'images : Pictory.AI, Adobe Creative Suite, HeyGen (génération vidéo d'avatar IA).
- Génération de musique IA pour les réseaux sociaux : Suno.

Processus de mise en œuvre :

Le processus de mise en œuvre a débuté par un audit approfondi des flux de travail existants afin d'identifier les tâches chronophages et répétitives pouvant bénéficier d'une automatisation ou d'un support IA. Sur la base de cette analyse, l'équipe a sélectionné des outils adaptés et a initié le prototypage interne en utilisant des cycles d'itération agiles, permettant des ajustements et des apprentissages rapides. Des tableaux de bord personnalisés et des pipelines de contenu ont été développés en utilisant une combinaison d'API et de technologies no-code/low-code, facilitant l'intégration avec les systèmes existants tout en conservant la flexibilité. Tout au long du processus, les membres de l'équipe ont été progressivement intégrés, créant une boucle interne continue qui a permis d'améliorer les améliorations et d'encourager l'adoption. Simultanément, une documentation systématique a été produite pour garantir la scalabilité, la modularité et l'indépendance à long terme des solutions développées.



Aucun partenariat externe majeur n'était nécessaire au-delà de l'utilisation d'API et de plateformes externes.

#### 4. Résultats et impact

La stratégie d'IA de Clictic a déjà produit des résultats mesurables, qui ont redimensionné à la fois la variété et la qualité de leurs produits, ainsi que l'efficacité du processus interne de production appliqué à leur production :

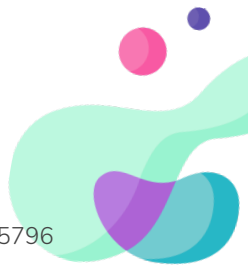
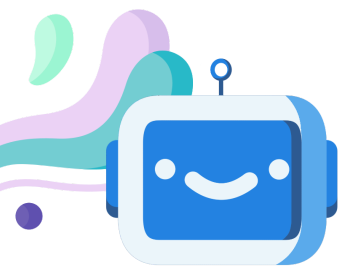
- Les temps de production ont diminué de plus de 35 %, notamment lors de la création et du prototypage de contenu en phase initiale.
- La diversité et la personnalisation des contenus ont considérablement augmenté, permettant à Clictic de proposer des propositions clients plus riches et plus engageantes.
- La qualité des résultats issus des systèmes d'IA s'est améliorée grâce à l'ingénierie structurée des prompts et au système de formatage des entrées du DASHBOARD.
- Opogenia a apporté un avantage stratégique dans la niche juridique-éducative, permettant à Clictic de répondre plus efficacement aux exigences réglementaires et de mise à jour de contenu que ce que permettraient les processus manuels.
- Le développement d'un outil de contenu interne personnalisé a déjà amélioré l'agilité et jette les bases de l'indépendance future vis-à-vis des plateformes tierces.

#### 5. Leçons apprises

Plusieurs enseignements importants ont émergé tout au long du processus de mise en œuvre. L'un des plus évidents était l'importance de la personnalisation : bien que les outils d'IA prêts à l'emploi puissent apporter une valeur initiale, ils échouent souvent lorsqu'il s'agit de répondre aux besoins spécifiques et aux flux de travail d'un environnement de production créatif. Le développement de systèmes internes adaptés à des cas d'usage bien définis s'est avéré bien plus efficace, libérant une plus grande flexibilité et une valeur à long terme.

Une deuxième leçon clé concernait la structuration des entrées : une mise en forme soignée des instructions et des flux d'entrée bien conçus étaient essentiels pour obtenir des résultats cohérents et de haute qualité à partir de modèles d'IA générative. Le facteur humain était tout aussi important : l'intégration de l'IA dans les équipes créatives demandait du temps et une approche réfléchie. Le scepticisme initial du personnel a été progressivement surmonté en démontrant clairement les bénéfices pratiques des outils d'IA et en impliquant directement les membres de l'équipe dans la façon dont ces outils ont évolué.

Enfin, l'équipe a reconnu dès le départ l'avantage stratégique de concevoir des systèmes modulaires. Bien que la création d'outils évolutifs et réutilisables demande à la fois du temps et des connaissances techniques approfondies, notamment lorsqu'il s'agit de réduire la



dépendance aux API tierces ou aux plateformes propriétaires, les bénéfices à long terme en matière de flexibilité, d'indépendance et de durabilité étaient évidents dès le départ.

## 6. Orientations futures

En regardant vers l'avenir, Clictic a tracé une feuille de route claire pour étendre et consolider sa stratégie d'IA. L'une de ses principales priorités est le développement continu de son système de contenu interne modulaire, avec pour objectif de lancer une version entièrement opérationnelle, réutilisable, évolutive et indépendante, capable de soutenir des équipes et des produits diversifiés à travers l'organisation. Parallèlement, l'entreprise prévoit d'étendre les capacités d'Opogenia, son outil d'IA pour interpréter et recommander des contenus liés à la législation du secteur public. L'objectif est d'élargir sa couverture des connaissances et de commencer à l'intégrer dans les plateformes d'e-learning en direct afin de mieux servir les utilisateurs se préparant à l'emploi public.

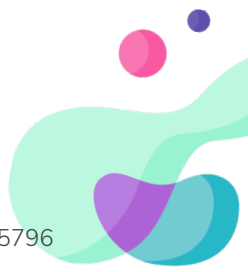
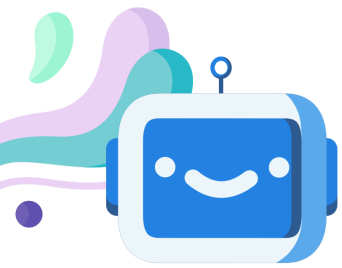
D'autres améliorations sont également prévues pour le TABLEAU DE BORD D'IA, qui sera amélioré pour prendre en charge des formats médias supplémentaires et permettre des flux de travail collaboratifs et en temps réel. Dans un registre plus expérimental, Clictic commence à explorer l'utilisation de l'IA pour la personnalisation dynamique de l'expérience utilisateur et l'adaptation de contenu en temps réel sur les sites web et applications, ouvrant de nouvelles voies pour un design interactif et adapté au public.

Ces efforts continus renforcent non seulement les capacités internes de Clictic, mais positionnent également l'entreprise comme un point de référence pour les meilleures pratiques en matière de mise en œuvre de l'IA dans le secteur des services créatifs et numériques, en particulier pour les équipes agiles souhaitant croître sans compromettre la qualité ou l'adaptabilité.

<b>PME #2</b>	ÉTUDE DE CAS :	IA pour optimiser le contact initial dans les campagnes publicitaires		
	Nom de la PME :	Bootcamp Formacion y Consultoria S.L.		
	Nombre d'employés :	12	Années d'activité :	3
	Secteur :	Services aux entreprises		

## 1. Aperçu et sommaire





Ce cas décrit comment l'entreprise Bootcamp a mis en place une solution d'intelligence artificielle pour effectuer des appels initiaux automatisés à des personnes intéressées par leurs campagnes publicitaires, les classer par niveau d'intérêt et les orienter efficacement vers une équipe de télémarketing. L'objectif était d'optimiser le flux de travail commercial et les temps de réponse.

## 2. Contexte

Bootcamp est une entreprise dynamique de services marketing et technologiques, spécialisée dans la fourniture de solutions digitales et marketing pour soutenir un large éventail d'opérations commerciales. Avec une équipe de 12 professionnels ainsi qu'un service externalisé de télémarketing et de back-office, et trois années de croissance régulière, Bootcamp a construit un solide bilan dans la fourniture d'outils et d'applications personnalisés qui améliorent la performance de l'entreprise. L'entreprise se concentre sur l'optimisation des processus marketing.

L'entreprise a identifié des inefficacités dans la gestion et la qualification de grands volumes de prospects entrants issus de campagnes marketing, provoquant des retards et des opportunités perdues. L'objectif principal était de rationaliser le processus de qualification des prospects, de réduire la charge de travail manuelle des agents de télémarketing et d'améliorer les taux de conversion.

## 3. Approche et mise en œuvre

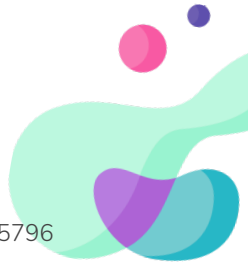
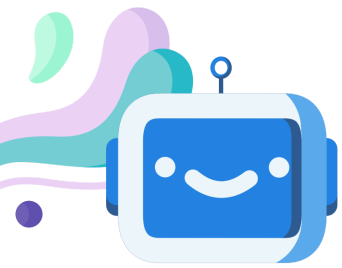
Bootcamp a développé et mis en œuvre une IA spécialisée, incluant le langage naturel, le traitement (NLP) et la reconnaissance vocale automatisée, afin de créer un système d'appel alimenté par l'IA à appliquer dans leurs processus métier et services marketing proposés aux partenaires et clients.

Ce système initie les appels de premier contact avec les clients potentiels, mène une interaction structurée pour évaluer les intérêts et les besoins, et classe les prospects en conséquence. La mise en œuvre a suivi les étapes clés suivantes :

- Conception et entraînement de modèles d'IA à partir de données historiques d'interaction avec les prospects.
- Intégration avec les plateformes CRM et de télémarketing existantes pour un transfert fluide des leads.
- Des tests pilotes avec des campagnes sélectionnées pour affiner le comportement et la précision de l'IA.
- Déploiement complet accompagné d'un suivi continu et d'améliorations itératives.

Lors de la mise en œuvre de leurs services marketing habituels, la collaboration avec leurs équipes de télémarketing était essentielle pour aligner les scripts d'interaction IA et les critères de classification.





Ainsi, ils sont passés efficacement d'un premier contact routinier et systématique à un travail purement commercial ou administratif.

#### 4. Résultats et impact

Le système d'IA gérait la qualification initiale des prospects pour plus de 80 % des prospects entrants, réduisant la charge de travail des agents de télémarketing d'environ 40 %. La précision de la classification des prospects dépassait 85 %, garantissant un routage des prospects de haute qualité. Cette automatisation a accéléré les temps de réponse, entraînant une augmentation de 20 % des taux de conversion provenant des prospects qualifiés et une réduction significative des coûts opérationnels liés aux appels manuels.

#### 5. Leçons apprises

Les principaux enseignements comprenaient l'importance d'aligner étroitement les scripts d'appels IA avec les flux de travail de télémarketing et de mettre à jour continuellement les modèles d'IA avec les nouvelles données d'interaction. Des défis sont apparus dans la gestion de la diversité des réponses clients et l'adaptation de l'IA, qui ont été résolus par une formation progressive et des mécanismes de retour humain dans la boucle. La collaboration précoce avec les équipes commerciales s'est avérée cruciale pour l'acceptation et l'utilisation efficace du système d'IA.

#### 6. Orientations futures

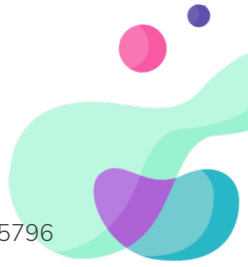
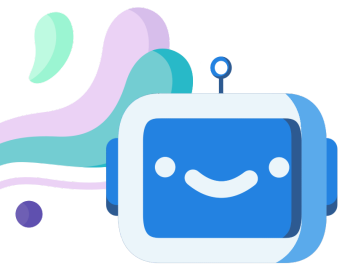
Bootcamp prévoit d'étendre la solution d'IA en élargissant ses capacités linguistiques et en intégrant des analyses prédictives pour prioriser les prospects avec une probabilité de conversion plus élevée. Le développement ultérieur se concentrera sur l'automatisation complète de l'entonnoir d'engagement client, transformant potentiellement les opérations de télémarketing à l'échelle de l'industrie en établissant une nouvelle norme d'efficacité de qualification des prospects et d'expérience client.

**PME #3**

ÉTUDE DE  
CAS :

Innovation propulsée par l'IA dans l'industrie textile espagnole





Nom de la PME :	Máquinas de Coser Salamanca S.L. (Entre máquinas de coser)		
Nombre d'employés :	5	Années d'activité :	27
Secteur :	Commerce électronique / Vente au détail spécialisée		

## 1. Aperçu et sommaire

Cette étude de cas explore comment la PME espagnole « Entre Máquinas de Cóser » a intégré avec succès les technologies d'intelligence artificielle (IA) dans ses opérations, transformant son approche de la couture industrielle et établissant une référence en matière d'innovation dans le secteur textile en Espagne et au Portugal.

## 2. Contexte

« Entre Máquinas de Cóser » est une PME basée à Salamanca créée il y a six ans en tant que boutique en ligne spécialisée dans les machines à coudre industrielles. Au fil du temps, l'entreprise a connu une croissance régulière et a récemment ouvert son premier magasin physique pour offrir des démonstrations en direct et un accompagnement personnalisé. Le secteur textile espagnol est très compétitif et traditionnellement résistant à la transformation numérique.

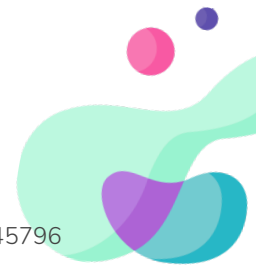
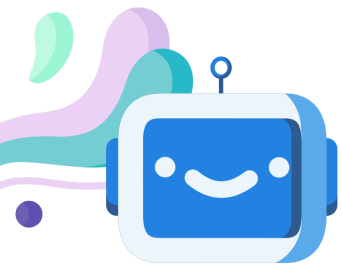
Cependant, la demande croissante de précision, de rapidité et d'adaptabilité dans la production textile a créé de nouvelles opportunités d'innovation. Pour rester en avance, l'entreprise a investi dans des technologies intelligentes afin d'augmenter la valeur de son offre sans augmenter les coûts d'exploitation. L'intégration de l'IA est devenue une stratégie clé pour maintenir la qualité tout en élargissant les capacités de production et la satisfaction client.

## 3. Approche et mise en œuvre

L'utilisation de l'IA par l'entreprise consiste à intégrer des puces intelligentes dans des machines à coudre industrielles. Ces puces analysent les tissus en temps réel et ajustent automatiquement les réglages de la machine pour optimiser la qualité et la cohérence des coutures. En partenariat avec le principal constructeur chinois Jack Technology, la société distribue et présente des modèles avancés équipés d'IA tels que le Jack A5e-amh et la machine à overlock Jack Urus C7, co-conçue par Porsche.

Ces mises en œuvre ont été rendues possibles grâce à une collaboration étroite et à un échange de connaissances entre les entreprises. Le processus comprenait également la formation du personnel et l'adaptation des flux de travail pour intégrer ces nouvelles capacités de manière transparente dans les opérations quotidiennes.





## 4. Résultats et impact

L'adoption de l'IA a donné des résultats concrets. Les machines offrent désormais une précision accrue et des taux d'erreur réduits, améliorant considérablement la qualité du produit final. Le temps nécessaire pour les ajustements et les tests a également diminué, augmentant la productivité globale.

En conséquence, « Entre Máquinas de Coser » a été reconnue comme le meilleur distributeur de produits Jack dans la péninsule Ibérique pendant deux années consécutives. Cela démontre non seulement une adoption technologique réussie, mais consolide également le leadership de l'entreprise dans son créneau de marché, en particulier auprès des entreprises recherchant des solutions textiles efficaces et intelligentes.

## 5. Leçons apprises

Plusieurs leçons importantes ont émergé durant cette transition.

Tout d'abord, les partenariats stratégiques étaient cruciaux : collaborer avec des fabricants technologiques expérimentés a accéléré le développement et la mise en œuvre d'outils avancés.

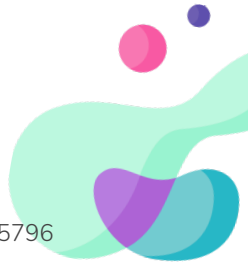
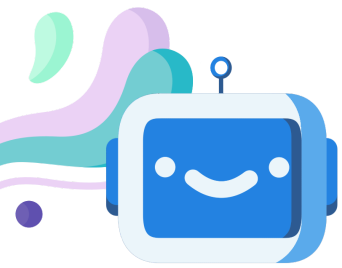
Deuxièmement, une intégration réussie de l'IA dépend de la préparation du personnel et d'une formation continue, car le scepticisme initial peut être réduit grâce à des résultats pratiques et à l'implication dans l'innovation.

Enfin, s'adapter dès le départ aux systèmes modulaires s'est avéré judicieux, car cela soutient la scalabilité et la préparation de l'avenir, en particulier dans un environnement technologique en rapide évolution.

## 6. Orientations futures

L'entreprise vise à étendre davantage l'utilisation de l'IA dans de nouveaux modèles de machines, à élargir sa gamme de produits et à maintenir son avantage concurrentiel grâce à une innovation continue. Les plans incluent l'amélioration de l'intelligence des puces pour supporter une gamme plus large de textiles et l'automatisation de plus en plus d'aspects du processus de couture.

« Entre Máquinas de Coser » souhaite également renforcer ses partenariats stratégiques et explorer des opportunités dans les écosystèmes manufacturiers intelligents. Ces développements devraient non seulement améliorer ses opérations, mais aussi inspirer les meilleures pratiques en matière d'adoption de l'IA pour d'autres PME dans les secteurs créatif et manufacturier espagnol.



<b>PME #4</b>	ÉTUDE DE CAS :	Comment snapADDY utilise l'IA pour améliorer la qualité des données CRM et l'efficacité des ventes		
	Nom de la PME :	snapADDY GmbH		
	Nombre d'employés :	100	Années d'activité :	10
	Secteur :	Technologie de vente B2B / Logiciel en tant que service (SaaS)		

## 1. Aperçu et sommaire

Cette étude de cas explore comment la société allemande de logiciels snapADDY a réussi à intégrer l'IA dans sa suite d'outils d'automatisation CRM, aidant des milliers d'équipes commerciales à travers l'Europe à améliorer la qualité des données des prospects, réduire le travail manuel et optimiser les processus commerciaux.

## 2. Contexte

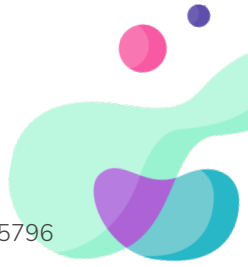
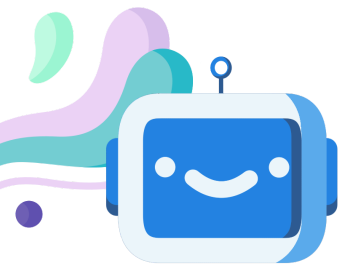
snapADDY est une PME allemande basée à Wurtzbourg, fondée en 2015, qui se concentre sur la fourniture d'outils logiciels intelligents aux équipes commerciales. Ces dernières années, les entreprises européennes, en particulier dans le secteur B2B, ont eu du mal à faire face à des données CRM de mauvaise qualité et à des processus de capture de prospects inefficaces, ce qui entraîne souvent des opportunités manquées et du temps perdu. Conscient de ce problème généralisé, snapADDY visait à moderniser les flux de travail commerciaux en automatisant la saisie, l'enrichissement et les rapports de données grâce à des outils alimentés par l'IA.

La vision de l'entreprise était de permettre aux équipes commerciales allégées de travailler plus rapidement et de manière plus intelligente, tout en maintenant le contrôle sur la précision et la conformité des données, un défi particulièrement pertinent dans le paysage commercial européen, où les PME dominent mais manquent souvent de capacité à mettre en œuvre des solutions technologiques complexes.

## 3. Approche et mise en œuvre

Pour relever ces défis, snapADDY a intégré les technologies d'IA dans son écosystème produit principal. Au cœur de cet effort se trouve l'outil piloté par l'IA « snapADDY DataQuality », qui capture, valide et enrichit intelligemment les données de contact provenant de diverses sources, garantissant que les équipes commerciales travaillent toujours avec des informations à jour et précises. Un autre produit clé, « VisitReport », aide les représentants sur le terrain à enregistrer leurs réunions et à générer des rapports





structurés directement connectés à leurs systèmes CRM, tandis que « BusinessCards » utilise la vision par ordinateur et le traitement du langage naturel pour numériser instantanément les coordonnées à partir de cartes physiques.

Le processus de mise en œuvre a été progressif et itératif. Plutôt que de tenter une transformation complète dès le départ, snapADDY a introduit l'IA dans des domaines spécifiques où des gains d'efficacité clairs étaient possibles. Les retours des clients pilotes ont été utilisés pour entraîner et affiner les algorithmes, notamment dans les tâches d'analyse syntaxique, de déduplication et d'enrichissement. L'équipe de l'entreprise a assuré une intégration étroite avec des plateformes CRM largement utilisées comme Salesforce et Microsoft Dynamics, offrant une utilisabilité immédiate et une faible barrière à l'adoption. Parallèlement au développement des produits, snapADDY a également privilégié la sécurité et la transparence des données, obtenant la certification ISO 27001 afin d'assurer aux clients leur engagement en matière de conformité et de gestion sécurisée des données.

#### 4. Résultats et impact

L'impact de ces intégrations d'IA a été considérable. Aujourd'hui, snapADDY soutient plus de 3 800 entreprises, y compris des clients majeurs tels que Siemens et Bosch. Les clients rapportent des gains de temps significatifs en saisie et gestion des contacts, ainsi qu'une amélioration du ciblage des campagnes et une réduction des erreurs administratives.

L'automatisation de la capture et de l'enrichissement des prospects améliore non seulement la productivité, mais contribue également à un pipeline de vente plus fiable et à une meilleure santé globale du CRM. Le marché a reconnu ce succès, snapADDY a été classé parmi les meilleures startups d'IA en Allemagne en ventes par IA appliquée et inclus dans le Technology Fast 50 de Deloitte pour son innovation et sa croissance.

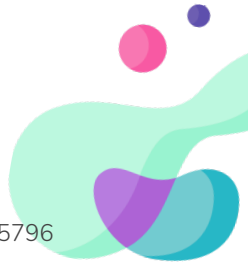
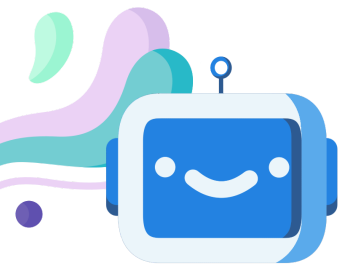
#### 5. Leçons apprises

Tout au long de son parcours en IA, snapADDY a acquis plusieurs informations précieuses. Premièrement, s'attaquer à un point de douleur bien défini et courant, les données CRM de faible qualité, était essentiel pour l'adoption et la pertinence. Deuxièmement, l'équipe a appris que les composants d'IA prêts à l'emploi sont rarement suffisants ; une personnalisation et une intégration soigneuses sont nécessaires pour leur apporter une véritable valeur commerciale.

Le personnel et les clients étaient plus enclins à adopter de nouveaux outils lorsque la fonction de l'IA était clairement démontrée et que ses limites étaient comprises. L'entreprise a également compris que la création d'outils modulaires en pensant à l'interopérabilité créait une flexibilité et une évolutivité à long terme, ce qui s'est avéré essentiel à mesure que les besoins des clients évoluaient.

#### 6. Orientations futures





En regardant vers l'avenir, snapADDY travaille à étendre les capacités de ses outils d'IA en intégrant davantage de sources de données contextuelles, telles que les signaux sociaux et l'intention comportementale, dans les profils de prospects. Ils visent également à proposer des fonctionnalités prédictives qui aident les commerciaux à prioriser les prospects en fonction de leur probabilité de conversion. L'entreprise explore de nouveaux partenariats à travers l'Europe afin d'accroître sa portée et de localiser ses outils pour différents marchés. Sa vision à long terme inclut le développement d'un flux de travail de vente entièrement augmenté par l'IA, combinant automatisation, génération d'insights et prise de décision humaine, une ambition qui reflète les tendances plus larges de la transformation numérique des PME européennes.

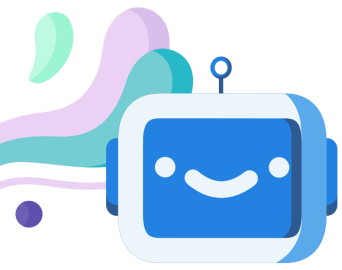
## 3. Conclusion

L'analyse de la mise en œuvre de l'IA dans les PME espagnoles révèle un paysage d'adoption croissant mais inégal, marqué par un fort intérêt, mais aussi par des lacunes de connaissances, des capacités internes limitées et des contraintes financières. Malgré ces défis, les exemples examinés démontrent qu'une adoption stratégique et bien réfléchie de l'IA peut avoir un impact significatif même pour de petites organisations.

Clitic illustre comment une entreprise de services numériques peut améliorer la production créative et la compétitivité des produits en intégrant des outils d'IA modulaires et personnalisables, surtout lorsque ces outils sont développés en interne et de manière itérative. Bootcamp, quant à lui, montre comment l'IA peut simplifier la gestion des prospects dans des contextes à forte intensité marketing, réduisant la charge de travail humaine et augmentant le potentiel de conversion grâce à des systèmes intelligents de classification et de routage. Entre Máquinas de Coser représente un cas de micro-entreprise où l'IA est utilisée de manière pragmatique pour enrichir l'expérience utilisateur et personnaliser le contenu, prouvant que même les très petites entreprises peuvent bénéficier d'une intégration de l'IA légère et rentable lorsqu'elle est liée à un objectif commercial clair. Enfin, bien que snapADDY soit basé en Allemagne, sa pertinence réside dans la manière dont les PME peuvent devenir des références sectorielles dans l'adoption de l'IA grâce au développement ciblé de produits et à un fort alignement avec les points sensibles des clients.

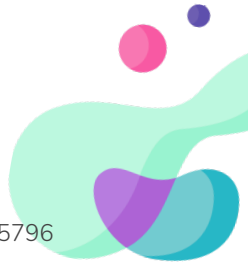
Ensemble, ces cas confirment que la clé d'une adoption réussie de l'IA n'est pas l'échelle, mais la clarté de l'objectif, la flexibilité et un engagement envers l'apprentissage interne. Ils reflètent également une tendance plus large dans laquelle les outils modulaires, low-code/no-code et les API ouvertes permettent aux PME de tirer parti de l'IA même sans grandes équipes techniques. Pour l'Espagne en particulier, cela met en avant le potentiel de favoriser des écosystèmes collaboratifs, de





# Bots4Business

2024-1-AT01-KA220-VET-000245796

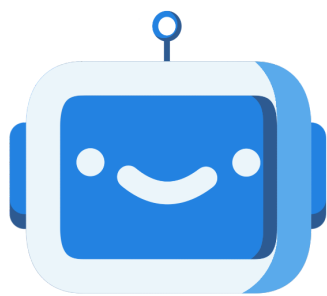


renforcer les compétences numériques et de soutenir l'expérimentation pour accélérer l'adoption de l'IA auprès des petites entreprises, en particulier celles disposant de l'agilité nécessaire pour transformer rapidement l'innovation en valeur.



Co-funded by  
the European Union

Cofinancé par l'Union européenne. Cependant, les opinions exprimées sont celles de l'auteur(s) uniquement(s) et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ni la Commission européenne ne peuvent en être tenues responsables.



# Bots4Business



Co-funded by  
the European Union

Cofinancé par l'Union européenne. Cependant, les opinions exprimées sont celles de l'auteur(s) uniquement(s) et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de la Commission européenne. Ni l'Union européenne ni la Commission européenne ne peuvent en être tenues responsables.