



Durée de la formation ?

1 jour.

À qui s'adresse cette formation ?

Aux Direction Générale, Stratégie, Innovation, Digitale, Marketing, Développement, des Partenariats, des Réseaux, Actuaires, compagnie d'assurance, Bancassurance, Société de réassurance, Mutuelle, Cabinet de conseil et d'actuariat, Société d'assistance. Tout acteur du secteur de l'assurance.

Pour obtenir quoi ?

Des compétences de text mining et les cas d'applications, l'extraction d'informations des données textuelles et la construction d'indicateurs basés sur les textes.

Comment ?

Par l'explication des théories de l'intelligence artificielle dans l'analyse des textes. Les différentes techniques de collecte, de nettoyage et d'analyse de données seront illustrées avec des exemples pratiques, codés sous R.

Quels sont les prérequis ?

Aucun en particulier. L'intérêt et l'utilisation des outils numériques sont cependant fortement recommandés.

Qui anime cette formation ?

Kezhan SHI,

membre certifié de l'IA. Il est titulaire d'un master en actuariat de l'Université Paris Dauphine. Il a également fait l'École Centrale Paris. Il a travaillé chez Prim'Act, Direct Assurance et Aviva, avant de rejoindre Allianz en 2017, au titre de Data Scientist.



La formation en pratique...

Quand et où ?

22 mai 2019

9 h 00 - 12 h 30 et 14 h 00 - 17 h 30
Caritat, Paris 8°

Combien ça coûte ?

1 250 € HT + TVA 20%, soit 1 500 € TTC.
Les frais de participation couvrent la journée de formation, la documentation complète, le déjeuner et les pauses café.

Où vous loger ?

Si vous venez de province ou de l'étranger, pour toute réservation d'hôtel, contactez notre partenaire :
Elysées West Hôtel - 01 85 34 72 00
Précisez que vous venez de la part de Caritat.
<http://elysees.hotusa.com/caritat/>

Qu'allez-vous apprendre ?

Principe et découverte des chatbots

- Utiliser un chatbot personnalisé
- Comprendre le principe et
- Paramétrer

Comprendre les outils d'intelligence artificielle textuels et le principe du machine learning.

- Déployer des outils sémantiques: l'exemple des robots-rédacteurs
- Recourir aux chatbots audio: Siri, Siv et les futurs usages de l'audio
- La stratégie des marques pour créer des conversations
- Paramétrer son robot conversationnel pour respecter des règles déontologiques
- Le format conversationnel, une stratégie complémentaire entre média et communauté

Définir la stratégie de contenu informatif mode conversationnel

- Scénariser un chatbot d'information pour sa marque ou sa communauté en ligne
- Développer un chatbot multiplateforme sans coder
- Retour d'expérience: les applications de la formation sur le terrain (session à distance)

Ouverture

- Pourquoi les chatbots ont le vent en poupe ?
- L'évolution des interfaces
- Historique des chatbots

Les chatbots

- Les interfaces conversationnelles : un nouveau paradigme
- Où trouve-t-on des chatbots ?
- Textuel VS vocale
- Les usages les plus courants
- Les bénéfices

Architecture d'un chatbot

- Les différentes briques techniques
- Intégrer un chatbot dans un SI

Les moteurs de langage naturel

- Définition et terminologie
- Les acteurs
- Le machine learning
- Les limites

Cas pratique : « entraîner un moteur de langage naturel »

- Création d'une instance, intentions, entités
- Entraînement manuelle et ajustement
- Supervision et correction

Adopter les bonnes pratiques de conversation

- Définir la présentation du chatbot
- Gérer les impasses
- Personnaliser les réponses

Cas pratique : « créer un chatbot »

- Création d'un scénario conversationnel
- Gestion du flow conversationnel
- Gestion de la mémoire
- Les différents formats de réponses possibles
- La communication avec une API serveur

Cas pratique : « déployer son chatbot »

- Choisir la ou les plateformes de déploiement
- Faire connaître son chatbot

Comment faire évoluer votre chatbot

- Ajout de fonctionnalités

L'analytics

- Pourquoi de l'analytics ?
- Quelques outils d'analytics

L'avenir des chatbots

- La voix partout
- La personnalisation

Utilisation en assurance

- Automatisation du processus de souscription des contrats
- Amélioration de la qualité des données
- Meilleure connaissance clients
- Exploitation des documents et contrôle de la souscription et de l'indemnisation
- Automatisation des échanges et chatbot

Cas d'usage

- Correction de fautes d'orthographe
- Analyse des avis clients
- Exploitation des adresses des clients et géocodage
- Détection de spams
- Construction de chatbot
- Webscraping

01 44 51 04 00
info@caritat.fr

Qu'en disent les stagiaires ?

Cette formation est une nouveauté du catalogue Caritat.