



BOUTIQUE GROWTH ADVISORY · EUROPE ⇄ AFRIQUE

AI, Without *the Hype.*

Où l'IA bouge vraiment l'acquisition
et la rétention. Sans gadgets.

La série Growth Systems · Volume 05 / 05

Tout le monde fait de l'IA. Presque personne n'en tire de la valeur

On vous répète de mettre de l'IA dans votre marketing. Le problème, ce n'est pas l'IA. C'est le mot « mettre ».

Ajouter un modèle par-dessus des process cassés ne crée pas de valeur. Ça accélère le désordre. Les chiffres publics le montrent sans détour : l'adoption est massive, la valeur est rare. Ce guide sépare les deux, et montre où l'IA bouge réellement l'aiguille en acquisition et en rétention.

Ce n'est pas un guide d'outils. C'est un guide de systèmes. Il s'appuie sur des données publiques, que vous pourrez vérifier en fin de document.

L'écart entre l'usage et la valeur

Commençons par le fait le plus dérangeant. L'IA est partout, mais elle ne paie presque nulle part.

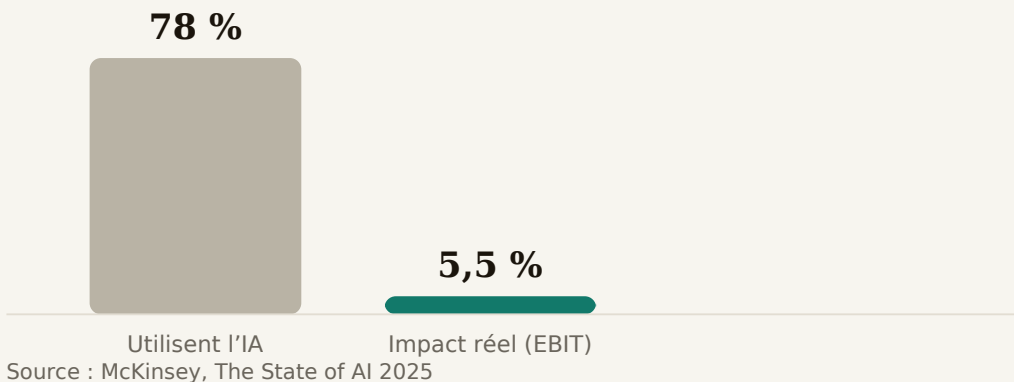
En 2025, 78 pour cent des organisations utilisent l'IA dans au moins une fonction. Pourtant, seulement 5,5 pour cent en tirent un impact réel sur leur résultat, au-delà de 5 pour cent d'EBIT. Les deux tiers restent dans ce que McKinsey appelle le purgatoire des pilotes : des expériences qui n'atteignent jamais la production.

78 % vs 5,5 %

Part des organisations qui utilisent l'IA, contre celles qui en tirent un impact réel sur leur résultat.

Source : McKinsey, The State of AI 2025

IA : l'usage contre la valeur réelle



Le sujet n'est donc pas d'adopter l'IA. Presque tout le monde l'a fait. Le sujet est d'en tirer un résultat. Et la différence ne tient pas à l'outil. Elle tient au système dans lequel on le place.

Là où l'IA paie vraiment : le marketing et les ventes

Quand l'IA crée de la valeur mesurable, c'est le plus souvent au même endroit : le marketing et les ventes. C'est là que les hausses de revenu liées à l'IA sont les plus fréquemment rapportées.

Et le retour est réel quand c'est bien fait. En moyenne, l'IA générative rapporte 3,70 dollars par dollar investi. Mais les meilleurs, ceux qui ont repensé leurs process, dépassent 10,30 dollars par dollar. Presque trois fois plus.

10,30 \$

Retour par dollar investi des meilleurs en IA générative, contre 3,70 \$ en moyenne.

Source : McKinsey, The State of AI 2025

Retour par dollar investi en IA générative



L'écart entre 3,70 et 10,30 n'est pas une question de modèle. Tout le monde a accès aux mêmes modèles. C'est une question de ce qu'il y a autour : le process, la donnée, le système.

Le comment, jamais le titre

Voici la règle que j'applique. L'IA est un levier d'exécution. Elle n'est jamais l'argument.

Un client ne vous achète pas parce que vous « faites de l'IA ». Il vous achète parce que votre acquisition est plus rapide, votre message plus juste, votre rétention plus forte. L'IA sert à obtenir ces résultats, plus vite et à plus grande échelle. Elle disparaît derrière le résultat, elle ne le remplace pas.

L'IA et l'automatisation sont le comment. Jamais le titre.

Dès qu'une entreprise met l'IA en vitrine plutôt qu'au service d'un résultat, elle rejoint les 78 pour cent qui en parlent, et rate les 5,5 pour cent qui en vivent.

Les usages qui bougent l'aiguille

Concrètement, où l'IA change vraiment l'acquisition et la rétention. Quatre usages, chacun relié à un résultat de croissance.

Usage de l'IA	Le levier	Le résultat growth
Qualification des leads	Scoring instantané des prospects	Cycle raccourci, temps commercial mieux placé
Personnalisation à l'échelle	Message adapté à chaque segment	Meilleure conversion, sans coût humain linéaire
Production et test de variantes	Plus de contenus et de tests	Apprentissage plus rapide, CAC en baisse
Rétention prédictive	Churn anticipé avant qu'il arrive	Rétention nette en hausse, valeur vie protégée

Aucun de ces usages n'est un gadget. Chacun raccourcit un cycle, baisse un coût, ou protège un revenu. C'est la différence entre l'IA qui impressionne et l'IA qui rapporte.

Pourquoi la plupart échouent

Si les deux tiers restent bloqués au stade du pilote, ce n'est pas par manque d'outils. C'est par manque de deux choses.

D'abord, la refonte des process. Les gagnants ne collent pas un modèle sur un flux existant. Ils reconstruisent le flux autour de ce que l'IA permet. Ensuite, la mesure. Là où des indicateurs clairs existent, la valeur se réalise et les incidents baissent. Là où ils manquent, l'IA reste une démonstration sans impact.

Autrement dit, l'IA échoue exactement là où un système de croissance échoue : quand elle est ajoutée à côté, au lieu d'être intégrée dedans.

L'IA dans un système, pas à côté

Voici la conclusion, et elle relie toute la série. L'IA amplifie ce qui existe déjà.

Posée sur un système de croissance sain, elle démultiplie : elle qualifie plus vite, personnalise plus large, teste plus, retient mieux. Posée sur un moteur qui fuit, elle ne fait qu'accélérer la fuite. Le modèle n'a jamais été le sujet. Le système l'est.

L'IA ne répare pas un moteur cassé. Elle rend un bon moteur redoutable.

C'est pour ça qu'on ne commence jamais par l'outil. On commence par le système. L'IA vient ensuite, à l'endroit précis où elle transforme un résultat en avantage.

Pour aller plus loin

Mettez l'IA au bon endroit

Vous voulez de l'IA qui rapporte, pas de l'IA qui décore ? La question n'est pas quel outil. C'est : dans quel système, à quel endroit, pour quel résultat.

C'est exactement ce qu'on regarde dans un Growth Diagnostic. Trente minutes. On regarde votre moteur, on repère les deux ou trois endroits où l'IA change réellement l'acquisition ou la rétention, et on écarte le reste. Vous repartez avec une feuille de route.

Réservez votre Growth Diagnostic sur growthmarketing-ai.com

Growth Marketing AI est un cabinet de conseil growth. Vingt ans à bâtir des moteurs de croissance sur trois continents. Un SaaS mené jusqu'au rachat. Des campagnes primées à Londres et à l'international. Aujourd'hui, au service d'un petit nombre d'organisations, entre l'Europe et l'Afrique.

Sources

Références et données

Les chiffres cités dans ce guide proviennent de sources publiques et vérifiables.

- McKinsey, The State of AI 2025 : 78 % des organisations utilisent l'IA dans au moins une fonction ; environ 5,5 % en tirent un impact supérieur à 5 % d'EBIT ; deux tiers restent au stade du pilote.
- McKinsey, The State of AI 2025 : retour moyen de 3,70 dollars par dollar investi en IA générative ; plus de 10,30 dollars pour les meilleurs ; hausses de revenu les plus fréquentes en marketing et ventes.
- McKinsey, The State of AI 2025 : la refonte des process et des indicateurs de suivi distingue les organisations qui réalisent de la valeur de celles qui restent au stade de l'expérimentation.