

Le *low-cost*, un modèle pour les agences immobilières

Les agences immobilières *low-cost* répondent à la question du pouvoir d'achat - très sensible quand il s'agit d'immobilier - en utilisant un modèle économique véritablement novateur, permettant de faire baisser durablement le prix de la prestation des intermédiaires immobiliers.

Qu'est-ce qu'une agence immobilière *low-cost* ? Comment les agences immobilières *low-cost* bousculent-elles les méthodes des agences traditionnelles ? Éléments de réponse.

Une agence immobilière *low-cost* est un nouveau type d'intermédiaire de la transaction immobilière, utilisant de manière massive Internet, et résolvant le paradoxe du *low-cost* : produire moins cher en satisfaisant pleinement aux exigences de clients.

Ainsi, être une agence immobilière *low-cost* ne signifie pas vendre des appartements pas chers, mais réduire ses coûts de fonctionnement afin de réduire de manière importante la commission d'agence, tout en assurant un service de grande qualité.

Portrait robot d'une agence immobilière *low-cost*

L'une des caractéristiques fondamentales des agences immobilières *low-cost* est qu'elles n'ont

pas de boutiques. La boutique est un centre de coûts important : bien qu'irrégulièrement fréquentée par les clients, elle nécessite la présence permanente d'un salarié et impose des charges locatives élevées. Et ceci, alors même qu'elle génère moins de 10% des contacts et emprisonne l'agence immobilière sur une zone de chalandise très faible.

L'agence immobilière *low-cost* oppose à la boutique une **présence massive sur Internet.** Et pour cause : un site Internet peut recevoir des millions de visites chaque mois, sur des zones de chalandises illimitées et permet aux clients un accès plus direct à l'information : estimation immobilière en ligne, pré-visite virtuelle des maisons ou des appartements, suivi de sa vente et des agendas de visites en ligne...

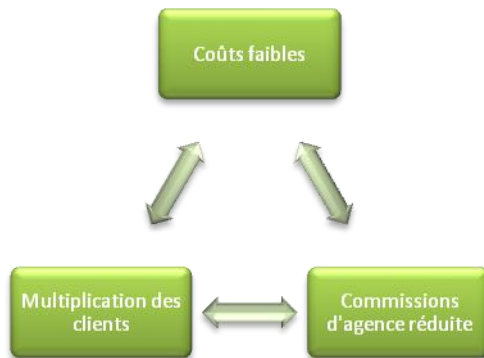
A un modèle traditionnel de commerce de quartier, l'agence immobilière *low-cost* oppose un **process « industrialisé »** présentant deux avantages :

Il permet d'assurer un niveau homogène et élevé de prestation. Ainsi, un acteur traditionnel qui emploie en général trois personnes, ne pourra pas promettre à ses clients de faire intervenir un « spécialiste » de la communication sur ses petites-annonces, un « spécialiste » de l'expertise immobilière sur l'évaluation de son bien et un « spécialiste » de l'administration des ventes sur la signature des compromis. Dans une agence traditionnelle, tout le monde fait tout et personne n'est donc expert dans un domaine.

L'agence immobilière *low-cost* mobilise des équipes spécialisées sur chacun des secteurs. Le dossier d'un client n'est donc pas géré du début à la fin par une seule personne qui peut avoir des lacunes sur certains points, mais par des équipes expertes qui interviennent, à tour de rôle, sur leur domaine de compétence.

Deuxième intérêt de cette industrialisation des process de travail : elle permet des gains de temps et donc de coûts importants.

Les économies réalisées sur chaque maillon du process permettent la mise en place de deux équations de base : coûts faibles = commissions d'agence réduites. Commissions d'agences réduites = multiplication des clients.



Le cercle vertueux est en place.

Lorsque l'on interroge un client sur son agence immobilière, il répond classiquement : « *c'est trop cher* » ou encore « *le niveau de qualité de la prestation est très variable* ».

Les agences immobilières *low-cost* répondent à ces préoccupations.

Leurs tarifs commencent à 1%, alors que le niveau moyen de commission français s'élève à 6% ! Elles sont donc jusqu'à 6 fois moins chères que les acteurs traditionnels !

L'exemple d'EffiCity

EffiCity opère des offres dites « middle-cost » ou « low-cost » qui lui permettent d'avoir une structure de coûts 2 à 6 fois moins élevée et donc, de proposer des tarifs de prestation 2 à 6 fois moins élevés que les acteurs traditionnels. Ceci est bénéfique aux vendeurs dont le prix « net vendeur » est plus élevé et à l'acquéreur, qui achètera son bien immobilier moins cher.

Cette économie n'aurait pas été possible sans l'utilisation massive d'Internet, la mise à contribution plus ou moins forte des clients (par exemple, ils prévisualisent les biens avant de les visiter et dans certaines conditions, les propriétaires présentent eux-mêmes leurs biens) et la volonté de « consommer malin » qui s'étend désormais à l'ensemble des secteurs.

EffiCity a été créée sur la conviction que le marché des agences immobilières est un paradoxe : les agences immobilières françaises sont les plus chères d'Europe alors que les consommateurs les jugent assez sévèrement.

Le low-cost répond parfaitement à la demande des clients acheteurs et vendeurs : disposer d'un niveau de service élevé permettant de vendre rapidement et au meilleur prix tout en bénéficiant de commissions réduites par rapport aux agences immobilières traditionnelles.

Christophe du Pontavice, Président d'EffiCity

A propos d'EffiCity. Créé en 2007, EffiCity est le premier réseau français d'agences immobilières *low-cost*. A travers un processus industriel novateur, EffiCity est en mesure de proposer à ses clients les commissions d'agence les plus basses du marché français (de 1% à 3%).

Le succès d'EffiCity se concrétise par : la vente d'un logement par jour en moyenne (un logement par mois dans une agence traditionnelle) ; un délai de vente moyen de 45 jours (100 jours dans une agence traditionnelle) !

EffiCity est déjà présent à Paris, Lyon, Lille et Nice et étendra bientôt ses services à Montpellier.

Site internet : www.efficcity.com