

# OPTIMISER SA RELATION CLIENT,

**UNE DÉMARCHE POUR RENFORCER  
SON DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL  
ET VALORISER SON SAVOIR-FAIRE**

---

**Artisans du bâtiment, développez votre activité et  
valorisez votre savoir-faire auprès de vos clients.**

**Ce guide vous donne des clés pour mieux comprendre ce que vivent vos clients.  
Vous y trouverez quelques bonnes pratiques et outils pour améliorer  
votre relation avec eux et pour incarner les valeurs de l'Artisanat.**





# 1

## LE PREMIER CONTACT

Un client vous contacte pour un projet de travaux, il y a de fortes chances qu'il soit passé par internet ou le bouche-à-oreille pour vous trouver, vous... et très certainement d'autres !

Identifiez bien la nature de son projet et les motivations de sa demande pour évaluer son potentiel pour votre activité.

### → CE QUI COMPTE À CETTE ÉTAPE POUR VOUS

Au-delà de la nature de la réponse que vous lui apportez, c'est la manière dont vous allez lui répondre qui est la plus déterminante.

### ÇA PEUT VOUS AIDER...

« C'est difficile de trouver un bon artisan disponible »

### → POUR VOUS DÉCIDER

Questionnez votre client pour déterminer si oui ou non vous pouvez l'accompagner dans son projet. Appuyez-vous sur une grille pour mesurer votre capacité à répondre à son besoin.

Réalisme du projet	
1 - Budget du client réaliste	<input type="checkbox"/>
2 - En phase avec le champ d'intervention de l'entreprise	<input type="checkbox"/>
Attractivité du projet	
3 - Envergure du projet	<input type="checkbox"/>
4 - Bénéfice potentiel sur le projet	<input type="checkbox"/>
Probabilité de transformation signature avec vous	
5 - Délai raisonnable de réalisation	<input type="checkbox"/>
6 - Vous connaissez le client ou avez été recommandé	<input type="checkbox"/>
Faisabilité du projet	
7 - Localisation	<input type="checkbox"/>
8 - Ressources adaptées et disponibles	<input type="checkbox"/>

→ Un bon « non » vaut mieux qu'un mauvais « oui »

**Exemple :** *Nous faisons face à un niveau d'activité élevé qui ne nous permet pas de vous accompagner suffisamment dans votre projet. Je peux vous orienter vers un confrère qui pourra peut-être vous aider [OU] je vous propose de prendre vos coordonnées afin de vous rappeler dès que nous aurons plus de disponibilités.*

En cas de score inférieur à 4/8, mieux vaut décliner le projet du client et le réorienter vers un confrère.  
À l'inverse, plus le score est élevé, plus le projet de votre client est à prioriser et à soigner.



2

## LE RENDEZ-VOUS

Pour votre client, ce moment est l'unique occasion d'apprécier et de comparer les interlocuteurs avant de s'engager.

Prenez le temps de découvrir votre client, son projet et de décrypter ses besoins au-delà de ce qu'il formule. Faites connaissance, faites le tour des lieux avec lui, questionnez-le sur ses expériences passées, son budget. C'est à ce moment qu'il faut décrypter ses VRAIES motivations... et elles portent rarement sur le prix !

Dans le cadre d'une situation d'urgence, réalisez ce rdv / cet échange une fois la réparation effectuée pour détecter un éventuel autre besoin.

### → CE QUI COMPTE À CETTE ÉTAPE POUR VOUS

Vous n'aurez pas de seconde occasion de faire une bonne première impression. C'est aussi le bon moment pour détecter des projets additionnels qui ne sont pas forcément exprimés au départ par votre client.

### ÇA PEUT VOUS AIDER...

#### → POUR MIEUX ADAPTER VOTRE DISCOURS AU PROFIL DE VOTRE CLIENT

Adaptez votre argumentation à la sensibilité de votre client à l'aide du **SONCASE**

##### **SÉCURITÉ** > Aime-t-il prendre des risques ?

Exemple : Proposez-lui des exemples de chantiers précédents pour le rassurer.

##### **ORGUEIL** > Cherche-t-il à être valorisé ?

Exemple : Montrez qu'il bénéficie d'un traitement distinctif.

##### **NOUVEAUTÉ** > Est-il friand de nouveauté ?

Exemple : Mettez en avant l'innovation.

##### **CONFORT** > Recherche-t-il avant tout la facilité ?

Exemple : Valorisez la simplicité pour lui.

##### **ARGENT** > Est-il centré sur la réduction des coûts ?

Exemple : Démontrer l'avantage financier.

##### **SYMPATHIE** > Cherche-t-il la convivialité ?

Exemple : Créez la connivence.

##### **ÉCOLOGIE** > Est-il engagé sur l'environnement ?

Exemple : Parlez de vos actions RSE.

« S'il ne m'inspire pas confiance, je ne signerai pas avec lui »

#### → POUR CONFIRMER LE RDV La veille, envoyez un sms de rappel du rdv.

**Exemple :** Bonjour Madame LAURENT, je vous rappelle notre rendez-vous demain après-midi à 18h00 à votre domicile, 12 rue Bernardo, à bientôt. Monsieur ARTISAN.



# 3

## LE DEVIS

Votre client vous a exposé son projet de travaux et attend votre devis. Il a l'habitude d'utiliser de nombreux sites permettant d'obtenir rapidement des réponses et des tarifs en ligne (plus ou moins justes !).

Identifiez bien le contexte de la demande (urgence vs projet à 6 mois) et des contraintes de votre client (accès, finances, disponibilités) pour être réactif dans votre réponse et transparent dans ce que vous pouvez faire.

Proposez-lui des solutions de paiement adaptées à sa situation pour lui faciliter la décision.

### → ADAPTEZ VOTRE DEVIS AU PROJET DU CLIENT

Pour éviter des déconvenues, veillez à bien rédiger votre devis. L'absence de certaines mentions vous expose à l'annulation du marché.

### ÇA PEUT VOUS AIDER...

#### → POUR RELANCER VOTRE CLIENT

Les besoins et le projet de votre client peuvent évoluer, en fonction des devis qu'il a comparé, des avis qu'il a consulté, des conseils que vous lui avez donnés. Il est essentiel de suivre et d'accompagner sa prise de décision. Ce suivi des devis est également pour vous le moyen de mieux planifier votre activité.

#### Rappelez-le par téléphone

Exemples :

- *Bonjour Madame LAURENT, avez-vous bien reçu le devis ?*
- *Quels sont les éléments ou les précisions dont vous avez besoin pour prendre votre décision ?*

« S'il ne m'explique pas les différences de prix avec ses concurrents, je ne pourrais pas le retenir... »

**Joignez un croquis pour permettre à votre client de mieux se projeter.**

#### → POUR FACILITER LA DÉCISION DE VOTRE CLIENT

Proposez différentes possibilités de paiements et évoquez le cas échéant les aides possibles notamment en rénovation énergétique et en accessibilité.

#### → ÇA PEUT VOUS AIDER

N'oubliez pas de préciser le montant de l'acompte.



4

## LA RÉALISATION

Les chantiers peuvent réserver des surprises et votre client le sait bien. Ceci génère nécessairement du stress pour lui... que VOUS devez apaiser.

Entretenez le dialogue avec votre client tout au long des travaux pour lui expliquer d'éventuelles difficultés et lever ses inquiétudes ou insatisfactions potentielles, et réagir rapidement en cas de problème.

### → CE QUI COMPTE À CETTE ÉTAPE POUR VOUS

L'information qui entoure le chantier (progression, conseils, satisfaction) est essentielle pour éviter tout malentendu. C'est d'ailleurs principalement ce qui anime les conversations quand vos clients parlent de vous. Il s'agit du point de départ de la fidélisation et d'un bouche-à-oreille positif.

### ÇA PEUT VOUS AIDER...

#### → POUR PRÉPARER VOTRE INTERVENTION

Envoyez un mail « bon à savoir » sur les contraintes, le planning et les délais de l'intervention.

#### → POUR ÉVITER UN MÉCONTENTEMENT

Informez le plus tôt possible votre client en cas d'imprévu / de retard. Votre client peut ainsi s'organiser en conséquence.

#### → POUR VOUS COORDONNER AVEC LES AUTRES INTERVENANTS DU CHANTIER

Utilisez un espace collaboratif dédié au suivi des chantiers.





5

## LA FIN DES TRAVAUX

Votre chantier est terminé. Cette dernière étape est importante dans l'expérience de votre client puisqu'elle finalise les travaux.

Effectuez une démonstration des installations et/ou remettez un guide pratique d'utilisation. Sollicitez votre client pour obtenir son retour d'expérience (avis ou enquête de satisfaction) et remerciez-le (ex. : pour sa confiance, sa patience, sa disponibilité...) en fonction de la manière dont le chantier s'est déroulé.

### → ÉTABLIR UN PV DE RÉCEPTION DE CHANTIER

Montrer que vos clients et leurs retours sont importants à vos yeux même après la réalisation des chantiers est extrêmement important pour votre image. Ces dernières marques d'attention conditionnent l'envie de faire appel à nouveau à vous et peuvent aussi parfois faire oublier un désagrément.

### ÇA PEUT VOUS AIDER...

#### → POUR QUE VOTRE CLIENT FASSE À NOUVEAU APPEL À VOUS

Prévoyez une pré-réception de chantier, levez les éventuelles réserves rapidement.

#### → POUR FACILITER LA RÉCEPTION DE TRAVAUX

Sur la E-boutique CAPEB vous trouverez un modèle de PV de réception de chantier. Pour les travaux de rénovation énergétique, utilisez les 28 fiches pratiques PROFEEL



« Est-ce que tout est bien terminé, comment cela va fonctionner ? »

Procès-verbal de réception	
<b>Réception des travaux</b>	
Je soussigné : .....	
maître de l'ouvrage, après avoir procédé à la visite des travaux effectués par : .....	
au titre du marché en date du : ..... et relatif à : .....	
en présence du représentant de : (l'entreprise et le maître d'œuvre le cas échéant) *	
Déclare que :	
(*) la réception est prononcée sans réserve avec effet en date du : .....	
(*) la réception est prononcée avec effet en date du : .....	
Assortie des réserves mentionnées dans l'état ci-dessous.	
<b>Etat des réserves</b>	
Nature des réserves : .....	
Travaux à exécuter : .....	
L'entreprise et le maître d'ouvrage conviennent que les travaux nécessités par les réserves ci-dessus seront exécutés dans un délai global de : ..... à compter de ce jour.	
Fait à : ..... le : .....	
en ..... exemplaires dont un est remis à chacune des parties.	
Signatures : .. le maître de l'ouvrage : .....	
..... l'entreprise : .....	
..... le maître d'œuvre (le cas échéant) *	
<b>Procès-verbal de levée des réserves</b>	
Le maître de l'ouvrage et l'entreprise, ci-dessus désignés, constatent qu'il a été valablement remédié aux réserves mentionnées dans le PV de réception en date du : .....	
Fait à : ..... le : .....	
en ..... exemplaires dont un est remis à chaque signataire.	
Signatures : .. le maître de l'ouvrage : .....	
..... l'entreprise : .....	
..... le maître d'œuvre (le cas échéant) * : .....	
* Rayer la mention inutile.	
C.A.P.E.B. - P.S. - A.F.I.E.C.D. <span style="float: right;">Novembre 2014</span>	



6

## LE RÉGLEMENT

Pensez à envoyer rapidement la facture. Chaque client dispose de ses propres capacités ou préférences de règlements.

Proposez des solutions de règlements simples et claires en laissant à votre client la possibilité de choisir ce qui lui convient le mieux (exemples : paiement sur place par virement, chèque, CB).

### → CE QUI COMPTE À CETTE ÉTAPE POUR VOUS

Personnaliser les modes de règlements en fonction des profils de vos clients (virement, CB) améliore radicalement l'expérience client et réduit les risques d'impayés.

### ÇA PEUT VOUS AIDER...

« Comment va se passer le paiement ? »



### → POUR VOUS ASSURER D'ÊTRE RÉGLÉ

Équipez-vous d'un Terminal de paiement par carte bancaire.

### → ET N'OUBLIEZ PAS LE SERVICE APRÈS-VENTE

Le suivi de votre client et de vos installations est central pour fidéliser et développer de nouvelles opportunités avec votre client ou avec son réseau de connaissances.

### → ÇA PEUT VOUS AIDER

Fidélisez le client en lui proposant une prestation assortie de conseils personnalisés. Pour certains travaux, cela peut-être via un contrat d'entretien disponible sur la E-boutique CAPEB (ex. : contrat d'entretien de chaudières, de pompes à chaleur...). Cela vous permet également de mieux gérer votre planning en anticipant les visites.











**Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment**

2, rue Béranger ■ 75003 Paris ■ Tél : 01 53 60 50 00 ■ Mail : [capeb@capeb.fr](mailto:capeb@capeb.fr)

[www.capeb.fr](http://www.capeb.fr) - [www.artisans-du-batiment.com](http://www.artisans-du-batiment.com)

