

## CONSEILLERS EN GESTION DE PATRIMOINE

# Un modèle de conseil tourné vers le digital

» Un conseiller en gestion de patrimoine lance un nouvel outil de préconisation patrimoniale

» Il s'appuie pour cela sur la multitude de sites internet et de services qu'il a conçus

par FRANCK JOSELIN

Twitter @FranckJoselin  
+ E-MAIL fjoselin@agefi.fr

**Créé fin 2009**, le cabinet de conseillers en gestion de patrimoine (CGP) Euodia aborde une nouvelle phase de son développement. La société, qui a lancé en sept ans une vingtaine d'outils internet (*L'Agefi Actifs* n° 461 p. 22), veut capitaliser sur ses expériences et s'apprête à proposer un service de préconisation patrimoniale.

**Référencement.** Même si le conseiller en gestion de patrimoine profite de la forte communication faite autour des sociétés digitales, il ne se considère pas réellement comme une fintech. « A l'origine, nous avons développé des sites internet pour amener des clients vers notre cabinet de CGP car nous avons constaté que la solution consistant à acheter des rendez-vous qualifiés à des organismes externes n'était pas viable à long terme », explique Nicolas Peycru, directeur associé chez Euodia. Dès lors, plutôt que miser sur les termes de « gestion de patrimoine » pour référencer sa structure sur internet – une occurrence pour laquelle il est très difficile de remonter en haut de page sur les moteurs de recherche –, Euodia s'est au départ concentré sur la thématique des SCPI, sur laquelle les acteurs apparaissent beaucoup moins nombreux, en lançant SCPI-8. Ainsi, son site est aujourd'hui très bien référencé et constitue une porte d'entrée pour les clients de son cabinet.



**NICOLAS PEYCRU,**  
directeur associé  
chez Euodia

**Des services web...** La société a ensuite industrialisé le concept de sites prescripteurs en créant des portails internet spécialisés sur les Ehpad, sur les résidences seniors, l'investissement Malraux ou la tontine. Par ailleurs, elle a aussi développé des simulateurs sur l'ISF, sur l'achat ou la location d'un bien immobilier, ou encore, en partenariat avec un expert-comptable, sur la fiscalité de loueur meublé non professionnel. La société a en outre créé RDVF, son propre outil de gestion de relation client (CRM).

Ces services web sont conçus en interne par Euodia qui a monté KiwiLab, une agence web domiciliée à Besançon qui travaille aussi (pour environ 30 % de son activité) pour des entités extérieures au groupe et compte aujourd'hui cinq personnes, dont une à plein temps chargée d'optimiser le référencement des sites.

**... au conseil digital.** Aujourd'hui, Euodia a mis en place la première brique de Preconys, son nouvel outil de conseil en ligne. Sans surprise, ce service concerne ce qui fait encore la spécialité du cabinet, à savoir les SCPI – sur les 240 millions sous gestion que compte Euodia, près de la moitié sont d'ailleurs constitués de ces produits. Concrètement, un client enregistre en ligne sa situation patrimoniale et, selon ses besoins, Preconys lui propose une optimisation de ses investissements en SCPI. « Dès le premier trimestre 2017, nous serons

en mesure d'élargir ce service aux autres placements financiers. Nous voulons proposer, avec Preconys, un véritable conseil automatisé capable de générer un audit patrimonial et préconiser toutes sortes de produits, explique Nicolas Peycru. Nos services web sont d'ailleurs déjà conçus pour s'intégrer dans une telle offre. »

Aujourd'hui simple marque, Preconys devrait être filialisée afin de pouvoir faire entrer de nouveaux investisseurs dans le projet. Ainsi, pour mener à bien son programme d'automatisation du conseil d'un bout à l'autre de la chaîne, le conseiller compte rapidement lever plusieurs centaines de milliers d'euros auprès d'investisseurs externes, venant compléter les sommes que peuvent investir les actuels associés, pour arriver à financer le million d'euros dont il a besoin.

**Modèle ouvert.** Dans un premier temps, Euodia compte se développer sur une clientèle en direct en proposant, par exemple, son service Preconys en quasi-marque blanche sur des sites grand public. « Nous ne sommes pas concurrents de services comme Yomoni ou Wesave. Nous nous adressons à une clientèle beaucoup moins qualifiée que ces sites. Nous voulons toucher des clients qui sont loin du monde de la finance. Par ailleurs, nous n'avons pas vocation à proposer un service d'allocation. Pour cela, nous passerons plutôt par un partenaire », explique Nicolas Peycru. Et s'il s'adresse directement au client final, le cabinet n'exclut pas de proposer ses services à d'autres CGP.