

DOSSIER

## METTEZ DU DIGITAL DANS VOTRE RELATION COMMERCIALE !

L'explosion du digital a changé les codes et les habitudes, aussi bien dans le domaine privé que professionnel. La crise liée à la Covid-19 et le nouveau confinement entré en vigueur le 30 octobre dernier ont accéléré le passage au digital des entreprises du bâtiment ceci pour maintenir leur développement commercial. Véritable renfort, la prospection digitale se positionne clairement comme un levier supplémentaire pour attirer des prospects et rentrer en contact avec de nouveaux clients. Encore faut-il savoir l'utiliser à bon escient.

Quelle stratégie de relation digitale adopter ? À l'heure d'internet et des réseaux sociaux, quels leviers actionner ? Et surtout, comment apprivoiser les nouveaux comportements des consommateurs ?

LA COVID-19 A ENTRAINÉ UN BOND EN AVANT DE **6 ANNÉES**  
SUR LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES ENTREPRISES

(étude Twilio)

## DES CLIENTS DE PLUS EN PLUS AUTONOMES DANS L'ÉLABORATION DE LEURS PROJETS



C'est un fait : la prospection commerciale traditionnelle n'est plus le seul moyen d'obtenir des clients. Avec le boom d'internet, l'acheteur moderne se renseigne d'abord sur le web, passe par les sites comparatifs, lit les avis en ligne et les échanges entre consommateurs ou sur les réseaux sociaux pour prendre ce qu'il considère être la bonne décision. Le commercial n'est plus le seul conseiller auprès de l'acheteur et dans certains cas, il n'intervient que pour conclure la vente.

### 60% DES CLIENTS DÉMARRENT LEURS ÉTUDES DE PROJETS SUR LE WEB

(étude Forrester Research)

Dans un environnement de plus en plus digitalisé, revoir sa stratégie de prospection commerciale pour répondre à ces nouvelles attentes semble évident. Aujourd'hui, il ne suffit plus de déballer son discours commercial dans l'espoir de convertir. Vos prospects attendent que vous vous positionniez comme un référent pour les aider à répondre aux problématiques qu'ils rencontrent. Vous devez donc capter leur attention dès le début de leurs recherches.

### PAROLE DE PRO



#### François-xavier TOUCHARD

NG service (72) [www.ngservices.fr](http://www.ngservices.fr)

François-Xavier TOUCHARD, Adhérent Synerciel, est gérant de la société NG Services, spécialiste de la toiture, installateur-conseil expert agréé VELUX en Sarthe (72) depuis 2007. « L'entreprise communique régulièrement via son site internet et sur les réseaux sociaux, que ce soit Facebook, Twitter, Instagram ou LinkedIn. L'utilisation des réseaux sociaux est une bonne raison de communiquer sur l'entreprise. C'est une façon de promouvoir nos produits et services et ainsi d'attirer de nouveaux clients. C'est aujourd'hui nécessaire, quel que soit le métier du bâtiment.



LES RÉSEAUX SOCIAUX, C'EST UN  
BOUCHE-À-OREILLE PUISSANCE 1000 !



*Si encore aujourd'hui, 40% de nos clients viennent par le bouche-à-oreille, 35% sont issus d'internet. Un chiffre qui a incontestablement augmenté avec la crise sanitaire de la Covid-19. Plusieurs fois par mois, l'entreprise publie sur tous les supports des actualités (présence à un salon), des photos des chantiers de rénovation terminés (photos prises par les gars sur les chantiers) et des reportages vidéo. Nous avons une vraie communauté de gens avec qui nous gardons le contact. Ils aiment notre façon de travailler, ils partagent leur satisfaction, ils recommandent. Côté bilan, ça prend du temps, mais ça rapporte !*

*Nous utilisons aussi les réseaux pour récupérer des avis de clients. Et les commentaires, bons ou mauvais, nous font avancer ».*

### ÉVOLUTION D'UN PROJET CHEZ LE CLIENT 2.0



**Votre futur client se renseigne d'abord sur les travaux qu'il souhaite réaliser en consultant des articles et des sites spécialisés.**

C'est ici que tout commence. Sans aller jusqu'à rédiger des articles, vous devez partager ceux qui vous semblent intéressants.



**Il cherche ensuite un professionnel qui correspond à ses critères et lui inspire confiance.**

Rassurer sur le web, ce n'est pas comme en physique. On vous donne quelques bonnes pratiques sur les pages suivantes.



**Il prend contact avec lui pour échanger, s'appuyer sur l'expertise du pro et concrétiser son projet.**

À ce stade, le relationnel humain reprend le dessus mais il est important de le guider à vous en amont pour arriver à cette étape.

## LE SITE INTERNET, VOTRE VITRINE SUR LE WEB

Le meilleur outil que vous ayez à disposition pour attirer des prospects à vous, c'est votre site internet. Pour être efficace dans la conquête de nouveaux clients, il vous faut donc un site accueillant, efficace et fonctionnel, c'est-à-dire armé pour convertir les visiteurs en prospects, générer des devis et des prises de rendez-vous.



### UN SITE MODERNE ET FONCTIONNEL

Si votre site internet commence à prendre de l'âge, il peut être pertinent d'envisager de faire appel à une agence de communication pour le retravailler. En effet, pour les visiteurs, votre site internet est leur 1<sup>ère</sup> image de vous. Un design démodé, des soucis d'affichage et des informations obsolètes peuvent donc rapidement le faire fuir. Il n'est plus possible de se passer d'un site qui s'affiche correctement sur mobile et tablette (« responsive design »). Aujourd'hui, la quasi-totalité des agences de communication digitale sont vigilantes sur ce point lors de la conception du site.



**4 INTERNAUTES SUR 10  
N'UTILISENT QUE LEUR MOBILE  
POUR ALLER SUR INTERNET**

(enquête Médiamétrie)

### UN FIL D'ACTUALITÉS RÉGULIÈREMENT ALIMENTÉ

Donnez à vos visiteurs une raison de venir ! Faites vivre votre site avec de nouveaux contenus en communiquant sur votre activité, votre identité et vos valeurs. En pratique, il s'agit de partager au moins une fois par mois votre expertise pour accompagner vos clients dans leur décision, mais aussi créer de la proximité.



#### À FAIRE

- Annoncer votre présence sur un salon
- Partager des réalisations de chantiers
- Présenter un collaborateur



#### À NE PAS FAIRE

- Laisser des informations "périmées" (ex. un salon terminé)
- Partager des photos sans l'autorisation de vos clients

### UN SITE OPTIMISÉ POUR LE RÉFÉRENCIEMENT

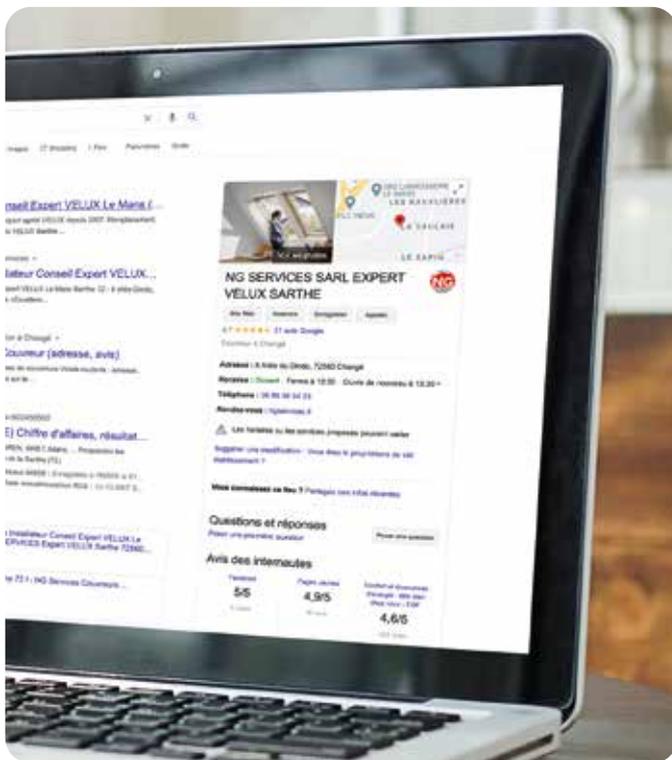
Vous le savez, le premier réflexe des futurs acheteurs est de rechercher sur le web. C'est pourquoi il est important d'améliorer votre « référencement naturel », c'est-à-dire votre capacité à apparaître dans les premiers résultats des moteurs de recherche (Google, Bing...). C'est un travail qui demande beaucoup de temps, des connaissances pointues et qui nécessite de faire appel à des spécialistes (stagiaire, recrutement interne ou agence de com digitale selon votre structure) à moins que vous n'ayez vous-même un intérêt poussé pour ce sujet.

#### QUELQUES PISTES POUR COMMENCER À AMÉLIORER VOTRE RÉFÉRENCIEMENT :

- Proposez un contenu de qualité et d'actualité, pertinent pour les visiteurs
- Utilisez des mots-clés sur lesquels vous êtes recherché
- Mettez à jour le contenu de votre site web régulièrement (logo, articles...)

# GOOGLE MYBUSINESS, VOTRE PREMIER CONTACT AVEC VOS PROSPECTS

On ne le connaît pas toujours sous ce nom mais vous avez certainement tous déjà vu cette fiche de présentation, souvent présente lors de vos recherches. Si vous ne l'avez pas déjà fait, vous devez absolument créer votre fiche Google MyBusiness ! Il n'y a que des avantages : c'est simple, gratuit et ça vous permet **d'être plus visible sur les recherches Google et la carte Google Maps** lorsque les internautes recherchent une entreprise de votre secteur autour de chez eux.



## CRÉEZ VOTRE FICHE GOOGLE MY BUSINESS

- 1 Créez un compte Google ou connectez-vous à un compte existant.
- 2 Rendez-vous sur la page officielle Google MyBusiness (premier résultat Google en tapant « Google MyBusiness »).
- 3 Entrez le nom de votre entreprise.
- 4 Renseignez le domaine d'activité de votre entreprise.
- 5 Entrez votre adresse professionnelle si vous avez un magasin, showroom ou bureau.
- 6 Répondez Oui à la question « Proposez-vous vos services aux clients en dehors de cet établissement ? » et renseignez votre zone d'action.
- 7 Ajoutez le numéro de téléphone de votre entreprise et/ou votre site web.
- 8 Enfin, faites vérifier votre établissement par e-mail, téléphone ou courrier pour finaliser la création.

## COMMENT COMPLÉTER MA FICHE ?

Vous l'avez compris, il s'agit probablement du premier contact de l'internaute avec votre entreprise. Il est donc important qu'il se fasse rapidement une idée positive de votre entreprise.

- Assurez-vous bien que vos informations soient correctes (nom, coordonnées et horaires d'ouverture).
- Rédigez une courte description de votre entreprise.
- Ajoutez des photos et vidéos autour de votre activité (plusieurs dizaines).
- Encouragez vos clients à poster leurs avis.
- Présentez vos produits et services.
- Relayez vos actus via Google Post.



## AVIS CLIENTS SUR GOOGLE MY BUSINESS, SOYEZ PROACTIF !

Les avis sont un vrai argument pour vos prospects. Cependant, aussi satisfaits que soient vos clients, il est rare qu'ils le partagent spontanément par un avis écrit. Il vous faut donc être proactif :

- Ciblez vos clients disposant d'une adresse Gmail (condition obligatoire pour laisser un avis sur Google MyBusiness).
- Retournez les voir en personne après les travaux pour avoir leur avis sur le travail réalisé.
- S'ils sont satisfaits, expliquez-leur qu'il est important pour vous de pouvoir partager leur avis.
- Invitez-les à laisser un avis dès maintenant, depuis leur ordinateur en les accompagnant pour le faire.

## LAISSEZ UN AVIS EN 3 ÉTAPES :



- 1 Tapez le nom de votre société sur Google



- 2 Cliquez sur "avis google" sur la fiche Google MyBusiness de votre entreprise



- 3 Cliquez sur le bouton "donner un avis" en haut à droite puis rédigez l'avis

## LES RÉSEAUX SOCIAUX, POUR PLUS DE PROXIMITÉ

Les réseaux sociaux sont devenus incontournables pour entrer en contact avec vos prospects et contribuer à l'image et à la notoriété de votre entreprise. Facebook, Instagram, LinkedIn ou encore Tik Tok, les réseaux sociaux sont désormais partout ! Mais faut-il l'être aussi ? **Nous avons fait le tour des plus adaptés à votre activité** pour vous permettre de mieux les comprendre et maîtriser les codes et les sujets à aborder sur chacun d'entre eux.



### FACEBOOK POUR GARDER LE LIEN

Avec plus de 38 millions d'utilisateurs actifs en France, difficile quand on est artisan d'échapper à Facebook pour toucher les particuliers de sa région. C'est une plateforme très utile pour développer votre notoriété et établir un lien de proximité avec vos clients avec pour mot d'ordre l'interactivité.

**En rejoignant Facebook, veillez bien à créer une "PAGE" au nom de votre entreprise et non pas un "PROFIL",** ce dernier étant plutôt destiné à des fins privées (vie personnelle). Et pour être retrouvé facilement par vos clients, personnalisez-la à votre nom et avec votre logo.

#### QUELS CONTENUS Y PUBLIER ?

- Votre dernière réalisation (avec l'accord de vos clients)
- Votre présence sur un salon / une porte-ouverte
- Un nouveau collaborateur dans l'équipe
- Une offre promotionnelle ou un jeu-concours



*L'astuce : les vidéos fonctionnent très bien sur Facebook, usez et abusez-en !*

**Le plus ?** Boostez votre visibilité avec les Facebook Ads, des campagnes publicitaires payantes diffusées uniquement à certaines catégories de personnes sur les critères de votre choix (âge, zone géographique...)

Pour vous lancer, rendez-vous sur [Facebook.com/business](https://www.facebook.com/business), puis cliquez sur "Créer une publicité"



### INSTAGRAM / PINTEREST POUR MONTRER VOTRE TALENT

Mettez en avant vos réalisations avec Instagram et Pinterest. C'est sur ces réseaux que vous pourrez construire votre portfolio et montrer concrètement les produits et services que vous proposez. Ce sont les outils idéaux pour créer, rassurer et convaincre un futur client.

**En rejoignant Instagram ou Pinterest, créez un compte au nom de votre entreprise,** ajoutez-y votre logo, le lien vers votre site internet et commencez à publier du contenu.

#### QUELS CONTENUS Y PUBLIER ?

- Vos réalisations de chantier (toujours avec l'accord de vos clients)
- Vos équipes en train de travailler (en évitant les chantiers trop « sales »)



*L'astuce : veillez à ce que vos photos soient de bonne qualité et valorisantes pour votre entreprise.*



### LINKEDIN POUR VOUS AFFICHER EN EXPERT

A l'origine dédié au recrutement, LinkedIn est de plus en plus utilisé pour travailler son image et se positionner en référent sur votre cœur de métier. Construisez votre réseau et étendez-le de relations en relations.

**En rejoignant LinkedIn, créez votre profil à votre nom** et complétez-le avec votre photo et vos expériences, construisez votre réseau en ajoutant des contacts et montrez votre expertise.

#### QUELS CONTENUS Y PUBLIER ?

- Les actualités de votre entreprise
- Des articles que vous jugez pertinents pour les clients, autour de votre activité



*L'astuce : Les journalistes recherchent souvent des experts, proposez votre témoignage et partagez-le sur votre fil.*

**Votre prospection digitale est désormais bien partie !  
Nous vous parlerons prochainement des outils numériques pour  
concrétiser une vente : rendez-vous en visio, signature électronique...**