



JULIEN HOBEIKA (2009)

UTILISER LES SERVICES D'UNE ASSISTANTE VIRTUELLE

Julien Hobeika (2009) est le fondateur de WePopp, la société qui conçoit et commercialise Julie Desk, une assistante virtuelle, qui prend soin de votre agenda et organise vos réunions à votre convenance, et qui est déjà utilisée par de nombreuses *start-ups*.

TU AS CRÉÉ *Julie, l'assistante virtuelle. De quoi s'agit-il ?*

Julie est une assistante à intelligence artificielle. C'est une assistante virtuelle, qui prend les rendez-vous à votre place par courriel. Elle n'est jamais fatiguée, jamais en congé, elle travaille jour et nuit et même le week-end. Sans parler de son coût, marginal. Lorsqu'on sait qu'un dirigeant d'entreprise ou un manager n'a pas toujours d'assistant et passe presque une demi-journée (quatre heures) par semaine à gérer ses rendez-vous ou son agenda, le calcul est vite fait : pour 50 à 80 euros par mois, j'économise deux jours par mois, que je peux passer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

Concrètement, comment fait-on appel à Julie ?

Il suffit de s'inscrire sur le site www.juliedesk.com, et d'y indiquer les renseignements utiles pour partager votre agenda avec Julie. Julie fonctionne avec tout type de calendrier (entre autres, Google, iCloud, Microsoft Exchange ou Office 365) et vous demandera de répondre à quelques questions pour mieux vous connaître avant de commencer (par exemple : quels sont vos horaires de travail, comment vous vous déplacez pour calculer vos temps de trajet, etc.). Imaginez ensuite que vous vouliez prendre rendez-vous avec votre client, appelons-le Henri. Envoyez un courriel à Henri en mettant Julie (julie@juliedesk.com) en copie. Julie se chargera alors d'organiser le rendez-vous. Elle enverra un courriel à Henri en lui proposant des dates qui peuvent convenir en fonction de votre agenda et de vos habitudes. Et Henri va donc discuter avec Julie jusqu'à ce qu'une date soit trouvée. Et tout cela en utilisant du langage naturel, comme une véritable personne, et sans vous importuner.

Julie peut échanger autant de courriels que nécessaire avec vos contacts. Quand une date qui convient à tout le monde est trouvée, elle ajoute l'événement à votre agenda et envoie les invitations automatiquement.

Quels sont les types d'algorithmes utilisés ?

Nous utilisons des algorithmes de NLP (*natural language processing*) et de *machine learning*, pour permettre à Julie de comprendre le texte qui lui est envoyé et de s'améliorer au fil du temps.

En pratique, Julie est un système complexe dans lequel le processus d'une prise de rendez-vous est théorisé. Quelles sont les différentes étapes à effectuer pour passer d'un courriel qui demande à Julie de prendre un rendez-vous à la prise de rendez-vous finale. Chaque étape de ce processus est décomposée en étapes plus petites pour alimenter des algorithmes d'apprentissage dans un premier temps, et dans un second temps pouvoir être traitée par un algorithme entraîné.

N'y a-t-il vraiment aucune intervention humaine ?

Par rapport à des services comparables, toute la force de Julie réside dans l'intervention humaine. On pense tous à Siri, l'assistant à commande vocale disponible sur tous les smartphones Apple. On lui dicte : « Siri, appelle Zoé », et Siri appelle Chloé. On peut alors annuler l'appel et probablement que Siri apprend de cette erreur et s'améliore.

Mais, dans le cas de Julie, les rendez-vous de nos clients sont importants. Nous ne pouvons pas nous permettre de prendre un rendez-vous à la mauvaise date ou de répondre à un courriel par un message incompréhensible. Julie est donc supervisée par un opérateur humain. De cette façon,

aucun rendez-vous ne peut être raté. On prend le meilleur des deux mondes : l'efficacité et la rapidité de la machine associées à la subtilité d'un être humain.

À qui s'adressent ces services ?

Ils intéressent principalement des dirigeants de PME. Mais aussi, plus généralement, des managers de grandes entreprises qui n'ont pas d'assistant(e), ou encore les populations de commerciaux ou de responsables RH qui prennent beaucoup de rendez-vous.

Aujourd'hui, nous travaillons pour des entreprises comme Leetchi, Ametix ou certains fonds comme Axa Strategic Ventures ou Breega. Nous vendons également 30 % de nos licences aux États-Unis sans avoir de présence physique là-bas pour le moment.

Pour les grandes sociétés, n'y a-t-il pas des besoins particuliers ?

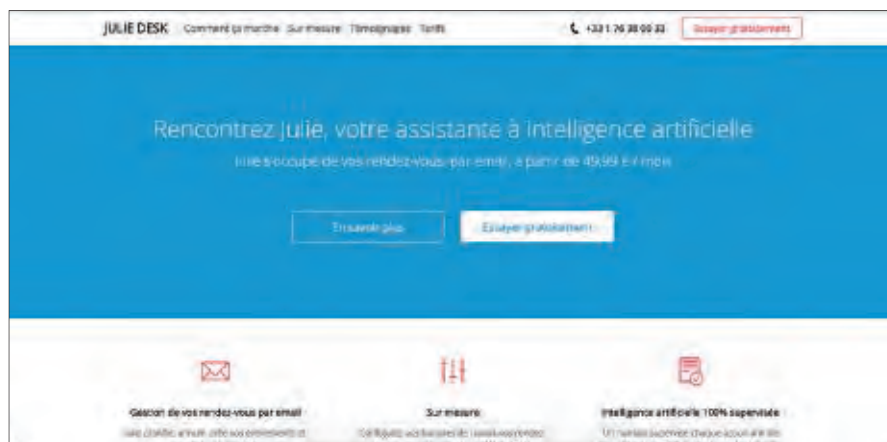
Si, et c'est pourquoi nous sommes en train d'élaborer des pilotes auprès de plusieurs grandes sociétés, comme Ernst & Young, PwC, Société Générale, etc. Je pense qu'en 2016 nous aurons réalisé au moins une installation de ce nouveau service.

Avant de créer Julie, tu avais lancé WePopp. Peux-tu nous en parler ?

Nous avons lancé WePopp, application sur mobile, en juin 2013, juste après avoir fini nos études. Elle permettait d'organiser des sorties entre amis, *via* un système d'invitation qui combinait courriel, SMS et réseaux sociaux. Cela permettait de décider où et quand se retrouver entre amis. Guillaume Michiels, Nicolas Marlier et moi avons arrêté l'aventure en mars 2014, après avoir réalisé plus de 250 000 téléchargements.

Pourquoi avoir pris cette décision ?

Nous avons décidé d'arrêter WePopp parce que la viabilité du modèle économique exigeait des millions d'utilisateurs. Pour atteindre le million, la diffusion de l'application devait se répandre par effet de bouche à oreille. Et pour cela, l'application devait être utilisée quotidiennement. Or



WePopp n'était utilisée qu'une fois tous les mois, voire tous les deux mois.

Nous nous sommes alors concentrés sur les rendez-vous professionnels, qui semblaient offrir un potentiel plus important. Nous avons donc sorti un premier produit, WeTime, entre juin et septembre 2014. WeTime a posé les prémices de Julie. C'était un outil qui s'installait sur Gmail ou Outlook, et permettait d'envoyer simplement et plus rapidement des créneaux disponibles à vos interlocuteurs. D'autre part, lorsque vous receviez des propositions, l'outil détectait la date et vous proposait de l'ajouter tout de suite à votre agenda si vous étiez disponible. C'est en octobre 2014, en s'inspirant aussi de concepts américains, que nous avons fait le pivot de Julie Desk. Pour tester le marché au départ, nous faisons nous-mêmes les assistants, manuellement mais aidés par l'outil de WeTime pour aller plus vite. Puis la croissance nous a obligés rapidement à faire des développements nouveaux.

Qu'est-ce qui fait le succès d'une application mobile ?

Sans aucun doute, la fréquence d'usage. Une application qu'on n'utilise pas toutes les semaines (ou tous les jours, voire toutes les heures) aura de grandes difficultés à garder sa place sur votre smartphone. Comment fait-on pour assurer une fréquence d'utilisation élevée ? Il faut déjà que l'application résolve un vrai problème

et que ce problème soit fréquent auprès de vos utilisateurs potentiels. Ensuite, il faut que l'application soit irréprochable à la résolution de ce problème très spécifique. Si l'application contient des erreurs ou n'est pas très bien conçue, les utilisateurs passeront très vite à autre chose. C'est d'ailleurs pour cela qu'Apple aime mettre en avant les applications qui viennent de sortir et qui sont dès leur première version très bien faites (ça nous est arrivé quatre fois avec WePopp).

NÉOLOGISME

Dans le monde des jeunes entreprises (*start-ups*), faire le pivot signifie faire évoluer son modèle économique, par exemple pour toucher de nouvelles cibles ou en modifiant le système d'abonnement.

Qu'est-ce qui t'a paru le plus difficile durant ces deux dernières années ?

Rester motivé pendant la phase de recherche d'adéquation entre le produit et son marché. Une fois qu'on a identifié un produit qui a un marché, tout devient plus excitant et motivant. L'équipe compte à ce jour huit personnes, l'aventure est encore longue avant le succès, mais c'est une expérience inégalée à vivre. ■

Propos recueillis par Hervé Kabla (84)