



# Le partage d'informations

Donner de précieux conseils à ses clients, aux bons moments, est primordial pour les constructeurs de maisons individuelles.



**Edition 2020**  
Livre blanc n°2  
Rédigé et édité par CONITY

# Sommaire

<b>Introduction</b>	4
<b>Définition du projet de construction</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Budget</li><li>→ Terrain</li><li>→ Avant-projet</li><li>→ Contrat</li></ul>	7
<b>Préparation du chantier</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Préparation du terrain</li><li>→ Permis de construire</li><li>→ Choix techniques</li><li>→ Conditions suspensives</li></ul>	13
<b>Réalisation des travaux</b> <ul style="list-style-type: none"><li>→ Implantation et maçonnerie</li><li>→ Charpente et couverture</li><li>→ Menuiseries extérieures</li><li>→ Cloisonnement et revêtements</li><li>→ Pose des équipements</li><li>→ La remise des clefs</li></ul>	19

# Introduction

---

Bien informer est devenu primordial pour garantir un haut niveau de satisfaction client, notamment dans le secteur de la maison individuelle. Fournir de l'information (pertinente) de manière régulière et continue tout au long d'un projet de construction permet de répondre à un besoin fondamental de son client : lui donner de la confiance.

Mais informer un acquéreur est aussi, dans certains cas, une obligation. Le contrat de construction de maison individuelle engage le constructeur dans un rôle clef qui l'oblige à beaucoup de rigueur s'il veut éviter tout litige. Ce qui n'est pas écrit pourra être remis en cause et mener à des situations conflictuelles. Les conséquences sont parfois désastreuses non seulement financièrement mais aussi en termes d'image. Quels sont réellement les enjeux d'une maîtrise du processus d'information des clients en maison individuelle ?



## Bien informer pour satisfaire ses clients

Aujourd'hui, tout consommateur a besoin d'être informé. Les supports et canaux de communication se sont multipliés ces dernières années. Ce phénomène augmente les attentes des acquéreurs. Ils veulent tout savoir, tout le temps. La barrière spatio-temporelle qui pouvait exister entre un acquéreur et son projet de construction n'existe plus, même si celui-ci vit son projet depuis l'autre bout de l'hexagone.

En revanche, quand la quantité d'information captée par un individu est plus importante que ce qu'il peut ingérer, on parle « d'infobésité » : le trop-plein de données qui donne la nausée. On ne sait plus faire la différence entre le vrai et le faux.

L'idée n'est donc pas d'informer à tout prix mais de faire preuve de cohérence et de pragmatisme pour que l'information donnée puisse être la plus judicieuse possible. Il faut pouvoir proposer à ses clients le bon canal, au bon moment, avec la bonne information, afin d'éviter de les envoyer vers des médias peu fiables qui apporteraient des informations erronées voire mensongères. La sélection de l'information doit rendre l'information pertinente et suffisamment intéressante.

## Bien informer pour répondre à ses obligations

Les engagements contractuels pris dans le cadre d'un contrat de construction de maison individuelle sont conséquents. La jurisprudence est complexe et il est difficile pour un constructeur aujourd'hui de se couvrir contre toutes les interprétations qui peuvent être faites du contrat ou des procédures mises en place entre lui et son client. Dans ce

contexte, il est important d'écrire ce qui est dit au client pour éviter toute ambiguïté par la suite.

La formalisation de l'information est un véritable enjeu dans le secteur de la maison individuelle. Malgré cette image « d'interlocuteur unique », il existe chez un constructeur, 3 voire 4 interlocuteurs différents qui interviennent directement auprès du maître d'ouvrage (acquéreur) : le commercial, l'assistant administratif, le conducteur de travaux, le responsable des interventions ultérieures à la livraison (SAV). La formalisation et la bonne passation des informations est clef pour la réussite du projet et notamment pour une bonne gestion de la relation client. Quoi de plus frustrant pour un client que de devoir répéter ce qu'il a déjà dit ou de se voir refuser quelque chose de « vu » avec l'interlocuteur précédent ? Informer sous-entend donc graver dans le marbre les choses importantes que doit savoir le client ou qui doivent être notées pour éviter toute ambiguïté pendant l'ensemble du projet de construction. Bien informer diminue les situations conflictuelles et les recours abusifs à des procédures juridiques.

## Bien informer pour améliorer le processus de suivi de projet

On distingue deux types de besoins d'information : l'un en vue de la connaissance (le savoir) et l'autre en vue de l'action (celui qui permet d'agir). Le premier répond aux enjeux cités précédemment. Le second est nécessaire dans l'optique d'optimiser le processus de suivi de projet, les délais, et notamment le bon déroulement de toutes les démarches administratives.

Un projet réussi c'est un projet dans lequel s'engage l'acquéreur. Seul, le constructeur ne peut pas réussir. Les démarches administratives, la validation des choix, le règlement des factures, les raccordements aux réseaux... tant de tâches qui nécessitent l'intervention du maître

d'ouvrage et son engagement pour garantir une maîtrise des délais. Bien informer c'est aussi faire des rappels, encourager, motiver... il faut savoir communiquer l'information pour la rendre efficace.

## Bien informer pour susciter le partage et la recommandation

Informar ses clients est aussi une manière de susciter le partage. En recevant une information pertinente, chaque client peut être un canal de partage puissant. La recommandation prend alors tout son sens.

Les réseaux sociaux sont de bons exemples de canaux de partage qui peuvent permettre aux constructeurs de gagner en visibilité sans être directement les émetteurs. Susciter le partage de ses clients c'est communiquer efficacement sans dépenser beaucoup d'argent !



## En résumé

Bien gérer l'information pour un constructeur de maisons individuelles est un enjeu réel et urgent s'il veut :

- **Fournir le bon niveau de connaissance** à ses clients (celui dont ils ont besoin pour avoir confiance),
- **Formaliser les données essentielles** pour éviter les ambiguïtés liées aux interprétations,
- **Améliorer les délais administratifs** en encourageant ses clients à réaliser leurs démarches en temps et en heure,
- **Augmenter sa visibilité** en s'appuyant sur son meilleur canal de communication : ses clients eux-mêmes.

A travers ce livre blanc, **CONITY** vous transmet une partie de son savoir-faire : sa connaissance du parcours client en maison individuelle. Depuis la rencontre avec un prospect jusqu'à la livraison de la maison, vous pourrez retracer ce parcours et pointer les sujets à aborder, les tâches à réaliser, les enquêtes de satisfaction à collecter ou encore les photographies de chantier à envoyer.

**Vos retours, critiques, pistes d'amélioration sont précieux. N'hésitez pas à nous les envoyer à l'adresse suivante : [contact@conity.fr](mailto:contact@conity.fr).**

# Définition du projet de construction

La première phase du parcours client correspond aux étapes commerciales entre la rencontre avec son prospect et la signature du contrat.

1

Budget

2

Terrain

3

Avant-projet

4

Contrat

1

Connaître son budget global

## Le coût global d'une maison

Votre prospect calcule souvent le budget global d'un projet de construction en additionnant le coût d'acquisition du terrain et le coût de la construction. Comme vous le savez, des frais annexes viennent obligatoirement s'ajouter à ce total (taxes, raccordements, travaux de finition...). **Plus vous serez clairs et transparents, plus vous construirez la confiance.**

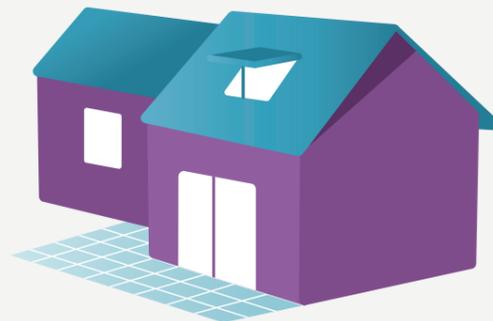
## Ses capacités financières

La question du financement est un point crucial d'un projet de construction de maison. Votre prospect a **besoin de connaître en détails les solutions** permettant de simuler ses capacités financières. Aidez-le, vous marquerez quelques points !

## La recherche d'un prêt immobilier

Comment trouver le meilleur prêt immobilier ? **Qui consulter en fonction de son dossier ?** Votre prospect se pose vite des questions à ce sujet. Faites-lui profiter de votre expertise et guidez-le vers les professionnels adaptés.

Fournir une simulation bancaire



2

Choisir son terrain à bâtir

## Le choix du terrain à bâtir

Le choix d'un terrain à bâtir est important dans le cadre d'un projet de construction. Faire le bon choix nécessite de se poser les bonnes questions : **localisation, frais à prévoir, commerces de proximité, accessibilité...** Aider votre prospect à choisir le bon terrain, celui qui correspond à ses besoins, est une bonne manière de nouer une relation de confiance.

## La promesse de vente d'un terrain

Lorsque votre prospect est parvenu à un accord avec le vendeur du terrain de son choix, il doit signer une promesse de vente. Cet acte fixe d'ores et déjà **les conditions précises dans lesquelles la vente du terrain s'effectuera**. Expliquer à votre prospect les enjeux de la promesse de vente de son terrain est primordial.

Fournir la promesse de vente du terrain

Enquête de satisfaction

Votre accueil est-il à la hauteur de ses attentes ?

Votre prospect a-t-il apprécié votre accueil et les premiers échanges avec son conseiller commercial ? On dit souvent que le premier contact est le plus important. N'attendez plus pour connaître l'avis de votre prospect suite à ce rendez-vous.

## L'acte authentique d'achat du terrain

L'achat du terrain fait partie des 5 conditions suspensives du contrat de construction de maison individuelle (CCMI). **La signature d'un acte authentique est obligatoire** si votre prospect n'est pas déjà propriétaire de son terrain. Quelques précisions sur le sujet peuvent lui être nécessaires. À vous de jouer !

1

Budget

2

Terrain

3

Avant-projet

4

Contrat

3

### La conception d'une maison

La conception d'une maison prend en compte un certain nombre de critères. L'objectif est de faire en sorte que les besoins de votre prospect, son terrain et son budget, soient respectés. Il est temps de **lui expliquer votre savoir-faire**.

### Les règles d'urbanisme d'un terrain

Avant d'imaginer les plans de sa maison, votre prospect doit comprendre qu'il existe également des règles d'urbanisme qui concernent son terrain. Expliquez-lui ces règles pour **éviter les mauvaises surprises !**

### La mission de votre bureau d'études

Votre bureau d'études étudie les contraintes du projet, dessine des plans, optimise les choix techniques... **son rôle est primordial mais votre prospect ne le sait pas**, ou ne le comprend pas forcément. Il est temps de lui montrer toute votre expertise.

### La propriété intellectuelle d'un plan

**Les plans d'avant-projet que vous réalisez vous appartiennent.** Votre prospect n'a pas le droit de les divulguer sans votre autorisation (en les transmettant à un autre constructeur par exemple). Connait-il vraiment la loi à ce sujet ? N'est-il pas dans votre intérêt de la lui rappeler ?

### La réglementation thermique

La réglementation thermique RT2012 (et bientôt RE 2020) est destinée à rendre très performantes toutes les constructions neuves, sur le plan énergétique. Vous êtes constructeur, cela vous paraît évident mais cela ne l'est pas forcément pour votre prospect. Il vous revient de **lui expliquer de manière pédagogique les enjeux de cette réglementation**.



#### Enquête de satisfaction

**Les plans d'avant-projet reflètent-ils les besoins de votre prospect ?**

L'écoute des besoins est une étape complexe, difficile à réaliser. Une fois qu'il connaît les attentes et les besoins d'un prospect, un commercial doit savoir les transcrire pour réaliser le bon avant-projet, celui qui fera peut-être la différence. Pour savoir si vous avez réussi ce pari, rien de mieux que de demander l'avis de votre prospect.

4

### La différence entre MOE et CCMI

Si les termes MOE (Maître d'Oeuvre) et CMI (Constructeur de Maisons Individuelles) ne sont pas très clairs pour votre prospect, c'est le moment de remédier à ça. **Un tableau comparatif des deux métiers** (et des deux contrats) est le bienvenu.

### Le choix du bon constructeur

Choisir un constructeur est une étape difficile pour votre prospect. Il s'agit de choisir un professionnel qui l'accompagnera pendant plusieurs mois. **Critères mesurables ou critères intangibles**, et si vous aidiez votre prospect à se créer une véritable grille d'aide à la décision ?



#### Pensez à lui remettre...

**Un exemple d'un contrat de construction**

Signer un contrat de construction de maison individuelle (CCMI), c'est opter pour un interlocuteur unique et la garantie d'une prestation globale. **Afin de désacraliser la signature et de sensibiliser votre prospect sur les garanties de votre contrat**, vous pouvez lui remettre un exemplaire type.

### Attention aux « faux-constructeurs »

Comme vous le savez, il existe des « faux-constructeurs » de maisons individuelles, qui ne proposent pas le contrat réglementé appelé CCMI (et l'ensemble des garanties qui l'accompagne). **Il faut que les choses soient claires dans la tête de votre prospect**. Sans lui faire peur, vous pouvez le sensibiliser sur ce sujet.

1

Budget

2

Terrain

3

Avant-projet

4

Contrat

4

## La visite du terrain avec votre prospect

La visite du terrain à bâtir est nécessaire voire obligatoire afin de recueillir les données techniques qui vous permettront de réaliser les bons plans d'avant projet. **Montrez à votre prospect votre professionnalisme** en lui indiquant les éléments que vous analysez. Une procédure (fiche) de visite terrain peut être utilisée.

## Les assurances et garanties du CCMI

Le contrat de type CCMI (Contrat de Construction de Maison Individuelle) est strictement réglementé par la Loi. Un constructeur a l'obligation de **respecter un cadre juridique précis** en matière d'assurances. Votre prospect doit connaître les garanties et assurances dont il bénéficie en signant avec vous, un contrat de type CCMI.

## La rétractation dans le cadre du CCMI

Garantir un délai de rétractation est une obligation du contrat de construction. **C'est rassurant de le savoir pour votre prospect.** Cela renforce les liens de confiance que vous souhaitez instaurer.

## Les conditions suspensives du CCMI

Il est important que votre prospect connaisse les conditions suspensives de son contrat avant la signature. Il peut ainsi prendre conscience des démarches administratives qu'il devra réaliser sans plus tarder. Cela vous permettra souvent de **gagner du temps** par la suite.

## Vos exemples de réalisations

Vous réalisez de belles maisons. La **réalisation d'un « portfolio »** permet de montrer son expertise en présentant quelques photographies de réalisations (références de projets). Vous pouvez accompagner la présentation de chaque projet par une description sommaire.

## Le déroulement d'un chantier

À l'aide de photographies de chantier, faites découvrir à votre client les étapes d'une construction de maison. Des fondations à la livraison, vous pouvez **lui expliquer brièvement les moments clés.**

Pensez à lui remettre...

## La plaquette de votre entreprise

Votre plaquette d'entreprise est souvent le meilleur support de présentation de votre entreprise.

Enquête de satisfaction

**À la signature, votre client est satisfait. Faites-le savoir !**

La signature d'un contrat de construction est souvent un moment joyeux, une libération. C'est le moment de profiter de l'état émotionnel de votre client pour recueillir un avis plein d'énergie, un avis motivant et encourageant pour toute votre équipe.

# Préparation du chantier

La seconde phase du parcours client démarre à la signature du contrat et se termine au démarrage des travaux. C'est la phase administrative qui permet notamment au client de lever ses conditions suspensives.

1

Préparation du terrain

2

Permis de construire

3

Choix techniques

4

Conditions suspensives

1

Garantir l'accès et le bornage de son terrain

Prendre des photographies du terrain à bâtir

## La préparation du terrain

Pour vous permettre d'accéder au terrain, votre client doit garantir son accès, il s'agit d'une condition suspensive du contrat. Votre rôle est de **lui rappeler les démarches à entreprendre**.

## Les travaux de terrassement

Garder les travaux de terrassement (et de VRD) à sa charge engage votre client à s'occuper de certaines choses et notamment à **faire le choix d'un terrassier**. N'oubliez pas de le lui rappeler.

## Le devis de terrassement

Un petit **rappel des éléments à faire chiffrer** dans le cadre d'un devis de terrassement ne ferait pas de mal à votre client. C'est le moment de le rassurer, et de lui montrer qu'il peut avoir confiance en vous.

## Le raccordement au réseau d'eau potable

C'est à votre client d'assurer le raccordement au réseau d'eau potable et d'ouvrir son compteur d'eau, afin de **permettre le démarrage des travaux**. Quelques explications sur les démarches à suivre s'imposent si vous ne voulez pas retarder les travaux du maçon.

2

## Le dépôt du permis de construire

Déposer un permis de construire est une démarche destinée à vérifier qu'un **projet est conforme aux dispositions législatives et réglementaires en matière d'urbanisme**. Nombreux sont les acquéreurs qui sous-estiment la complexité d'un dossier de permis de construire. Donnez-leur quelques explications pour mettre en avant le travail de votre bureau d'études.

## L'étude de sol

Une étude de sol est souvent nécessaire pour garantir **la bonne analyse des contraintes du terrain à bâtir**. Cette étude peut être réalisée avant signature (c'est assez rare, disons-le !) ou avant le dépôt du permis de construire. Votre client doit être conscient des avantages à bénéficier d'une analyse précise du sol qui recevra sa future maison.

## L'étude thermique Bbio

La réglementation thermique RT2012 impose la réalisation d'une **pré-étude** appelée étude Bbio. Ce document doit être intégré au dossier de permis de construire déposé en mairie. Si votre client ne la sait pas, c'est le moment de lui en parler.

Signer son dossier de permis de construire



## Deuxième phase Préparation du chantier

1

Préparation du terrain

2

Permis de construire

3

Choix techniques

4

Conditions suspensives

2

### L'instruction et l'acceptation du permis de construire

L'acceptation d'un permis de construire est envoyée au maître d'ouvrage par courrier. Avant d'obtenir son acceptation, **votre client peut recevoir des demandes de modifications** (procédures assez courantes voire systématiques dans certaines communes). Pour éviter tout litige et rassurer votre client, informez-le des modalités d'obtention de son permis de construire.

Transmettre le courrier d'acceptation du permis de construire



### Le dépôt du panneau de chantier

L'obtention d'un permis de construire doit donner lieu à un affichage sur le lieu de la construction. Le panneau de chantier est là pour ça. Déposer le panneau de chantier est obligatoire. Cela **déclenche le délai de recours des tiers**. Votre client doit savoir à partir de quelle date son panneau de chantier a été affiché. Il peut alors, faire constater l'affichage par un huissier.

### Le délai de recours des tiers

Après l'obtention du permis de construire, **le client est souvent pressé de démarrer**. Il faut qu'il sache que son projet entre dans ce que l'on appelle « le délai de recours des tiers ». En l'informant du respect obligatoire de ce délai (2 mois), vous évitez de générer trop d'impatience...

Enquête de satisfaction

Permis de construire accepté : un client soulagé ?

L'acceptation du permis de construire marque une étape importante. Vous avez réalisé un travail considérable. Il est intéressant de mesurer l'avis de votre client à ce moment-là.



Pensez à lui remettre...

Le récépissé de dépôt du permis de construire

Quand on dépose un permis de construire, la mairie délivre un récépissé. Le récépissé de dépôt du permis de construire peut être remis au client.

3

Réaliser le choix de sa cuisine

### Le choix d'une cuisine

L'achat d'une cuisine est un moment important. Il n'est jamais trop tard pour recevoir quelques conseils avisés sur **les étapes à ne pas rater avant de choisir**. Vous êtes bien placé pour amener quelques conseils à votre client.

Réfléchir à son plan électrique



Pensez à lui remettre...

Les symboles électriques d'un plan

Pour aider votre client à réfléchir à son plan électrique avant la réunion de mise au point (par exemples : emplacements des points lumineux et des prises électriques), vous pouvez lui remettre une liste de symboles électriques afin qu'il puisse les placer lui-même sur son plan.

### Le rendez-vous avec vos fournisseurs

Afin de réaliser ses choix de carrelages, de faïences ou encore de sanitaires, n'oubliez pas de donner à votre client la marche à suivre. Vous êtes certainement en collaboration avec des fournisseurs. Aidez-le à **prendre rendez-vous avec la bonne personne, au bon moment**.

## Deuxième phase Préparation du chantier

1

Préparation du terrain

2

Permis de construire

3

Choix techniques

4

Conditions suspensives

3

### La réunion de mise au point technique

La réunion de mise au point technique (appelée souvent MAP) est une **phase importante d'un projet de construction**. Il s'agit d'une étape qui permet à votre client de finaliser et figer les derniers éléments techniques de son projet. Votre client doit le comprendre pour s'y préparer et vous éviter les modifications post réunion.



#### Enquête de satisfaction

Si la réunion de mise au point technique est si importante, pourquoi ne pas savoir ce qu'en pense votre client ?

La transmission d'informations entre les services, la rencontre avec son conducteur de travaux, les conseils et explications sur le déroulement des travaux, l'accompagnement dans la réalisation des choix techniques...  
Qu'en pense votre client ?

### La validation des choix

La plupart des choix de produits ou de matériaux doivent être validés avant le démarrage des travaux. Mais pourquoi ? Votre client doit le comprendre si voulez être certain qu'il **valide bien ses choix en temps et en heure**.



### La signature des plans d'exécution

Suite à la réunion de mise au point technique, votre bureau d'études a la possibilité de réaliser des plans d'exécution. **Ces plans reprennent les dernières modifications du projet**. Ils seront envoyés aux artisans pour réalisation des travaux. Une occasion de plus de montrer à votre client qu'on ne modifie pas un projet d'un claquement de doigts !

4

Fournir son offre de prêt et son attestation de propriété du terrain

### La garantie de livraison nominative et l'assurance Dommages Ouvrage

Conformément au CCMI, la garantie de livraison et l'assurance Dommages Ouvrage (DO) sont à souscrire avant le démarrage des travaux. Un bon moment pour **rappeler à votre client qu'il n'a pas de soucis à se faire**, il est couvert !

### Les règles de bonne conduite en phase de construction

Réussir la construction d'une maison passe par une bonne relation entre votre client et son conducteur de travaux. Quelques règles de bonne conduite sont les bienvenues. **Le mieux, c'est de les définir avec votre client**, voire de lui faire valider.

### Les contraintes de planification des interventions

Il est souvent judicieux de rappeler à votre client que **vous travaillez avec des partenaires fidèles et qualifiés** (artisans, fournisseurs...). Cela permet de lui signaler que le bon enchaînement des étapes du chantier dépend, en partie, de la disponibilité de l'ensemble des ces partenaires.



# Réalisation des travaux

La troisième phase du parcours client retrace l'ensemble des étapes de construction, depuis l'ouverture du chantier jusqu'à la livraison de la maison (la remise des clefs).



1

## La Déclaration Règlementaire d'Ouverture de Chantier (DROC)

La DROC fait partie des éléments fondamentaux qui conditionnent le démarrage d'un chantier. Elle permet notamment de vérifier que la construction a bien été commencée avant l'expiration du permis de construire. **Rassurez votre client, dites-lui quand vous avez déposé la DROC en mairie.** Plus vous êtes transparents, plus il vous fera confiance.

Prendre des photographies du terrassement

Enquête de satisfaction

### L'ouverture de chantier

Le chantier démarre, votre client est soulagé. Et si c'était le bon moment pour recueillir son avis et collecter un peu de bonne humeur ! Juge-t-il suffisantes les informations qui lui ont été données jusqu'à ce jour ?

## L'implantation de la maison et la signature du Procès Verbal d'implantation

La réunion d'implantation permet de définir avec précision l'emplacement de la maison sur le terrain. En réalisant une réunion d'implantation, vous pouvez **impliquer votre client et valider avec lui l'emplacement de sa maison.** La signature d'un Procès Verbal d'implantation est plus que conseillée.

## Les appels de fonds

Le contrat de construction de maison individuelle prévoit **une grille d'appels de fonds qui fixe le pourcentage du prix perçu à chaque stade de la construction.** Un rappel de cette grille n'est jamais de trop, avant l'envoi du premier appel de fonds.

## Les intempéries sur un chantier

Les conditions climatiques peuvent (dans certains cas) **retarder l'avancement des travaux.** Informez votre client avant qu'interviennent les premières intempéries importantes.

Prendre une photographie des fondations coulées

Enquête de satisfaction

### Achèvement des fondations

Votre client est-il satisfait des travaux du terrassier ? Il est important de mesurer son avis au moment de l'appel de fonds « Achèvement des fondations ».

Petit lexique et vocabulaire

### Les fondations

Les termes « niveau de mise hors gel » ou encore « semelle de fondation » paraissent simples comme ça mais savez-vous si votre client comprend bien ce que vous lui racontez ?

Petit lexique et vocabulaire

### Les travaux d'implantation

Le déblai, le remblai, les tranchées, le talutage... quelques termes que votre client ne comprends pas forcément. C'est le moment de lui expliquer brièvement.

# Troisième phase

## Réalisation des travaux



1

Petit lexique et vocabulaire

### Les travaux de maçonnerie

Une arase, un parpaing, du mortier, le linteau, l'allège, la goutte d'eau... il est peut-être temps d'expliquer à votre client les termes que vous êtes amené à aborder avec lui durant les travaux du maçon.

### Le raccordement électrique

Le raccordement d'une maison comprend 4 grandes étapes importantes. Mieux les expliquer à son client, c'est mettre toutes les chances de son côté pour que le raccordement soit réalisé avant la livraison de la maison.

### La commande des menuiseries

Et si, dans certains cas, il pouvait être pertinent de dire à son client que les commandes ont été réalisées. Sous-entendu : « Inutile de nous le demander, nous ne pouvons plus modifier vos menuiseries extérieures ! ».

Enquête de satisfaction

### Achèvement des murs

Votre client est-il satisfait des travaux réalisés par le maçon ? Il est important de récupérer un avis au moment de l'appel de fonds « Achèvement des murs ».

### Le rendez-vous de fin de maçonnerie

La fin de la maçonnerie marque une étape importante de la phase appelée « gros-œuvre ». C'est le moment de faire un point avec son client afin d'éclaircir les éventuelles zones d'ombre avant qu'il ne soit trop tard... Rien de tel qu'un rendez-vous sur le chantier pour **prendre le temps d'échanger de vive-voix**.



2

Petit lexique et vocabulaire

### Les travaux de charpente et couverture

Les fermettes, la charpente traditionnelle, le lamellé-collé, l'écran de sous-toiture... donner quelques définitions à son client permet aussi de mettre en avant le travail des artisans.

### Le raccordement au réseau téléphonique

Le délai de raccordement d'une maison au réseau téléphonique peut être assez long. **Le mieux est d'informer votre client le plus tôt possible** afin qu'il puisse s'intéresser au sujet et se rapprocher des services d'Orange.

Prendre des photographies de la couverture réalisée

Souscrire à une assurance habitation

Enquête de satisfaction

### Mise hors d'eau

Votre client est-il satisfait des travaux réalisés par le charpentier et le couvreur ? Juge-t-il avoir eu suffisamment d'informations jusqu'alors ? Demandez-lui son avis.



# Troisième phase

## Réalisation des travaux



3

### L'assurance habitation obligatoire

C'est à votre client (futur propriétaire) que revient l'obligation de souscrire une assurance habitation. Qu'il s'agisse de la construction de sa résidence principale ou d'une résidence secondaire, **cette assurance est obligatoire et importante**. Le sait-il vraiment ?

Petit lexique et vocabulaire

#### Les menuiseries extérieures

Vous ne ferez pas de votre client un expert de la menuiserie, mais lui donner la définition de quelques termes clés pourra toujours lui être utile (dormant, oscillo-battant, pose en applique...).

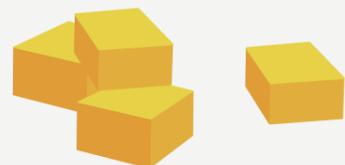
### Le rendez-vous « hors d'eau - hors d'air »

En maison individuelle, le « hors d'eau - hors d'air » marque souvent la fin du **gros-œuvre** (bien que les menuiseries puissent déjà faire partie du second œuvre). Un rendez-vous sur le chantier avec son client s'impose.

Prendre des photographies de la maison « hors d'eau - hors d'air »

### Les raccordements aux réseaux (fait par le terrassier)

Si votre client choisit son propre terrassier, il est souvent conseillé qu'il vous consulte pour **définir une date d'intervention** pour la réalisation des travaux de raccordements aux réseaux. C'est le moment de lui rappeler la démarche à suivre.



4

Enquête de satisfaction

### Achèvement des cloisons

Sur la base des échanges et des travaux qui ont eu lieu jusqu'à cette étape de fin de cloisonnement, quelle est la probabilité que votre client vous recommande à un ami ou un collègue ? C'est le moment de lui demander.

Petit lexique et vocabulaire

### Le doublage des murs et les cloisons

L'isolation des murs, la réglementation thermique, la composition d'une cloison... quelques notions que votre client est apte à comprendre pour mieux apprécier le travail de vos artisans.

### Les travaux de ravalement de façade

La réalisation des travaux de ravalement de façade (enduits extérieurs) **nécessite des conditions climatiques optimales**. C'est souvent le conducteur de travaux qui indique lorsqu'ils peuvent être réalisés. Informez votre client avant qu'il ne se pose des questions.

Prendre une photographie de la maison en fin de cloisonnement

### Le rendez-vous de fin de cloisonnement

La fin de cloisonnement marque une étape importante, la maison prend forme, les pièces se dessinent. C'est le moment d'envoyer quelques clichés sympas à votre client et de lui donner rendez-vous pour **échanger plus longuement sur la suite des événements**.

### La réalisation de la chape

Les travaux de cloisons se terminent, la chape de la maison va bientôt être coulée. **Votre client sait-il qu'il faut plusieurs semaines de séchage** avant de poser le revêtement de sol ? Pour qu'il ne soit pas surpris, il est temps de lui dire qu'il ne se passera pas grand chose sur son chantier pendant plusieurs semaines.

Petit lexique et vocabulaire

### Les revêtements de sol

La pose du carrelage et de la faïence fait déjà partie des travaux de finition. Pose droite, pose diagonale, encollage, croisillons... expliquer le travail de vos artisans, c'est le mettre en valeur !

### Le raccordement à la fibre

Le déploiement de la fibre optique s'est accéléré en France ces dernières années. Avant toute chose, votre client doit vérifier que sa maison puisse y être raccordée. **Les démarches de raccordement à la fibre peuvent sembler un peu compliquées** pour lui. Heureusement, vous pouvez lui donner quelques conseils simples et pratiques.



5

### La résiliation du bail de votre client

Lorsque les revêtements de sol ont été réalisés, il est souvent temps pour votre client de réfléchir à la résiliation du bail de son logement actuel. Dites à votre client d'**en discuter avec son conducteur de travaux** si ce n'est pas déjà fait.

### Les travaux de peinture

Votre client a certainement quelques travaux de peinture à réaliser une fois qu'il aura récupéré les clefs de sa maison. Et si vous lui donniez **quelques conseils pour bien les préparer** ?

Faire-faire les travaux de raccordement aux réseaux par le terrassier

Prendre une photographie des façades réalisées

### Le changement d'adresse

Un changement d'adresse s'anticipe. Informer les administrations prend du temps et il est généralement recommandé de commencer à **entreprendre les démarches environ 2 mois avant de déménager**. N'oubliez d'en parler à votre client, il vous en sera reconnaissant.

Choisir son fournisseur d'énergie et son opérateur téléphonique

### La réunion préalable à la remise des clefs

La réunion préalable à la remise des clefs est primordiale. Le principal objectif de cette réunion est de **préparer au mieux la réception de la maison**. La préparation, le déroulement, et les objectifs de la réunion préalable à la remise des clefs, doivent être compris par votre client.

### Le test d'étanchéité à l'air

La réalisation d'un test d'étanchéité à l'air est prévue dans le contrat de construction. Il est effectué avant la réception de la maison. **Ce test garantit la qualité du travail de vos artisans**. Si il est bien compris par votre client, il doit le rassurer en vue de la préparation à la livraison de sa maison



Enquête de satisfaction

### Achèvement des équipements

Votre client est-il satisfait des travaux réalisés par le carreleur, l'électricien ou le plombier ? Demander l'avis de votre client une fois les travaux d'équipement terminés, c'est s'éviter des surprises le jour de la livraison.

6



### La prestation de nettoyage avant la livraison

C'est tellement plus agréable d'arriver dans une maison propre le jour de la réception. **Une belle manière de mettre en avant la qualité des travaux réalisés** est de procéder à un nettoyage de la maison.

Prendre une photographie de la maison le jour de la réception

### La réception de la maison

La réception est une étape attendue et surtout obligatoire. Elle nécessite d'être bien préparée afin d'optimiser son déroulement. Si vous avez réalisé la réunion préalable à la remise des clefs, la réception sera un véritable moment de plaisir partagé avec votre client.

### Le Procès Verbal de réception

Le Procès Verbal de réception liste l'ensemble des travaux à reprendre le jour de la réception. **La reprise de ces travaux peut conditionner le règlement du dernier appel de fonds.** Il est donc important de bien les formaliser et de les valider avec son client.

Pensez à lui remettre...

#### Le formulaire H1

Votre client a l'obligation de compléter et retourner le formulaire H1 au service des impôts dans les 90 jours qui suivent la réception. L'exonération de taxe foncière pendant 2 ans sera appliquée si et seulement si il déclare le formulaire dans les temps.

Pensez à bien préparer...

#### Le dossier de réception

Un dossier de réception doit être composé de multiples documents, à savoir (liste non-exhaustive) :

- La liste des sous-traitants
- Les plans de la maison (y compris plan des évacuations)
- Le Diagnostic de Performance Energétique (DPE)
- L'attestation RT2012
- L'attestation Dommage Ouvrage
- L'attestation de traitement des bois de charpente
- L'attestation « Qualigaz »
- La facture finale récapitulative
- Le livret d'entretien de la maison
- ...

#### Le rappel des garanties et de leurs champs d'application

Quand la réception a eu lieu, il faut rassurer son client car souvent, il se sent seul. C'est donc le moment de lui expliquer clairement que **le contrat de construction de maison individuelle lui permet de bénéficier d'assurances obligatoires** même après la fin des travaux.

Organiser son déménagement

#### Le parrainage... c'est gagnant-gagnant !

La recommandation active d'un client auprès d'un ami ou d'un tier est votre meilleur atout commercial. Encourager le parrainage de vos clients auprès d'autres acquéreurs est **une manière de garantir la pérennité de votre entreprise.** Un dispositif de parrainage (chèque ou autre) peut être remis dès la signature du contrat. À la livraison, c'est le moment de rappeler qu'il existe.

Pour aller plus loin, **CONITY** met à disposition des constructeurs des bibliothèques de fiches conseils destinées à informer les acquéreurs sur chacun des points abordés dans ce livre blanc.



Pour en savoir plus et recevoir nos fiches conseils,  
n'hésitez pas à nous contacter :

**CONITY**  
**contact@conity.fr**  
**06 77 18 09 21**  
**www.conity.fr**

Avec **CONITY**, la maîtrise du processus d'information  
des acquéreurs est à la portée de tous les constructeurs.



LA CONFIANCE, ÇA SE CONSTRUIT