

“95 % DES PROJETS D'IA GÉNÉRATIVE ÉCHOUE”

selon le MIT.

Au-delà du 'GenAI Divide' du MIT : les 6 piliers pour un ROI x3 en IA générative

“95 % des projets d'IA générative échouent” selon le MIT.

Une étude du MIT, The GenAI Divide (« The GenAI Divide STATE OF AI IN BUSINESS 2025 » - Aditya Challapally, Chris Pease, Ramesh Raskar, Pradyumna Chari, July 2025), a fait beaucoup parler d'elle ces dernières semaines.

Elle avance un chiffre glaçant : 95 % des projets d'IA générative auraient échoué depuis deux ans.

De quoi refroidir plus d'un COMEX, et remettre en question la pertinence des investissements IA.

Ce résultat statistique a d'autant plus marqué les décideurs que les investissements cumulés des entreprises dans les solutions GenAI, à savoir plusieurs dizaines de milliards depuis 2023, nourrissaient l'espoir d'un impact structurel rapide. Cette disproportion apparente entre l'effort consenti et la valeur effectivement capturée a renforcé la perception d'un “gaspillage” massif et d'une promesse non tenue.

CE QUE DIT VRAIMENT LE MIT

L'étude du MIT repose sur 300 projets analysés et 150 dirigeants interrogés.

Le constat est clair : l'adoption est massive, la transformation quasi nulle.

Les entreprises testent, dépensent, communiquent, mais les projets ne passent pas le cap de la production.

Quelques enseignements clés

- 95 % des projets IA n'ont généré aucune valeur dans le P&L.
- 80 % des organisations ont testé ChatGPT ou Copilot, mais buttent sur les intégrations dans les workflows métiers.
- Des grands projets d'entreprise et des solutions externes vues comme transformatrices par les décideurs sont souvent rejetés par les équipes.
- Les solutions GenIA, y compris sectorielles, pour les entreprises sont très souvent rigides et insuffisamment adaptées aux spécificités et à la technicité des entreprises et au final rejetées par les équipes.
- Selon le MIT, la cause profonde de cette non-valeur tient souvent aux méthodes employées par les entreprises.
- Les solutions génériques du marché sont déployées massivement, mais les projets échouent par manque d'intégration, de contextualisation et d'apprentissage.
- Les entreprises privilégient les projets visibles (marketing, ventes) au détriment des processus internes, pourtant très porteurs en ROI.
- Enfin, les projets menés avec des partenaires externes "adaptés" ont deux fois plus de chances de réussir que ceux menés seuls.

L'adoption est haute, la disruption est basse

L'étude du MIT est un choc utile. Elle montre surtout une chose : quand la méthode est rigoureuse, l'IA générative délivre de la valeur tangible et durable.



Le succès en IA générative n'est pas une question de chance ni de budget : c'est une question de méthode. La sélectivité est le premier acte de courage en IA : nous ne retenons souvent que 20-30 % des cas initiaux. »



Jean-Charles Ferreri, Partner, eleven

Derrière ce constat, trois limites méthodologiques majeures doivent être prises en compte pour interpréter correctement les résultats publiés par le MIT.

Premièrement, l'étude s'appuie largement sur une mesure du ROI à un horizon de six mois, une fenêtre trop courte pour apprécier l'impact réel des transformations qu'implique la GenAI. La bonne pratique reste de mesurer sur 12-18 mois. De plus, les déclarations de ROI reposent en grande partie sur des auto-évaluations non auditées, ce qui crée un risque d'attribution causale floue entre l'IA et d'autres facteurs externes (évolutions du marché, initiatives parallèles, saisonnalité).

Deuxièmement, l'échantillon étudié présente un biais de sélection important : il se concentre principalement sur de très grandes entreprises occidentales, avec une sur-représentation des secteurs technologiques et médias. Les PME, les secteurs industriels, l'énergie ou la santé y sont beaucoup moins présents, de même que les projets internes non publiés. L'étude utilise en outre des projets rendus publics via des communiqués, ce qui invisibilise de nombreux succès discrets (par exemple en back-office) et surexpose des échecs déclarés. Ces biais d'échantillonnage tendent donc à gonfler artificiellement le taux d'échec observé.

Enfin, troisièmement, l'étude repose en grande partie sur des évaluations déclaratives des dirigeants et des équipes projet, ce qui contribue à accentuer les biais évoqués : difficulté à distinguer les apports réels de l'IA d'autres initiatives, manque d'indicateurs standardisés et absence d'audits indépendants. Ce cadre méthodologique explique en partie pourquoi certaines organisations apparaissent comme ayant "échoué", alors qu'elles se trouvent en réalité dans une phase intermédiaire d'apprentissage ou de déploiement progressif.

CE QUE NOUS CONSTATONS CHEZ ELEVEN & REVENU IA

Chez eleven & Revenu IA, nous accompagnons des COMEX et directions métiers et tech depuis des années.

eleven comme conseil de direction générale et consultant en data-science et en IA (« du design au code », avec les mêmes équipes).

Revenu-IA comme collectif d'experts opérationnels en IA générative, des profils Sales, Growth et Ops issus de Microsoft, LinkedIn ou Google, qui forment les équipes, audite les pratiques terrain et déploient des méthodes propriétaires pour accélérer l'adoption et ancrer durablement les usages.

Et nos expériences sont que l'IA générative, quand elle est bien cadrée et pilotée, délivre de la valeur.

Cela s'appuie sur des méthodes, accessibles à tous, forgées au contact du terrain et des projets chez nos clients, et testée dans quasi tous les contextes.

LES 6 PILIERS QUI FONT QUE “ÇA MARCHE”

1. UNE APPROCHE DUALE “BUSINESS & TECH” FROM DAY-1

2. UNE SÉLECTIVITÉ ASSUMÉE ET CONTINUE

3. « SOLUTION DE MARCHÉ » ... OU PAS : QUAND LE « SUR MESURE » EST MOINS CHER ET PLUS PERTINENT

4. DONNER ENVIE AUX MÉTIERS EN PARTANT DE LEURS VRAIS PROBLÈMES

5. UNE CONTINUITÉ D'ÉQUIPE « FROM DESIGN TO CODE »

6. TRAITER LE “LEARNING GAP” POUR ACCÉLÉRER L'APPROPRIATION, LES DÉCISIONS ET L'ADOPTION

Avec ces six piliers, quelques indicateurs chez nos clients :

- Souvent 3/4 des projets dépriorisés dans les premières semaines de travail
- A l'issue, 60% des projets qui franchissent toutes les étapes: prototype, adoption, passage à l'échelle
- Des ROI souvent x3 sur 12-18 mois par rapport à l'investissement initial
- Des vagues successives d'investissements très sélectives tous les 6 à 9 mois, financées par les bénéfices des vagues précédentes
- 5-10% des projets portés qui sont étendus par nos clients à « actifs commercialisables » à des entreprises tierces

« Quand les dirigeants sont eux-mêmes alignés, informés, ont pris le temps de comprendre toutes les données clé du problème avec une formation digne de leur niveau décisionnel, ça déroule et ils donnent des orientations claires à des acteurs très professionnels et capables comme eleven. Quand ce n'est pas le cas, les débats s'enlisent et ça débouche souvent sur du retard qui s'accumule et des décisions précipitées. C'est ce que les 5% "best in class" ont compris très tôt. Exemple Emil Frey France. »



Mustapha BenKalfate

1. UNE APPROCHE DUALE “BUSINESS & TECH” FROM DAY-1

Pour réussir un projet GenIA, les équipes doivent porter une vision et des questionnements entièrement combinés « Business et Tech » dès le premier jour et les travaux de cadrage et priorisation.

Cette approche est essentielle à double titre. En premier lieu, questionner et aligner finement le Comex et les décideurs métiers pour définir des cibles à la fois à fort enjeu financier et stratégique et réellement faisables, permettant de sécuriser leur satisfaction à l'issue de quelques mois de travaux communs. En second lieu, travailler symétriquement avec les équipes opérationnelles et les équipes Tech pour faire le panorama du domaine des possibles, sécuriser les données et systèmes clés pour des use-cases à fort enjeu et ainsi sécuriser les faisabilités techniques, sans a priori sur les méthodes employées, et éventuellement remettre en question les processus métiers.

Chez un acteur industriel de la construction modulaire, la demande initiale du Comex était la création d'un outil d'aide à la vente (« comment proposer des modules adaptés à des plans et des demandes hétérogènes des clients, sujets qui prend des heures aux commerciaux et comporte trop d'erreurs de recommandation ? »). En travaillant finement l'alignement entre les enjeux métiers et les capacités technologiques, le projet a évolué vers une transformation plus globale. Une solution IA a permis d'optimiser les recommandations comme demandé, mais l'outil est aussi devenu une véritable plateforme centrale, couvrant le suivi complet du cycle de vie pour d'autres équipes avec l'anticipation de la demande sur des produits existants, la gestion dynamique des stocks et la qualification de nouvelles demandes exprimées par les clients.

eleven

Cette approche duale « Business et Tech from day-1 » est également un atout pour fonctionner en temps et équipes compacts, les mêmes professionnels portant cette double compétence.

Elle sécurise également très tôt la faisabilité réelle des cas d'usage, en évitant les choix basés sur des perceptions ou sur des solutions génériques du marché, souvent inadaptées aux contraintes métiers et techniques spécifiques.

2. UNE SÉLECTIVITÉ ASSUMÉE ET CONTINUE

Chez nos clients, nous intervenons souvent dans la priorisation des sujets à mener, ou bien de manière globale, ou dans des domaines, pays et/ou fonctions prédéfinis. Notre constat est que la sélectivité doit être bien supérieure aux pratiques constatées par l'étude MIT sur les 300 entreprises étudiées.

En effet, sur 10 « cas » identifiés, nous en recommandons souvent à nos clients 2 à 3 (soit 20%) pour lancer des MVP, c'est-à-dire travailler une exploration détaillée et un prototype.

En revanche, et toujours en décalage par rapport aux ratios constatés par le MIT auprès des 300 entreprises étudiées, le taux de succès "at scale" chez nos clients atteint souvent les 60-70%.

Cette sélectivité initiale très forte est permise par notre approche « Business et Tech from day-1 ». Elle est nécessaire pour plusieurs raisons, notamment deux :

- Sécuriser des gains sur des délais courts qui alimenteront les prochaines vagues
- Limiter les goulots d'étranglements et la sollicitation des métiers et éviter ainsi tout effet tunnel, et « déception » qui s'en suit au sein des métiers

Au sein d'une entreprise technologique, pour le déploiement d'une plateforme GenAI et agentique en self-service, permettant à chaque équipe de créer ses propres agents IA (marketing, produit, support, etc...) avec le pôle data en rôle de facilitateur et garant de la gouvernance, ont été déployés en six mois une dizaine d'agents, avec plus de 300 utilisateurs actifs et des gains de productivité très importants sur des tâches répétitives. Ce succès a été permis par une démarche sélective et centrée sur les besoins métiers, bien au-delà de la technologie elle-même.

Cette sélectivité, parce qu'elle concentre les efforts sur les cas les plus transformants et réellement faisables, permet également de lisser les risques associés aux projets IA. Elle réduit l'exposition des équipes à des cycles longs ou à des promesses technologiques trop optimistes, et favorise des trajectoires d'industrialisation incrémentales, lisibles et mesurables, conditions indispensables pour installer durablement la confiance des dirigeants.

Plusieurs entreprises nous ont contactés alors qu'elles avaient déjà validé un projet de transformation IA (intégration d'outils, formations par groupes de 40 personnes ou plus...). Notre diagnostic a révélé que les questions de gouvernance n'avaient été traitées que de manière superficielle.

Nous avons donc enrichi notre formation dirigeants d'un module dédié, appuyé sur des benchmarks opérationnels. Cette clarification préalable permet ensuite à des intégrateurs comme Eleven d'intervenir efficacement auprès de clients qui ont déjà aligné les fondamentaux : objectifs, moyens, compétences et indicateurs.

Le change management appliqué à l'IA n'a plus rien à voir avec celui que nous avons connu jusqu'à cette nouvelle ère. Il faut proposer de nouveaux protocoles et de nouveaux instruments qui ont fait leurs preuves ; sinon, le risque de se tromper est réel, comme le rappelle douloureusement l'étude du MIT.

Néanmoins, une fois les bonnes bases posées, les résultats sont tangibles et parfois spectaculaires ! La sélectivité devient pertinente, assumée et correctement expliquée en interne, ce qui aligne les énergies au service de la réussite du projet.

REVENU IA

3. « SOLUTION DE MARCHÉ » ... OU PAS : QUAND LE « SUR MESURE » EST MOINS CHER ET PLUS PERTINENT

L'IA représente environ 50% des investissements de venture capital dans le monde au 3ème trimestre 2025, avec un focus croissant sur les solutions GenIA pour entreprises (automatisation, LLMs d'entreprise comme Cohere, etc.). On estime à 70 000 le nombre de startups, scale-ups et licornes sur ce domaine.

En sus, l'ensemble des grands acteurs sur software existants (hyperscalers, logiciels fonctionnels eg. SAP, Salesforce, workday, etc... , logiciels sectoriels eg. Cegid, Dassault Système, etc...) investissent également fortement.

Les entreprises sont ainsi sur-adressées par des solutions sur tous les sujets, fonctionnels et sectoriels.

Les leçons que nous en tirons : il ne faut interpréter aucune solution comme "magique" à travers les "démonstrateurs" des uns ou des autres. Il faut considérer des solutions déjà packagées, semi-packagées ou sur-mesure, sans a priori.

Plusieurs raisons à cela :

- Dans l'immense majorité des situations, les solutions proposées ne sont pas « plug-and-play » chez nos clients
- De manière plus structurante encore, des dimensions clés sont insuffisamment considérées : coûts à terme, propriétés des données, ouverture et interconnectivité de la solution, capacité à absorber le contexte métier, évolutivité, etc...
- Enfin, dans beaucoup de situations, d'autres solutions existent, parfois moins mises en avant dans des démonstrateurs ad-hoc, mais opérationnalisables à coût limité et offrant des meilleurs bénéfices : ouverture, contexte métier, internalisation du savoir-faire, adaptation à la complexité et aux workflows de l'entreprise, etc...

« Le marché promet du plug-and-play ; le terrain rappelle que rien n'est plug-and-play dans une entreprise complexe.

Dans le BTP, après avoir comparé une dizaine de solutions packagées séduisantes en démo, aucune ne passait la réalité métier.



Le développement interne avec une forte proximité entre développeurs et équipes métiers a permis de faire x2 sur la vitesse d'analyse des appels d'offres. Un exemple que le "plug-and-play" relève souvent du marketing. »

Morand Studer, Partner, eleven



Dans un projet concernant le traitement des appels d'offres complexes dans le domaine du BTP (plusieurs centaines de pages, contenu large et profond intégrant juridique, économique, plans, ingénierie, demandes disséminées et implicites, ...), de nombreuses startups proposaient des solutions sur ce sujet, souvent séduisantes en démonstration, mais aux résultats limités en pratique. En accord avec notre client, plutôt que de nous appuyer sur une solution générique, nous avons co-développé, main dans la main avec les équipes opérationnelles, un outil d'IA profondément intégré à leurs processus existants. Ce travail d'adaptation fine aux usages, à la terminologie et aux flux réels a été déterminant : la solution a rapidement démontré une efficacité nettement supérieure et a été adoptée à grande échelle. Aujourd'hui, plusieurs centaines de collaborateurs l'utilisent au quotidien pour répondre plus rapidement et plus pertinemment à ces appels d'offres complexes.

eleven

Une fois le besoin client et les use-case identifiés, le choix d'une solution de marché n'est ainsi qu'une option parmi d'autres. L'ensemble des dimensions (adaptation, ouverture, capacité à absorber le contexte métier, à s'intégrer dans les workflows, coûts...) doivent être considérées et des solutions moins packagées sont souvent les bons choix.

Ainsi, dans 30% des situations, nous recommandons et travaillons au final avec des solutions de marché « très packagées ». Et dans 70% des situations, d'autres choix sont plus pertinents.

4. DONNER ENVIE AUX MÉTIERS, EN PARTANT DE LEURS VRAIS PROBLÈMES

Pour atteindre le passage à l'échelle, s'assurer de l'embarquement et de la mobilisation des métiers est indispensable.

Une autre étude récente (**« The Measurement Imbalance in Agentic AI Evaluation Undermines Industry Productivity Claims » - Kiana Jafari Meimandi, Gabriela Aránguiz-Días, Grace Ra Kim, Lana Saadeddin, Allie Griffith, Mykel J. Kochenderfer – Octobre 2025**) critique les modèles d'évaluation actuels des systèmes d'IA agentiques, centrés sur des métriques techniques au détriment des aspects humains, de sécurité et économiques. 84 études académiques et industrielles ont été analysées.

L'immense majorité (83 %) se focalise sur des métriques exclusivement ou quasi-exclusivement techniques. Les autres métriques sont insuffisamment prises en compte : adoption et humain dans 30 % des études, aspects de sécurité et de gouvernance dans 53 % des études, évaluations économiques dans seulement 30 % des cas, et seulement 15 % intégrant à la fois des métriques techniques et centrées sur l'humain. Les travaux de Kiana Jafari Meimandi et ses co-auteurs montrent des cas concrets dans trois secteurs, où des systèmes excellaient sur des métriques techniques mais échouaient en pratique en raison de facteurs non mesurés, et militent pour de nouveaux cadres d'évaluation plus globaux et équilibrés.

Dans nos projets, dans de nombreuses situations, le métier a envie et souhaite collaborer car il s'agit de résoudre un point de difficulté évident à tous (« pain point »), et le métier collabore très volontairement pour le résoudre dans un processus itératif où il visualise très rapidement son bénéfice et des résultats concrets.

Dans le cadre d'un projet mené auprès d'un grand industriel, la sensibilisation de l'équipe commerciale aux enjeux de l'IA a généré des résultats quasi immédiats. Après un audit initial, la stratégie a été recentrée sur des cas d'usage précis et une approche hybride a été retenue : l'adoption de solutions IA du marché complétées par un outil sur-mesure permettant enfin de valoriser des données stratégiques jusqu'ici inexploitées.

En parallèle, un plan de conduite du changement structuré en trois niveaux a été déployé :

- **un réseau de "super champions"** siégeant au comité de pilotage avec un suivi trimestriel,
- **des champions opérationnels** formés aux outils et aux techniques selon le principe du *train the trainer*,
- **l'ensemble des équipes vente-marketing** formées au niveau 1 pour maximiser l'usage des IA disponibles tout en intégrant une compréhension concrète des risques.

REVENU 

Il est également vrai que, parfois, dans des situations plus top-down ou changeant très structurellement les manières de travailler, les experts métiers peuvent moins bien appréhender leurs intérêts, tout en restant indispensable à la réussite du projet. Dans cette configuration, sur base de notre expérience et savoir-faire, des bénéfices métiers doivent être trouvés, par exemple sur des premières étapes du projet, pour s'assurer de collaboration et de l'embarquement dans le projet. Cet effort initial est indispensable pour le moyen terme et le succès global.

Pour une marketplace à fort volume, nous avons déployé un outil d'analyse automatisée des appels commerciaux : chaque conversation est transcrite, résumée, puis comparée au playbook de vente pour fournir à chaque commercial un feedback personnalisé. En quelques semaines, l'équipe a gagné plusieurs points de taux de conversion. Les prototypes et l'appropriation ont été menés de manière très concentrique pour convaincre des cercles d'appropriation successifs et montrer les bénéfices en levant des craintes et freins des équipes opérationnelles, et montrer la valeur et le confort d'usage notamment.

eleven

Cette démarche d'embarquement progressif, centrée sur la résolution de problèmes concrets plutôt que sur la démonstration technologique, constitue également une réponse directe aux biais d'évaluation des projets IA : elle permet d'observer rapidement la valeur réelle, d'impliquer les équipes dès les premières étapes et de créer les conditions d'une adoption durable.

5. UNE CONTINUITÉ D'ÉQUIPE « FROM DESIGN TO CODE »

Sur des projets de 4 à 9 mois (vision, identification, priorisation, prototype/MVP, passage à l'échelle), il est pertinent d'avoir un expert ou une équipe unique, en traitant tout à la fois les enjeux de priorisation en amont avec le management (et la vue Tech en parallèle) et le travail de change management tout au long du projet (en assurant le code et l'adaptation des outils tout du long)

En effet, ce modèle continu permet d'éviter un autre écueil fréquent dans les organisations : les ruptures entre phases de cadrage, de prototypage et d'industrialisation, qui génèrent perte de contexte, dilution des responsabilités et ralentissements. La continuité des équipes garantit que les apprentissages, les choix techniques et les arbitrages faits au fil du projet se traduisent directement en solutions déployées, sans déperdition.

6. TRAITER LE « LEARNING GAP » : ALIGNER DIRIGEANTS, MÉTIERS ET ÉQUIPES TECHNIQUES

Dans de nombreux projets IA, la principale difficulté n'est pas technologique, mais humaine. Elle réside dans un écart souvent sous-estimé entre :

- la compréhension réelle de l'IA par les dirigeants,
- la capacité des métiers à formuler leurs besoins et vérifier des prototypes,
- et la vision technique des équipes data/IT.

Cet écart ? le « learning gap » ? explique une part significative des projets qui n'atteignent pas l'adoption ou le passage à l'échelle. Plusieurs travaux récents le confirment :

- les études internationales sur la confiance et l'usage de l'IA (KPMG, 2025) montrent que 6 employés sur 10 admettent déjà avoir fait des erreurs en utilisant des outils IA ;
- l'étude Adecco Group (2025, 2 000 dirigeants) révèle que seulement 10 % des entreprises disposent d'un plan structuré de formation IA, tandis que 60 % des dirigeants attendent que salariés "se forment seuls" ;
- Singapour, à l'inverse, a rendu obligatoire la formation IA de tous les dirigeants publics (2023–2025), illustrant l'effet d'un leadership éclairé sur l'exécution opérationnelle.

Dans le cadre d'un projet d'IA agentique mené pour un grand groupe international australien, l'évaluation du dispositif envisagé a mis en évidence la non-fiabilité d'un fournisseur dont les promesses étaient largement surestimées. Cette analyse a souligné l'absence de solutions « clés en main » réellement performantes et a permis au comité exécutif de mieux appréhender l'écart entre discours commercial et réalité opérationnelle. À l'issue de deux jours de formation IA dédiés aux dirigeants, l'entreprise a pu approfondir ses vérifications et ajuster sa stratégie en toute connaissance de cause.

REVENU 

Dans la pratique, ce learning gap crée :

- des arbitrages incohérents,
- des priorisations instables,
- des incompréhensions sur ce qu'un prototype peut ou ne peut pas démontrer,
- et une difficulté à évaluer les risques, coûts et impacts réels.

Lorsque dirigeants, métiers et équipes techniques sont alignés, les trajectoires changent : les décisions sont plus rapides, les choix plus cohérents, les arbitrages plus solides, et l'adoption métier s'accélère nettement.

Ce pilier complète les autres : il crée les conditions cognitives et organisationnelles permettant aux cinq autres piliers de fonctionner pleinement.

« Les projets menés avec des partenaires adaptés ont, selon le MIT, deux fois plus de chances de réussir. Autrement dit : la gouvernance pèse autant sur le ROI que le choix du modèle



L'échec n'est pas dans la GenAI, il est dans les organisations. Quand on arrête de courir après les use cases visibles et qu'on traite les vrais irritants métiers, la valeur apparaît et vite. »



Pietro Turati, Partner, eleven

LES RÉSULTATS PARLENT D'EUX-MÊMES

Là où le MIT décrit une “adoption sans disruption”, nous observons chez nos clients :

- Des gains mesurables et plus précisément des ROI tangibles sur des budgets maîtrisés.
- Une adhésion réelle des équipes, car les solutions sont co-construites et immédiatement utiles.
- Un alignement sur les enjeux stratégiques et économiques des entreprises pour construire des actifs, transformer et, en même temps, **extraire de la valeur**.

Ces résultats rejoignent d'ailleurs des travaux académiques récents qui soulignent que, lorsque les conditions organisationnelles sont réunies, les gains de productivité associés à l'IA générative sont significatifs : les recherches du MIT (Noy & Zhang) montrent une réduction de 37 % du temps nécessaire pour produire un texte, tout en améliorant la qualité, tandis que les études BCG-Harvard observent jusqu'à 40 % d'amélioration qualitative sur des tâches complexes.

Ces travaux confirment que, lorsque les projets sont bien cadrés, alignés et pilotés sur la durée, la valeur ne se matérialise pas seulement : elle s'accumule.

L'étude du MIT met le doigt sur un vrai sujet : beaucoup de projets IA échouent.

Mais elle insiste insuffisamment sur une nuance essentielle : certains réussissent, et pas par hasard. Le succès ne tient pas qu'aux solutions, mais à la qualité de la méthode.

Lorsque l'organisation est alignée, que les métiers sont embarqués et que le « learning gap » est réduit, la méthode devient un véritable accélérateur. Les réussites ne relèvent alors plus du hasard : elles deviennent prévisibles et durables.

À propos

eleven

eleven est le premier cabinet de conseil en stratégie européen spécifiquement fondé pour accompagner ses clients dans leur transformation pour s'adapter au nouveau paradigme de l'économie du numérique, de l'IA (intelligence artificielle) et à la transformation digitale grâce à une combinaison inédite d'analyse stratégique, d'approche entrepreneuriale et une forte proximité avec l'écosystème digital et data.

CONTACT

jean-charles.ferreri@eleven-strategy.com
morand.studer@eleven-strategy.com
www.eleven-strategy.com

REVENU

Revenu-IA réunit un collectif d'experts métiers de l'IA générative, Sales, Growth Hackers et Ops, issus notamment de LinkedIn, Microsoft ou Google. L'organisation forme les équipes à l'aide de méthodes propriétaires déposées (SCOPE, SONDE, SCORE), audite les pratiques pour identifier les leviers rapides et accompagne l'adoption dans la durée. Objectif : garantir un impact concret et mesurable de l'IA sur la performance commerciale et opérationnelle.

CONTACT

mbenkalfate@revenu-ia.com
www.revenu-ia.com