



BOOSTEZ VOTRE ACTIVITÉ D'ARTISAN :

**7 Stratégies simples pour attirer
plus de clients et gagner en visibilité**

Introduction

Pourquoi ce guide ?

Trouver des clients est le défi numéro un pour les artisans. Vous êtes excellent dans votre métier, mais il est parfois difficile de faire connaître votre expertise.

Ce guide vous offre des stratégies simples, efficaces et directement applicables pour :

- Augmenter votre visibilité locale et en ligne.
- Convaincre vos prospects de vous choisir.
- Transformer vos efforts en nouveaux contrats.



04

**DÉVELOPPEZ UN RÉSEAU
LOCAL SOLIDE**

05

**OPTIMISEZ VOTRE
VISIBILITÉ LOCALE**

06

**RÉCOLTEZ DES AVIS
CLIENTS POSITIFS**

07

**TEMPLATE DE
MESSAGE**

09

**MARCHÉS : PUBLICS &
PERTE D'AUTONOMIE**

10

**METTEZ EN PLACE UN SITE WEB
SIMPLE ET EFFICACE**

11

**EXPLOITEZ LES RÉSEAUX
SOCIAUX ADAPTÉS**

12

**TEMPLATE DE
CALENDRIER ÉDITORIAL**

16

**VALORISEZ VOS RÉALISATIONS
AVEC DES VIDÉOS PERCUTANTES**

17

CONCLUSION

1. Développez un réseau local solide

Pourquoi c'est important ?

Le bouche-à-oreille reste une des meilleures sources de clients pour les artisans.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE :

1. Participez à des événements locaux :

- Salons, marchés, ou foires pour vous faire connaître.
- Distribuez des flyers ou des cartes de visite.

2. Créez des partenariats :

- Travaillez avec d'autres artisans complémentaires (par exemple, un plombier avec un électricien).

3. Impliquez-vous dans le monde du BTP :

- Parrainez des événements ou participez à des initiatives locales.



ACTION IMMÉDIATE :

Contactez 3 artisans locaux pour discuter de partenariats.

2. Optimisez votre visibilité locale

Pourquoi c'est important ?

La majorité des clients recherchent leurs artisans via Google ou via les réseaux sociaux. Si vous n'êtes pas visible là où ils cherchent, vous manquez des opportunités.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE :

1. Créez ou optimisez votre fiche Google My Business :

- Remplissez toutes les informations : horaires, adresse, numéro de téléphone.
- Ajoutez des photos de qualité de vos réalisations.
- Publiez des posts réguliers pour informer vos clients des nouveautés ou offres spéciales.

2. Soyez présents sur les réseaux sociaux :

- Facebook, Instagram, LinkedIn .
- Rédigez des posts avec des photos de vos réalisations.

3. Affichez-vous sur vos chantiers :

- Installez des panneaux professionnels (*nom, logo, numéro de téléphone*).
- Ajoutez un QR code renvoyant à votre site ou fiche Google.



ACTION IMMÉDIATE :

Créez ou mettez à jour votre fiche Google My Business.
Testez votre visibilité en ligne en recherchant votre métier + ville (ex. : «électricien Metz»).

3. Récoltez des avis clients positifs

Pourquoi c'est important ?

Plus de 90 % des clients font confiance aux avis en ligne pour choisir un artisan.
De bons avis renforcent votre crédibilité et attirent plus de prospects.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE :

1. Demandez des avis systématiquement :

- Après chaque chantier, envoyez un message à votre client :

«Nous espérons que vous êtes satisfait de notre travail.

Si c'est le cas, pourriez-vous partager votre expérience en laissant un avis sur notre fiche Google ?

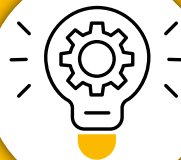
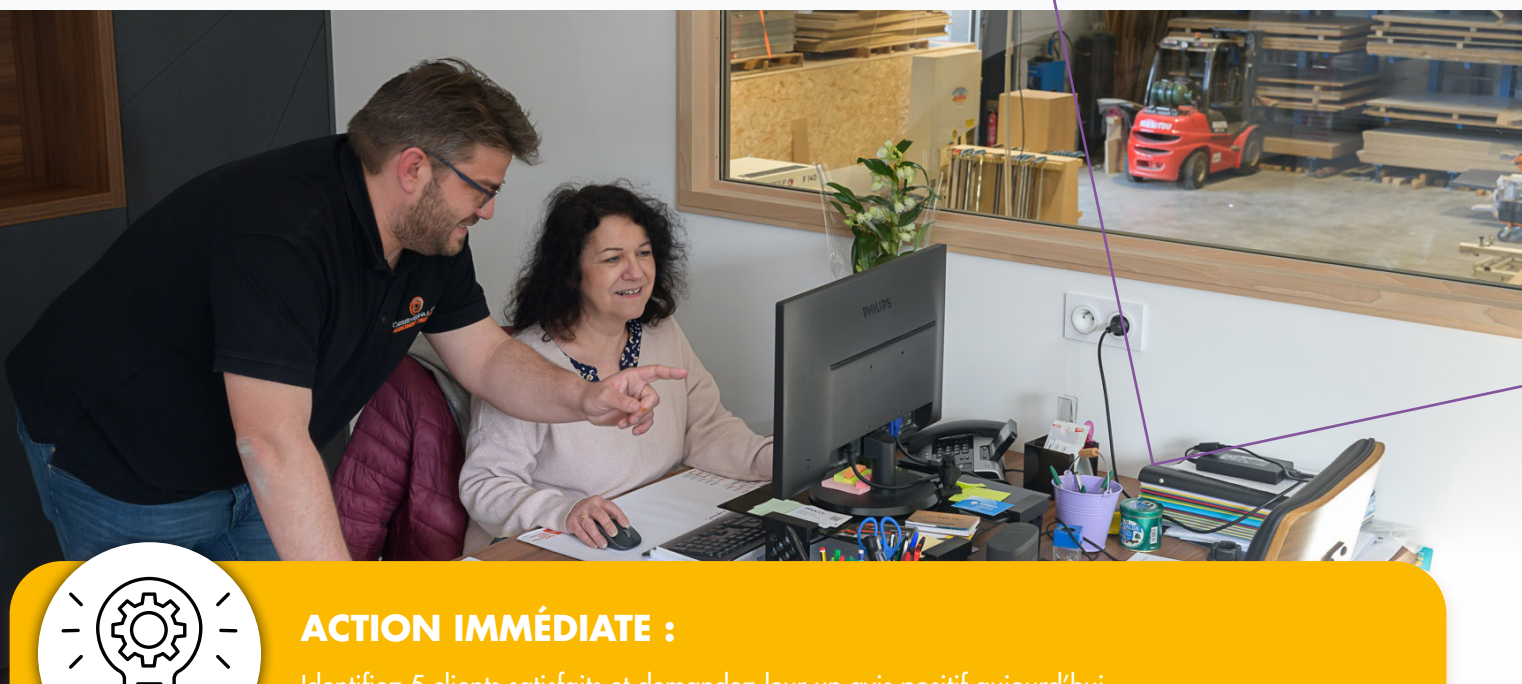
Cela nous aide énormément.»

2. Affichez vos avis :

- Mettez-les en avant sur votre site, vos réseaux sociaux ou vos devis.

3. Répondez aux avis :

- Remerciez les clients satisfaits.
- Répondez calmement aux critiques en proposant une solution.



ACTION IMMÉDIATE :

Identifiez 5 clients satisfaits et demandez-leur un avis positif aujourd'hui.

Template de message :

MODÈLE 1 : MESSAGE GÉNÉRAL APRÈS LA FIN DES TRAVAUX

Idéal pour envoyer par SMS ou e-mail peu de temps après la livraison d'un chantier.

Bonjour [Prénom],

Merci de nous avoir fait confiance pour [type de travaux réalisés].

Nous espérons que vous êtes satisfait du résultat !

Pourriez-vous prendre une minute pour partager votre expérience en laissant un avis sur notre fiche Google ?

Cela nous aide beaucoup à améliorer nos services et à être recommandés par des clients comme vous.

Voici le lien pour laisser votre avis : [Lien direct vers votre fiche Google].

Merci encore pour votre confiance, et à bientôt !

[Nom de l'entreprise]

MODÈLE 2 : MESSAGE POUR UN CLIENT TRÈS SATISFAIT (PERSONNALISÉ)

À utiliser pour les clients qui ont exprimé leur satisfaction directement.

Bonjour [Prénom],

Nous sommes ravis que vous soyez satisfait des travaux que nous avons réalisés !

Votre retour est très précieux pour nous.

Seriez-vous d'accord pour partager votre avis sur notre fiche Google ou Facebook ?

Cela aidera d'autres personnes à découvrir notre entreprise et nos savoirs faire.

Voici le lien pour vous faciliter la démarche : [Lien direct vers la plateforme d'avis].

Merci encore pour votre confiance et vos encouragements.

Nous restons disponibles pour vos futurs projets !

[Nom de l'entreprise]

MODÈLE 3 : MESSAGE SIMPLE ET COURT POUR SMS OU WHATSAPP

Idéal pour les clients habitués ou ceux qui préfèrent des messages courts.

Bonjour [Prénom],

Merci pour votre confiance pour vos travaux [nom ou description rapide].

Pourriez-vous nous aider en laissant un avis ici ? [Lien direct].

Cela ne prend qu'une minute et nous serait d'une grande aide.

Merci encore !

[Nom de l'entreprise]

MODÈLE 4 : DEMANDE PAR RÉSEAUX SOCIAUX (FACEBOOK OU INSTAGRAM DM)

Adapté si vous avez un contact via les réseaux sociaux.

Bonjour [Prénom],

Merci encore de nous avoir fait confiance pour vos travaux !

Nous espérons que vous êtes satisfait du résultat.

Si vous avez apprécié notre travail, pourriez-vous nous laisser un avis ici :

[Lien direct vers fiche Google ou page Facebook] ?

Votre avis aide d'autres personnes à découvrir notre entreprise et nos savoirs faire.

Merci pour votre soutien, et à bientôt !

[Nom de l'entreprise]

MODÈLE 5 : MESSAGE APRÈS UN SUIVI OU UN ENTRETIEN POST-TRAVAUX

Si vous avez fait un suivi ou reçu un retour positif après les travaux.

Bonjour [Prénom],

Nous sommes ravis d'avoir pu vous accompagner pour [description des travaux].

Si vous êtes satisfait(e) de notre travail, nous serions reconnaissants si vous pouviez partager votre expérience avec un avis !

Voici le lien pour nous aider : [Lien direct].

Votre retour est précieux et nous permet de continuer à offrir un service de qualité.

Merci beaucoup, et à bientôt pour un futur projet !

[Nom de l'entreprise]

MODÈLE 6 : RELANCE SI LE CLIENT N'A PAS ENCORE DONNÉ D'AVIS

Si vous n'avez pas reçu d'avis après un premier message.

Bonjour [Prénom],

Nous espérons que vous êtes toujours satisfait des travaux réalisés par notre équipe.

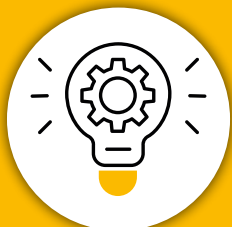
Nous nous permettons de vous rappeler que vous pouvez partager votre expérience en laissant un avis ici :

[Lien direct vers votre fiche].

Cela ne prend qu'une minute et nous aide énormément à faire connaître notre travail.

Merci pour votre temps et votre soutien, et à bientôt !

[Nom de l'entreprise]



CONSEILS POUR RÉUSSIR VOS DEMANDES D'AVIS :

- 1. Incluez un lien direct :** Facilitez l'accès à votre fiche Google My Business, Facebook.
- 2. Envoyez rapidement :** Contactez le client dans les jours qui suivent la fin des travaux, lorsque leur satisfaction est encore fraîche.
- 3. Personnalisez :** Ajoutez des détails spécifiques sur les travaux réalisés pour rendre votre message plus engageant.
- 4. Rendez-le simple :** Précisez que cela prend peu de temps.

4. Accédez aux marchés publics et aux marchés de l'accessibilité

Pourquoi c'est important ?

Les marchés publics et les marchés liés à la perte d'autonomie offrent des opportunités souvent sous-exploitées par les artisans.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE :

1. Faire de la veille sur les marchés publics :

- S'inscrire sur les plateformes incontournables pour trouver des marchés :
 - www.marches-publics.gouv.fr
 - www.apoge.org
 - www.marches-publics.info
- S'abonner à l'alerte mail de la CAPEB pour recevoir des marchés adaptés à votre activité en exclusivité

2. Se positionner sur le marché de la Silver Economie (maintien à domicile des personnes âgées ou en perte d'autonomie)

- Obtenir le label Handibat qui vous permet d'être référencé en tant qu'acteur sur ce marché
- S'informer sur le dispositif MaPrimeAdapt', une aide dont certains clients peuvent bénéficier pour adapter leur logement (rampe d'accès, salle de bain adaptée...).

3 Constituer des dossiers de candidature solides

- Se faire accompagner pour rédiger des documents adaptés aux appels d'offres.
- Mettre en place un process efficace pour candidater aux marchés publics.



ACTION IMMÉDIATE :

Contactez votre CAPEB pour obtenir plus de renseignements et être guidé dans vos démarches.

5. Mettez en place un site web simple et efficace

Pourquoi c'est important ?

Un site web rassure vos prospects en leur montrant que vous êtes un professionnel sérieux et accessible.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE :

1. Créez un site professionnel :

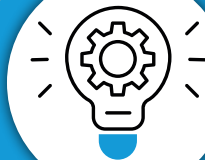
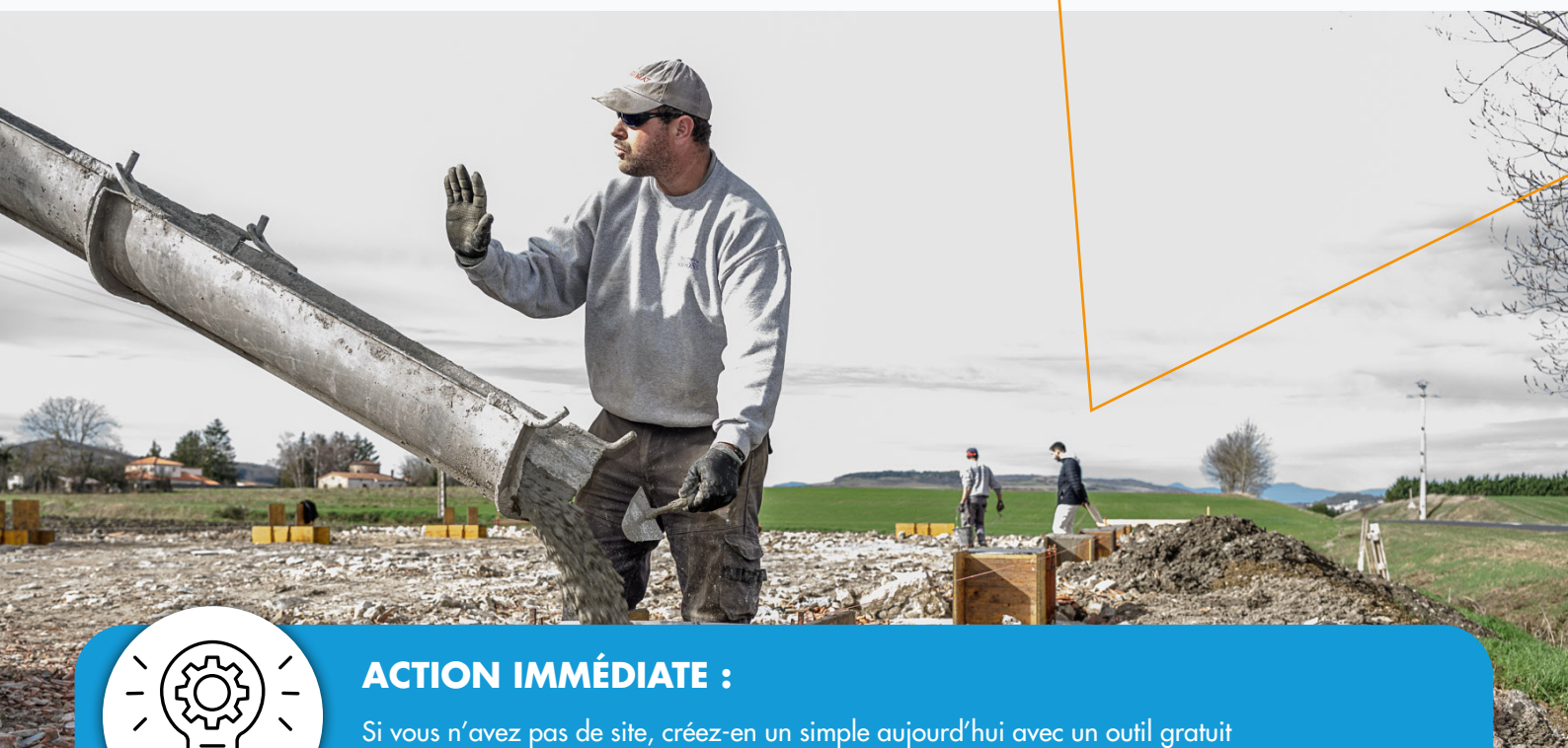
- Utilisez des outils comme WordPress.
- Ajoutez une page d'accueil claire, une présentation de vos services, des photos, des avis clients, et un formulaire de contact.

2. Optimisez pour les mobiles :

- Assurez-vous que votre site est facile à naviguer sur smartphone.

3. Ajoutez une galerie de vos réalisations :

- Montrez des photos «avant/après» pour impressionner vos prospects.



ACTION IMMÉDIATE :

Si vous n'avez pas de site, créez-en un simple aujourd'hui avec un outil gratuit ou engagez un professionnel.

6. Exploitez les réseaux sociaux adaptés

Pourquoi c'est important ?

Les réseaux sociaux permettent de montrer vos réalisations et de toucher un large public.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE :

1. Publiez régulièrement :

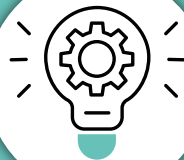
- Mettez en avant vos chantiers, des photos avant/après, ou des astuces utiles.
- Exemples de contenus :
- Lundi : Photo d'un projet terminé.
- Mercredi : Une astuce ou une vidéo rapide.
- Vendredi : Témoignage d'un client.

2. Interagissez avec votre communauté :

- Répondez aux commentaires et messages.
- Organisez des concours simples pour attirer l'attention (ex. : «Partagez cette publication pour gagner une réduction !»).

3. Créez du contenu vidéo :

- Des courtes vidéos de vos réalisations ou des démonstrations de votre expertise (**voir Stratégie 7**).



ACTION IMMÉDIATE :

Prenez une photo de votre chantier actuel et publiez-la sur Facebook ou Instagram avec un message engageant.

Template de calendrier éditorial

Calendrier Type Hebdomadaire

OBJECTIF : PUBLIER 3 À 5 FOIS PAR SEMAINE

- Mélangez différents types de contenus :
 - Réalisations (avant/après).
 - Témoignages clients.
 - Conseils pratiques et éducatifs.
 - Contenu engageant (sondages, questions).
 - Promotions et offres spéciales.

LUNDI : INSPIRATION ET RÉALISATIONS

- Type de publication : Photo ou vidéo avant/après d'un projet terminé.

- **EXEMPLE DE LÉGENDE :**

Voici le résultat de notre dernière rénovation complète de salle de bains à [ville].

De l'ancien au moderne : qu'en pensez-vous ?

#ArtisanBTP #RénovationSalleDeBains»

- **Astuce :**

- Utilisez des hashtags locaux (#PlombierMetz, #TravauxThionville).
- Taguez le client avec son accord.

MARDI : TÉMOIGNAGE CLIENT OU AVIS

- Type de publication : Capture d'écran ou visuel d'un avis client.

- **EXEMPLE DE LÉGENDE :**

Merci à [Prénom] pour ce retour positif après la rénovation de son appartement à [ville] !

Votre satisfaction est notre priorité.

#AvisClient #ArtisanConfiance

- **Astuce :** Ajoutez une photo du projet réalisé pour renforcer l'impact.



Template de calendrier éditorial

Calendrier Type Hebdomadaire

MERCREDI : ASTUCE OU CONSEIL PRATIQUE

- Type de publication : Infographie, vidéo courte, ou texte éducatif.

- **EXEMPLE DE CONTENU :**

Comment choisir le bon carrelage pour votre salle de bains ?

Découvrez nos 3 conseils pratiques !

Choisissez un matériau antidérapant.

Privilégiez des tons neutres pour une durabilité esthétique.

Vérifiez la classification PEI pour la résistance.

Besoin d'un conseil personnalisé ?

Contactez-nous !

#ConseilsTravaux

 **Astuce :** Incluez un appel à l'action pour inciter les prospects à poser des questions en commentaire.

JEUDI : COULISSES OU MOMENTS AUTHENTIQUES

- Type de publication : Photo ou vidéo de votre équipe au travail ou un «making of» d'un chantier.

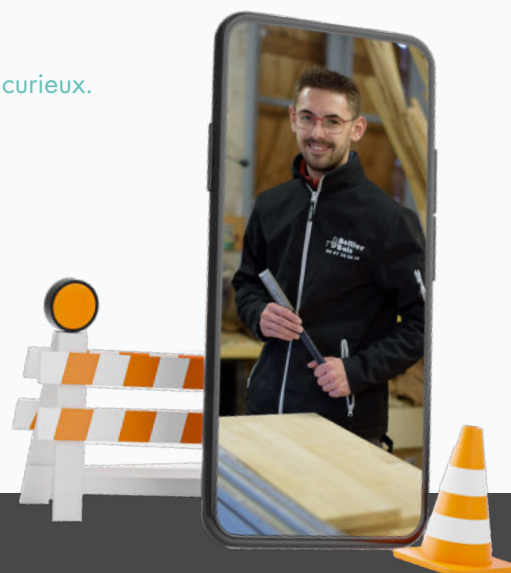
- **EXEMPLE DE LÉGENDE :**

«Aujourd'hui, notre équipe travaille sur [type de projet] à [lieu]. Voici un aperçu des coulisses. ☑

Vous avez un projet similaire ? Parlons-en ! #TravauxEnCours #ArtisanBTP»

 **Astuce :**

- Mettez en avant l'expertise et la qualité du travail.
- Montrez vos outils ou étapes du projet pour intéresser les curieux.



Template de calendrier éditorial

Calendrier Type Hebdomadaire

VENDREDI : ENGAGEMENT OU OFFRE SPÉCIALE

- Type de publication : Sondage, question, ou promotion.

- **EXEMPLE DE CONTENU :**

Sondage :

Si vous deviez refaire votre cuisine, opteriez-vous pour un style moderne ou rustique ?
Votez dans les commentaires !»

Offre spéciale :

Besoin d'un coup de neuf pour vos espaces extérieurs ?
Profitez de 10 % de réduction sur nos travaux de terrasse jusqu'à la fin du mois.
Contactez-nous pour un devis gratuit !
#PromoBTP #TravauxExtérieurs»

 **Astuce :** Créez un visuel attractif pour vos offres avec Canva.

SAMEDI OU DIMANCHE : POST BONUS

- Type de publication : Résumé de la semaine ou retour client.

- **EXEMPLE DE LÉGENDE :**

Cette semaine, nous avons rénové 3 salles de bains, 1 terrasse, et posé 50 m² de parquet.
Une belle semaine productive grâce à nos clients !
Merci pour votre confiance.
Vous avez un projet ?
Contactez-nous dès lundi !
#TravauxDeLaSemaine»*

 **Astuce :** Soyez authentique et utilisez un ton plus convivial pour les week-ends.



Template de calendrier éditorial

Thématiques Mensuelles

POUR GARDER DE LA VARIÉTÉ, PLANIFIEZ DES THÈMES SPÉCIFIQUES CHAQUE MOIS :

Semaine 1 : Réalisations et témoignages

- Mettez en avant vos projets récents.
- Partagez des témoignages clients.

Semaine 2 : Conseils et éducation

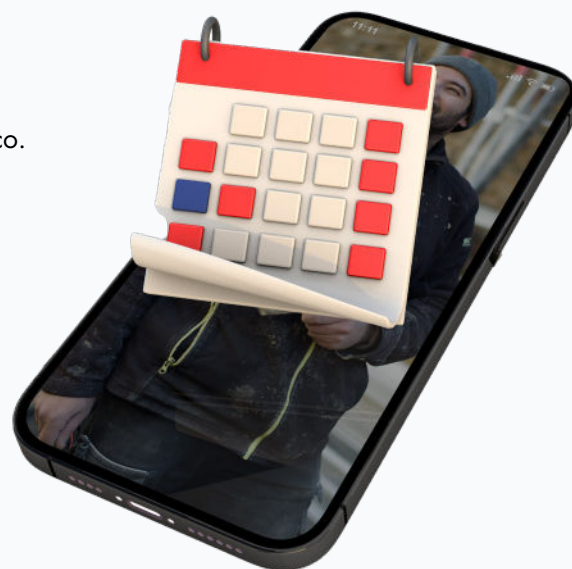
- Proposez des astuces pratiques : choix des matériaux, entretien, idées déco.
- Répondez aux questions fréquentes de vos prospects.

Semaine 3 : Promotions et offres

- Lancez une offre spéciale ou mettez en avant un service particulier.
- Créez du contenu engageant : concours, sondages.

Semaine 4 : Engagement et coulisses

- Publiez des vidéos de vos chantiers en cours.
- Montrez des aspects humains de votre entreprise (équipe, valeurs).



CONSEILS POUR OPTIMISER VOTRE CALENDRIER

1. Planifiez à l'avance :

- Utilisez un outil comme Trello, Google Calendar, ou un planificateur intégré à Facebook.
- Bloquez 1 à 2 heures par semaine pour préparer vos publications.

2. Utilisez des visuels attrayants :

- Des outils comme Canva ou Adobe Express facilitent la création de contenus visuels.
- Ajoutez des logos, des couleurs de marque, et des photos haute qualité.

3. Engagez votre audience :

- Posez des questions, répondez aux commentaires, et invitez vos abonnés à partager vos publications.

4. Suivez les performances :

- Analysez vos statistiques (Facebook Insights, Instagram Insights) pour voir quels types de contenus fonctionnent le mieux.

7. Valorisez vos réalisations avec des vidéos percutantes

Pourquoi c'est important ?

Les vidéos attirent l'attention et permettent à vos clients de visualiser la qualité de votre travail.

CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE :

1. Montrez vos réalisations :

- Filmez des vidéos «avant/après».
- Expliquez les travaux réalisés avec simplicité.

2. Ajoutez une dimension humaine :

- Présentez votre équipe et vos valeurs.

3. Publiez vos vidéos :

- Sur Facebook, Instagram, ou YouTube.
- Ajoutez-les à votre site web ou fiche Google My Business.



ACTION IMMÉDIATE :

Prenez une vidéo de 30 secondes sur votre prochain chantier terminé et publiez-la avec un message engageant.

Conclusion : Passez à l'action dès aujourd'hui !

CES 7 STRATÉGIES SONT UN EXCELLENT POINT DE DÉPART POUR ATTIRER PLUS DE CLIENTS ET DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ.

**SI VOUS VOULEZ ALLER ENCORE PLUS LOIN,
LA CAPEB MOSELLE EST LÀ POUR VOUS AIDER !**

Réservez-vite un rendez-vous gratuit avec nos équipes pour faire le point ensemble sur vos besoins et découvrir comment nous pouvons vous aider :

- Accompagnement personnalisé
- Formations spécifiques
- Partenaires de confiance
- ...

CLIQUEZ ICI POUR RÉSERVER VOTRE RENDEZ-VOUS !

