



Évaluez et passez à l'étape suivante

Évaluez régulièrement les différents fondements de votre image et définissez de nouveaux objectifs pour améliorer les points jugés insatisfaisants. Ne vous découragez pas si vous estimez que vos progrès ne se font que pas à pas. Dites-vous bien : chaque amélioration, aussi petite soit-elle, aura des répercussions bénéfiques sur l'ensemble de votre entreprise.

La brochure « Votre entreprise tient le cap » est disponible sur simple demande à la Confédération Construction, rue du Lombard 34-42, 1000 Bruxelles. Tél. 02 545 56 68, fax 02 545 59 05, info@ccw.be

Cette brochure a été réalisée en étroite collaboration avec l'Université de Liège et l'Ifapme.

À la conquête des marchés en électricité

Il y a dix ans à peine, un technicien en électroménager se met à son compte et fonde la sprl Di Palma (Mont-sur-Marchienne). Lui et son épouse sont aujourd'hui à la tête d'une affaire qui s'est, petit à petit, bâti une réputation et occupe actuellement une quinzaine de personnes. Quel est le secret d'un tel développement ? Patrice Di Palma nous explique ici la façon dont il aborde son marché. Il y a certes beaucoup de façons de se rappeler à l'esprit d'une clientèle et de la faire venir et revenir. Mais la principale, selon son expérience, se résume en trois mots : satisfaction du client.



Patrice Di Palma : « Le plus important, c'est la satisfaction du client. Et si un client a un jour un problème, je lui réponds qu'il n'y a pas de problème, il n'y a que des solutions ! »

La sprl Di Palma fait des installations électriques en marchés privés et publics, en sous-traitance et lots séparés, dans un rayon d'action centré sur le pays carolo mais qui peut aller jusqu'à une cinquantaine de kilomètres à la ronde... Elle a occupé jusqu'à 25 personnes à un moment et ne manque jamais de travail, même si une relative stabilisation est sensible aujourd'hui. Pour gagner des marchés, le patron sait comment s'y prendre.

Di Palma fut l'une des premières, en 2003 déjà, à obtenir sa certification Coqual (Construction Quality). Faut-il y voir, déjà un « coup de pub » pour votre entreprise ?

P. Di Palma : « Coqual, c'est surtout une recherche de qualité. Qualité qui, indirectement, vous amène de nouveaux clients. Un client satisfait, qu'il soit particulier ou professionnel, reviendra vers vous et vous recommandera. Chaque fois que je reçois ce petit mot « Merci pour tout ! » avec mon paiement, c'est de bon augure pour le futur. Des « fiches de satisfaction » ont été mises en place pour nous permettre

d'améliorer constamment la qualité de nos services. »

« Pour renforcer notre visibilité, nous avons produit des dépliants, nous sommes présents dans les Pages d'Or. Notre logo est omniprésent : sur nos pancartes de chantier et même sur les t-shirts bleus de nos équipes. Depuis deux ans, nous disposons également d'un site internet qui est notre vitrine virtuelle. Les clients potentiels y découvrent notre activité. L'étape suivante est la visite de notre show-room où figurent d'ailleurs en bonne place nos diverses certifications (Coqual, agrégation travaux publics, ...). Autant de sésames qui rassurent le client sur le sérieux de l'établissement. Le client peut avoir confiance ! »

« En matière de marchés publics, le prix est prépondérant. Je n'ai donc pas de démarche à faire pour le travail en sous-traitance. Nous avons fait le choix de n'offrir notre travail en sous-traitance qu'à cinq ou six entreprises générales que nous connaissons bien et avec lesquelles nous sommes en confiance. Comme je vous le disais, pour moi, le marketing, c'est toujours et avant tout une question de confiance ! »

Info : www.dipalma.be