Transcript: Données et reconnaissance de formes

Des données partout ?”

***[image à l'écran] Texte affiché : "Des données partout ?"***

Voix off : Des données partout ?

Vous êtes-vous déjà demandé combien de données mobiles vous aviez vraiment besoin sur votre forfait de téléphone portable, et pourquoi vous en aviez besoin ? Les données sont la matière première que les systèmes d’IA utilisent pour analyser et faire des prédictions. Vous produisez en fait beaucoup plus de données que vous ne le pensez.

***[image à l'écran] Une frise chronologique qui remonte jusqu'en 1990.***

Dans les années 90, avec l’essor d’Internet, l’accès aux données et l’utilisation de l’IA ont vraiment décollé.

Aujourd’hui en particulier, nous ne manquons pas de données qui alimentent les analyses et les processus de reconnaissance de formes.

***[image à l'écran] Transition vers l'icône d'un ordinateur***

Imaginez combien de données sont créées pendant que vous regardez cette vidéo. Peut-être que vous envoyez un texto à un ami. En même temps, quelqu’un à côté de vous pourrait être en ligne. Quelqu’un d’autre vient de poster une photo sur sa page de réseaux sociaux, tandis qu’un autre vient de lancer une nouvelle vidéo qui a suscité son intérêt sur une application de streaming.

***[image à l'écran] Texte affiché : "Chaque action crée de nouvelles données".***

Toutes ces actions sont sauvegardées et créent de nouvelles données.

La génération de données est sans fin. Chaque seconde, de nouvelles données sont créées. Mais elles doivent être affinées. L’ensemble de données utilisé pour former des algorithmes influence directement l’exactitude des modèles IA. Cela signifie que des données de haute qualité, diversifiées et représentatives seront essentielles pour développer des modèles d’IA avancés.

***[image à l'écran] Texte affiché : "Des données de qualité sont essentielles". Icônes des sources de données sur la droite***

Prenez l’exemple d’un service de streaming musical. Il utilise les données de vos habitudes d’écoute : les chansons que vous passez, celles que vous écoutez en boucle et les playlists que vous créez afin de partager votre musique préférée. Ce cas pratique illustre la façon dont les données sont utilisées pour améliorer nos expériences quotidiennes et vous recommander de nouvelles chansons.

Et c’est pour cela que nous utilisons le machine learning qui collecte des informations à partir des données. Une fois que nous avons ces informations, nous pouvons les utiliser pour former des modèles d’IA, améliorer les produits et services, faire des prédictions voire même en découvrir un nouvel usage.

Donc, comprendre les données n’est pas seulement une question de quantité, mais aussi de qualité et de diversité. Il s’agit de reconnaître des modèles et d’établir des liens qui pourraient ne pas être immédiatement évident. Il s’agit d’utiliser ces modèles pour prédire des tendances, des comportements et des résultats futurs.

La prochaine fois que vous utiliserez votre téléphone portable, souvenez-vous que chaque action que vous entreprenez, chaque morceau de données que vous produisez, contribue à ce vaste réseau d’informations interconnecté. C’est en comprenant la nature de ces données que nous pouvons vraiment débloquer tout le potentiel de l’IA.

***[image à l'écran] Texte "IA" entouré***

Reconnaître des motifs dans les données

***[image à l'écran]*** ***Texte affiché : "Reconnaître des motifs dans les données"***

Voix off :Reconnaître des motifs dans les données

Les modèles d’IA sont basés sur des données qui sont continuellement collectées et raffinées. Mais qu’est-ce que ces modèles essaient de trouver dans les données ? Ils essaient de détecter des motifs.

***[image à l'écran]*** ***Texte affiché : "Les modèles d'IA reconnaissent les motifs". Plusieurs formes connectées***

Un motif est un comportement qui se répète de façon reconnaissable. Les systèmes d’IA sont très performants pour identifier ces motifs surtout parce qu’ils disposent de beaucoup de données.

Prenons LinkedIn à titre d’exemple. Avez-vous déjà remarqué que LinkedIn suggère des personnes que vous pourriez connaître ou des emplois qui pourraient vous intéresser ? C’est de l’analyse de modèles. Et elle n’est pas seulement basée sur vos connexions ou votre historique de recherche d’emploi, mais aussi sur les comportements de personnes du monde entier qui ont des connexions ou des intérêts professionnels similaires.

***[image à l'écran] Plusieurs cartes de visite inter-connectées***

Ce qui est vraiment intéressant, c’est que LinkedIn recherche ce modèle non seulement au sein de votre réseau professionnel et de vos préférences en matière d’emploi, mais aussi en fonction des moments précis où vous avez été actif sur la plateforme. Par exemple, de nombreuses personnes ont tendance à naviguer sur LinkedIn pendant leur pause déjeuner ou après les heures de travail, de sorte que LinkedIn peut suggérer de nouvelles connexions ou des offres d’emploi aussi à ces moments-là.

Ce type d’identification ne se produit pas seulement sur LinkedIn, mais aussi dans de nombreuses entreprises, sur de nombreuses applications et plateformes. Pensez à tous les avantages de savoir ce que vos utilisateurs recherchent réellement ou même de développer de nouvelles façons de consommer en fonction du marché.

Cela leur donne la possibilité de personnaliser leurs services, d’optimiser l’expérience utilisateur et d’augmenter la satisfaction. Le but est d’exploiter les données pour satisfaire les attentes de l’utilisateur.

***[image à l'écran] Une personne avec un sac de shopping. Une bulle de pensée avec une case à cocher verte.***

Prenons la Coupe du monde de football. Quels sont potentiellement les produits les plus vendus avant l’événement ? Vous pensez peut-être aux maillots des équipes. Comprendre ce modèle de consommation peut être un extraordinaire facteur de différenciation pour les entreprises et même les aider à créer de nouveaux produits ou de nouvelles fonctionnalités.

***[image à l'écran]*** ***Plusieurs personnes réfléchissent à leur préférence d'achat.***

Chaque clic, chaque mention « J’aime », chaque recherche - tout cela crée des données. Les modèles d’IA traitent cette grande quantité de données pour en dégager des motifs. Ces motifs aident le modèle IA à adapter votre expérience, le rendre plus pertinent et plus intéressant. C’est comme avoir un assistant personnel qui sait exactement ce dont vous avez besoin, avant même que vous en ayez conscience !

Mais comment un modèle IA apprend-il à reconnaître ces motifs ? Cela se produit grâce au machine learning.

***[image à l'écran] Texte affiché : "Le machine learning"***