



IMMOBILIER

La relation personnelle au cœur du développement d'iSelection

Fort des 45 000 logements commercialisés depuis sa création, iSelection veut renforcer la vente intermédiée par les CGP. Président d'une des sociétés leader, Julien Drouot-l'Hermine entend se concentrer sur des relations *intuitu personae* et fédérer un solide réseau de partenaires.

Propos recueillis par Sébastien Bureau

Vous réactivez depuis quelques mois la distribution via des conseillers en gestion de patrimoine !

En effet, il y a 22 ans, lors de notre création, nous ne travaillions qu'avec des CGP. Puis, une partie de notre activité s'est déplacée au fur et à mesure vers les réseaux bancaires. Nous souhaitons aujourd'hui en faire la synthèse et revenir à notre ADN, à savoir le partenariat avec les CGP, tout en déployant les réseaux bancaires. Pour nous, ces deux formes de distribution se complètent. De plus, notre objectif est d'accélérer le rythme de commercialisation. En sécurisant le calendrier des opérations immobilières (réservation, garantie financière d'achèvement, notification, actabilité, livraison), nous rendons service à la fois aux promoteurs, aux partenaires – CGP et banques – et à leurs clients. Utiliser ces deux formes de distribution nous permet d'atteindre cet objectif. Cependant, nous ne faisons aucune vente directement, nous sommes exclusivement au service des professionnels.

Vous avez augmenté votre volume de vente ces dernières années !

Oui, et pourtant nous ne communiquons pas ou peu. Nous nous concentrons sur notre savoir-faire et le suivi de la relation partenaire. Nous sommes passés de 1 100 logements vendus en 2014 à 3 500 en 2017. Iselection, ce sont maintenant 200 collaborateurs au service des partenaires, avec des animateurs régionaux qui rayonnent sur l'ensemble du territoire. Notre back-office traite plus de 4 000 dossiers par an, avec un taux d'annulation particulièrement peu élevé ! Cette recherche permanente de l'efficacité, c'est la signature d'iSelection. Elle est aussi décisive que la qualité de l'offre, entre 1 000 et 1 500 logements en permanence, 100 % en exclusif iSelection.

Justement, comment sélectionnez-vous les programmes proposés à la commercialisation ?

Nous commercialisons pour compte de tiers et choisissons de manière indépendante les

programmes. Nous avons une équipe composite d'une quinzaine de développeurs et de juristes qui sourcent et analysent les opérations. Six spécialistes constituant notre comité de sélection valident les programmes et les appartenements. Travailler avec des réseaux bancaires et chercher à pérenniser nos relations avec les CGP nous obligent à une extrême vigilance. De plus, notre actionnaire – le groupe Nexity – est lui aussi très attentif à la relation client. Pour autant, nous sommes parfaitement autonomes dans nos choix, avec une large part d'opérations issues de promoteurs nationaux, dont Nexity représente environ 10 % à 15 %, en ligne avec son poids sur le marché de la promotion de logements neufs. Nous proposons une large palette d'opérations couvrant l'ensemble des dispositifs de l'investissement locatif, en particulier Pinel et LMNP, mais également nue-propriété et ancien réhabilité (MH, Malraux). En meublé en particulier, nous proposons beaucoup d'opérations à destination des étudiants, un marché mature. Au cours de cette seule année 2018, nous aurons notamment lancé des programmes à Bordeaux, Lyon XIX^e, Suresnes, Malakoff, Montpellier, Clermont et Lille !

On entend parler de plus en plus de digitalisation, qu'en pensez-vous ?

Pour nos partenaires nous proposons une plateforme technologique entièrement pensée et développée en interne. Les CGP peuvent y trouver tous les éléments dont ils ont besoin. Mais nous estimons que le tout digital ne peut être la seule solution. Développer des outils supplémentaires d'aide à la vente, je dis oui ! Mais substituer des chatbots aux conseillers au détriment de la relation partenariale, là je dis non ! Cette profession a plus que jamais besoin d'accompagnement, d'écoute, de formation et de réponses. J'estime que la digitalisation permet avant tout au client d'accéder à l'information, de comparer, d'évaluer, de visualiser et même de se faire entendre, il faut donc s'en réjouir ! ■



Julien Drouot-l'Hermine
Président
iSelection

“
Nous sommes exclusivement au service des professionnels