

GUIDE DE DIGITALISATION POUR PLOMBIERS & ÉLECTRICIENS

sowink



Guide Sowink

Visibilité locale, réputation
en ligne, génération de
leads et gestion du
quotidien



Site Internet www.sowink.fr

Agence Sowink Angers 02 41 39 76 74

so
wink

GUIDE DE DIGITALISATION POUR PLOMBIERS & ÉLECTRICIENS

INTRODUCTION : VOTRE MÉTIER SE GAGNE AUSSI EN LIGNE

Aujourd'hui, quand un particulier a une fuite, un disjoncteur qui saute ou un chantier à prévoir, il fait quoi ? Il sort son téléphone et tape "plombier [ville]" ou "électricien urgent [ville]" sur Google.

En moins de 10 secondes, il a devant lui une liste d'artisans avec leurs avis, leurs photos, leur site web – ou rien du tout.

Si vous n'apparaissez pas, vous n'existez pas.

Et si vous apparaissez mais que votre concurrent a 47 avis cinq étoiles et vous trois avis sans réponse, vous perdez le chantier avant même d'avoir décroché le téléphone.

Ce guide vous accompagne pour construire votre présence numérique autour de quatre piliers concrets : votre site vitrine, votre fiche Google, la gestion de votre réputation en ligne avec Partoo, et la gestion de votre quotidien avec Axonaut.

Pas de jargon inutile, pas d'outil gadget – seulement ce qui génère du résultat.

PILIER 1 – LE SITE VITRINE : VOTRE MEILLEUR COMMERCIAL, 24H/24

Pourquoi un site vitrine est indispensable aujourd'hui

Un site vitrine n'est pas un luxe réservé aux grandes entreprises. C'est votre carte de visite permanente, votre vitrine ouverte nuit et jour, et souvent la raison pour laquelle un prospect vous choisit vous plutôt que le suivant sur la liste Google.

Voici ce qui se passe concrètement sans site web : un client potentiel vous trouve sur Google, clique sur votre nom, ne trouve rien, et revient à la liste pour choisir quelqu'un qui a un site. Vous avez perdu un chantier sans même le savoir.

Avec un site vitrine bien fait, vous obtenez plusieurs avantages immédiats. Vous inspirez confiance avant même d'avoir parlé au client. Vous montrez vos réalisations avec des photos avant/après qui parlent d'elles-mêmes. Vous recevez des demandes de devis directement depuis le site, même la nuit ou le week-end. Vous vous différenciez des concurrents qui n'en ont pas. Et vous améliorez votre positionnement sur Google grâce au référencement naturel.

Ce que doit contenir votre site vitrine

Un site efficace pour un artisan n'a pas besoin d'être complexe. Il doit être clair, professionnel, mobile (plus de 70% des recherches locales se font depuis un téléphone), et comporter ces éléments essentiels.

La page d'accueil doit annoncer immédiatement qui vous êtes, où vous intervenez et comment vous joindre. Votre numéro de téléphone doit être cliquable et visible dès la première seconde. Un message d'accroche simple et direct – "Plombier à Lyon et agglomération – Intervention sous 24h" – vaut mieux que trois paragraphes sur votre histoire.

La page Réalisations est la plus importante pour convertir un prospect en client. Les gens font confiance à ce qu'ils voient. Publiez des photos de vos chantiers terminés : une salle de bain rénovée, un tableau électrique remis aux normes, une installation de pompe à chaleur, un dépannage résolu. Avant/après si possible. Chaque photo est une preuve de compétence que votre concurrent sans site ne peut pas apporter.

La page Services liste clairement ce que vous faites : dépannage, installation, rénovation, mise aux normes, contrats d'entretien. Soyez précis. Un électricien qui précise "installation borne de recharge IRVE" ou un plombier qui mentionne "remplacement chaudière pompe à chaleur" capte des recherches très qualifiées.

Le formulaire de contact ou de demande de devis est votre générateur de leads automatique. Il travaille pendant que vous êtes sur le chantier. Un formulaire simple — nom, téléphone, type de besoin, adresse — suffit. Chaque remplissage est un lead entrant sans effort de votre part.

Les avis clients affichés sur le site renforcent votre crédibilité. Quelques témoignages bien choisis, avec le prénom et la ville du client, rassurent immédiatement le visiteur.

Les clés d'un site qui génère des leads

Le plus grand piège est de créer un beau site et d'attendre que les clients arrivent. Un site qui génère des leads, c'est un site qui est visible sur Google ET qui donne envie d'appeler ou de remplir le formulaire.

Pour la visibilité Google, quelques règles simples font la différence : mentionnez votre ville et votre zone d'intervention dans vos textes ("plombier à Bordeaux, Mérignac, Pessac"), utilisez les mots que tapent vos clients ("dépannage fuite d'eau urgent", "installation tableau électrique aux normes"), et publiez régulièrement du contenu — même une photo de chantier par mois améliore votre référencement.

Pour inciter à l'action, assurez-vous que votre numéro de téléphone est présent sur chaque page, que votre formulaire de contact est simple et rapide à remplir, et que vous indiquez clairement votre délai de réponse ("Réponse sous 2h en semaine").

PILIER 2 – LA FICHE GOOGLE BUSINESS PROFILE : VOTRE VITRINE LOCALE GRATUITE

Ce qu'est Google Business Profile et pourquoi c'est indispensable

Google Business Profile est la fiche qui apparaît sur Google Maps et dans les résultats locaux quand quelqu'un cherche un artisan près de chez lui. C'est gratuit, c'est puissant, et c'est souvent le premier point de contact entre vous et un nouveau client.

Quand votre fiche est bien remplie, vous apparaissez dans le "Pack Local" — les trois fiches qui s'affichent en haut des résultats Google avant même les sites web. Cette position est très convoitée car elle capte une très large part des clics sur les recherches locales.

Comment optimiser votre fiche Google

Renseignez chaque champ disponible. Nom exact de votre entreprise, adresse ou zone d'intervention, numéro de téléphone, site web, horaires d'ouverture et horaires spéciaux pour les jours fériés. Plus votre fiche est complète, mieux Google la positionne.

Choisissez les bonnes catégories. La catégorie principale doit être précise : "Plombier", "Électricien", "Chauffagiste". Vous pouvez en ajouter plusieurs secondaires : "Entreprise de dépannage", "Installateur de chaudière", "Électricien spécialisé en domotique". Chaque catégorie correspond à des recherches supplémentaires pour lesquelles vous pouvez apparaître.

Publiez des photos régulièrement. Les fiches avec photos génèrent beaucoup plus de clics que celles sans. Ajoutez des photos de vos réalisations, de votre véhicule, de votre équipe, de vos certifications. Cela humanise votre entreprise et rassure le client avant même le premier appel.

Rédigez une description soignée. Elle doit mentionner vos services principaux, votre zone d'intervention et ce qui vous distingue (certifications, rapidité d'intervention, spécialités). Incluez naturellement des mots-clés pertinents sans les forcer.

Activez la messagerie. La fonctionnalité de messagerie intégrée à Google permet aux clients de vous envoyer un message directement depuis votre fiche. Certains préfèrent écrire plutôt qu'appeler — ne passez pas à côté de ces leads.

Publiez des posts réguliers. Comme sur un réseau social, vous pouvez publier des actualités, des offres, des photos de chantiers récents directement sur votre fiche. Ces posts améliorent votre engagement et montrent à Google que votre fiche est active.

Les avis Google : le nerf de la guerre

Les avis sont le facteur numéro un dans le choix d'un artisan par un particulier. Une étude récente montrait que 88% des consommateurs font autant confiance aux avis en ligne qu'à une recommandation personnelle. Sur les recherches locales, une fiche avec 30 avis à 4,8 étoiles écrase une fiche sans avis, quelle que soit la qualité réelle du travail.

Comment obtenir des avis sans être intrusif : à la fin de chaque intervention réussie, envoyez simplement un SMS ou un message WhatsApp à votre client — "Bonjour [prénom], merci de votre confiance ! Si vous êtes satisfait de mon intervention, un avis Google m'aiderait beaucoup : [lien direct vers votre fiche]". Le lien direct vers le formulaire d'avis supprime toutes les frictions — le client arrive directement sur la page de notation, sans avoir à chercher.

Répondez à tous vos avis, positifs comme négatifs. Une réponse professionnelle à un avis négatif montre votre sérieux et rassure les futurs clients autant qu'une série d'avis positifs.

PILIER 3 – PARTOO : GÉREZ VOTRE RÉPUTATION EN LIGNE COMME UN PRO

Pourquoi la gestion de la réputation est devenue critique

Votre réputation en ligne ne se résume plus à votre fiche Google. Elle se construit sur de nombreuses plateformes simultanément : Google, Pages Jaunes, Yelp, Houzz, Trustpilot, Facebook, et des dizaines d'annuaires locaux. Un client insatisfait qui laisse un avis sur trois plateformes différentes peut faire des dégâts considérables si vous ne le voyez pas et ne répondez pas.

Le problème pour un artisan : surveiller toutes ces plateformes manuellement est impossible quand vous êtes sur le chantier. C'est exactement là qu'intervient Partoo.

Ce qu'est Partoo et ce qu'il fait pour vous

Partoo est une solution française spécialisée dans la gestion de la présence en ligne et de la réputation pour les professionnels. Concrètement, il vous permet de gérer depuis une seule interface ce qui se passe sur l'ensemble de vos plateformes.

La synchronisation multi-plateformes est la fonctionnalité de base. Vous renseignez vos informations une seule fois dans Partoo – nom, adresse, téléphone, horaires, description, photos – et la solution les diffuse automatiquement sur Google, Bing, Facebook, Pages Jaunes, Waze, Apple Plans et une vingtaine d'autres annuaires. Fini le temps perdu à mettre à jour chaque plateforme séparément quand vous changez de numéro ou d'horaires.

La centralisation des avis est ce qui fait toute la différence au quotidien. Tous les avis laissés sur toutes les plateformes arrivent dans un seul tableau de bord. Vous recevez une notification, vous répondez en un clic depuis l'interface Partoo, et la réponse est publiée sur la plateforme correspondante. Vous ne ratez plus jamais un avis, qu'il soit positif ou négatif.

La collecte d'avis automatisée permet de demander proactivement des avis à vos clients après chaque intervention. Partoo envoie automatiquement un SMS ou un email à vos clients avec un lien direct vers votre fiche Google. Le résultat est une augmentation significative et régulière du nombre d'avis, sans effort de votre part. Certains artisans doublent leur volume d'avis en quelques semaines après avoir mis en place cette automatisation.

Les statistiques et le suivi vous donnent une vision claire de votre e-réputation : note moyenne, évolution dans le temps, nombre d'avis par plateforme, sujets récurrents dans les commentaires. Ces données vous permettent d'identifier vos points forts à mettre en avant et les points d'amélioration à traiter.

Comment répondre aux avis avec Partoo

Répondre aux avis est une compétence à part entière. Partoo intègre des modèles de réponses personnalisables qui vous font gagner un temps précieux tout en gardant un ton professionnel et humain.

Pour les avis positifs : remerciez, mentionnez le type d'intervention si possible ("Merci pour votre confiance pour cette installation de tableau électrique"), et invitez à revenir ou à vous recommander. Cela renforce la fidélité et montre aux futurs clients que vous êtes attentif.

Pour les avis négatifs : ne répondez jamais à chaud, ne soyez jamais agressif, ne niez pas les faits. Reconnaissez le problème s'il est avéré, proposez de le résoudre, et donnez un contact direct pour en discuter. Une réponse professionnelle à un avis négatif est souvent plus rassurante pour les futurs clients qu'une absence de mauvais avis – elle montre que vous gérez les problèmes avec sérieux.

Partoo propose également des fonctionnalités de suggestions de réponses par intelligence artificielle, adaptées au ton de l'avis, que vous validez avant publication. Pour un artisan qui ne se sent pas à l'aise à l'écrit, c'est un gain de temps considérable.

PILIER 4 – AXONAUT : GÉREZ TOUT VOTRE QUOTIDIEN DEPUIS UN SEUL OUTIL

Pourquoi le CRM est l'outil qui change tout

Un CRM (Customer Relationship Management) est souvent perçu comme un outil réservé aux commerciaux en costume. En réalité, pour un artisan, c'est simplement un système qui centralise toutes vos informations clients, vos devis, vos interventions et votre facturation dans un seul endroit accessible depuis n'importe quel appareil.

Sans CRM, voici ce qui se passe typiquement : vos contacts clients sont dans votre téléphone, vos devis dans un carnet ou sur Word, vos factures dans un classeur, l'historique de vos interventions dans votre mémoire. Quand un client rappelle un an après pour une nouvelle intervention, vous n'avez aucune trace de ce que vous avez fait chez lui. Quand vous passez devant un chantier, vous ne savez plus si la facture a été payée. Quand vous cherchez le contact d'un fournisseur, vous passez dix minutes à fouiller vos mails.

Axonaut résout tout cela d'un coup.

Ce qu'est Axonaut et pourquoi il est particulièrement adapté aux artisans

Axonaut est un logiciel français de gestion d'entreprise tout-en-un, conçu spécifiquement pour les TPE et PME. Il regroupe dans une seule interface le CRM, la gestion des devis et factures, le suivi des projets, la comptabilité simplifiée et la gestion des ressources humaines.

Ce qui le distingue pour les artisans, c'est qu'il est pensé pour des gens qui n'ont pas le temps de gérer leur logiciel. L'interface est claire, l'application mobile fonctionne bien sur chantier, et le support client français est reconnu pour sa réactivité.

Les fonctionnalités clés d'Axonaut pour votre quotidien

La gestion des contacts et l'historique client est la fonctionnalité qui vous fera gagner le plus de temps sur le long terme. Chaque client a sa fiche complète : coordonnées, adresse d'intervention, historique de toutes les interventions réalisées, devis envoyés, factures payées et en attente, notes libres. Quand ce client rappelle deux ans plus tard, vous ouvrez sa fiche et vous voyez tout en dix secondes. Vous savez ce que vous avez installé chez lui, à quelle date, pour quel prix. Vous pouvez anticiper ses besoins et lui proposer un contrat d'entretien au bon moment.

La création de devis et de factures se fait directement depuis l'application mobile ou le bureau. Vous créez un devis en quelques minutes avec votre bibliothèque de prestations, vous l'envoyez par email, le client le signe électroniquement, et il est automatiquement transformé en facture à la fin du chantier. Les relances automatiques pour les factures impayées s'occupent d'elles-mêmes – vous paramétrez une règle une fois, et Axonaut envoie un rappel au client à J+10, J+20 et J+30 sans que vous n'ayez à y penser.

Le suivi des opportunités commerciales vous permet de ne plus perdre de leads. Quand un client potentiel vous contacte pour un devis, vous créez une opportunité dans Axonaut avec le type de besoin, la valeur estimée et la date de relance. Axonaut vous rappelle de relancer les devis sans suite. Sur une année, récupérer deux ou trois chantiers qui seraient passés à travers les mailles représente souvent plusieurs milliers d'euros.

La gestion du planning et des interventions centralise votre agenda. Vous planifiez les interventions, les assignez à vos techniciens si vous en avez, et chacun voit son planning mis à jour en temps réel depuis son téléphone. Fini les appels pour savoir où aller le lendemain.

Le suivi de trésorerie vous donne une vision immédiate de votre situation financière : factures émises, encaissées, en retard, dépenses courantes. Sans être comptable, vous savez à tout moment si votre mois sera bon ou si vous devez accélérer certains encaissements. En fin d'année, votre expert-comptable récupère les données directement depuis Axonaut – ce qui réduit considérablement le temps et donc le coût de votre bilan.

Les rapports et statistiques vous montrent votre chiffre d'affaires par période, par type de prestation, par client. Vous identifiez rapidement votre cœur de business, vos prestations les plus rentables et vos clients les plus fidèles.

Axonaut sur le terrain : utilisation quotidienne concrète

Le matin, vous ouvrez l'app Axonaut et vous voyez votre planning de la journée avec les adresses et les informations de chaque intervention. En arrivant chez un client, vous ouvrez sa fiche et vous voyez l'historique complet. Après l'intervention, vous créez directement la facture depuis votre téléphone, le client signe sur l'écran, et vous l'envoyez par mail en deux clics. Le soir, votre comptabilité est à jour sans que vous n'ayez rien fait de plus.

En parallèle, Axonaut a relancé automatiquement trois clients qui n'avaient pas payé leurs factures, et vous a rappelé de relancer un devis que vous aviez envoyé il y a dix jours sans réponse.

SYNTHÈSE : VOTRE ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE EN 4 PILIERS

Ces quatre outils forment un système cohérent où chaque brique renforce les autres.

Votre site vitrine attire des visiteurs qualifiés via Google et convertit leur intérêt en demande de contact. Il présente vos réalisations et vous positionne comme un professionnel sérieux avant même le premier appel.

Votre fiche Google Business Profile est le moteur de votre visibilité locale. Elle capte les recherches urgentes et de proximité, et envoie des clients directement vers votre site ou votre téléphone.

Partoo assure que votre réputation en ligne – sur Google et sur l'ensemble des plateformes – est surveillée, gérée et activement construite. Il automatise la collecte d'avis et centralise vos réponses. C'est votre bouclier et votre accélérateur de réputation.

Axonaut est le cerveau de votre entreprise. Il centralise tous vos clients, tous vos devis, toutes vos factures et tout votre planning. Il vous fait gagner du temps chaque jour et vous donne la visibilité nécessaire pour piloter votre activité sereinement.

PLAN D'ACTION : PAR OÙ COMMENCER ?

Si vous partez de zéro, voici l'ordre recommandé pour maximiser l'impact à chaque étape.

Semaine 1 – Posez les bases gratuites. Créez ou optimisez votre fiche Google Business Profile. Renseignez chaque champ, ajoutez des photos, activez la messagerie. L'impact peut être visible sous 2 à 4 semaines. Demandez des avis à vos clients les plus satisfaits dès maintenant.

Semaine 2-3 – Mettez en place votre gestion quotidienne. Démarrez sur Axonaut. Importez vos contacts clients existants. Créez votre premier devis dans l'outil. Paramétrez vos relances automatiques. Cela prend une demi-journée et vous économise des heures chaque mois dès la première semaine.

Semaine 4 – Créez votre site vitrine. Rassemblez vos meilleures photos de réalisations. Rédigez une description claire de vos services et de votre zone. Assurez-vous que le formulaire de contact est bien en place et que votre numéro est cliquable sur mobile.

Mois 2 – Activez Partoo. Une fois votre fiche Google bien remplie et vos premiers avis collectés, Partoo prend le relais pour automatiser et amplifier. C'est l'outil à activer quand vous avez une base à optimiser.

LES CHIFFRES QU'IL FAUT RETENIR

Les artisans qui ont déployé un écosystème numérique complet – site vitrine, fiche Google optimisée, gestion des avis et CRM – **rapportent en moyenne un gain de 3 à 6 heures par semaine sur les tâches administratives**. Le temps économisé sur les relances, les devis et la facturation se traduit directement en interventions supplémentaires ou en qualité de vie retrouvée.

Sur le plan commercial, une fiche Google optimisée avec une trentaine d'avis positifs **peut générer 5 à 15 nouveaux appels entrants par mois** selon votre zone géographique et la concurrence locale.

CONCLUSION

Votre métier demande de la technicité, de la rigueur et de la confiance. Ce sont exactement les qualités que ces outils vous permettent de démontrer avant même d'avoir rencontré votre client. Un site vitrine qui montre vos réalisations, une fiche Google qui affiche des dizaines d'avis positifs, une réputation surveillée et soignée grâce à Partoo, et une gestion professionnelle de chaque devis et facture avec Axonaut – voilà ce qui vous distingue de l'artisan du coin qui travaille encore avec un carnet et un téléphone.

La digitalisation ne remplace pas votre savoir-faire. Elle le met en valeur, le rend visible, et vous permet de vous concentrer sur ce que vous faites de mieux : intervenir chez vos clients avec professionnalisme.