

Si ce message ne s'affiche pas correctement, [cliquez ici](#)



Communiqué de presse

30 juin 2022

NOUVELLE ÉTUDE SUR LES SERVICES AUX CLIENTS DANS LE BÂTIMENT ET LES TRAVAUX PUBLICS

Le Bâtiment et les Travaux Publics connaissent des transformations majeures liées aux évolutions technologiques, numériques et à la transition écologique. Ces changements entraînent le développement de nouveaux produits, systèmes et procédés nécessitant davantage d'accompagner le client. Les attentes sont d'autant plus fortes dans une société de plus en plus digitalisée. Pour y répondre, le déploiement et la valorisation de prestations de services constituent un enjeu essentiel pour les entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics.

Dans ce contexte de profondes mutations, l'Observatoire des métiers du BTP a souhaité réaliser une étude portant sur les services aux clients dans le Bâtiment et les Travaux Publics. Objectif : faire un état des expériences clients, identifier les principales prestations de services aux clients, les analyser au regard des métiers et des profils de salariés, mais également recenser les besoins en formations mobilisables en faveur des services aux clients. Différentes préconisations à l'attention des entreprises, selon leur secteur et leur taille, ont pu être, dans ce cadre, formalisées.

Les chiffres-clés qui ressortent de l'étude

D'après une enquête téléphonique menée auprès de 600 entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics, le BTP étant principalement constitué de TPE, plus de 90 % des services aux clients sont directement assurés par les gérants des entreprises. Par ailleurs, **pour 72 % des entreprises, les prestations de services aux clients ne sont pas des prestations commerciales optionnelles. Elles sont directement intégrées à la prestation globale**, tout au long du parcours client.

Par ailleurs, l'enquête a permis de mettre en évidence les principales prestations mises en œuvre par les entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics, dont notamment :

- **Le conseil amont et l'évaluation du besoin :**

- 89 % – Évaluation de la faisabilité du devis et de la prise des mesures

- 84,5 % – Questions au client pour comprendre son besoin et le conseiller

- 61 % – Mise en relation avec d'autres entreprises si besoin

- **Le devis et la formalisation commerciale :**

- 90,5 % – Description détaillée sur le devis des travaux à effectuer et des produits utilisés

- 90 % – Transmission au client du devis par mail ou courrier

- **Le chantier et son suivi :**

- 76,5 % – Visite du client de façon régulière sur le chantier

- 73 % – En fin de chantier, présentation au client du résultat des travaux

- **Le suivi après-vente et la garantie :**

- 89 % – Disponibilité si le client constate un problème, sans frais supplémentaire

- 82 % – Proposition d'intervenir si les travaux n'apportent pas pleinement satisfaction

Ainsi, tout au long du parcours d'achat, les entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics apportent une pluralité de services aux clients.

Compétences en faveur des services aux clients et formations

Cette étude, réalisée par une méthode à la fois qualitative (entretiens auprès de différents types de clients des prestations de service, auprès de dirigeants et de directions de ressources humaines, d'associations de consommateurs ou de groupes de particuliers) et quantitative (sondage téléphonique), a également permis d'identifier les principales compétences en faveur des services aux clients :

- **Le relationnel** : écoute, réactivité, ponctualité, réassurance, conseil, transparence, et confiance à insuffler aux clients.
- **Les compétences techniques, commerciales et organisationnelles** : des compétences complémentaires à équilibrer entre elles au sein de l'entreprise.
- **Les compétences en communication, informatiques et numériques** : des besoins en compétences pour les plus petites entreprises pour une plus grande visibilité, des éléments de communication pour l'entreprise, et des éléments de réassurance pour les clients.

Dès lors, les nouveaux services pouvant être mis en œuvre par le chef d'entreprise, les salariés et l'ensemble de l'organisation, supposent de nouvelles compétences. Les entreprises, notamment les TPE/PME, témoignent, par exemple, de besoins en formation, visant une montée en compétences commerciales et numériques de leurs salariés. **La formation est donc un enjeu majeur pour un déploiement des services aux clients plus large et efficace.**

Afin de soutenir ce déploiement, un ensemble de formations est proposé par différents organismes de formation, pouvant être mobilisables 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** : maîtrise des 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** : organisation et gestion de chantier, réunion de chantier, assurance – service après-vente, etc.

Les préconisations qui découlent de ces différents constats

À l'appui des résultats de l'étude, des préconisations générales ont été identifiées, pouvant être déployées ou davantage valorisées par les entreprises du Bâtiment et

des Travaux Publics, afin de développer ou améliorer leurs services aux clients, notamment :

- **L'adoption d'une posture de proximité avec le client** que ce soit 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, pour la gestion du chantier, et plus largement avec toutes les parties prenantes (maîtres d'œuvre, architectes...) pour veiller à une bonne organisation du chantier.
- **Le développement de la « marque employeur »**, les salariés (ou futurs salariés) étant ceux qui portent la qualité de service auprès des clients, mais étant également eux-mêmes des clients. Cela peut contribuer à l'attractivité et à la fidélisation des salariés. Cela permet de fidéliser plus facilement les salariés en poste et d'en attirer de nouveaux.
- **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.
- **L'appui des organisations professionnelles pour se former** (à distance ou en présentiel) et avoir des conseils vis-à-vis de la relation entreprises-clients.

Destinées aux entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics, **des fiches pratiques ont été constituées à partir de pratiques identifiées au cours de l'étude, adaptées selon le secteur, la taille, les enjeux et moyens propres des entreprises du Bâtiment et des Travaux Publics.** Elles abordent tous les pans du parcours client (conseil en amont et évaluation du besoin du client, jusqu'à l'avis du client et l'évaluation du service).

[Consultez la synthèse de l'étude](#)

Découvrez les principaux résultats de l'étude dans cette vidéo :

**LES SERVICES
AUX CLIENTS
DANS LE BTP**



CONTACT PRESSE

Cihem Gharbi

c.gharbi@unicorp.fr

Mob. 06 10 71 14 15

