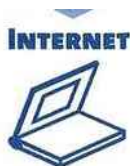


LES CLÉS DE LA RÉUSSITE



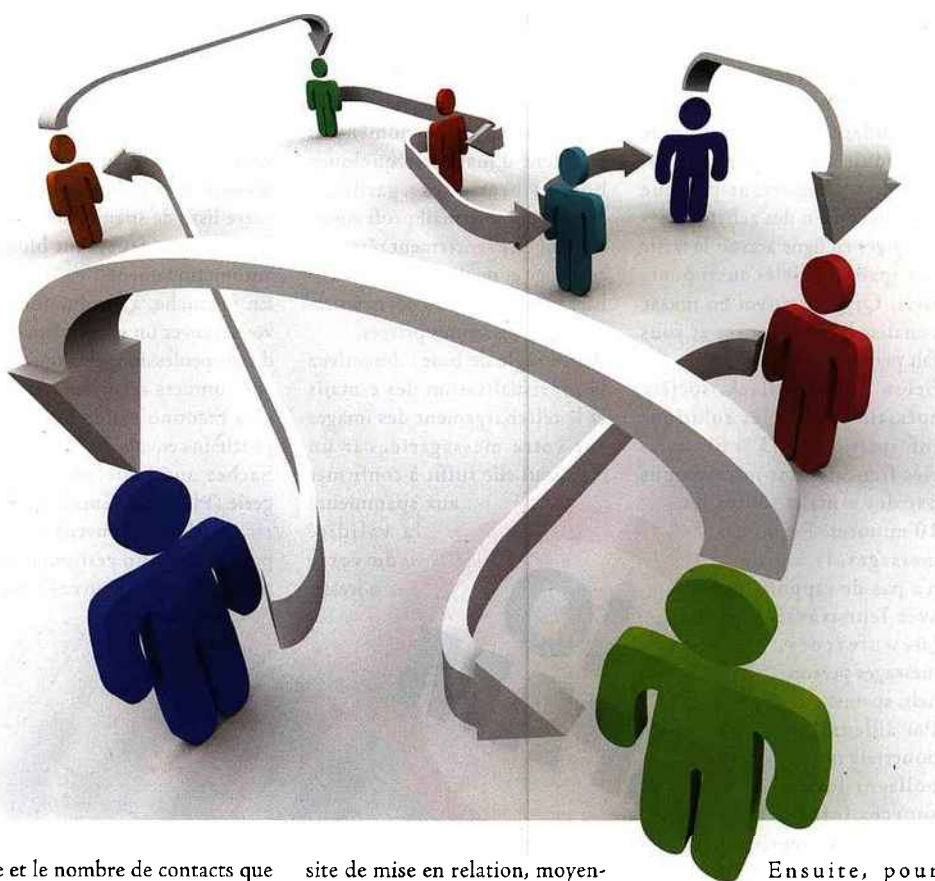
Stratégie. Les sites de devis en ligne se multiplient sur la Toile et vous proposent ainsi de développer, en quelques clics, votre chiffre d'affaires. Les promesses restent alléchantes mais sont-elles pour autant respectées ?

Les sites de mise en relation constituent-ils une vraie opportunité ?

Illico travaux, Quoratis, 123devis, Devisfacile, Devispresto... Les sites de devis en ligne se comptent désormais par dizaines sur le Net. Ils offrent un service de mise en relation entre des particuliers et des prestataires qualifiés. Surtout, ils font tous la même promesse : booster en un clin d'œil votre portefeuille clients. La réalité n'est pourtant pas si rose. « Ces sites proposent beaucoup d'engagements, mais ils sont rarement contractuels. Il faut donc étudier avec précision les prestations proposées », explique Sabine Basili, vice-présidente de la Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment (Capeb), qui a piloté, il y a six mois, une étude sur les plateformes de mise en relation et recensé plus de 80 plateformes.

Testez le site pour vous assurer de sa fiabilité
Ainsi, la première étape consiste à vérifier le prix de l'abonnement au site. « Lors de notre étude, nous avons constaté des écarts de prix considérables, allant parfois jusqu'à 470 euros », note Sabine Basili. Pour éviter cet écueil, n'hésitez pas à tester le site en tant qu'utilisateur. Ainsi, en simulant une recherche, vous pourrez non seulement vérifier les tarifs pratiqués, mais aussi la fiabilité du

FOTOLIA / IQONCEPT



site et le nombre de contacts que vous êtes en mesure de décrocher. D'ailleurs, c'est souvent sur ce point que le bât blesse. Azza Moysan, dirigeant de La fenêtre de la Reine, une entreprise de menuiserie de six salariés située à Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine), s'est inscrit en 2008 sur un

site de mise en relation, moyennant un abonnement de 300 euros pour six mois. « La charte du site promettait que cinq entreprises étaient en concurrence sur un devis, alors qu'en réalité, nous étions dix, parfois douze. Il était donc plus difficile de décrocher des contrats », déplore l'artisan.

Ensuite, pour cibler au mieux les demandes, Alain Bethfort, président du Conseil de l'artisanat, conseille de remplir rigoureusement vos critères de recherche dès l'inscription, notamment les champs kilométriques. Un point de vue que partage également

Azza Moysan (La fenêtre de la Reine) : « J'ai restreint mon champ d'intervention sur un rayon de 10 à 15 kilomètres, mais ce critère n'a pas toujours été pris en compte. Du coup, certaines requêtes étaient trop éloignées de mon entreprise et les devis irréalisables », souligne l'artisan.

Quelle facturation choisir ?

Autre point à surveiller : le mode de facturation. Les apporteurs d'affaires proposent un paiement au mois, à l'année ou au nombre de devis apportés. Vous devez donc sélectionner un site de mise en relation selon vos objectifs. « Si un professionnel espère développer fortement son chiffre d'affaires et réaliser plus d'une dizaine de chantiers par mois grâce à ces sites, il a tout intérêt à souscrire un abonnement mensuel », préconise Sabine Basili (Capeb). A contrario, s'il s'agit d'une démarche ponctuelle, mieux vaut se tourner vers un paiement au devis.

Quels que soient vos souhaits, choisissez une plateforme où vous pourrez prendre connaissance du projet avant de payer pour la mise en relation. « Certains sites facturent le devis dès que l'adresse du client est transmise, poursuit Sabine Basili (Capeb). Si l'artisan a peu de temps devant lui et que les concrétisations restent faibles, la démarche n'est pas forcément rentable. » D'autant plus que, selon Sébastien Noblet, à la tête de L'Esprit de la fermeture, une entreprise de neuf salariés spécialisée dans la fermeture extérieure en Seine-Saint-Denis, « les clients curieux restent nombreux. Il y a donc une proportion importante de déchets parmi les demandes de devis reçus ». Dès la création de sa société en 2007, le dirigeant

a misé sur les plateformes de mise en relation, qui proposent une rémunération sur le nombre de devis envoyés. Et bien lui en a pris : sur les 200 demandes reçues en septembre 2011, entre

« Les sites proposent beaucoup d'engagements, mais ils sont rarement contractuels. Il faut donc étudier avec précision les prestations proposées. »

Sabine Basili,
vice-présidente de la Capeb

20 et 30 % ont débouché sur des chantiers. Un ratio plutôt satisfaisant pour l'artisan. Le site de mise en relation représente aujourd'hui 40 % de son chiffre d'affaires. « Il arrive parfois que certaines demandes sortent de notre champ de compétences. Dans ce cas, nous avons la possibilité de demander un remboursement du devis ou un remplacement du client », explique-t-il. De cette manière, le nombre de devis inutiles reçus est réduit.

Par ailleurs, avant de se déplacer chez un client, Sébastien Noblet

le contacte par téléphone et lui indique ses tarifs. Une stratégie payante puisque la présence sur ces plateformes peut se révéler, à terme, chronophage. Elle requiert en effet une grande réactivité. Pour avoir une chance d'être sélectionné par un particulier, il faut non seulement avoir des tarifs attractifs mais également envoyer le devis le plus rapidement possible, généralement sous 48 heures. « Ces plateformes ont encore des progrès à faire, surtout au niveau des garanties offertes. Elles ne proposent pas, par exemple, un nombre minimum de devis et offrent, par conséquent, peu de visibilité sur la rentabilité et la pérennité de l'opération », note Sabine Basili (Capeb). Au final, si ces sites offrent de nombreuses opportunités, il convient de prendre certaines précautions. Et de maintenir sa propre stratégie commerciale pour espérer dénicher de nouveaux clients. ■

MALLORY LALANNE