

# LES SERVICES AUX CLIENTS DANS LE BÂTIMENT ET LES TRAVAUX PUBLICS



juin 2022

L'Observatoire des métiers du BTP a lancé en 2021 une étude visant à réaliser un état des lieux des services aux clients mis en œuvre dans les entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics. 600 entreprises ont été interrogées afin de mieux connaître les prestations de services qu'elles proposent à leurs clients. Associant ces résultats aux constats faits lors d'entretiens réalisés auprès d'entreprises et de différentes typologies de clients, l'étude a également permis d'identifier les besoins en compétences et les besoins en formations mobilisables en faveur du développement des services aux clients.

## -1- Des mutations à l'origine d'un besoin croissant de services aux clients dans le BTP

Dans le BTP, le service au client peut être défini comme une prestation de service proposée aux clients, depuis l'évaluation du besoin jusqu'au suivi après-vente et à l'évaluation du service réalisé, qu'il s'agisse de mieux informer le client, de lui permettre de se projeter ou encore de mieux suivre l'avancement du chantier.

Le Bâtiment et les Travaux connaissent des mutations majeures, notamment techniques, technologiques et environnementales<sup>1</sup>. Celles-ci impactent l'activité même de ces deux secteurs, entraînant une exten-

sion de l'offre de matériaux, et le développement de nouveaux outils et procédés. Elles suscitent, de la part des clients, des besoins croissants en termes de conseil, de coordination entre différents corps de métiers, d'accompagnement et de suivi pendant et après la fin des travaux.

Le déploiement et la valorisation de prestations de services constituent donc un enjeu majeur pour les entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics, d'autant plus que ces services tendent à se digitaliser dans une transition numérique accélérée.

## -2- Une pluralité de services aux clients

Tout au long du parcours d'achat, les entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics apportent une pluralité de services aux clients. Les résultats de l'enquête ont permis d'identifier les principales prestations de services déployées par les entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics.

### Conseil amont et évaluation du besoin

La première étape d'évaluation des besoins permet d'instaurer la relation client, dont la qualité tout le long du parcours client dépendra en partie des questions posées par l'entreprise, de son évaluation, de la faisabilité du devis, et des conseils qu'elle peut prodiguer dès ce stade aux clients.

90 % des entreprises du Bâtiment déclarent adopter cette posture. Elle concerne 85 % des entreprises de Travaux Publics ayant répondu à l'enquête. A noter que, du fait de la typologie des clients des Travaux Publics, l'évaluation des besoins peut passer par le biais de l'étude d'un cahier des charges publié dans le cadre d'un marché public.

### Devis et formalisation commerciale

Une grande majorité des entreprises du BTP déclare proposer des devis détaillant les travaux à effectuer et les produits utilisés (90,5 % des répondants).

2/3 des entreprises disent réaliser des devis avec plusieurs options, permettant ainsi aux clients de retenir la proposition qui leur semble la plus adaptée selon leur projet. Ce service augmente avec la taille des entreprises.

90 % des entreprises du BTP déclarent transmettre le devis au client par mail ou courrier. Et près de la moitié des entreprises disent présenter le devis par téléphone, en face à face ou en visio. Cela concerne davantage les TPE du Bâtiment, qui privilégient une relation client plus personnalisée.

### Chantier et suivi

Dans le Bâtiment, 80 % des entreprises déclarent que leurs clients suivent le chantier sur place, vérifiant ainsi la qualité des travaux.

Ce service concerne 73 % des entreprises de Travaux Publics ayant répondu à l'enquête. Il est d'autant plus important que la taille des entreprises augmente, et qu'il s'inscrit dans le cadre de marchés publics, supposant des réunions de chantier sur place avec les clients.

La transmission de photos au client tout au long du chantier constitue une autre prestation possible afin d'optimiser le suivi que l'entreprise peut proposer. Cette prestation concerne 48 % des entreprises du Bâtiment et 60 % des entreprises de Travaux Publics ayant répondu à l'enquête.

### Suivi après-vente et garantie

Après le chantier, les entreprises du BTP déclarent se rendre disponibles si le client constate un problème, sans frais supplémentaire. Cela concerne 93 % des entreprises du Bâtiment, et 85 % des entreprises de Travaux Publics ayant répondu à l'enquête.

## -3- Typologie des entreprises mettant en œuvre des prestations de service aux clients

Les résultats de l'enquête auprès d'entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics ont permis d'identifier 5 types d'entreprises selon leurs caractéristiques et les principaux services qu'elles proposent à leurs clients.

### Les dépanneurs



36 %

#### Caractéristiques

- Dépannage
- Maintenance
- Intervention après le chantier

### Les serviciels



33 %

#### Caractéristiques

- Diversification de services
- Plusieurs types de services à chaque étape

### Les conseillers

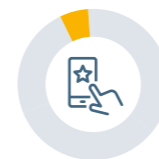


24 %

#### Caractéristiques

- Relation client
- Compétences relationnelles

### Les digitaux



6 %

#### Caractéristiques

- Site internet
- Réseaux sociaux
- Outils numériques poussés

### Les non-investis



1 %

#### Caractéristiques

- Très peu de services aux clients

## -4- Besoins en compétences plurielles et formations en faveur des services aux clients

Les résultats de l'enquête quantitative et les entretiens réalisés auprès d'entreprises du BTP, ont permis d'identifier les principales compétences assurant le déploiement de prestations de services aux clients.

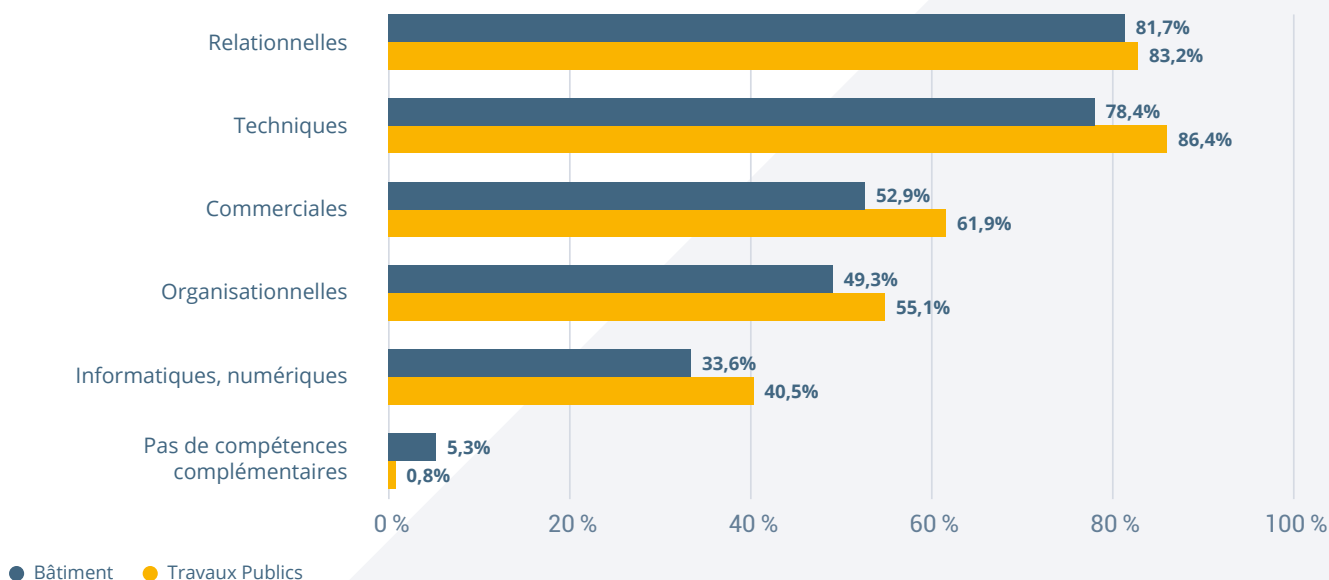
• **Le relationnel** : Il recouvre un ensemble d'aptitudes telles qu'un sens aigu du contact, de l'écoute et de l'empathie, la ponctualité et la réactivité. Il favorise une réassurance et la compréhension des besoins du client, ainsi que la personnalisation de la relation client.

• **Les compétences techniques, commerciales et organisationnelles** : Selon les entreprises rencontrées au cours de l'étude, le service au client nécessite un équilibre entre ces 3 types de compétences. Avoir trop de compétences techniques et peu de compétences commerciales peut amener à des difficultés pour trouver des chantiers par exemple. Avoir trop de compétences commerciales et peu de

compétences techniques peut amener à une déception due à un décalage entre un projet idéalisé et la réalité, le projet pouvant ne pas aboutir. Les compétences organisationnelles permettent d'optimiser les prestations de service en réalisant le chantier dans les différents délais impartis.

• **Les compétences en communication, informatiques et numériques** : Les clients étant de plus en plus connectés, la maîtrise des outils digitaux et des réseaux sociaux devient un véritable enjeu pour communiquer de façon plus efficace, mais aussi pour valoriser le travail et les prestations de service proposés par l'entreprise.

## PART DES ENTREPRISES DU BTP DÉCLARANT LES COMPÉTENCES NÉCESSAIRES POUR METTRE EN ŒUVRE DES PRESTATIONS DE SERVICE AUX CLIENTS



Les entreprises rencontrées souhaitent accompagner la montée en compétences de leurs salariés sur ces différents axes. Dans cette optique, un ensemble de formations a été recensé. Ces formations peuvent être mobilisées par les entreprises, selon leurs caractéristiques spécifiques et leurs enjeux :



### Les formations aux techniques de vente

Traiter les objections clients, gérer les conflits, fidéliser le client, etc.



### Les formations aux outils

Maîtriser les fonctions de base de l'ordinateur, développer son entreprise à travers les réseaux sociaux, optimiser sa visibilité numérique, se familiariser avec le marketing digital, etc.



### Les formations applicatives

Comprendre les marchés publics de A à Z et leurs procédures, conseiller et maîtriser les aides financières à la rénovation énergétique, répondre efficacement à une offre dématérialisée, etc.



### Les formations de gestion et d'organisation de l'entreprise

Organiser et gérer le chantier, organiser des réunions de chantier, comprendre les mécanismes de l'assurance, savoir gérer les sinistres pratiquement, ajuster son prix de revient.

## -5- Principales préconisations : des sujets prioritaires sur lesquels les entreprises du BTP, en particulier les plus petites, peuvent agir pour déployer et valoriser leurs services

- 1 L'adoption d'une posture de proximité avec le client**, en entretenant une relation client continue par une communication à chaque étape du parcours client ou en assurant un lien constant entre le client et ses équipes et plus largement avec toutes les parties prenantes (maîtres d'œuvre, architectes...).
- 2 Le développement de la « marque employeur »**, les salariés étant ceux qui portent la qualité de service auprès des clients, deviennent des représentants de leur entreprises. Cette posture a tendance à optimiser la fidélisation de ces salariés et à contribuer à l'attractivité de l'organisation.
- 3 L'implication des salariés** dans les décisions, dans la préparation au pilotage du chantier et dans l'optimisation du planning. Le partage d'idées et de pratiques entre salariés pouvant contribuer à une montée en compétences collective au profit de la qualité de service.
- 4 L'appui des organisations professionnelles** pour identifier les formations nécessaires et bénéficier de conseils vis-à-vis de la relation entreprises-clients.