

Une plateforme... pour commercial

Le bouche à oreille a toujours été positif de la part de nos clients. Mais comment utiliser ces bons retours pour les diffuser auprès du plus grand nombre de prospects ?

Nous nous sommes adossés, il y a deux ans, à une plateforme qui s'occupe du recueil et de la gestion d'avis clients : à la fin d'un chantier, je complète sur le site les coordonnées de clients (je le fais généralement au moment de la facturation) et la nature de l'intervention. La plateforme s'occupe ensuite de les contacter par mail en leur suggérant de noter l'entreprise par un système d'étoiles.

Ce système, nous le connaissons et l'utilisons tous sur Internet... Pour une dizaine de chantiers, nous récoltons trois ou quatre témoignages.

Lorsqu'il n'y a pas eu d'avis depuis quelque temps, la plateforme nous appelle pour nous inviter à envoyer des contacts et en générer de nouveaux, plus récents.

Nous en avons aujourd'hui 52. Ils sont visibles sur la plateforme et transférables sur notre site, ou sur Facebook.

Un simple lien en signature de mes mails permet aussi de diriger des prospects vers ces avis.

Mon mari, qui effectue les rendez-vous en clientèle, constate que cela est apprécié.

Nous mettons en confiance avant même la réalisation du devis. D'autant que ces avis sont vérifiés.



ENTRETIEN AVEC

Valérie Perdoux

Entreprise Perdoux
Maçonnerie/carrelage
12 salariés (2 apprentis)
Loiret

Une fois par mois, la plateforme me demande les factures de certains clients, pour garantir qu'il ne s'agit pas d'avis de complaisance.

Si un avis négatif leur est remonté (cela peut arriver), ils nous demandent avant publication notre version des faits, avant de contacter le client et lisser les choses.

Par exemple, une cliente s'était plainte d'un prix supérieur au devis pour un pavage. Notre droit de réponse a permis de clarifier qu'une cavité indétectable dans un premier temps avait occasionné des travaux supplémentaires.

S'il est difficile de quantifier et d'apprécier très justement la contribution de ces avis sur l'acte de signature, ils rassurent très clairement les clients.

Il existe beaucoup d'outils de communication à notre disposition. À nous de les utiliser.

Cette plateforme, en l'occurrence, peut jouer un rôle de partenaire commercial.

« Mon mari, qui effectue les rendez-vous en clientèle, constate que les avis clients postés sur Internet sont appréciés des prospects, cela les rassure. »

Elle nous a créé un site Internet, simple, mais qui nous assure l'existence de l'entreprise sur le Net.

Elle propose aussi des panneaux de chantier pour continuer à communiquer auprès de clients potentiels, ainsi que des plaquettes à diffuser autour de nos chantiers.

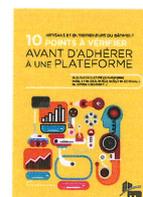
Elle peut même, si nous le souhaitons, faire des relances de devis ou un mailing mensuel.

Enfin, cette visibilité sur Internet nous permet parfois d'être contactés pour des chantiers, en direct ou par l'intermédiaire de la plateforme. Sur 10 contacts, deux ou trois chantiers se confirment. Tout cela justifie le prix que nous payons : 4 000 € annuels.

OUTIL DE MISE EN RELATION, UNE PLATEFORME NUMÉRIQUE PEUT VOUS PERMETTRE DE :

- **lancer une nouvelle activité à moindre effort commercial;**
 >> Assurez-vous des conditions de la plateforme quant à l'utilisation des contacts qui vous sont transmis.
- **compléter un carnet de commandes** soumis à des imprévus ou sujet à la saisonnalité grâce à un accès à des demandes constantes et immédiates;
 >> Attention, moins vous répondez aux demandes, moins vous serez référencé... et donc visible!
- **développer de manière pérenne votre chiffre d'affaires** et en faire un point d'accès à part entière pour certains clients;
 >> Vous devez cependant veiller à y consacrer une part raisonnable de vos affaires, car il est encore difficile de faire le tri parmi les plateformes qui subsisteront demain.
- **toucher certains clients et marchés,** vous diversifier ou vous spécialiser en fonction des spécificités et du positionnement de chaque plateforme.

Elle vous apporte aussi de la visibilité : vos prestations effectuées grâce à une plateforme seront notées, commentées. Vous bénéficierez indirectement de sa notoriété et de son référencement.



RETROUVEZ SUR LES INTERNET DE VOTRE FÉDÉRATION (dans votre espace adhérent) les trois brochures éditées par la FFB : état des lieux, enjeux pour les professionnels et les 10 points à vérifier avant de vous lancer!