Spot To Site

Trouver tes 10 premiers clients *artisans.*

Le guide pratique pour les freelances web : où chercher, quoi montrer, quoi écrire, quand relancer. Sans fichier acheté, sans appel à froid.

01 · LA CIBLE

Pourquoi les artisans sans site sont la meilleure cible

Un plombier, un couvreur ou un serrurier sans site n'est pas un client difficile. C'est un client qu'on n'a jamais bien abordé. Il a déjà une activité, des clients et souvent de bons avis Google. Ce qui lui manque, c'est du temps, pas de l'intérêt.

Ce qui joue pour toi

- Il est facile à trouver : sa fiche Google est publique, avec son métier, sa ville et son téléphone.
- Son besoin est visible : pas de site, ou une fiche incomplète (pas d'horaires, pas de photos, pas de description).
- La décision est rapide : c'est lui qui décide, pas un service achats.

Pourquoi il ne répond pas (d'habitude)

Parce qu'on lui vend une promesse. « Je peux vous faire un site » l'oblige à imaginer le résultat, à faire confiance à un inconnu et à trouver le temps de répondre. Entre deux chantiers, il ne le fera pas.

La règle de ce guide : ne vends pas un site. Montre-lui **le sien**, déjà fait, avant même le premier échange.

02 · OÙ CHERCHER

Trouver les bons prospects sur Google Maps

1. **Un métier, une zone.** Commence petit : « plombier » + ta ville ou un arrondissement. Tu vas plus vite quand tu parles la langue d'un seul métier.
2. **Ouvre les fiches une par une.** Tu cherches celles où le champ « Site web » est vide.
3. **Garde celles qui vivent.** Des avis récents et des horaires renseignés : l'entreprise tourne, elle a de quoi payer.
4. **Note les signaux faibles.** Pas de photos, pas de description, des horaires absents : ce sont tes arguments pour plus tard.

SIGNAL SUR LA FICHE	CE QUE ÇA TE DIT
Pas de site web	Ta cible principale
Bonne note, beaucoup d'avis	Clients contents, budget probable
Horaires ou description manquants	Un argument concret pour l'audit
Photos absentes ou floues	Il ne soigne pas son image en ligne

Fais une liste de 20 à 30 entreprises pour commencer. C'est assez pour tester tes messages sans t'épuiser.

03 · LA PREUVE

Préparer ce que tu vas montrer

Avant d'écrire, prépare une preuve pour chaque prospect. C'est elle qui fait répondre.

1. Une maquette à son nom

Une page d'accueil simple avec son nom, son métier, sa ville, son téléphone et ses meilleurs avis. Pas besoin d'un site fini : il faut qu'il se reconnaisse en trois secondes.

2. L'audit de sa fiche Google

Trois ou quatre points factuels : ce qui est bien (ses avis), ce qui manque (horaires, photos, description, catégories). Reste sur ce qu'on peut vérifier, ne promets jamais un classement.

3. Un lien facile à ouvrir

L'artisan lit sur son téléphone, souvent entre deux chantiers. Un lien qui s'ouvre directement, sans compte ni téléchargement.

Le temps que ça prend à la main : plusieurs heures pour une vingtaine de prospects. C'est exactement ce que Spot To Site prépare en quelques minutes : les fiches, la maquette et l'audit de chaque prospect.

04 · LES MESSAGES

Les 3 messages qui font répondre

Court, personnel, avec la preuve dedans. Pas de pitch, pas de tarif dans le premier message.

WHATSAPP OU SMS

Bonjour [Prénom], je suis [ton prénom], je fais des sites pour les artisans de [ville]. J'ai vu que [Entreprise] n'avait pas encore de site, alors je vous en ai préparé un aperçu : [lien]. Dites-moi ce que vous en pensez, même si c'est non.

E-MAIL

Objet : Le site de [Entreprise]

Bonjour [Prénom],
vos clients vous notent [note] sur Google, mais ceux qui vous cherchent ne trouvent pas de site. J'ai préparé un aperçu à votre nom : [lien]. J'ai aussi relevé ce qui manque sur votre fiche Google : [lien audit]. Si ça vous intéresse, je vous explique en 10 minutes.

RELANCE

Bonjour [Prénom], je me permets de revenir vers vous pour l'aperçu du site de [Entreprise] : [lien]. Si ce n'est pas le moment, pas de souci, dites-le-moi simplement.

Envoie toi-même, depuis ton téléphone ou ta boîte mail. Un message envoyé par un humain, à la bonne personne, vaut mieux que cent messages automatiques.

05 · RELANCER ET CONCLURE

Quand relancer, et comment passer au devis

QUAND	QUOI
Jour 0	Premier message avec la maquette
Jour 2	Relance courte, même lien
Jour 5	Nouvel angle : l'audit de sa fiche Google
Jour 10	Dernier message, poli, puis tu arrêtes

Au premier appel, pose ces questions

- D'où viennent vos clients aujourd'hui ?
- Qu'est-ce qui vous ferait gagner du temps : moins d'appels pour rien, plus de demandes de devis ?
- Qu'est-ce que vous changeriez sur l'aperçu ?

Tu repars avec ses réponses, tu ajustes la maquette, et tu envoies un devis simple : une page, un prix, un délai.

Faire tout ça en quelques minutes. Spot To Site trouve les entreprises sans site de ta zone, prépare pour chacune une maquette et l'audit de sa fiche Google, et te donne le message prêt à envoyer. C'est toi qui appuies sur Envoyer.

Découvrir Spot To Site →