

**STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT** Début 2012, Béatrice Crozon, dirigeante d'une entreprise d'étanchéité des toitures, décide de recourir à une directrice commerciale externalisée. Résultat: une hausse de 30 % du chiffre d'affaires en un an.

PAR MALLORY LALANNE

## Elle se développe grâce à une directrice commerciale externalisée

**F**aire fructifier son capital client et parvenir à doper son chiffre d'affaires de 30 % entre 2012 et 2013. C'est la performance réalisée par Béatrice Crozon, dirigeante d'une entreprise d'étanchéité des toitures. Son secret ? Elle a bénéficié de février à mai 2012 de l'aide ponctuelle de Corinne Le Guern, une spécialiste du réseau d'accompagnement des entreprises Prospactive. Une démarche entièrement financée par la Chambre des métiers et de l'artisanat de l'Essonne. Cette directrice commerciale a en premier lieu établi un diagnostic sur le chiffre d'affaires et la clientèle de l'entreprise. « L'experte a analysé l'ensemble de mes factures et a constaté que les particuliers représentaient une bonne partie de mes clients. Je ne m'étais pas rendu compte que leur profil avait évolué. Je pensais qu'une part importante de l'activité de l'entreprise était réalisée sur des marchés publics », confie Béatrice Crozon. Si les collectivités représentaient, il y a encore deux ans, 70 % de sa clientèle, l'entreprise a aujourd'hui ren-

versé la tendance. Son portefeuille clients étant composé à 70 %... de particuliers !

### Valoriser les compétences

Afin de faire fructifier pleinement ce nouveau capital client, l'experte a mis en place différents leviers pour booster la communication de l'entreprise. À commencer par la valorisation des labels et certification ("Pros de la performance énergétique" et mention "Reconnu Grenelle de l'environnement") décrochés par Béatrice Crozon et ses collabo-

rateurs. « Mes salariés avaient également suivi des formations en économie d'énergie Feebat en 2009. Mais tous ces éléments n'étaient pas mis en valeur », confie la dirigeante. Béatrice Crozon a donc commencé par créer une plaquette d'information de quatre pages mettant en avant le savoir-faire de son entreprise. Des documents qui viennent enrichir les

dossiers de candidature aux marchés publics et les devis des particuliers. Un site internet, regroupant et expliquant l'ensemble des labels obtenus ainsi que des photos de chantiers pas à pas, est en cours de réalisation.

Si l'entreprise a connu en début d'année 2013 quelques turbulences liées aux intempéries et à la neige (les chantiers ayant été annulés), Béatrice Crozon n'a pas pour autant été refroidie.

**« Je ne m'étais pas rendu compte que le profil de mes clients avait évolué. »**

**Béatrice Crozon, dirigeante de Cabetanch**

« J'ai malheureusement dû me séparer de trois collaborateurs mais je compte embaucher trois personnes d'ici la fin de l'année », soutient la dirigeante. Elle confie posséder, depuis la venue

de l'experte, une volonté encore plus grande de conquérir de nouvelles parts de marché. ■



### Repères

**Raison sociale**  
SARL Cabetanch

**Activité**  
Étanchéité des toitures et des terrasses

**Ville**  
Ris-Orangis (Essonne)

**Année de création**  
2007

**Dirigeante**  
Béatrice Crozon, 54 ans

**Effectif**: 2 personnes

**CA 2013**: 634 k€

Afin de faire fructifier pleinement son capital client, la dirigeante de Cabetanch a mis en place différents leviers pour booster la communication de l'entreprise.