

PLANVENTE.FR

Plan d'action 90 jours — Lavage Automobile & Detailing Mobile

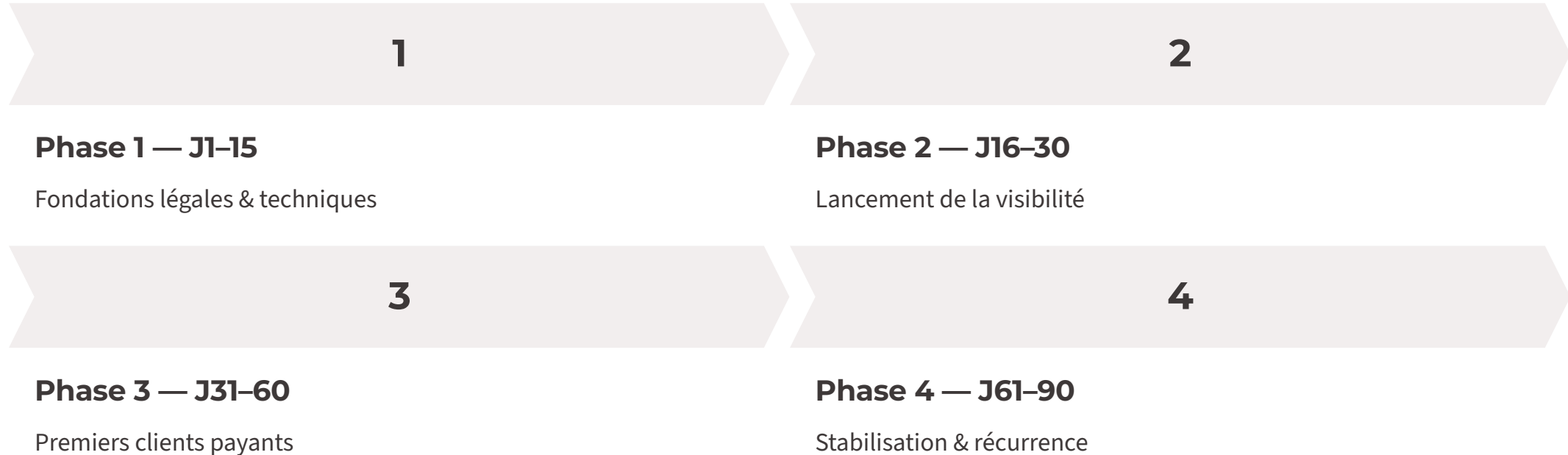
Du lancement à la stabilisation — Débutant complet — Juin 2026

Code NAF : 4520Z / 4529Z | Modèle : Mobile pur (recommandé débutant)

 Ce plan d'action est une référence sectorielle adaptée au modèle mobile. Les délais et résultats varient selon votre zone géographique, votre stratégie commerciale et votre capacité à mobiliser du temps. **PlanVente ne garantit aucun résultat financier.**

Vue d'ensemble des 90 jours

Ce plan est conçu pour un débutant complet qui lance un service de detailing mobile. Chaque phase a des objectifs clairs, des actions concrètes et des indicateurs de succès mesurables. Les tâches s'enchaînent dans un ordre logique : vous ne pouvez pas prospecter efficacement avant d'avoir votre portfolio, et vous ne pouvez pas lancer des abonnements avant d'avoir vos premiers clients fidèles.



1

Phase 1 — J1–15

Fondations légales & techniques

2

Phase 2 — J16–30

Lancement de la visibilité

3

Phase 3 — J31–60

Premiers clients payants

4

Phase 4 — J61–90

Stabilisation & récurrence

 AVANT DE COMMENCER

3 actions non négociables avant tout lancement

Ces trois actions doivent être réalisées en priorité absolue, avant d'encaisser le moindre euro ou d'intervenir sur un véhicule client.

1

Contacter la mairie

Contactez le service assainissement / SPANC de votre mairie pour connaître vos obligations en matière de gestion des eaux usées.  **Critique — risque pénal réel (art. L.216-6 Code Environnement).**

2

Souscrire la RC Pro

Souscrivez votre Responsabilité Civile Professionnelle couvrant les dommages sur véhicules clients **AVANT le premier client**. Un seul incident sans couverture peut tout ruiner.

3

Valider le statut juridique

Consultez un expert-comptable ou la CCI pour valider le statut juridique adapté à votre situation (micro / EURL / SASU) **avant toute immatriculation.**

Fondations légales, techniques et matérielles

Objectif de phase : Être légalement en règle, techniquement prêt et disposer d'un portfolio de 10 à 20 photos de résultats réels avant d'encaisser le premier euro.



A — Cadre juridique

Valider le statut, s'immatriculer, ouvrir un compte bancaire professionnel dédié.



B — Assurances

RC Pro, assurance véhicule usage pro, 3 devis comparatifs avant le premier client.



C — Matériel

Kit de démarrage opérationnel, tests sur matériaux, organisation du véhicule de travail.



D — Offre & tarifs

3 prestations claires avec prix affichés, coût de revient calculé, enquête locale concurrents.



E — Portfolio photos

5 à 10 prestations tests gratuites sur proches, 10 à 20 photos avant/après de qualité.

A — Cadre juridique et administratif

Action à réaliser	Objectif / Résultat attendu
Consulter la CCI ou un expert-comptable pour valider le statut juridique adapté	Choix statut validé (micro / EURL / SASU) — ne pas immatriculer sans ce rdv
S'immatriculer sur guichet-entreprises.fr (micro-entreprise : gratuit, 1–5 jours)	SIRET obtenu — numéro de TVA intra si applicable
Contacteur France Travail avant immatriculation si demandeur d'emploi (ARCE / maintien ARE)	Droits ARE préservés — dispositif le plus avantageux identifié
Ouvrir un compte bancaire professionnel dédié	Séparation pro/perso effective — obligatoire en société, fortement recommandé en micro
Contacteur le service assainissement / SPANC de votre mairie	Obligations de gestion des eaux usées connues —  CRITIQUE avant le premier client

B & C — Assurances et matériel de démarrage

B — Assurances (avant le premier client)

- Souscrire une **RC Professionnelle** couvrant les dommages sur véhicules clients — contrat signé et en vigueur AVANT toute prestation
- Déclarer l'usage professionnel de votre véhicule à votre assureur auto — garantie valide pour usage commercial
- Demander **3 devis** d'assureurs spécialisés (RC Pro + véhicule + matériel) — meilleur rapport garanties/prix identifié, budget annuel connu

C — Matériel et produits

- Acquérir le matériel de base : aspirateur eau/poussière pro, microfibres, produits essentiels — kit de démarrage opérationnel, **ne pas acheter plus que nécessaire au début**
- Tester chaque produit sur différents matériaux (tissu, cuir, plastique, verre, carrosserie) — aucun risque de dommage sur véhicule client, maîtrise des réactions chimiques
- Organiser le véhicule de travail (rangement, fixations, propreté) — image professionnelle dès la première visite client

D & E — Offre tarifaire et portfolio photos

D — Offre et tarifs

- Définir **3 prestations claires avec prix affichés** (ex : Essentiel / Complet / Premium) — grille tarifaire simple, lisible, défendable par la qualité — éviter la guerre des prix
- Calculer le **coût de revient réel** de chaque prestation (produits + temps + trajet + charges) — prix couvrant toutes les charges, marge positive sur chaque prestation
- Enquête locale : appeler 3 à 5 concurrents en se présentant comme client pour connaître leurs tarifs — positionnement tarifaire cohérent avec le marché local

E — Portfolio photos (indispensable avant tout lancement)

- Réaliser **5 à 10 prestations tests gratuites** sur véhicules de proches (famille, amis) — 10 à 20 photos avant/après de qualité, la base de toute prospection
- Photographier chaque prestation test : avant (avec mauvais éclairage), après (lumière directionnelle) — contenu visuel authentique, éviter les photos trop retouchées
- Trier et sélectionner les **10 meilleures photos**, les organiser par type de prestation — portfolio structuré prêt à publier sur tous les canaux

✓ **Indicateurs de succès Phase 1** : SIRET obtenu | RC Pro souscrite | Mairie consultée sur eaux usées | Grille tarifaire finalisée | 10+ photos avant/après disponibles | Matériel opérationnel

PHASE 2 — J16 À J30

Lancement de la visibilité en ligne

Objectif de phase : Exister en ligne, décrocher les 5 premiers avis Google et générer les premiers contacts entrants avant la fin du mois.



A — Google Business Profile

Priorité absolue. Fiche vérifiée, 20+ photos, description optimisée, messagerie activée.



B — TikTok + Instagram

Profils professionnels créés, première vidéo avant/après publiée, portfolio en ligne.



C — Système de réservation

Calendly configuré, WhatsApp Business actif, modèle de devis et facture prêt.



D — Prospection B2B

10 garages approchés en personne, 5 VTC contactés, 1 démo gratuite proposée.



E — Offre de lancement & avis

-30% sur la 1ère prestation contre avis Google.
Objectif : 5+ avis initiaux.

A — Google Business Profile : priorité absolue

Action à réaliser	Objectif / Résultat attendu
Créer et vérifier la fiche Google Business Profile (maps.google.com/business — gratuit)	Fiche vérifiée et visible dans Google Maps — 3 à 5 jours pour la vérification par courrier
Renseigner 100% des informations : zone de service, téléphone, site/liens réservation, horaires	Fiche complète = meilleur référencement local
Ajouter 20+ photos de qualité : avant/après, matériel, vous en action	Fiche visuelle qui donne confiance avant même le premier contact
Rédiger une description optimisée (150–300 mots) avec vos prestations + zone géographique	Référencement local amélioré sur les recherches "detailing [votre ville]"
Créer un lien court vers votre fiche d'avis Google (via Google Business Manager)	Lien prêt à envoyer par SMS après chaque prestation satisfaisante
Activer la messagerie Google — répondre à chaque message dans les 2h	Signal positif pour l'algorithme Google + taux de conversion amélioré

B — Réseaux sociaux : TikTok + Instagram

TikTok — Canal organique prioritaire

- Créer un profil TikTok professionnel : nom clair (prenom.detailing ou votre ville), bio avec zone + lien réservation — présence active sur le canal organique le plus puissant pour ce secteur
- Publier la **1ère vidéo avant/après** sur TikTok (filmer le processus, monter en 60s avec CapCut) — pas de production parfaite requise, l'authenticité prime
- Objectif semaine 3 : **1 vidéo TikTok minimum** — l'algorithme récompense la régularité

Instagram — Galerie et preuve sociale

- Créer un profil Instagram professionnel : même identité visuelle, même bio, même lien — présence multicanale cohérente, les clients cherchent sur les deux plateformes
- Publier les **10 meilleures photos de portfolio** sur Instagram (carrousel ou posts individuels) — galerie visible et crédible dès le lancement, preuve sociale immédiate
- Objectif semaine 3 : **3 posts Instagram + 1 Réel minimum** — rythme de publication établi

C & D — Système de réservation et prospection B2B initiale

C — Système de réservation

- Créer un compte **Calendly gratuit** et configurer vos créneaux disponibles — lien de réservation en ligne opérationnel, moins de friction pour le client
- Ajouter le lien Calendly dans la bio Instagram, profil TikTok et fiche Google — réservation possible depuis tous vos points de contact
- Configurer **WhatsApp Business** (nom pro, photo, description, horaires) — canal de communication professionnel, réponse rapide = confiance
- Créer un modèle de devis et facture conforme (Facture.net ou Shine — gratuit/abordable) — premiers devis envoyés en 2 minutes, image professionnelle

D — Prospection B2B initiale

- Identifier **10 garages indépendants** dans votre zone et s'y rendre en personne avec 3 photos avant/après — minimum 1 contact intéressé par une démonstration gratuite
- Contacter **5 chauffeurs VTC** dans votre zone (TikTok, groupes Facebook VTC locaux, Uber driver app) — minimum 1 VTC acceptant un pack d'essai
- Proposer une **prestation de démonstration gratuite** à 1 garage ou concessionnaire — premier contrat B2B potentiel, la démo vaut 10 fois un argumentaire

✔️ **Indicateurs de succès Phase 2 :** Fiche Google vérifiée + 5+ avis | TikTok et Instagram actifs avec contenu | Calendly opérationnel | 10 garages approchés | 1ère vidéo avant/après publiée

PHASE 3 — J31 À J60

Premiers clients payants et avis Google

Objectif de phase : Atteindre 10 à 15 prestations payantes sur le mois, obtenir 10+ avis Google, signer le premier contrat B2B et commencer à mesurer la marge réelle.

A — Exécution rigoureuse

Photo état initial systématique, confirmation + rappel SMS, lien avis Google dans les 2h, journal de bord.

B — Réseaux sociaux

1 vidéo TikTok/semaine minimum, 3-4 contenus Instagram/semaine, réponse à tous les commentaires dans les 2h.

C — Premier contrat B2B

Relance garages/VTC avec avis Google, pack VTC d'essai, démo concessionnaire, bon de commande formalisé.

D — Fidélisation

CRM Google Sheets, programme parrainage avec les 3 meilleurs clients, relance J+30 des clients lancement.

E — Bilan financier

CA réel calculé vs prévisionnel, coût de revient réel, cotisations URSSAF trimestre 1 provisionnées.

A — Exécution des prestations avec rigueur

Action à réaliser	Objectif / Résultat attendu
Photographier SYSTÉMATIQUEMENT l'état initial du véhicule avant toute intervention	Protection juridique totale + contenu avant/après authentique pour les réseaux
Envoyer une confirmation de réservation + rappel SMS la veille à chaque client	0 oubli, 0 retard — ponctualité = premier facteur de recommandation
Envoyer le lien d'avis Google par SMS dans les 2h suivant la prestation	Taux de conversion en avis maximal — le client est encore satisfait
Photographier le résultat final sous différents angles et lumières	Contenu réseaux sociaux en stock — 1 prestation = 1 publication potentielle
Tenir un journal de bord simple : date, type de prestation, CA, temps passé, produits utilisés	Base pour calculer le coût de revient réel et identifier les prestations les plus rentables

C & D — Premier contrat B2B et fidélisation clients

C — Premier contrat B2B

- Relancer les garages et VTC contactés en phase 2 avec un compte rendu de vos premiers avis Google — crédibilité renforcée, les avis changent la perception des professionnels
- Proposer un **pack VTC d'essai : 4 prestations pour le prix de 3** (offre limitée dans le temps) — premier contrat B2B signé, récurrence immédiate, CA mensuel sécurisé
- Réaliser la prestation de démonstration pour le garage ou concessionnaire approché en phase 2 — conversion en contrat VO ou accord de principe, présenter une facture pro
- Formaliser le premier accord B2B avec un **bon de commande ou contrat simple** — relation commerciale professionnelle, protection juridique des deux parties

D — Suivi commercial et fidélisation

- Créer un **tableau de suivi client simple (Google Sheets)** : nom, contact, prestations, date, montant — base CRM opérationnelle, aucun client oublié, relance planifiée
- Identifier les **3 clients B2C les plus satisfaits** — leur proposer un programme parrainage — bouche-à-oreille activé, chaque client satisfait peut en amener 2 à 3 autres
- Relancer par SMS les clients de la phase de lancement à **J+30** pour une nouvelle prestation — premiers clients récurrents, taux de retour objectif > 30%

E — Premier bilan financier intermédiaire

Calculer le CA réel du mois 1

Comparer le chiffre d'affaires réel au scénario réaliste du prévisionnel. Identifier l'écart et ajuster les hypothèses si nécessaire. Ne pas confondre CA et résultat net — les charges représentent 35 à 50% du CA.

Calculer le coût de revient réel

Calculer le coût de revient réel d'une prestation type (produits + temps + trajet). Marge réelle connue — décision éclairée sur les ajustements tarifaires éventuels.

Provisionner les cotisations URSSAF

Vérifier que les cotisations URSSAF du premier trimestre sont provisionnées (22% du CA en micro). Aucune mauvaise surprise — trésorerie équilibrée.

✔ **Indicateurs de succès Phase 3 :** 10–15 prestations payantes réalisées | 10+ avis Google | 1 contrat B2B signé | CA mensuel calculé et comparé au prévisionnel | CRM basique en place

Stabilisation, récurrence et préparation à la croissance

Objectif de phase : Atteindre 20+ prestations par mois, lancer un modèle d'abonnement, calculer la marge réelle du trimestre avec l'expert-comptable et préparer la montée en charge.



A — Abonnements & récurrence

Offre mensuelle B2C, contrats VTC récurrents, prospection PME avec flotte, pack restitution LOA.



B — Bilan trimestriel

Rendez-vous expert-comptable ou CCI, analyse rentabilité, prévisionnel mois 4–6 actualisé.



C — Optimisation opérations

Prestations les plus rentables identifiées, tournées géographiques optimisées, relance automatique J+45.



D — Préparation hiver

Portefeuille B2B $\geq 40\%$ du CA, offre hiver intérieur, réserve de trésorerie 2–3 mois.



E — Prochaine étape

Formation céramique, modèle hybride, premier recrutement, Business Plan Sur-Mesure.

A — Lancement des abonnements et de la récurrence

Action à réaliser	Objectif / Résultat attendu
Créer une offre d'abonnement mensuel B2C (ex : 1 lavage complet/mois à tarif réduit -15%)	Premiers abonnés — CA mensuel partiellement sécurisé et prévisible
Formaliser un accord d'abonnement mensuel avec le ou les VTC partenaires	Contrat récurrent signé — 300 à 500 €/mois de CA récurrent par VTC fidélisé ●
Démarcher 2–3 PME locales avec une flotte (artisans, agences immo, commerciaux)	Prospect B2B flotte identifié — devis envoyé pour contrat mensuel
Proposer un pack "restitution LOA" aux conducteurs en fin de crédit-bail (recherche LinkedIn / Facebook)	Nouveau segment identifié — prestation à panier élevé (150–400 €) sur commande ●

B & C — Bilan trimestriel et optimisation des opérations

B — Bilan du trimestre avec l'expert-comptable

- Prendre rendez-vous avec un expert-comptable ou la CCI pour un **bilan trimestriel** — résultat net réel connu, décision éclairée sur la suite (maintien micro / passage société)
- Présenter le journal de bord : CA, charges réelles, cotisations, marges par prestation — analyse professionnelle de la rentabilité, identification des leviers d'amélioration
- Valider le prévisionnel des 3 prochains mois et ajuster les hypothèses — base solide pour les décisions d'investissement
- Vérifier l'opportunité de déduire les charges réelles en cas de passage en société — **optimisation fiscale étudiée, à ne pas décider seul**

C — Optimisation des opérations

- Identifier les **2-3 prestations les plus rentables** (rapport marge / temps) et les mettre en avant — offre optimisée, le temps de travail génère un maximum de marge
- Éliminer ou reprioriser les prestations chronophages à faible marge — même CA avec moins d'heures ou plus de prestations rentables
- Optimiser les **tournées géographiques** (regrouper les clients par zone par demi-journée) — économies de carburant et de temps, 1 à 2h récupérées par semaine en moyenne 🟡
- Mettre en place un **message de relance automatique à J+45** via WhatsApp Business — clients relancés sans effort manuel, taux de retour amélioré

D & E — Préparation hiver et décision sur la prochaine étape

D — Préparation hiver et gestion de la saisonnalité

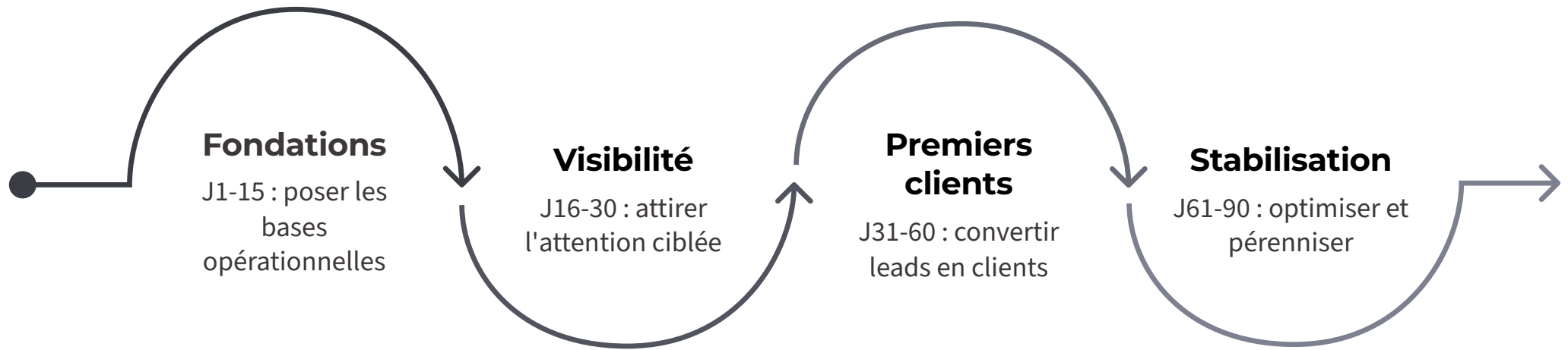
- Constituer un portefeuille B2B suffisant pour couvrir les charges fixes en hiver — **cible : 40 à 50% du CA en B2B** — trésorerie hivernale sécurisée, activité maintenue malgré la météo défavorable ●
- Créer une **offre "hiver"** pour les prestations intérieur : nettoyage habitacle, cuir, traitement anti-buée — CA maintenu en hiver, les prestations intérieur ne dépendent pas de la météo
- Constituer une **réserve de trésorerie = 2 à 3 mois de charges fixes** — sécurité financière pour les mois creux, évite le découvert en décembre-janvier ●

E — Décision sur la prochaine étape

- Évaluer l'opportunité d'une **formation certifiante céramique** si la demande est présente — formation planifiée si > 3 demandes de céramique reçues sur le trimestre
- Évaluer si le passage au **modèle hybride** (mobile + atelier partagé) est rentable — business case chiffré, décision basée sur les données réelles du trimestre
- Envisager un **premier recrutement** (apprenti, sous-traitant) si le planning est complet — capacité de production augmentée, CA potentiel doublé ●
- Commander le **Business Plan Sur-Mesure** si vous souhaitez formaliser votre dossier pour une banque ou un investisseur — planvente.fr/reservation/

✔ ☒ **Indicateurs de succès Phase 4** : 20+ prestations/mois | 1 offre abonnement lancée | 1+ contrat B2B récurrent | Bilan trimestriel réalisé
| Plan hiver préparé | Prochaine étape décidée

Récapitulatif — Checklist globale 90 jours



Chaque phase s'appuie sur les acquis de la précédente. Voici la checklist complète des actions à valider pour chacune des quatre phases du plan d'action 90 jours.

Phase 1 & 2 — Fondations et visibilité

Phase 1 — Fondations (J1-15)

- ☐ Statut juridique validé avec CCI ou expert-comptable
- ☐ Immatriculation effectuée sur guichet-entreprises.fr
- ☐ RC Professionnelle souscrite et en vigueur
- ☐ Assurance véhicule pro déclarée
- ☐ Mairie / service assainissement consulté sur les eaux usées
- ☐ Compte bancaire professionnel ouvert
- ☐ Matériel de base acquis et testé
- ☐ Grille tarifaire finalisée (3 niveaux)
- ☐ Enquête locale sur les prix concurrents réalisée
- ☐ Portfolio 10+ photos avant/après disponible

Phase 2 — Visibilité (J16-30)

- ☐ Fiche Google Business créée et vérifiée
- ☐ 20+ photos ajoutées sur la fiche Google
- ☐ Lien court vers les avis Google créé
- ☐ Profil TikTok professionnel créé
- ☐ Profil Instagram professionnel créé
- ☐ Première vidéo avant/après publiée
- ☐ 10 photos de portfolio publiées sur Instagram
- ☐ Calendly configuré et lien intégré dans les bios
- ☐ WhatsApp Business configuré
- ☐ Modèle de devis et facture créé
- ☐ 10 garages approchés en personne
- ☐ 5 VTC contactés
- ☐ Offre de lancement -30% contre avis lancée
- ☐ 5+ premiers avis Google obtenus

Phase 3 & 4 — Clients et stabilisation

Phase 3 — Premiers clients (J31–60)

- ☐ 10–15 prestations payantes réalisées
- ☐ Photo de l'état initial prise avant chaque intervention
- ☐ Avis Google demandé après chaque prestation
- ☐ 10+ avis Google atteints
- ☐ Rythme réseaux sociaux maintenu (1 vidéo TikTok/semaine + 3–4 posts Instagram)
- ☐ Premier contrat B2B signé (VTC ou garage)
- ☐ CRM basique créé et tenu à jour
- ☐ Programme parrainage lancé avec les 3 meilleurs clients
- ☐ Relance J+30 effectuée sur les clients phase lancement
- ☐ CA du mois 1 calculé et comparé au prévisionnel
- ☐ Cotisations URSSAF trimestre 1 provisionnées

Phase 4 — Stabilisation (J61–90)

- ☐ 20+ prestations/mois atteintes
- ☐ Offre d'abonnement mensuel B2C lancée
- ☐ Accord d'abonnement mensuel formalisé avec 1+ VTC
- ☐ 2–3 PME prospectées pour contrats flotte
- ☐ Bilan trimestriel effectué avec expert-comptable ou CCI
- ☐ Prévisionnel mois 4–6 actualisé
- ☐ Portefeuille B2B $\geq 40\%$ du CA total (objectif hiver)
- ☐ Offre hiver (prestations intérieur) créée
- ☐ Réserve de trésorerie 2–3 mois constituée
- ☐ Prochaine étape décidée (formation céramique / hybride / recrutement)

Les erreurs qui font échouer — et comment les éviter

Ces erreurs sont les plus fréquentes chez les débutants. Les identifier en amont vous permet d'éviter les pièges les plus coûteux.

● Erreurs de démarrage

- Commencer à travailler **SANS RC Pro souscrite** — un seul incident peut tout ruiner
- Lancer sans portfolio photo — aucun client ne vous fera confiance sans preuve visuelle
- Ignorer les obligations sur les eaux usées — risque pénal réel (art. L.216-6 Code Environnement)
- Sous-tarifier pour attirer les premiers clients — vous créez une clientèle prix impossible à fidéliser
- Utiliser le véhicule personnel sans déclarer l'usage professionnel à l'assureur

● Erreurs commerciales (mois 1-2)

- Ne pas demander d'avis Google après chaque prestation — c'est la règle d'or
- Négliger le B2B en phase de lancement — le B2C seul est trop saisonnier pour durer l'hiver
- Offrir des prestations gratuites sans contrepartie (avis, témoignage, référence)
- Ignorer les messages et commentaires sur les réseaux — chaque message ignoré est un client perdu
- Ne pas photographier l'état initial du véhicule — aucune protection juridique en cas de litige

● Erreurs financières (tout au long des 90 jours)

- Confondre CA et résultat net — les charges représentent **35 à 50% du CA** ●
- Ne pas provisionner les cotisations URSSAF trimestrielles (22% du CA en micro)
- Acheter du matériel inutile avant d'avoir des clients — trésorerie inutilement mobilisée
- Ne pas constituer de réserve pour les mois creux — l'hiver arrive toujours
- Ne pas calculer le coût de revient réel — travailler à perte sans le savoir

Erreurs de démarrage — zoom détaillé

Travailler sans RC Pro

Un seul incident sur un véhicule client sans couverture peut engendrer des milliers d'euros de dommages à votre charge. La RC Pro est non négociable — souscrivez-la avant la première prestation, même test.

Ignorer les eaux usées

Le lavage automobile génère des eaux usées chargées en détergents et hydrocarbures. L'article L.216-6 du Code de l'Environnement prévoit des sanctions pénales. Contactez le service assainissement de votre mairie avant le premier client.

Lancer sans portfolio

Dans le detailing, la preuve visuelle est le premier facteur de décision. Sans photos avant/après authentiques, aucun prospect ne vous fera confiance. Réalisez vos prestations tests gratuites sur des proches avant tout lancement public.

Sous-tarifer dès le départ

Baisser les prix pour attirer les premiers clients crée une clientèle "prix" qui ne reviendra pas si vous augmentez vos tarifs. Calculez votre coût de revient réel et positionnez-vous sur la qualité dès le premier jour.

Erreurs financières — les pièges à éviter absolument

Confondre CA et résultat net

Le chiffre d'affaires n'est pas votre revenu. Les charges (produits, carburant, assurances, cotisations, amortissement matériel) représentent **35 à 50% du CA**. Calculez systématiquement votre marge nette par prestation.

Négliger les cotisations URSSAF

En micro-entreprise, les cotisations sociales représentent **22% du CA** et sont dues trimestriellement. Provisionnez cette somme dès chaque encaissement pour éviter une mauvaise surprise en fin de trimestre.

Acheter du matériel inutile

La tentation d'investir dans du matériel haut de gamme avant d'avoir des clients est forte. Commencez avec le strict nécessaire. Chaque euro immobilisé en matériel est un euro qui ne finance pas votre trésorerie de démarrage.

Pas de réserve pour les mois creux

L'activité de lavage automobile est saisonnière. L'hiver réduit significativement la demande B2C. Constituez une réserve de 2 à 3 mois de charges fixes et développez le B2B pour sécuriser votre trésorerie hivernale.

Organismes à contacter en priorité

Organisme	Quand contacter	Où trouver
CCI locale	Avant immatriculation — conseil gratuit statut	cci.fr
URSSAF	Dès l'immatriculation — cotisations, ACRE	urssaf.fr
Mairie / Assainissement	Avant le 1er client — obligations eaux usées	Votre mairie
France Travail	Si demandeur d'emploi — ARCE/ARE	francetravail.fr
ADIE	Si accès difficile banques — microcrédit 12 000 €	adie.org
Expert-comptable	Avant immatriculation + bilan trimestre	Annuaire CPA
Assureur pro	Avant le 1er client — RC Pro + véhicule	Devis comparatifs

Outils numériques prioritaires

CapCut

Montage vidéo avant/après pour TikTok et Instagram. Gratuit. ★★ ★

Calendly

Prise de rendez-vous en ligne automatique. Gratuit / 8 €/mois. ★★ ★

WhatsApp Business

Communication client pro, devis, demande d'avis. Gratuit. ★★ ★

Facture.net

Devis et factures conformes en 2 minutes. Gratuit. ★★ ★

Google Sheets

CRM basique : clients, historique, relances. Gratuit. ★★ ★

Canva

Visuels Instagram, stories, cartes de visite. Gratuit / 13 €/mois. ★★

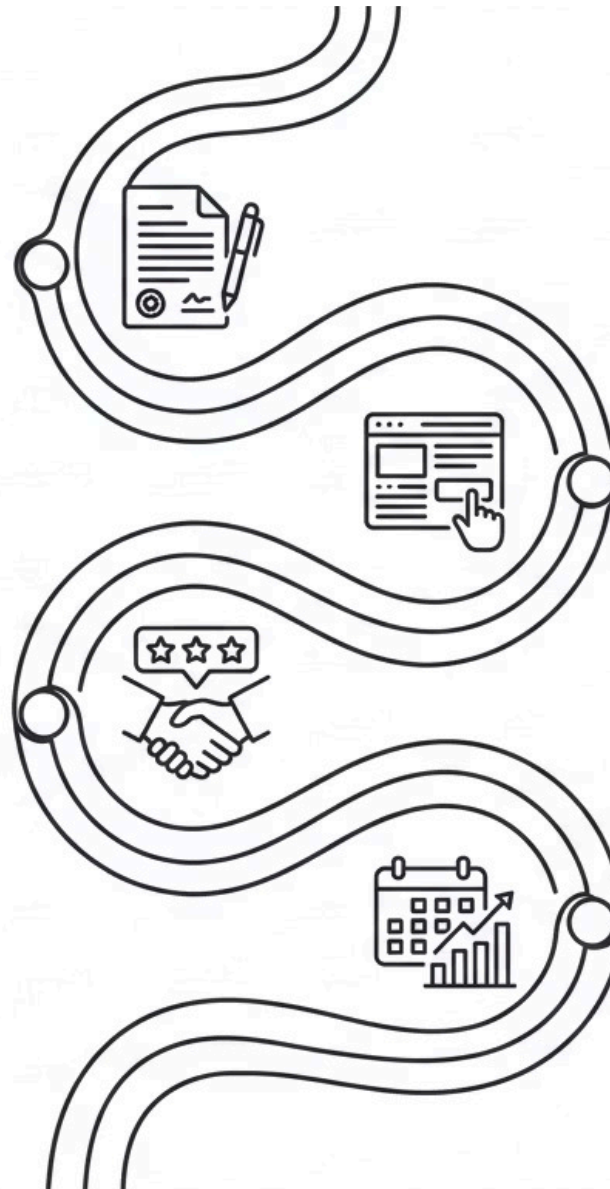
Shine / Qonto

Compte pro micro, facturation intégrée. 8–15 €/mois. ★★

Synthèse visuelle — Les 4 phases en un coup d'œil

PHASE 1 J1-15:
Fondations légales.
SIRET, RC Pro, mairie,
matériel, portfolio.

PHASE 3 J31-60
**Premiers clients
payants. 10-15
prestations, 10+ avis**
Google, 1 contrat B2B,
CRM, bilan financier.



PHASE 2 J16-30
Visibilité en ligne.
Google Business, TikTok,
Instagram, Calendly,
Calendly, B2B initial.

PHASE 4 J61-90
Stabilisation.
20+ prestations/mois,
abonnements, bilan
trimestriel, préparation
hiver, prochaine étape.

Ce plan d'action est conçu pour progresser de manière logique et sécurisée. Chaque phase valide les prérequis de la suivante. Ne brûlez pas les étapes : la solidité des fondations détermine la vitesse de la croissance.

Les règles d'or à ne jamais oublier



RC Pro avant tout

Aucune prestation sans couverture RC Professionnelle en vigueur. C'est non négociable.



Photo avant chaque intervention

Photographier systématiquement l'état initial du véhicule. Protection juridique et contenu réseaux en un seul geste.



Demander l'avis Google dans les 2h

Le timing post-prestation est crucial. Envoyer le lien par SMS pendant que le client est encore satisfait.



Développer le B2B dès le départ

Le B2C seul est trop saisonnier. Les contrats VTC et garages sécurisent le CA en hiver.



Provisionner 22% pour l'URSSAF

Mettre de côté 22% de chaque encaissement dès le premier jour. Aucune mauvaise surprise en fin de trimestre.

Pour aller plus loin

Ce plan vous donne les 90 premiers jours. Pour aller plus loin avec une analyse de **VOTRE ville** et **VOTRE marché** :

Business Plan Sur-Mesure

Dossier bancaire complet avec analyse locale et prévisionnel personnalisé. **299 €**
— planvente.fr/reservation/

Analyse de marché local

Étude de votre zone géographique, de la concurrence locale et du potentiel de clientèle B2B et B2C dans votre secteur.

Prévisionnel personnalisé

Projection financière adaptée à votre situation réelle : charges, CA cible, seuil de rentabilité, scénarios optimiste et réaliste.

 **PlanVente ne garantit aucun résultat financier.** Ce plan est une référence sectorielle — les délais et résultats varient selon votre situation personnelle, votre marché local et votre investissement. À combiner avec les conseils d'un expert-comptable, d'un assureur et des organismes officiels compétents.