

« L'IA ne remplacera pas le métier d'agent »

Julien Haussy dirige Espaces Atypiques, un réseau de 87 agences et 600 collaborateurs spécialisé dans les biens de caractère: lofts, maisons d'architecte, ateliers réhabilités. Un segment à part, où l'émotion prime sur le tableur. Pourtant, l'IA a bel et bien bouleversé son quotidien, mais pas là où on l'attendait.

Texte David GÉRARD
Photo Vanda KHABAROVA

Lorsqu'on lui demande si ses clients se présentent en rendez-vous avec une estimation produite par intelligence artificielle, Julien Haussy reste mesuré: « *Honnêtement, je n'ai pas encore de remontée du terrain à ce sujet.* » De fait, pas de tableau comparatif généré par une IA, pas de contre-argumentaire sorti d'un prompt. Sur le fond, les rendez-vous n'ont pas changé. « *Les informations – prix au mètre carré, tendances de marché –, les clients les avaient déjà avant, en consultant les moteurs de recherche. Aujourd'hui, certains passent certainement par un assistant conversationnel comme ChatGPT. Le canal change, mais pas la démarche* », explique-t-il. L'explication tient en partie au profil de sa clientèle. « *Nos acheteurs sont souvent déjà propriétaires, en quête d'un bien encore plus exceptionnel. Ils se laissent porter, cherchent un coup de cœur, une verrière, un volume, une histoire. Ce type de recherche ne se résume pas à un tableau comparatif* », poursuit Julien Haussy.

L'intelligence artificielle, arme du conseiller

Si le client augmenté semble rester discret, l'agent augmenté, lui, est déjà une réalité. « *Tous nos conseillers sont formés à l'IA, à travers un programme déployé à l'échelle du réseau* », précise-t-il. Les résultats sont concrets: estimations de biens produites en quelques clics, comptes rendus de visite rédigés en une poignée de minutes... L'IA facilite également la préparation des rendez-vous, en préparant par exemple un discours



personnalisé selon le type d'acheteur (investisseur, famille, etc.). Plus spécifique encore: Espaces Atypiques a développé un prompt de rédaction maison, fidèle à l'ADN de la marque, qui permet aux agents de produire des annonces percutantes. « *Certains collaborateurs ne sont pas à l'aise avec l'écriture. Or, pour des biens atypiques en particulier, l'annonce doit raconter une histoire* », insiste Julien Haussy, pour qui l'IA reste un outil au service de l'humain. Il en est convaincu: les clients viendront toujours sur place avant de signer. « *Pour un même bien, avec les mêmes processus et les mêmes outils, deux conseillers ne vendent pas de la même façon. La seule variable, c'est l'humain. C'est la preuve que l'IA ne remplacera pas ce métier.* »

ARI, l'assistant conversationnel

Espaces Atypiques a lancé l'été dernier ARI (Agent de recherche immobilière), un chatbot intégré à son site. Son principe: permettre au client de décrire ce qu'il cherche avec ses propres mots, sans case à cocher – par exemple: « *Je cherche un loft lumineux avec des poutres apparentes* ». ARI effectue ensuite une recherche sémantique parmi les 5 000 annonces du réseau. Concrètement, l'outil ne remplace pas le conseiller, il prépare le terrain en filtrant en amont. L'ensemble des échanges est ensuite transmis à l'agence, qui reprend la main. Résultat: davantage de contacts qualifiés et de biens proposés. Quant à l'agent, il demeure celui qui accompagne, conseille et finalise la transaction. ♦