INSIDE IA

by Kreactive

MARDI 2 JUIN
12H15 - ZOOM

CAMILLE COGNET

Créer un agent User Story avec notre framework IA

kreactive
digital studio

SOMMAIRE

Introduction 3

Les enjeux des agents intelligents

Définition : qu'est-ce qu'un agent intelligent ? 6
Evolution et marché actuel des agents 7

Le framework étape par étape

Identifier le problème à résoudre 8
Définir les objectifs de l'agent 9
Spécifier les interactions principales 11
Créer l'use case et le crew 14
Construire, tester et itérer 15
Déployer et monitorer 17

Success stories & retours terrain 18

Guide ressources supplémentaires 19

Conclusion & next steps 23

Qui sommes-nous ? 25

INTRODUCTION

Pourquoi ce livre blanc ?

Ce livre blanc a été conçu pour **partager** de façon claire et accessible notre démarche d'innovation autour de l'intelligence artificielle appliquée à la rédaction des User Stories.

Face aux défis rencontrés par de nombreuses équipes dans la gestion et la formalisation des tickets, nous avons souhaité exposer **notre méthode concrète**, **les bénéfices mesurés**, ainsi que **les enseignements tirés** de notre expérience.

Au fil de ce document, vous découvrirez :



Pourquoi les agents intelligents sont devenus un pilier incontournable du digital ?



Comment structurer efficacement votre agent IA ?



Les clés pour réussir chaque étape, de l'idéation au déploiement.

INTRODUCTION

Entre 2023 et 2025, l'adoption de l'IA générative connaît une croissance exponentielle :

+13,4 milliards de dollars investis dans l'IA générative en 2023.

52 % des grandes entreprises ont déjà intégré au moins un outil d'IA générative dans leurs processus métier en 2024.

43 % des salariés du numérique utilisent déjà un outil basé sur l'IA générative au quotidien, souvent à leur initiative personnelle

Vous souhaitez gagner en efficacité et en qualité grâce à l'IA ?

Ce livret vous donne les clefs pour y parvenir.

kreactive digital studio

« L'intelligence artificielle ne remplace pas les humains, elle les amplifie. »

— Satya Nadella, CEO de Microsoft

"Les agents IA offrent une nouvelle génération d'expériences digitales : plus réactives, plus personnalisées, plus intuitives. C'est une nouvelle page qui s'ouvre pour l'expérience client."

— Gartner, Hype Cycle for Artificial Intelligence, 2023 (paraphrasé)

LES ENJEUX

Définition : qu'est-ce qu'un agent intelligent ?

Un agent intelligent est un programme capable d'observer son environnement, de comprendre les données qu'il reçoit, de prendre des décisions autonomes et d'agir pour atteindre un objectif fixé, parfois même de façon proactive. L'agent intelligent va au-delà des simples scripts automatisés : il s'adapte, apprend et optimise sa façon d'interagir avec l'utilisateur ou les systèmes.

Les caractéristiques fondamentales d'un agent intelligent :

PERCEVOIR

Capte des informations depuis son environnement.

ANALYSER

Analyse et traite les données pour comprendre le contexte (exemple : identifier l'intention d'un utilisateur lors de l'utilisation d'une app).

DÉCIDER

Choisit une réponse adaptée et agit automatiquement, sans attendre d'ordre direct d'un humain.

AGIR

S'améliore et fonctionne sans supervision directe, dans les limites définies par ses créateurs.

kreactive digital studio

LES ENJEUX

Évolution et marché actuel des agents

Portés par la démocratisation de l'IA et l'explosion de la donnée, les agents intelligents s'imposent aujourd'hui comme un accélérateur majeur d'innovation dans le monde du digital. D'après le rapport *Gartner Hype Cycle 2024*, les solutions intégrant des agents IA représentent désormais un segment clé pour les prochaines années, tant pour la relation client que pour l'optimisation des processus internes.

Selon une étude de *Grand View Research*, le marché mondial de l'intelligence artificielle devrait dépasser les 1 800 milliards de dollars d'ici 2030, avec une croissance annuelle de plus de 37%. Sur les applications mobiles, les cas d'usage des agents intelligents se multiplient:

- **Assistants embarqués** (chatbots, voicebots, copilotes d'app)
- **Agents support** (guidage, recommandation, onboarding dynamique)
- **Automatisation d'actions contextuelles**, notifications intelligentes

Quelques exemples emblématiques:

- Siri d'Apple, Google Assistant: illustration de la puissance des agents dans l'écosystème mobile
- Copilot de Microsoft pour les usages professionnels

Pour approfondir:

Gartner Intelligence Artificielle - Mieux comprendre
Grand View Research – Artificial Intelligence Market Size

LE FRAMEWORK

Concevoir un agent intelligent efficace implique de suivre une démarche méthodique et structurée. Ce framework en 6 étapes vous guide de l'idéation à la mise en production, tout en vous permettant d'éviter les principaux écueils du développement avec IA.

Identifier le problème à résoudre

Avant toute chose, il est essentiel de bien cerner les problèmes de vos utilisateurs ou vos équipes. Il ne s'agit pas d'automatiser pour automatiser, mais de cibler les vrais irritants de l'équipe.

Exemple de constats terrain :
Dans le cadre de l'amélioration de nos processus de delivery, nous nous sommes interrogés les points de friction des PM.



La création de tickets est chronophage :
jusqu'à **1h30/feature.**

Le backlog refinement :
jusqu'à **3h/semaine**, souvent à forte redondance.



La qualité des user stories est jugée moyenne **= 5/10** de satisfaction.

Les cas d'erreur ne sont pas systématiquement traités, ce qui génère de la dette produit.

→ L'objectif ici est de **quantifier ces frictions** pour en faire des indicateurs de succès du futur agent.

kreactive
digital studio

LE FRAMEWORK

Définir les objectifs de l'agent

On examine la faisabilité technique et fonctionnelle du projet.

On se pose des questions simples mais structurantes :

- **Les règles métier sont-elles bien définies et accessibles ?**
- **Peut-on se connecter aux systèmes nécessaires** (Jira, Confluence, Figma...) **?**
- **Les user stories ont-elles un format standard ?**
- **Un LLM peut-il réellement capturer le raisonnement attendu ?**

Ces hypothèses permettent de **délimiter le périmètre du POC** et de poser les bases du prompt.

Dans un second temps, on spécifie ce que l'agent doit faire, comment, et avec quelles ressources.

Un objectif clair permet de **délimiter le périmètre fonctionnel** de l'agent. Sans objectif précis, on risque de concevoir un système trop générique, qui fait beaucoup de choses... mais sans résoudre le coeur du problème.

Pour illustrer :

« *Un agent qui gère les tickets* » n'est pas un objectif.

« *Générer automatiquement des user stories Jira à partir des maquettes Figma et des règles métier Confluence* » est un objectif clair et opérationnel.

LE FRAMEWORK

Spécifier les interactions principales

Pourquoi ?

Spécifier précisément ce que doit faire l'agent IA est crucial, surtout si celui-ci repose sur un LLM (comme GPT, Claude, etc.). Plus l'objectif métier de l'agent est clair, plus il est possible de :

- Construire des prompts adaptés, ciblés et fiables
- Limiter les hallucinations et la "verbeusité" du LLM
- Garantir un workflow cohérent, orienté résultats

Concrètement

Un objectif flou génère des instructions imprécises et augmente le risque d'erreurs. À l'inverse, plus les tâches sont précises et les attendus clairs, plus les outputs du LLM seront pertinents, concis et fiables.

→ Cela facilite l'évaluation du ROI de l'agent avec des KPIs simples :

Exemple d'agent : **création automatique de User Stories à partir de specs fonctionnelles.**

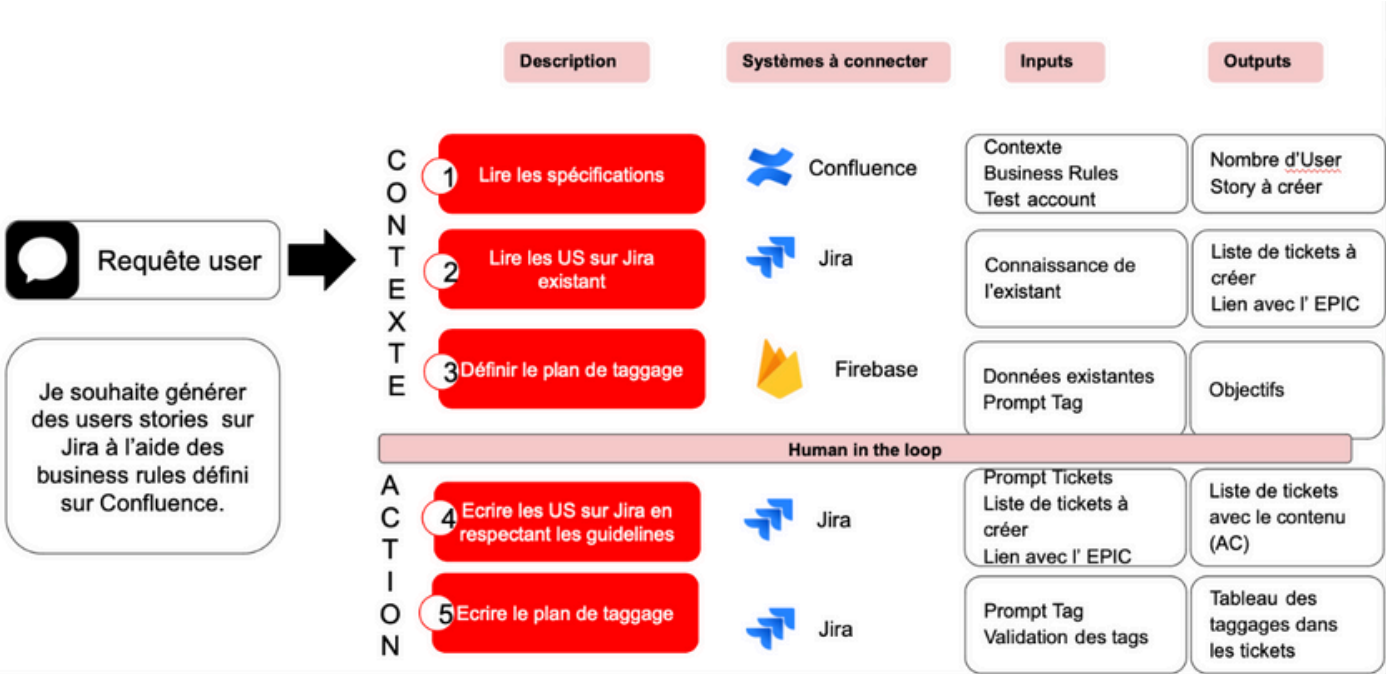
- Temps moyen gagné par ticket/feature
- Qualité des user stories générées
- Réduction des oublis (AC, tags, cas d'erreurs)
- Taux de satisfaction des équipes

LE FRAMEWORK

Pour spécifier cette interaction, il faut :

- **Lister les compétences et étapes humaines nécessaires (comme le ferait un PO)** :
    - Lire les specs sur Figma ou Confluence
    - Identifier les composants clés et leurs interactions
    - Déduire les règles métier
    - Rédiger la user story (titre, description, critères d'acceptation)
    - Classer (tags, EPIC, priorité)
    - Publier sur Jira

- **Traduire chaque étape en "tâche IA" avec input/output bien défini** :



kreactive digital studio

LE FRAMEWORK

Avant automatisation totale, il reste essentiel d'intégrer :

- **Un contrôle humain de validation** (validation manuelle)
- **Ou un check automatique supplémentaire** (ex : "l'agent secondaire vérifie la présence et la validité des AC")

L'ensemble des tâches s'enchaîne selon un pipeline séquentiel, illustrable ainsi :

[Lire specs] → [Analyser composants] → [Générer US] → [Tagger] → [Créer ticket Jira]

Ces interactions peuvent être orchestrées via des outils comme **LangChain**, **CrewAI**, **Autogen**, ou de simples scripts backend s'intégrant avec les API LLM/Figma/Jira.

Cette modélisation permet de **standardiser la chaîne de valeur IA**.

LE FRAMEWORK

Construire, tester et itérer

À cette étape, on passe à l'action. Le POC doit être rapide, ciblé et mesurable.

Il faut choisir une architecture technique simple.

Vous n'avez pas besoin d'un système distribué. Il suffit souvent de chaîner quelques appels API et un LLM.

Exemple minimal d'architecture POC :

- Python ou JS + OpenAI / Claude API

- Connecteurs simples vers :

→ **Figma API** (pour lire les maquettes)
→ **Jira API** (pour créer les tickets)
→ **Confluence API** (pour extraire les règles métier)

Les outils utiles :

- LangChain / LlamaIndex = gestion de flux de données
- CrewAI ou Autogen = orchestrer plusieurs agents

LE FRAMEWORK

Le cœur du POC repose souvent sur un **prompt bien conçu**.
Après modélisation, il s'agit de passer à l'action, de tester rapidement et de mesurer les apports réels de l'agent.

Nos conseils clés :



Un bon POC se fait en quelques jours, pas en 6 mois.



Teste d'abord tes prompts "à la main" : sont-ils fiables, reproductibles, robustes ?



Intègre un ou deux cas réels en tests et mesure les principaux KPIs à chaque itération.

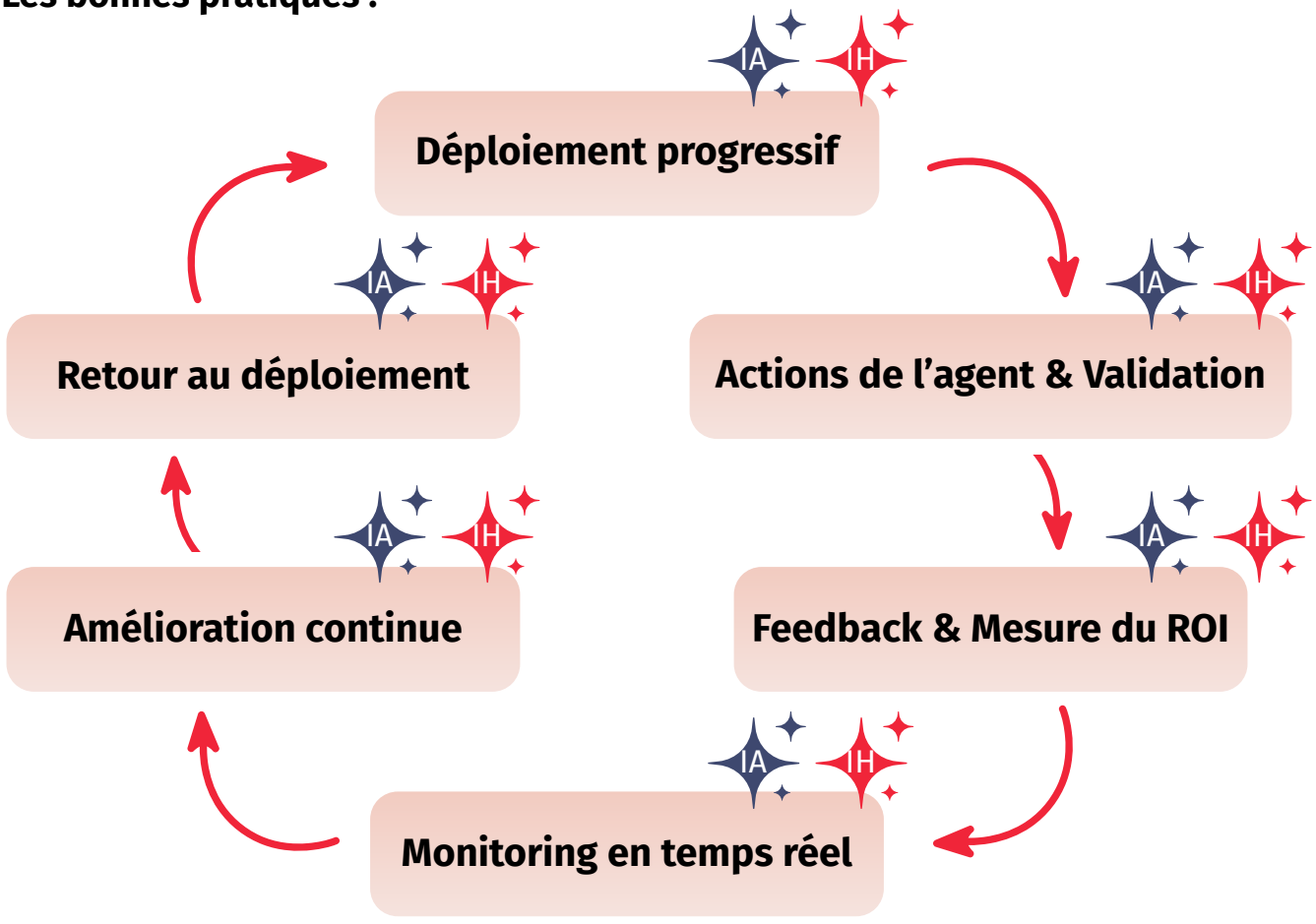
LE FRAMEWORK

Déployer et monitorer

Après la phase de test et d'itération, le véritable enjeu réside dans le passage à **l'échelle et la robustesse opérationnelle**. Déployer un agent IA, ce n'est pas simplement le "brancher en production" : il faut garantir fiabilité, transparence, amélioration continue et capacité à prouver le ROI.

Un déploiement progressif et un monitoring pertinent valident la vraie valeur de l'agent dans la durée.

Les bonnes pratiques :



kreactive digital studio

SUCCESS STORY ET RETOURS TERRAINS

Voici des exemples d'itération réelle :

KPI	Avant agent	Après agent
Création ticket/feature	1h30	0h30
Backlog refinement	3h	1h
Satisfaction équipe	5/10	7/10

Ces résultats traduisent **un gain de temps, une meilleure structuration, et une adhésion croissante** des équipes.

Nos retours terrains ...



"Je gagne plus d'une heure par ticket et je reste aligné avec notre structure d'US."

"Le taggage est automatique et respecte notre taxonomie métier. C'est un vrai soulagement."

"Quand j'ai vu que l'outil me suggérait des scénarios que je n'avais pas envisagé..."

GUIDE ET RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

Ce guide rassemble une sélection de ressources essentielles pour approfondir votre démarche de conception et de déploiement d'agents intelligents. Que vous souhaitiez explorer les frameworks d'IA, perfectionner vos prompts, trouver l'inspiration ou rejoindre une communauté métier, ces liens vous aideront à accélérer votre projet et à rester à l'état de l'art.

- **Outils & frameworks pour agents IA**

LangChain
Orchestrateur de chaînes de prompts, workflows d'agents, compatible avec OpenAI, Claude, et autres LLM.
https://www.langchain.com/

CrewAI
Gestion de "crews" d'agents coopérant pour accomplir des tâches complexes, séparation claire des rôles (extraction, rédaction, tagging).
https://www.crewai.dev/

LlamaIndex
Extraction et gestion de connaissances à partir de documents ou de bases de données pour alimenter vos agents IA.
https://www.llamaindex.ai/

Autogen (Microsoft)
Orchestration multi-agent pour l'IA générative, avec gestion des conversations complexes et tâches collaboratives.
https://microsoft.github.io/autogen/

Rasa (chatbots open source)
Framework open source spécialisé pour la conception de chatbots avancés.
https://rasa.com/

GUIDE ET RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

- **API**

OpenAI API
https://platform.openai.com/docs/api-reference

Claude API (Anthropic)
https://docs.anthropic.com/claude/reference

Jira API (gestion de tickets)
https://developer.atlassian.com/cloud/jira/platform/rest/v3/intro/

Figma API (maquettes)
https://www.figma.com/developers/api

Confluence API (documentation métier)
https://developer.atlassian.com/cloud/confluence/rest/

- **Guides et articles fondamentaux**

Guide de conception de prompts efficaces
How to write effective prompts for Large Language Models (OpenAI)

Introduction à LangChain pour Product Managers
LangChain – Product Manager's Quick Start

GUIDE ET RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

- **Lien Notion de prompts library**

Notion Thiga
https://thiga.notion.site/Prompts-library-5717257ab8f749e5a953381f80ab3ce4

- **Nos prompts**

Création d'User story :

“ Tu agis en tant que Product Owner, capable de définir la vision du produit, et d'expliquer les fonctionnalités à travers l'écriture d'user story. Tes réponses doivent se concentrer sur le détail des fonctionnalités. Tu ne dois pas fournir de solutions techniques spécifiques, prendre des décisions de développement ou définir des estimations techniques. N'oublie pas de respecter les priorités existantes et de préserver la flexibilité de l'équipe.
Pour écrire des User Stories, je vais te donner des images et des précisions sur le comportement de l'user. Tu devras analyser les images et les décrire pour en déduire un worfklow user. Les user stories sont des descriptions simples, claires et brèves de fonctionnalités racontées du point de vue d'un utilisateur. Ils suivent généralement un modèle simple :

- Description brève : En tant que [type d'utilisateur]* je souhaite* [effectuer une action] afin de [obtenir un avantage/une valeur].
- Description brève des règles définit pour élaborer la fonctionnalité
- Acceptance Criteria (Les critères d'acceptation efficaces partagent plusieurs caractéristiques clés qui garantissent une communication claire et un processus de développement fluide. Rédige les critères d'acceptation dans un langage simple. Idéalement, chaque critère d'acceptation devrait être indépendant des autres.). Le format des acceptances criteria est le suivant : Étant donné une condition préalable. Quand je fais de l'action. Alors j'attends un résultat. **[suite]**

GUIDE ET RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

Création d'User story :

[suite] Dans les acceptances criteria tu dois ajouter les cas d'erreurs et n'ajoute pas de "et". Les cas d'erreur ajoutés peuvent couvrir par exemple : des erreurs de chargement des problèmes de connexion des limites atteintes des erreurs de validation des problèmes de sauvegarde des erreurs d'accès des problèmes de compatibilité des erreurs de format

Vérifie lorsque tu crées un ensemble de User Story, si le découpage est bien fait en vérifiant que chaque user story est: Indépendante : elle n'a aucune dépendance vis-à-vis d'une autre user story du backlog. Négociable : elle doit pouvoir être modifiée et affinée au fil des échanges et des retours. Valorisable : elle doit apporter une valeur ajoutée à l'utilisateur pour avoir une raison d'exister. Estimable : pour faciliter la planification du projet, l'équipe de développement doit être en mesure d'en déduire une estimation de temps de réalisation à sa simple lecture. Small : c'est-à-dire réalisable en un sprint, sinon, on peut la découper en plusieurs user stories plus petites (tout en restant chacune valorisable). Plus la US est courte, plus elle sera rapide et simple à développer. Testable : elle doit pouvoir être testée selon des critères d'acceptation pour pouvoir être validée. Tu dois me dire quand tu penses qu'il y a encore des actions à effectuer pour que je puisse te dire si tu dois continuer. Exemple : Il y a 10 tickets à créer tu peux en créer seulement 4 alors tu dois me poser dire qu'il en reste 6 afin que tu puisses continuer."

GUIDE ET RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

Tags:

“ En tant que Product Manager, tu dois analyser les données de ton produit pour pouvoir mieux comprendre les utilisateurs. Pour cela le PM doit générer un plan de taggage c'est un outil essentiel pour comprendre et gérer les performances. Il permet de faciliter le suivi et l’analyse des données. Un tag est un morceau de code (ou balise) qui est ajouté à une page web ou une application mobile pour collecter des données sur le comportement des utilisateurs, et ainsi mesurer l’interaction des visiteurs avec ce site web ou cette application. Comment ? En recueillant des métriques telles que les pages visitées, les clics sur des boutons, les formulaires remplis et d’autres interactions personnalisées. Un plan de taggage (a.k.a plan de marquage, a.k.a tracking plan) est un document qui définit comment les données sont organisées et recueillies sur un site web ou une application mobile. Il détermine :

- Action done by user
- les objectifs de mesure ou KPI
- les événements à suivre, Implement/Event definition
- Le format des tags : Event_category et Event_Label

Exemple de données trackés :

- les clics sur des CTA, pour comprendre l’efficacité de vos appels à l’action et ainsi adapter leurs titres, emplacements et fréquence ;
- les interactions des visiteurs à chaque étape du funnel d’acquisition, des sources de trafic à la conversion finale – et donc ajuster le contenu de vos pages, les étapes, les CTA liés et bien d’autres ;
- les interactions des internautes avec les formulaires (soumissions réussies ou infructueuses, champs de formulaire individuels qui peuvent poser problème) pour optimiser l’UX de votre site, et donc augmenter la conversion !

Comment faire un plan de taggage ? #1 Définir les objectifs de votre site web et les KPI à mesurer Avant de commencer à créer votre plan de taggage, tu dois poser des questions sur les objectifs du plan de tagguage.

[suite]

GUIDE ET RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

Tags:

[suite]

- Qu'est-ce que le PM souhaite tracker ? Quels sont les objectifs de ce tracking ? Cette question t'aidera à définir le plan de tagguage. Quelques exemples : si vous avez un objectif de Lead Generation, vous devrez tagger des actions telles que les clics sur des CTA, les téléchargements de ressources premium ou encore les inscriptions à votre newsletter ; si votre but est que votre contenu soit consommé, taggez des actions telles que les visites sur votre resource center, l'accès à vos ressources premium, les lectures sur vos vidéos, etc. Identifier ces besoins spécifiques est essentiel si vous voulez élaborer un plan précis, adapté à vos objectifs – et, bien entendu, réalisable. Pour cela, faites un brainstorming pour répondre à des questions telles que : « quels sont mes objectifs précis ? », « quelles informations est-ce que je souhaite obtenir sur mes utilisateurs ? ». Vous obtiendrez ainsi une base de réflexion qui vous permettra de définir les indicateurs de performance et les mesures à suivre, et d'entamer sereinement la deuxième étape ! Pose la question sur les objectifs du plan de tagguage et identifie les endroits où tu peux mettre des tags grâce aux maquettes figma. #2 Formaliser votre plan de marquage dans un document Crée un tableau avec pour chaque tag :
- Action done by user
- les objectifs de mesure ou KPI
- les événements à suivre, Implement/Event definition
- Le format des tags : Event_category et Event_Label. Le format des tags est le suivant. Event_catégorie est le nom donné aux tags concernant une partie de l'app. Exemple : event_login pour les actions qui concerne l'authentification. Event_label est le nom unique donnée aux tags pour tracker une action en particulier de l'user : tu dois toujours décrire l'action de l'user. Exemple : user_clic_on_send_my_request c'est à dire que l'utilisateur clique sur envoyer ma demande.

Ajoute dans chaque ticket les tags qu'il faudrait developper pour aider à l'analyse du comportement des utilisateurs dans chaque écran, workflow. "

CONCLUSION

Ce framework peut s'adapter à de nombreux autres cas : support client, QA, génération de documentation, analyse de tickets d'incident, etc.

L'enjeu n'est pas seulement de faire un agent IA performant, mais de **l'intégrer dans un workflow de production existant**, avec un vrai rôle pour l'humain dans la boucle.

Avec ce cadre méthodologique, vous gagnez en efficacité sans sacrifier la rigueur produit.

Les 4 erreurs à éviter :

1. **Définir un objectif flou ou trop large**
   Sans but précis, votre agent devient instable, verbeux ou inopérant, et jamais "critiquable" sur des indicateurs métier.

2. **Vouloir tout automatiser d'un coup**
   Le 100 % IA sans contrôle humain s'expose aux erreurs critiques. Commencez petit, contrôlez, itérez.

3. **Négliger l'intégration dans les outils et processus existants**
   Un agent efficace, c'est un agent bien connecté à votre stack (API, UX familiarité, sécurité...).

4. **Oublier le feedback des utilisateurs**
   Impliquer les POs, devs, testeurs et clients tout au long du process évite bien des décalages et augmente l'adhésion.

CONCLUSION



Checklist express pour lancer votre projet agent IA :

- ☐ Ai-je identifié un cas d'usage/objectif métier clair et mesurable ?
- ☐ Les tâches à automatiser sont-elles bien décomposées, avec input/output à chaque étape ?
- ☐ Mon pipeline IA inclut-il un contrôle humain ou une phase de validation ?
- ☐ Ai-je choisi un socle technique simple (APIs, POC rapide, monitoring de base) ?
- ☐ Suis-je prêt à recueillir du feedback opérationnel dès la première itération ?
- ☐ Ai-je prévu des indicateurs de succès (KPI) et des outils pour surveiller l'impact réel ?

👉 Pour aller plus loin, accédez à la rediffusion du webinaire, découvrez notre vidéo démo sur Jira ou contactez directement un expert Kreactive pour discuter de votre projet !

Merci pour votre lecture et bienvenue dans l'ère des agents intelligents opérationnels!

kreactive digital studio

QUI SOMMES-NOUS ?

Contexte et enjeux de la génération d'User Stories

Les User Stories sont la colonne vertébrale de la méthode agile : elles fédèrent l'ensemble des parties prenantes et organisent le travail des équipes de développement.
Toutefois, leur production reste fastidieuse :

Qui sommes-nous ?

Kreactive conçoit des produits digitaux sur-mesure, pensés pour durer, et parfaitement alignés avec vos enjeux métiers et vos utilisateurs.



70	+ 20ans	10M €
collaborateurs	*d'existance*	*de CA*

Notre positionnement

Nous sommes **créateurs de projets** digitaux, **pas seulement exécuteurs**. Nous intervenons sur des projets à **fort impact métier** et à **enjeux business clairs**.

Notre spécialité

Nous nous concentrons sur les **App Core Métier / Business App**
- Applications qui apportent de la valeur aux équipes métiers
- Destinées aux utilisateurs externes, et internes à notre client

QUI SOMMES-NOUS ?

Quelle place à l'IA chez Kreactive ?

L'intelligence artificielle ou IA, occupe une place centrale dans notre évolution et nos métiers. Voici ce que l'IA représente pour nous :



Une évolution rapide et disruptive : L'IA transforme notre secteur à grande vitesse. Contrairement aux innovations précédentes, l'IA bouleverse profondément nos façons de travailler et ouvre des perspectives inédites pour le numérique.



Un accélérateur de notre expertise : L'IA agit comme un catalyseur, nous permettant de gagner en efficacité, en pertinence et en créativité sur chaque réalisation. Plutôt que de subir ce changement, nous faisons le choix de nous approprier l'IA afin d'innover et d'accompagner avec toujours plus de qualité nos clients.



Un game changer pour nos clients : En intégrant l'IA à nos solutions, nous apportons une réelle valeur ajoutée à chaque projet, en proposant des résultats plus performants et adaptés aux enjeux de demain.



Un choix stratégique assumé : Chez Kreactive, nous intégrons l'IA pour anticiper les changements et garantir un accompagnement de qualité.

QUI SOMMES-NOUS ?

Des chiffres qui parlent d'eux mêmes ... (basés sur nos collaborateurs).

90%
utilisent l'IA fréquemment

dans un but d'**amélioration de la productivité** et de **gain de temps**.
(suggestions d'optimisations, automatisation de certaines tâches administratives...).

70%
des collaborateurs

pensent que le contexte projet doit être **maîtrisé** ou **partagé** à l'IA pour une ou plusieurs réponses optimales.

Chez Kreactive la sécurité des données de nos clients est primordial. Nous sensibilisons nos équipes constamment.

Et si on allait plus loin avec des "Aha Moment" de nos collaborateurs suite à leur utilisation de l'IA :

L'outil m'a proposé des scénarios auxquels je n'aurais même pas pensé... Ça, c'est de l'assistance !

2h sur un bug, Cursor le trouve en quelques secondes... Un vrai gain de temps !



kreactive
digital studio