MÉMO
COMMERCE AGENTIQUE

Lyra



ChatGPT, Gemini, Copilot,Perplexity...



internalisé sur le site e-commerce

Enjeu d’acquisition et de recommandation	Enjeu de conversion et de fidélisation
Multiplication des réseaux de distribution	Contrôle sur la relation client et l’image de marque
Risque de dépendance élevé	Effort technique important
Approche ROI-ste	Conservation de la donnée client

GOUVERNANCE DE LA DONNÉE

Questionnez-vous sur le niveau de sécurité, votre capacité de surveillance et la conformité de traitement des données avant de choisir vos outils tiers.

Un élément clé de confiance attendu par les clients.

MODÈLE ITÉRATIF

Le commerce agentique ne se lance pas en une fois. Il se construit progressivement, avec de la data, des cas d’usage concrets et une logique d’itération continue.

Les acteurs qui prendront de l’avance sont ceux qui testent dès maintenant.

LES ÉTAPES CLÉS
POUR SE LANCER

1 DÉFINIR LE RÔLE DE L'AGENT

- ☐ Acquisition *(agent externe)* ou conversion / fidélisation (*agent propriétaire)*
- ☐ Rôle clair : vendeur, conseiller, SAV ou concierge

2 METTRE SA DATA À NIVEAU

- ☐ Catalogue produit structuré
- ☐ Prix et stock à jour
- ☐ Contenus de marque accessibles
- ☐ Data exploitable (produit + client)

3 ÊTRE VISIBLE DES AGENTS

- ☐ Flux produits propres et complets
- ☐ Présence Google / marketplaces
- ☐ Données cohérentes sur tous les canaux

ET/ OU

CONSTRUIRE SON AGENT PRIVÉ

- ☐ Connexion PIM / CRM / stock
- ☐ Tone of voice défini
- ☐ Règles pour encadrer les réponses
- ☐ Connexion au parcours d'achat

4 INTÉGRER LE PAIEMENT

- ☐ One-click / wallet / tokenisation / BNPL...
- ☐ Sécurité et conformité (RGPD, DSP2...)

5 PILOTER LA PERFORMANCE

- ☐ Suivi conversion, panier moyen, satisfaction client
- ☐ Analyse des requêtes et recommandations

6 TESTER ET ITÉRER

- ☐ Data first
- ☐ Use case first
- ☐ Test & learn



Lyra