

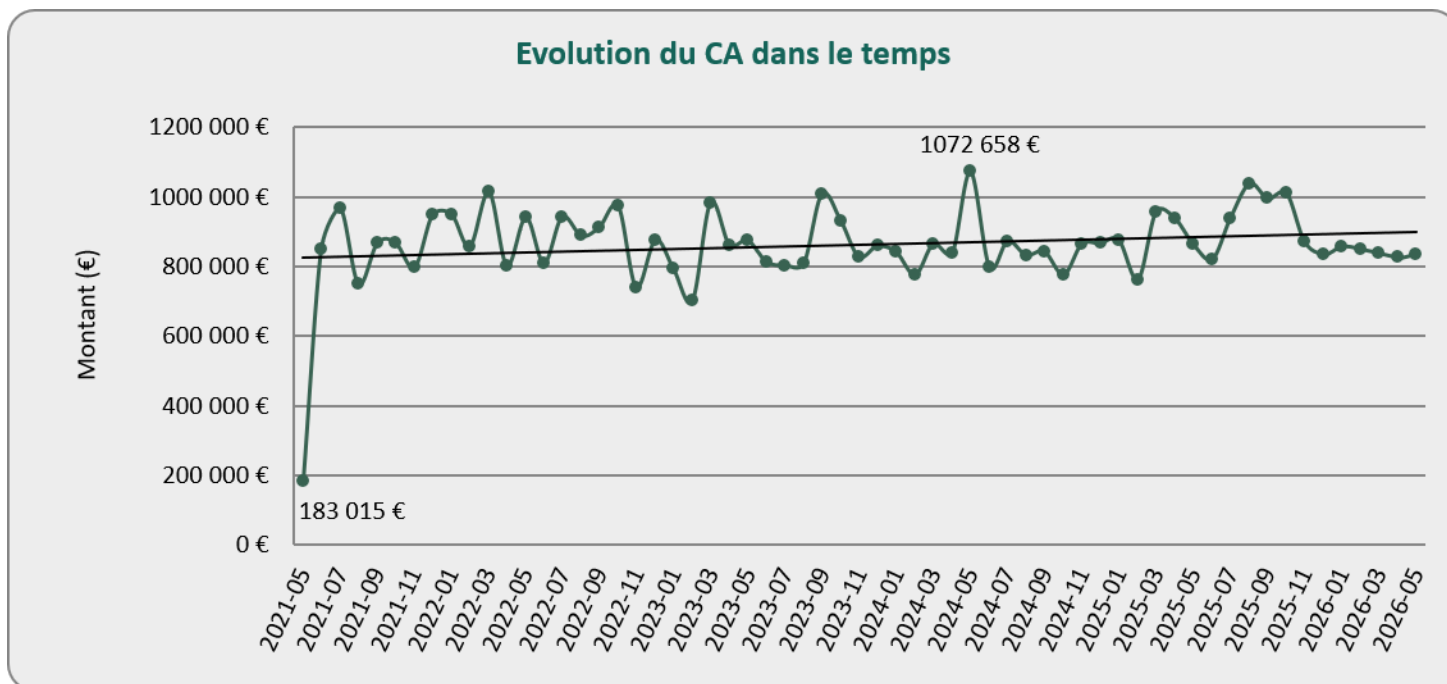
Voici ce que j'ai trouvé en analysant les données. J'ai travaillé sur 4,5 ans d'historique, de 2021 à juin 2025, soit plus de 16 000 lignes couvrant vos six prestations, vos quatre canaux d'acquisition et vos trois types de clients. Le tableau d'ensemble est solide, mais trois points précis freinent votre rentabilité et méritent une action rapide.

CA Total analysé	Interventions analysées	Marge moyenne / intervention	Taux d'impayés moyen	CA prévu 12 mois
52.5 M€	16 000	1 124 €	49.6 %	10.9 M€

1. VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES : STABLE, MAIS PAS EN CROISSANCE

Evolution du CA dans le temps

Dès juin 2021, le CA dépasse 800 000 € et se maintient à un niveau élevé



Depuis fin 2021, votre CA mensuel oscille entre 750 000 et 970 000 euros chaque mois. Il ne monte pas, il ne descend pas. Cette régularité dure depuis plus de trois ans.

Ce que ça signifie pour vous

Vous faites probablement plus de chantiers qu'avant, mais les prix ou la répartition des travaux compensent à la baisse. Résultat : votre CA total stagne, même si vos équipes s'activent.

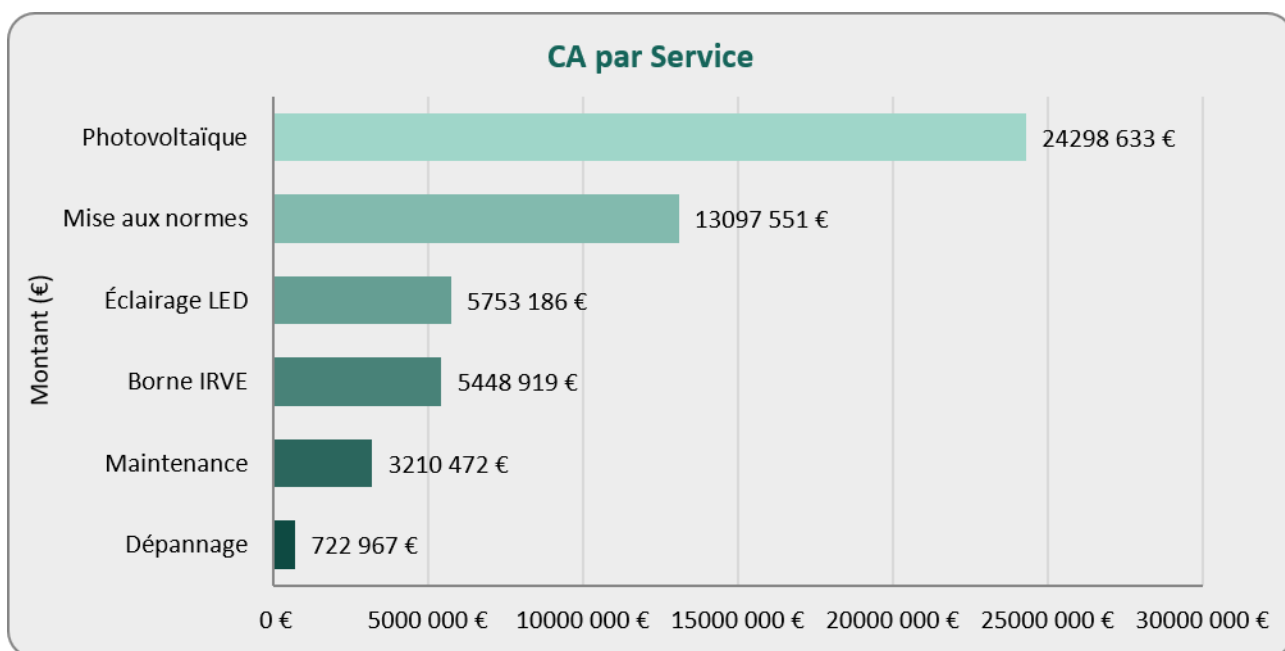
Ce que je vous recommande

- ▶ Comparez le nombre d'interventions réalisées chaque trimestre avec le CA correspondant.
- ▶ Si le volume monte mais pas le CA, c'est que vos prix ne suivent pas.
- ▶ Revoyez votre grille tarifaire sur les prestations à faible valeur et basculez davantage de ressources vers le photovoltaïque et la mise aux normes.

2. LE PHOTOVOLTAÏQUE ÉCRASE TOUS LES AUTRES SERVICES EN VALEUR

CA par Service

Avec 24 M€, il pèse presque autant que tous les autres services réunis



Ce que les chiffres montrent

Le photovoltaïque totalise 24,3 millions d'euros de CA sur la période. La mise aux normes arrive loin derrière à 13,1 millions. Le dépannage, lui, ne pèse que 723 000 euros malgré un volume d'interventions comparable aux autres services.

Ce que ça signifie pour vous

Vous réalisez autant d'interventions de dépannage que de photovoltaïque, mais le dépannage rapporte 33 fois moins. Chaque heure passée sur un dépannage coûte presque autant qu'une heure sur un chantier solaire, pour un retour financier sans comparaison.

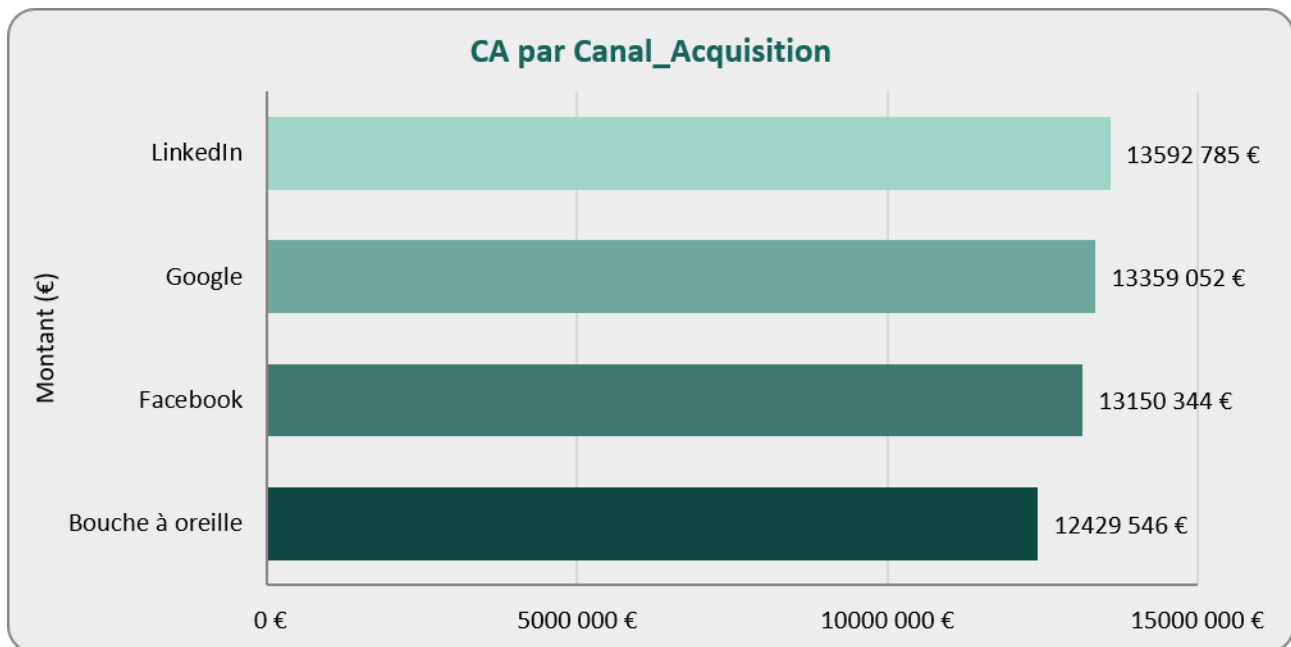
Ce que je vous recommande

- ▶ Fixez un objectif précis : augmenter la part du photovoltaïque dans votre carnet de commandes.
- ▶ Utilisez chaque intervention de dépannage pour proposer un devis de mise aux normes ou de photovoltaïque au client sur place.
- ▶ Le dépannage reste utile comme premier contact, pas comme activité principale.

3. VOS QUATRE CANAUX RAPPORTENT AUTANT : BONNE NOUVELLE, MAIS AUCUN N'EST VRAIMENT EXPLOITÉ À FOND

CA par Canal_Acquisition

LinkedIn est légèrement en tête, mais l'écart avec le bouche à oreille reste inférieur à 10 %



Ce que les chiffres montrent

LinkedIn génère 13,6 millions d'euros, Google 13,4 millions, Facebook 13,2 millions, bouche à oreille 12,4 millions. L'écart entre le premier et le dernier est de seulement 1,2 million sur 4,5 ans.

Ce que ça signifie pour vous

Votre diversification fonctionne : vous ne dépendez pas d'un seul canal. Mais cette uniformité signifie aussi qu'aucun canal n'est encore travaillé à son plein potentiel.

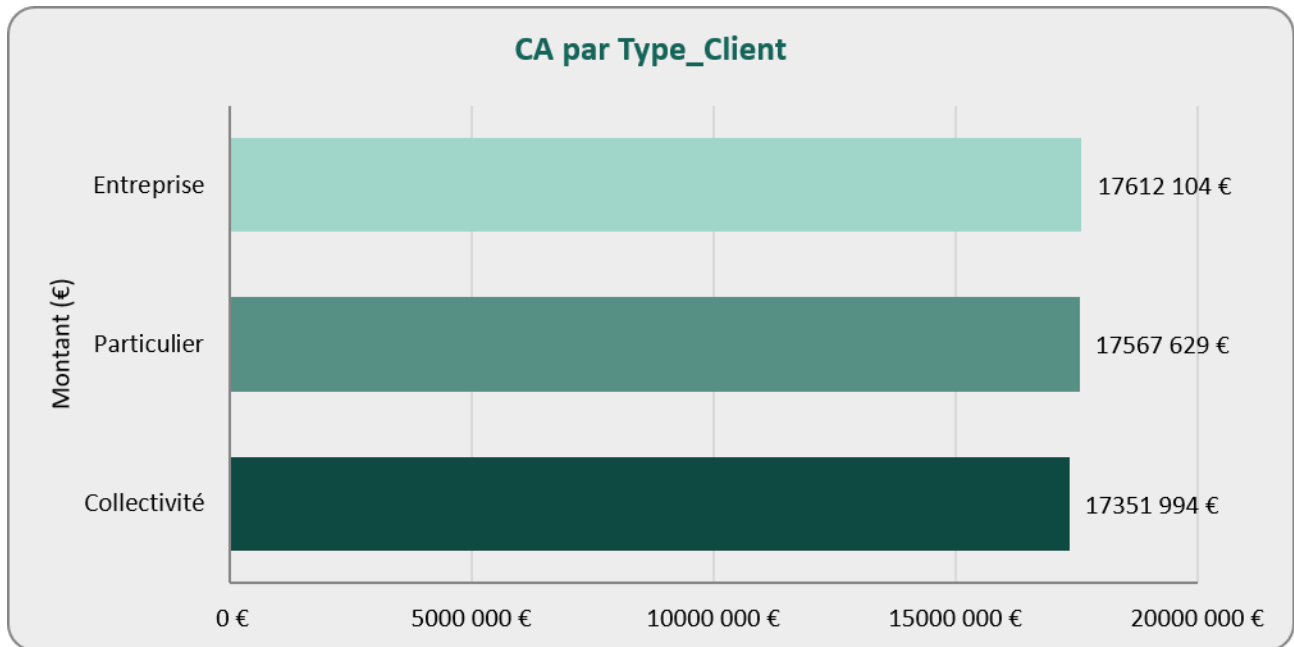
Ce que je vous recommande

- ▶ Mesurez ce que vous dépensez sur chaque canal et comparez ce coût au CA qu'il génère.
- ▶ Google et Facebook affichent les meilleures marges par intervention (respectivement 1 147 et 1 144 euros).
- ▶ Si leur coût d'acquisition est raisonnable, orientez-y une part plus importante de votre budget.

4. ENTREPRISES, PARTICULIERS, COLLECTIVITÉS : UN ÉQUILIBRE PARFAIT QUI VOUS PROTÈGE

CA par Type_Client

Aucun segment ne domine : les trois types de clients pèsent chacun environ 17,5 M€



Ce que les chiffres montrent

Vos trois types de clients contribuent de façon quasi identique : entreprises à 17,6 millions d'euros, particuliers à 17,6 millions, collectivités à 17,4 millions. L'écart total est de 260 000 euros sur 52,5 millions.

Ce que ça signifie pour vous

Si un segment ralentit (par exemple les collectivités en cas de gel budgétaire), les deux autres amortissent le choc. C'est une vraie protection commerciale.

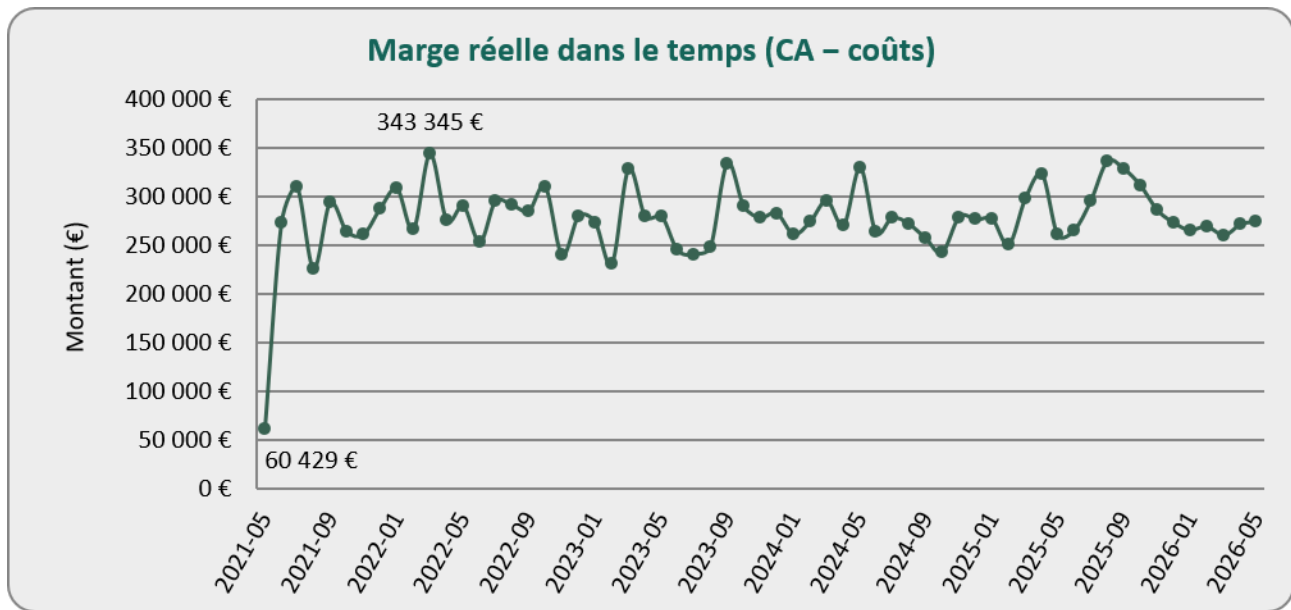
Ce que je vous recommande

- ▶ Maintenez cet équilibre activement : vérifiez chaque trimestre que la répartition ne dérive pas vers une dépendance à un seul segment.
- ▶ Si l'un dépasse 40 % du CA, réorientez vos efforts commerciaux vers les deux autres.

5. VOTRE RENTABILITÉ EST STABLE, MAIS ELLE NE PROGRESSE PAS

Marge réelle dans le temps (CA – coûts)

La marge dépasse 300 000 € en juillet, signe d'une rentabilité qui se confirme



Ce que les chiffres montrent

Votre marge mensuelle tourne régulièrement entre 260 000 et 310 000 euros depuis fin 2021. Pas de pic, pas d'effondrement. Une ligne presque plate.

Ce que ça signifie pour vous

Vos coûts augmentent au même rythme que votre CA. Les gains d'efficacité que vous réalisez peut-être sur le terrain ne se traduisent pas encore dans les chiffres.

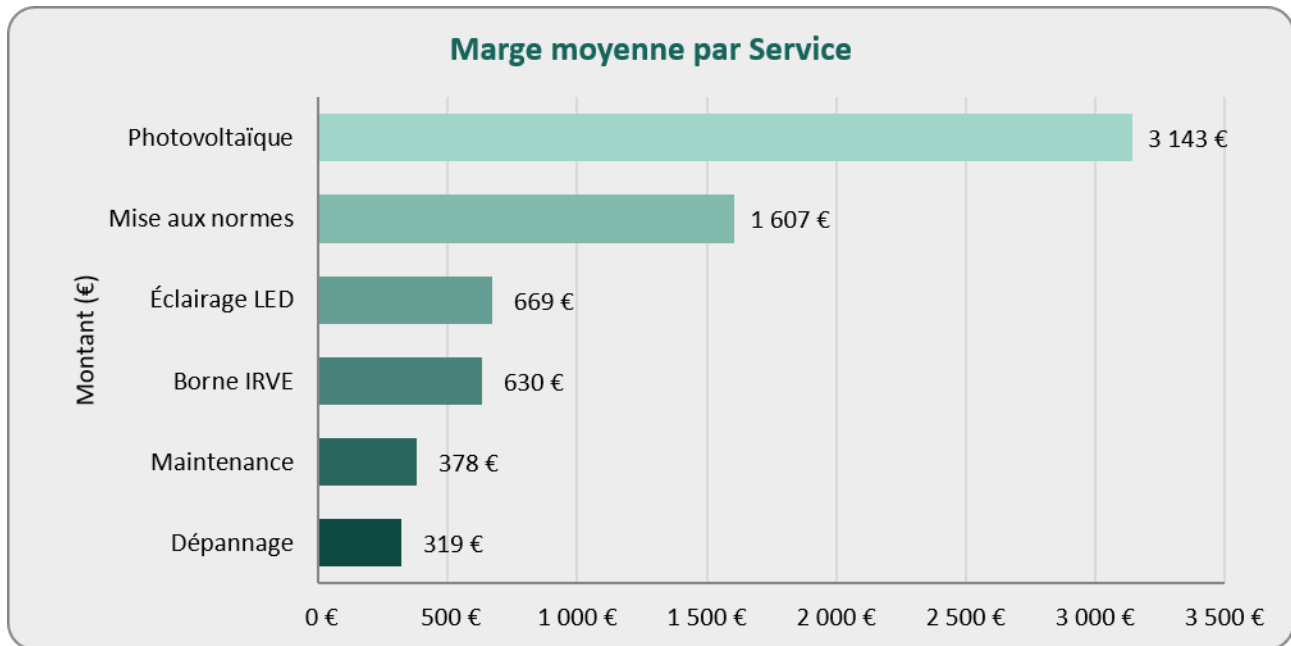
Ce que je vous recommande

- Identifiez les deux ou trois postes de coût qui ont le plus progressé ces 18 derniers mois (matériaux, déplacements, sous-traitance).
- Comparez leur évolution à celle du CA.
- Agissez en priorité sur le poste qui dérive le plus.

6. LE PHOTOVOLTAÏQUE RAPPORTE 10 FOIS PLUS QUE LE DÉPANNAGE PAR CHANTIER

Marge moyenne par Service

Avec 3 143 € de marge moyenne, il génère 5 fois plus qu'une intervention de Maintenance



Ce que les chiffres montrent

La marge moyenne par intervention est de 3 143 euros en photovoltaïque, 1 607 euros en mise aux normes, 669 euros en éclairage LED, 630 euros en borne IRVE. La maintenance tombe à 378 euros et le dépannage ferme la marche à 319 euros. Du premier au dernier, le rapport est de 1 à 10.

Ce que ça signifie pour vous

Chaque chantier photovoltaïque rapporte autant que dix interventions de dépannage. Si vos équipes passent autant de temps sur les deux, vous perdez de l'argent sur chaque heure de dépannage que vous auriez pu consacrer au solaire.

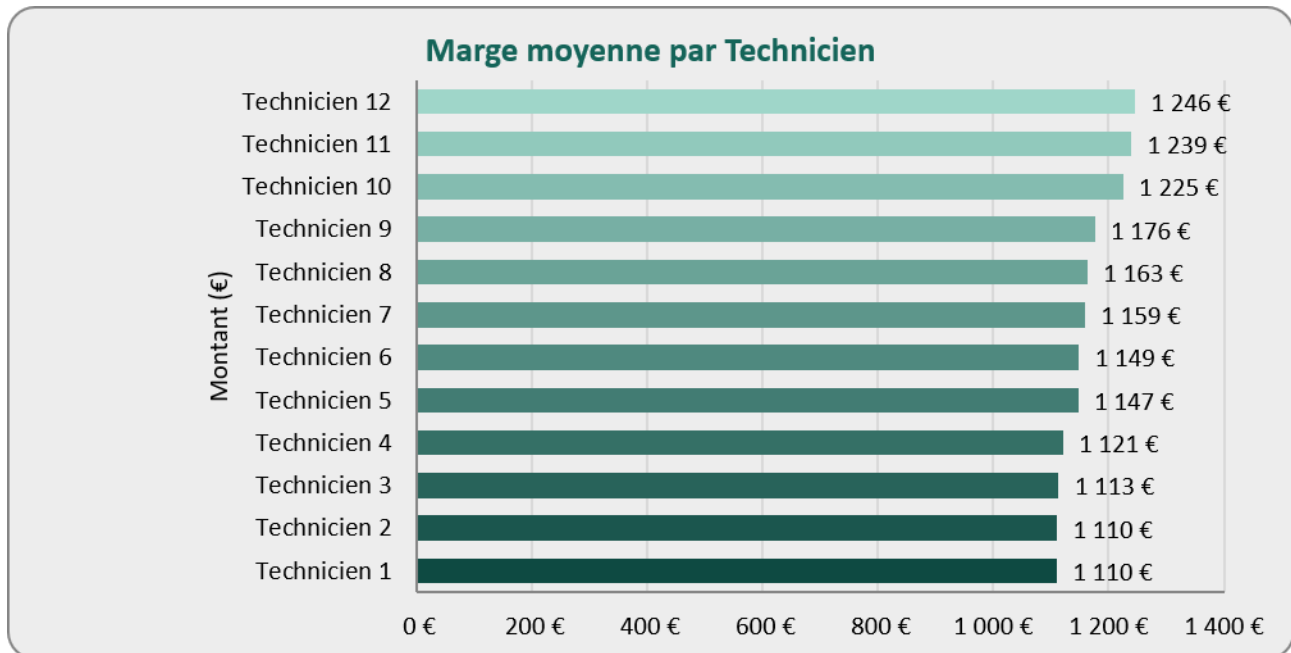
Ce que je vous recommande

- ▶ Miser sur les chantiers solaires et de remise aux normes paie clairement : privilégiez ces deux services dans vos appels d'offres et votre prospection.
- ▶ Sur le dépannage, revoyez votre tarification (forfait déplacement, majoration urgence) ou acceptez de le traiter uniquement comme premier chantier qui ouvre la porte à d'autres.
- ▶ Sur la borne IRVE et la maintenance, étudiez si des contrats groupés à volume permettent de relever la marge.

7. VOS TECHNICIENS SONT HOMOGÈNES EN CA, MAIS PAS TOUT À FAIT EN RENTABILITÉ

Marge moyenne par Technicien

L'écart entre le premier et le dernier est inférieur à 100 € : les performances sont homogènes



Ce que les chiffres montrent

En CA, Thibault Pasquier mène avec 2 326 000 euros, suivi de Joseph Hoarau à 2 321 000 euros et Élisabeth-Marie Pascal à 2 271 000 euros. Les huit premiers sont regroupés dans un écart de seulement 7 %. En marge unitaire, Maurice Collet arrive premier à 1 246 euros par intervention, Patricia du Thibault à 1 239 euros, Joseph Hoarau à 1 225 euros. Le douzième du classement, Noël Bigot-Legros, affiche 1 110 euros. L'écart entre le premier et lui est de 136 euros par intervention, soit 12 %.

Ce que ça signifie pour vous

Vos techniciens font tous un travail sérieux : les volumes sont similaires (650 à 682 interventions chacun). Mais certains gèrent mieux leurs coûts matériaux ou leurs chantiers. Ce 12 % d'écart est récupérable.

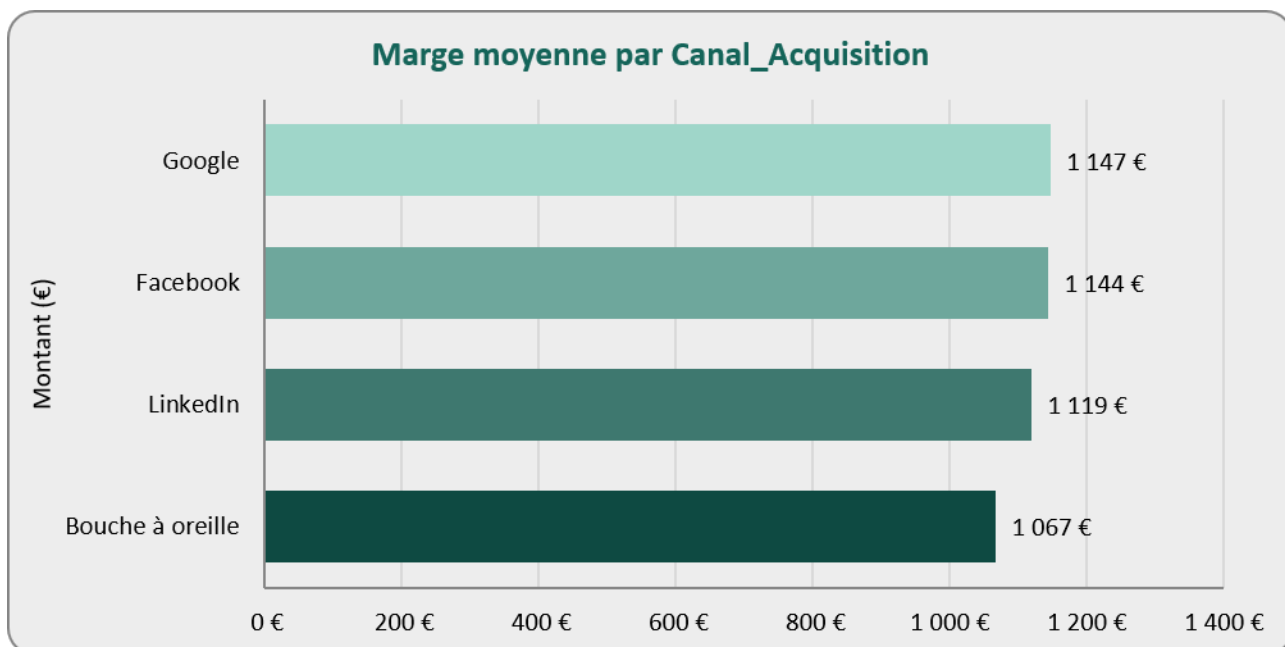
Ce que je vous recommande

- ▶ Regardez ce que font Maurice Collet, Patricia du Thibault et Joseph Hoarau différemment des autres : types de chantiers réalisés, gestion du matériel, temps passé par intervention.
- ▶ Formalisez ces pratiques dans un guide opérationnel et partagez-le à toute l'équipe.
- ▶ Suivez l'écart de marge par technicien chaque mois pour détecter toute dérive.

8. GOOGLE RAPPORTE LA MEILLEURE MARGE PAR CHANTIER, LINKEDIN LE PLUS GROS CA TOTAL

Marge moyenne par Canal_Acquisition

L'écart reste modeste (80 € par intervention), mais Google devance tous les autres canaux



Ce que les chiffres montrent

La marge moyenne par intervention est de 1 147 euros sur Google, 1 144 euros sur Facebook, 1 119 euros sur LinkedIn, 1 067 euros sur le bouche à oreille. L'écart entre Google et le bouche à oreille est de 80 euros, soit 7,5 %. En volume, LinkedIn amène le plus de clients avec 4 119 interventions, ce qui lui donne le CA total le plus élevé à 13,6 millions malgré une marge unitaire inférieure.

Ce que ça signifie pour vous

Google attire des clients qui cherchent activement un électricien : leurs dossiers sont mieux qualifiés et moins négociés. Le bouche à oreille, paradoxalement, génère la marge la plus basse. Cela peut venir de remises accordées aux clients recommandés ou de chantiers plus simples transmis entre voisins.

Ce que je vous recommande

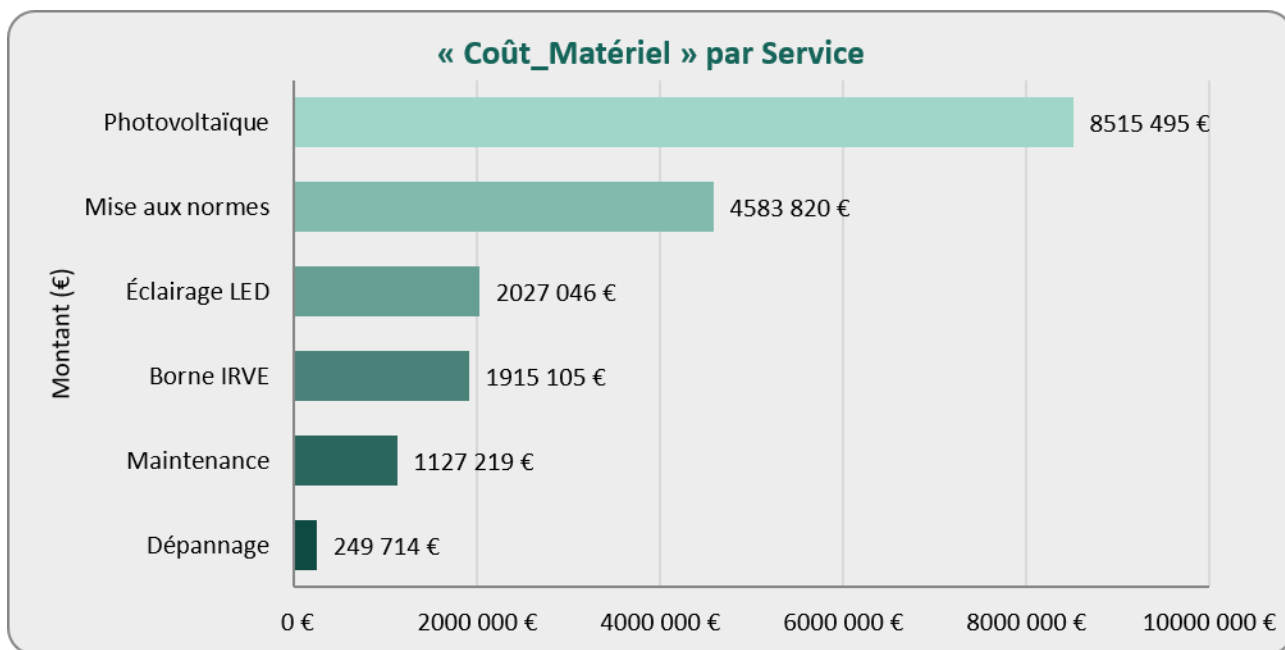
- ▶ Renforcez vos investissements sur Google Ads et le référencement naturel : c'est là que la marge unitaire est la meilleure.
- ▶ Ne touchez pas à LinkedIn qui soutient votre CA global.
- ▶ Sur le bouche à oreille, vérifiez si des remises sont accordées informellement à ces clients : si oui, encadrez-les avec une politique tarifaire écrite.

- ▶ La satisfaction client par canal n'est pas disponible dans les données actuelles.
- ▶ Mettez en place une collecte systématique de cet indicateur pour compléter l'analyse.

9. LE PHOTOVOLTAÏQUE REPRÉSENTE PRESQUE LA MOITIÉ DE VOS ACHATS DE MATÉRIAUX

« Coût_Matériel » par Service

Avec 8,5 M€ de matériel, il représente presque autant que les quatre autres services cumulés



Ce que les chiffres montrent

Le photovoltaïque concentre 8,5 millions d'euros de coûts matériels sur un total d'environ 18,4 millions, soit 46 % du total. La mise aux normes suit à 4,6 millions, l'éclairage LED à 2 millions, la borne IRVE à 1,9 million.

Ce que ça signifie pour vous

Une hausse des prix des panneaux solaires ou des onduleurs affecterait directement et massivement votre rentabilité globale. Votre résultat est exposé à ce risque.

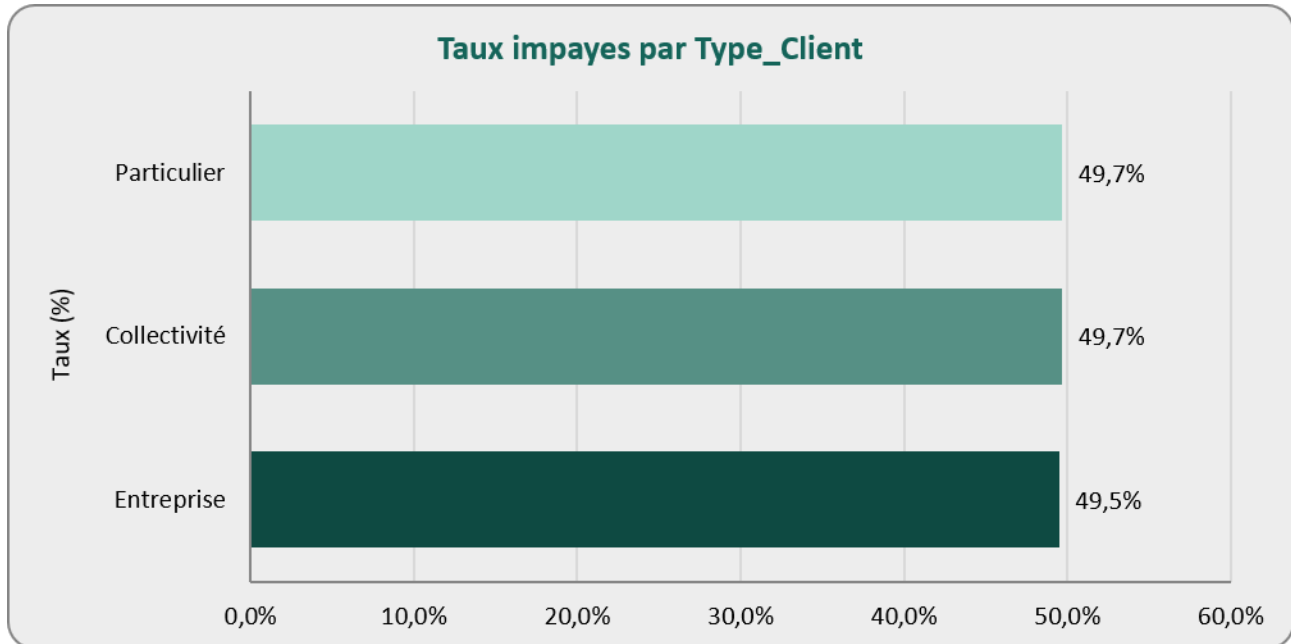
Ce que je vous recommande

- ▶ Négociez des prix fermes avec vos fournisseurs de panneaux sur 12 mois au minimum.
- ▶ Si possible, constituez un stock tampon sur les références les plus utilisées.
- ▶ Surveillez l'évolution du coût matériau photovoltaïque par rapport au prix de vente moyen : si l'écart se resserre, remontez vos tarifs avant de signer de nouveaux devis.

10. LA MOITIÉ DE VOS FACTURES NE SONT PAS ENCORE PAYÉES, QUEL QUE SOIT LE CLIENT

Taux impayés par Type_Client

Le taux d'impayés avoisine 50 % pour les collectivités, les particuliers et les entreprises



Ce que les chiffres montrent

Le taux d'impayés est de 49,7 % chez les collectivités, 49,7 % chez les particuliers, 49,5 % chez les entreprises. Les retards de paiement moyens sont de 9,94 jours pour les collectivités, 9,89 jours pour les particuliers, 9,85 jours pour les entreprises. Les écarts entre segments sont infimes : moins de 0,1 jour.

Ce que ça signifie pour vous

Ce taux de 50 % uniforme sur tous vos types de clients n'est pas un problème de clients difficiles. C'est un problème de processus interne : votre système de relance ne fonctionne pas ou n'existe pas encore.

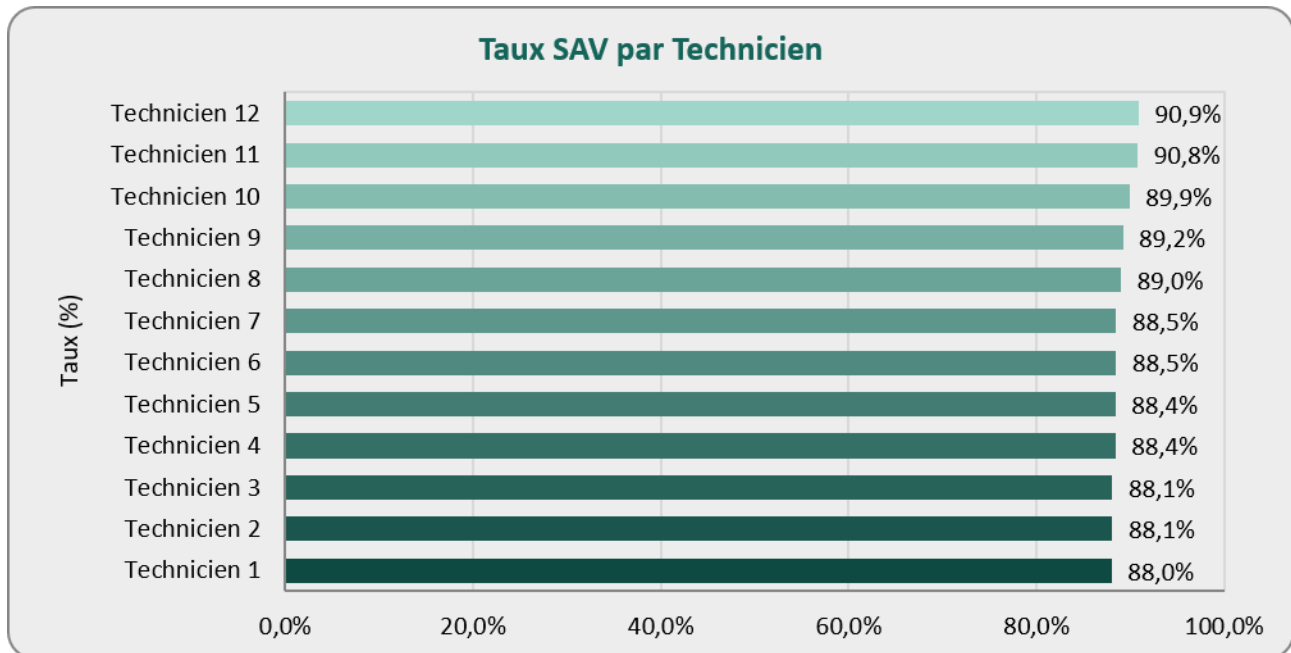
Ce que je vous recommande

- ▶ Mettez en place dès maintenant une relance automatique à J+7, J+15 et J+30 après chaque facture émise.
- ▶ Exigez un acompte de 30 % à la commande sur tous vos chantiers photovoltaïque et mise aux normes.
- ▶ Pour les collectivités, calquez vos échéances de facture sur leurs cycles budgétaires pour éviter les blocages administratifs.
- ▶ Suivez chaque mois le montant encaissé comparé au montant facturé : c'est votre indicateur de suivi principal.

11. UN TAUX DE SAV À 88-91 % : CHIFFRE À VÉRIFIER AVANT D'AGIR

Taux SAV par Technicien

Avec plus de 89 % d'interventions suivies d'un SAV, la qualité d'exécution doit être questionnée



Ce que les chiffres montrent

Le taux de SAV oscille entre 88,4 % (Tech 5) et 90,9 % (Tech 12). Par service, l'écart est inférieur à 0,5 point : entre 87,7 % pour le dépannage et 88,2 % pour le photovoltaïque. Par type de client et par canal d'acquisition, les chiffres bougent à peine.

Ce que ça signifie pour vous

Ce niveau de 88 à 91 % est bien au-delà des taux habituels dans l'électricité, qui tournent autour de 10 à 20 %. Deux explications sont possibles. Soit votre logiciel de gestion compte comme SAV des choses qui ne sont pas des retours qualité : appels de suivi, questions après chantier, demandes administratives. Soit vous avez un vrai problème qualité généralisé. L'absence totale de variation entre techniciens, services et clients pointe vers la première explication.

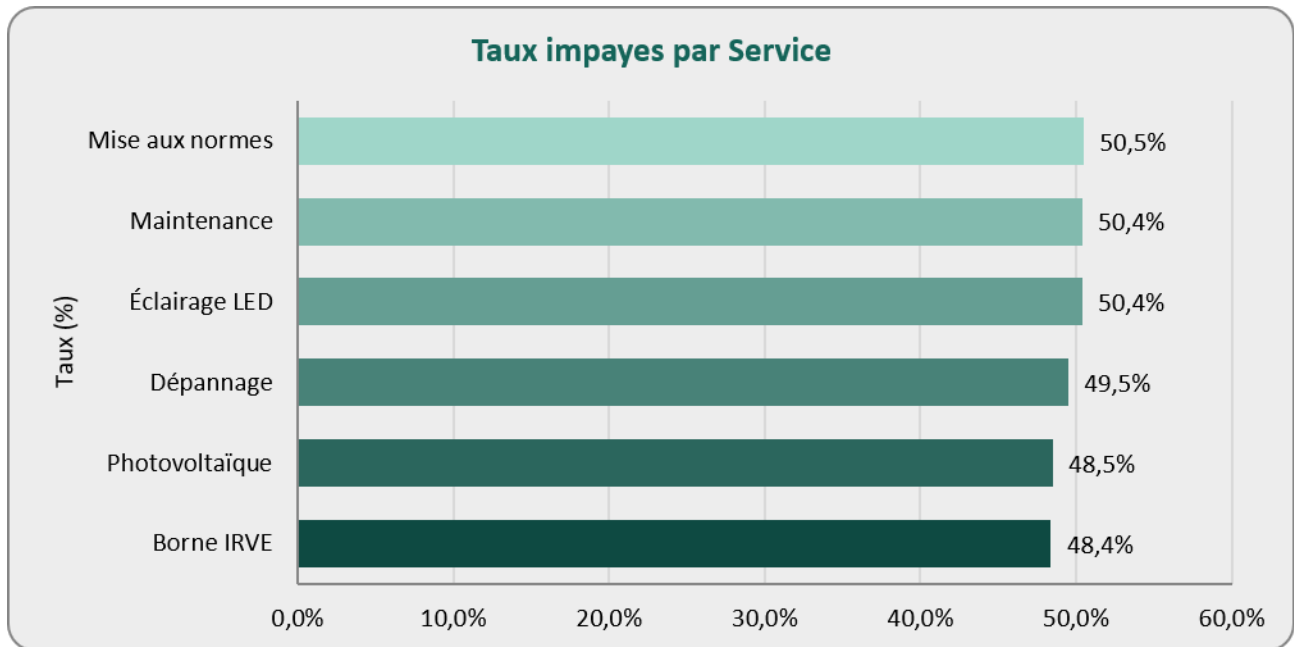
Ce que je vous recommande

- ▶ La première étape est obligatoire avant toute autre action : vérifiez ce que votre logiciel compte vraiment comme SAV.
- ▶ Demandez à votre responsable technique ou à votre gestionnaire d'ouvrir 20 dossiers SAV au hasard et de lister ce qu'ils contiennent.
- ▶ Si l'audit confirme un vrai problème qualité (et non un problème de comptabilisation), alors lancez une analyse des causes les plus fréquentes sur ces dossiers, en croisant technicien, service et type de client.
- ▶ Si c'est un problème de comptabilisation, créez deux indicateurs distincts : un pour les retours qualité réels, un pour les contacts post-intervention sans lien avec la qualité.

12. LES IMPAYÉS FRAPPENT PLUS FORT SUR LA MISE AUX NORMES ET L'ÉCLAIRAGE LED

Taux impayés par Service

Tous les services dépassent 48 % d'impayés : un signal d'alerte transversal pour la trésorerie



Ce que les chiffres montrent

Le taux d'impayés par service va de 48,4 % sur la borne IRVE jusqu'à 50,5 % sur la mise aux normes. L'éclairage LED et la maintenance sont à 50,4 %. Le photovoltaïque et la borne IRVE s'en sortent un peu mieux à 48,5 % et 48,4 %.

Ce que ça signifie pour vous

Le photovoltaïque et la borne IRVE ont probablement déjà des acomptes ou des financements bancaires intégrés au processus, ce qui explique leur meilleur taux. Les autres services n'ont pas ce filet.

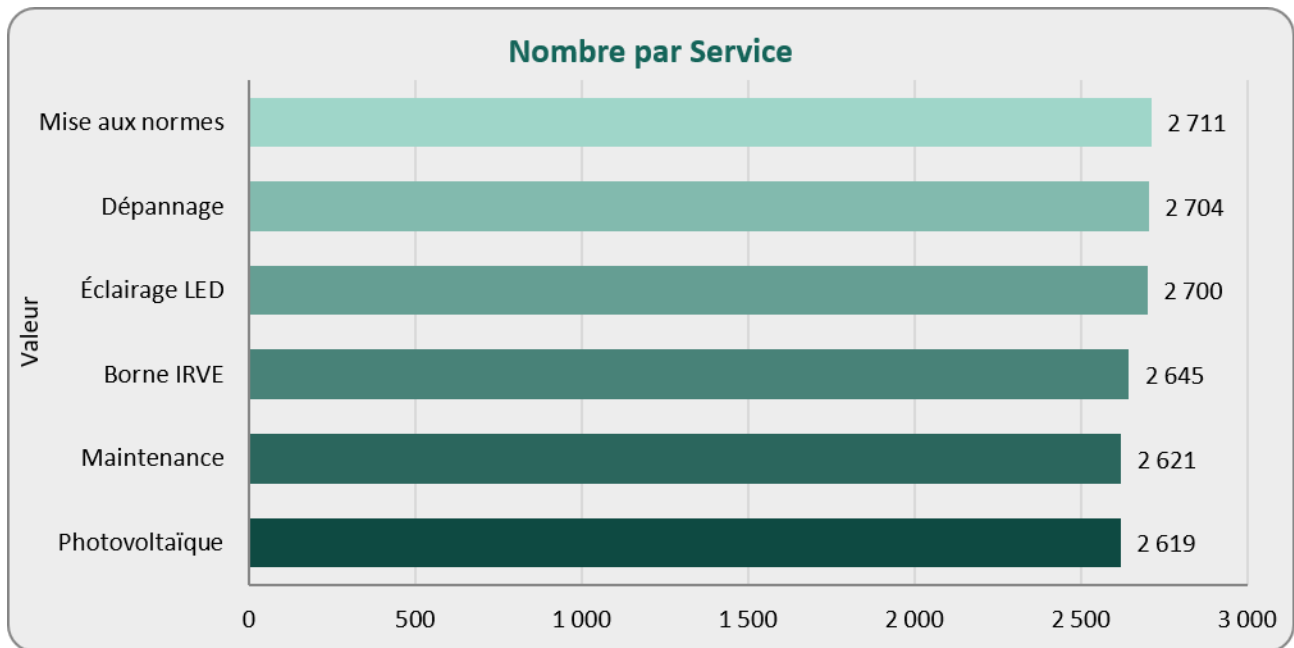
Ce que je vous recommande

- ▶ Appliquez la même logique d'acompte obligatoire à la mise aux normes, à l'éclairage LED et à la maintenance.
- ▶ Commencez par les chantiers au-dessus de 2 000 euros.
- ▶ Cela ne freinera pas vos clients sérieux et réduira mécaniquement votre encours impayé sur ces services.

13. VOS SIX SERVICES ONT DES VOLUMES PRESQUE IDENTIQUES : C'EST VOLONTAIRE, MAIS RISQUÉ

Nombre par Service

Chaque service tourne autour de 2 650 interventions : la charge est bien distribuée



Ce que les chiffres montrent

Le nombre d'interventions par service va de 2 619 pour le photovoltaïque à 2 711 pour la mise aux normes. Tous les six sont dans un écart de moins de 100 interventions sur 4,5 ans.

Ce que ça signifie pour vous

Cet équilibre parfait cache de fortes disparités de valeur : vous mobilisez autant de ressources sur le dépannage (267 euros de CA moyen par intervention) que sur le photovoltaïque (9 300 euros de CA moyen par intervention). Vos ressources ne sont pas allouées selon la rentabilité.

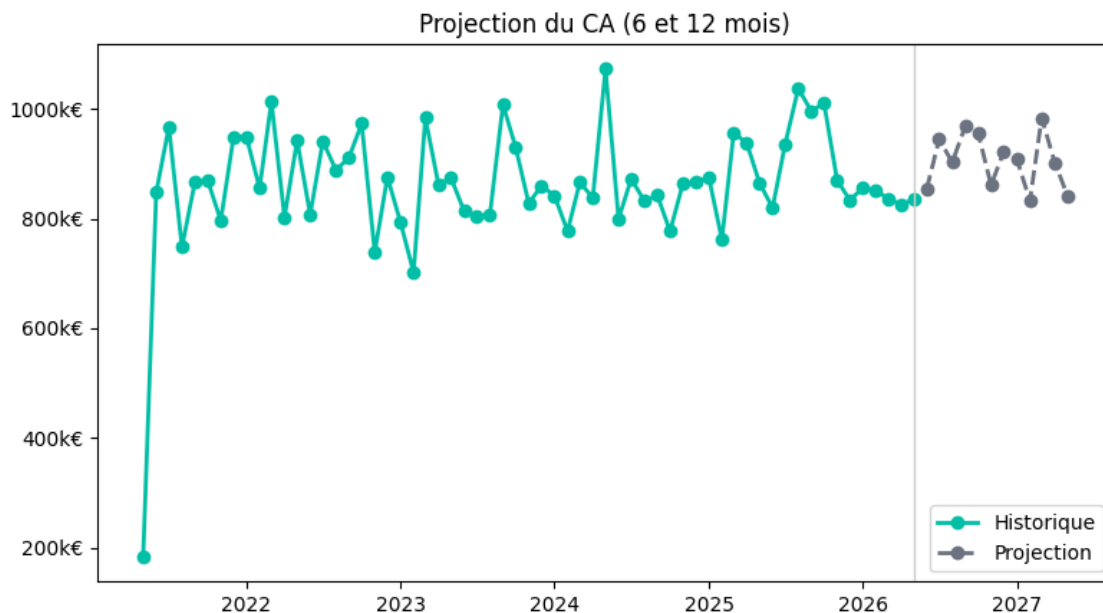
Ce que je vous recommande

- ▶ Décidez d'un objectif de répartition cible pour les 12 prochains mois.
- ▶ Par exemple : augmenter le volume photovoltaïque de 15 % et réduire le volume dépannage de 10 %.
- ▶ Suivez cette répartition chaque trimestre et ajustez votre prospection en conséquence.

CE QUE VOS CHIFFRES PRÉVOIENT POUR LES 12 PROCHAINS MOIS

CA prévu sur 6 mois	CA prévu sur 12 mois
5.5 M€	10.9 M€

Sur les six prochains mois, je prévois un CA d'environ 5,49 millions d'euros, et 10,88 millions sur les douze prochains mois. Ces projections reposent sur la tendance linéaire de vos 4,5 ans d'historique, ajustée des indices saisonniers calculés sur au moins 24 mois. Elles ne tiennent pas compte d'une éventuelle amélioration du recouvrement : si vous encaissez mieux, ces chiffres seront dépassés.



VOTRE PLAN D'ACTION : CE QUE JE VOUS PROPOSE MAINTENANT

Voici les 5 actions les plus importantes, classées par impact. Chaque action est concrète et chiffrée.

1. Récupérer les 26 millions d'impayés : c'est votre priorité absolue

Votre CA total sur la période analysée est d'environ 52,5 millions d'euros. Avec un taux d'impayés de 49,5 à 50,5 % selon les segments, c'est environ 26 millions d'euros qui ne sont pas encore encaissés. Ce n'est pas un problème de mauvais payeurs : le taux est identique chez les entreprises, les particuliers et les collectivités, sur tous vos services. Votre processus de relance est inexistant ou inefficace. Désignez dès cette semaine un responsable interne chargé du suivi des impayés. Mettez en place une relance à J+7, J+15 et J+30 après chaque émission de facture. Exigez un acompte de 30 % à la commande sur tous les chantiers photovoltaïque et mise aux normes. À 30 jours, évaluez si confier les dossiers en retard à une société de recouvrement spécialisée est pertinent pour votre volume.

Impact estimé : Ramener le taux d'impayés de 50 % à 30 % libérerait environ 10,5 millions d'euros de trésorerie sur votre encours actuel de 26 millions d'euros. C'est du cash disponible dans votre entreprise, pas un chiffre d'affaires supplémentaire à aller chercher.

2. Miser davantage sur le photovoltaïque pour faire progresser votre marge

Le photovoltaïque génère 3 143 euros de marge par chantier contre 319 euros pour le dépannage. Pourtant, les deux services réalisent un volume quasi identique (2 619 contre 2 704 interventions). Vous n'exploitez pas encore votre meilleur service à sa pleine capacité. Réorientez une partie de votre budget acquisition vers des campagnes photovoltaïque ciblées sur Google (1 147 euros de marge par intervention) et Facebook (1 144 euros). L'objectif concret : augmenter votre volume photovoltaïque de 15 %, soit 393 chantiers supplémentaires sur 12 mois.

Impact estimé : 393 chantiers supplémentaires à 3 143 euros de marge chacun représentent un gain de marge estimé à 1 235 000 euros sur l'année.

3. Comprendre votre taux de SAV avant de dépenser un euro pour le corriger

Votre taux de SAV oscille entre 88 et 91 % sur tous vos techniciens. Ce chiffre est probablement faussé par la façon dont les retours sont enregistrés dans votre logiciel de gestion : il faut d'abord vérifier ce que votre outil compte vraiment comme SAV, et non supposer un vrai problème de qualité. Commencez par ouvrir 20 dossiers SAV au hasard avec votre responsable technique. Listez ce qu'ils contiennent réellement. Si l'audit confirme un vrai problème qualité (et non un problème de comptabilisation), lancez alors un plan correctif ciblé sur les causes les plus fréquentes. Si c'est un problème d'enregistrement, créez deux indicateurs distincts : retours qualité réels d'un côté, contacts post-intervention sans problème de l'autre.

Impact estimé : L'impact financier dépend du résultat de l'audit. Si un vrai problème qualité est confirmé et que vous estimez en interne le coût d'une intervention SAV, vous pourrez calculer l'économie potentielle. Sans cet audit préalable, aucun chiffre fiable ne peut être avancé.

4. Transformer chaque intervention de dépannage en porte d'entrée vers un chantier plus rentable

Le dépannage représente 2 704 interventions pour seulement 723 000 euros de CA total, soit 267 euros de CA moyen par chantier et 319 euros de marge unitaire, le plus bas de tous vos services. Ce service mobilise vos techniciens pour un retour financier minimal. Plutôt que de le supprimer, positionnez-le comme premier chantier qui ouvre la porte à d'autres : à chaque intervention de dépannage, votre technicien repart avec un devis de mise aux normes ou de maintenance proposé au client. Si 1 dépannage sur 10 débouche sur un devis de mise aux normes accepté, cela représente 270 chantiers supplémentaires.

Impact estimé : 270 conversions vers la mise aux normes à 1 607 euros de marge chacune : gain de marge estimé à 434 000 euros, soit une hausse de 13 % sur votre marge annuelle actuelle estimée à 3 380 000 euros.

5. Diffuser les pratiques de vos meilleurs techniciens à toute l'équipe

Maurice Collet affiche une marge de 1 246 euros par intervention, contre 1 110 euros pour Noël Bigot-Legros (douzième du classement). L'écart est de 136 euros, soit 12 %. Ce n'est pas un écart de motivation : c'est probablement une différence de pratiques sur la gestion du matériel, le temps passé par chantier ou le type de dossiers traités. Organisez une session d'observation avec Maurice Collet, Patricia du Thibault (1 239 euros) et Joseph Hoarau (1 225 euros) pour identifier ce qu'ils font concrètement différemment. Formalisez ces pratiques dans un document opérationnel d'une à deux pages, partagé à l'ensemble de l'équipe.

Impact estimé : Si la moitié de l'écart est comblée sur 16 000 interventions annuelles, le gain moyen est de 68 euros par intervention, soit 1 088 000 euros de marge supplémentaire par an.

POUR CONCLURE

Trois chantiers concentrent l'essentiel du potentiel identifié.

Le premier, et le plus immédiat : désigner un responsable interne du recouvrement et lancer les relances systématiques cette semaine. Environ 26 millions d'euros de factures non encaissées attendent une action concrète.

Le deuxième : lancer l'audit de votre champ SAV dans votre logiciel avant toute autre décision sur ce sujet.

Le troisième : orienter vos prochaines campagnes acquisition vers le photovoltaïque sur Google et Facebook pour aller chercher les 1 235 000 euros de marge supplémentaire identifiés. Tout ce qu'il vous faut pour agir est dans ce rapport.



DONNÉES PERSONNELLES (RGPD)

Les données collectées sont utilisées exclusivement pour l'établissement et le suivi de cette prestation. Conformément au RGPD, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et de suppression.

Contact : m.hebert.aurelien.pro@gmail.com

Merci pour votre confiance !