



## Jules et Zalando aident leurs clients en ligne à choisir leurs habits grâce à l'IA

556 words

1 October 2024

10:58

LSA.fr

LSAPFR

French

Copyright 2024 INFOPRO Digital All Rights Reserved

Les deux sites de mode officialisent, ce 1er octobre, de nouvelles fonctionnalités qui conseillent les e-consommateurs sur leur site respectif. Objectif : mieux les orienter et éviter au maximum de coûteux retours produits.

Ce 1er octobre, deux sites de mode lancent des fonctionnalités pour aider les internautes à dénicher le pantalon ou la tenue idéale pour eux. Du côté de Zalando, cela se traduit par la sortie d'un « assistant mode », alimenté par les modèles de Zalando et OpenAI, maison-mère de ChatGPT. Déjà disponible en anglais, cet assistant, qui se matérialise par un bot et des échanges à l'écrit entre l'internaute et celui-ci, est désormais disponible en français et dans les 25 langues locales où Zalando opère.

Cet outil permet d'échanger et d'affiner les propositions selon une demande initiale de l'internaute. Ce dernier peut ainsi demander un conseil de tenue pour une occasion particulière et commenter les résultats obtenus pour affiner les propositions. « Grâce à l'IA générative, nous lançons la conversation avec nos clients. L'Assistant Mode propose des recommandations qui intègrent les historiques d'achat et de navigation de nos clients, pour une réponse encore plus personnalisée » explique Laura Toledano, directrice générale France, UK et Irlande chez Zalando. « Pour la première fois, ce n'est pas au client de s'adapter à une technologie, c'est la technologie qui s'adapte au client, et c'est assez révolutionnaire de voir cela dans l'industrie de la mode », complète-t-elle. Reste à savoir si ce mode d'achat concernera une grande partie des internautes venant sur le site allemand... L'IA générative au service du pantalon idéal chez Jules

Du côté de l'enseigne Jules, on se sert de l'IA générative pour aider sa clientèle à trouver le jeans idéal. Pour ce faire, le distributeur s'est rapproché de Kleep, start-up fondée en 2021 qui a levé au mois de décembre 1,8 million d'euros. Après 18 mois de R&D menés en partenariat avec des laboratoires de recherche de l'École des Mines de Paris et de l'ENS Paris-Saclay, Kleep a développé une technologie propriétaire de scan corporel. Sur le site de Jules, cela se matérialise par la possibilité de cliquer, en home page, sur l'option « Blue Partner ». Ici, l'e-client choisit parmi trois options son style et sa morphologie. Fort de ses résultats, quatre pantalons lui seront proposés.

Ici, l'idée n'est plus d'avoir une conversation comme chez Zalando, mais d'aider en deux clics l'internaute à trouver la bonne coupe pour l'achat de ce vêtement. « Ce partenariat avec Kleep s'inscrit parfaitement dans notre volonté de modernisation de l'expérience digitale. Blue Partner transforme le parcours d'achat en répondant aux attentes individuelles de nos clients de manière instantanée et précise. Grâce à cette technologie, nous redéfinissons la façon dont nos clients interagissent avec nos produits, améliorant fortement leur satisfaction et leur conversion », assure Moez Hamad, chief digital officer de Jules. Dans les deux cas, ces aides à l'achat constituent aussi un potentiel énorme pour les entreprises. Il s'agit en effet d'éviter au maximum les retours produits, plaie du e-commerce qui plombe leurs marges.

Document LSAPFR0020241001eka10002v