



**L'EXPERT  
COMPTABLE  
ENTREPRENEUR**  
UNE MARQUE - UNE OFFRE



67<sup>e</sup> CONGRÈS

3,4,5 octobre 2012

PALAIS DES CONGRÈS - PARIS



**L'EXPERT  
COMPTABLE  
ENTREPRENEUR**  
UNE MARQUE - UNE OFFRE



KIOSQUE  
ACTUALITE



L'EXPERT  
COMPTABLE  
**ENTREPRENEUR**  
UNE MARQUE - UNE OFFRE



KIOSQUE  
ACTUALITE

MARKETING DE  
CONQUÊTE



KIOSQUE  
ACTUALITE

MARKETING DE CONQUÊTE

INTERVENANTS



- ODILE OLIVIER

RESPONSABLE DU DÉVELOPPEMENT VALPOLIS

## Cadre et Définition

- DÉFINITION DU MARKETING DE CONQUÊTE

LE MARKETING DE CONQUÊTE REGROUPE L'ENSEMBLE DES ACTIONS DESTINÉES À :

- CONNAÎTRE SES CLIENTS ET SES PROSPECTS
- DÉFINIR SON POSITIONNEMENT
- FORMALISER LES OFFRES CORRESPONDANT AUX ATTENTES
- PROMOUVOIR CES OFFRES

DANS LE BUT DE :

- FIDÉLISER VOS CLIENTS ACTUELS
- DÉVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ

SOMMAIRE

1. CONSTATS

- L'IMAGE DE L'EXPERT-COMPTABLE VIS À VIS DES TPE
- POSITIONNEMENT DES EXPERTS-COMPTABLES

2. OBJECTIFS

- POSITIONNER L'EXPERT-COMPTABLE SUR LE MARCHÉ DU CONSEIL AUX ENTREPRISES
- CHANGER L'IMAGE GÉNÉRALE DES EXPERTS-COMPTABLES

3. MOYENS

- PROMOUVOIR L'EXPERT-COMPTABLE ET SES PRESTATIONS

## L'image des Experts-Comptables vis à vis des TPE

### POUR LES TPE CLIENTES :

- GLOBALEMENT, L'EXPERT-COMPTABLE EST PERÇU COMME UN PROFESSIONNEL QUI CONNAÎT BIEN LES PROBLÈMES DE SES CLIENTS ET QUI SAIT S'Y ADAPTER.
- CEPENDANT, SON IMAGE EST SOUVENT ASSOCIÉE AU SEUL DOMAINE DE LA COMPTABILITÉ ET IL EST PEU PERÇU COMME UN PARTENAIRE QUI PEUT JOUER UN RÔLE DE CONSEIL AUPRÈS DE SES CLIENTS
- DANS LE CONTEXTE DE CRISE ÉCONOMIQUE OÙ LES CLIENTS FRAGILISÉS ONT BESOIN D'ASSISTANCE ET D'INFORMATION DE GESTION, PEU DE CLIENTS SALUENT LE SOUTIEN DONT ILS ONT BÉNÉFICIÉ DE LA PART DE LEUR EXPERT-COMPTABLE.

### POUR LES TPE NON-CLIENTES :

- LA RECHERCHE DE CONSEIL N'APPARAÎT PAS COMME UN LEVIER POTENTIEL SIGNIFICATIF.
- LA FONCTION CONSEIL N'EST PAS NATURELLEMENT IDENTIFIÉE
- L'IMAGE DE « PRODUCTEUR DE COMPTES » EST CONFIRMÉE.
- LES ENTREPRISES NON-CLIENTES SE MONTRENT PEU SENSIBLES A LA RÉDUCTION DES HONORAIRES

*SOURCE : MARCHÉ DE LA PROFESSION COMPTABLE, OCTOBRE 2010, OEC*



## Positionnement des experts-comptables

- SOUHAITEZ-VOUS DÉVELOPPER DES MISSIONS DE CONSEIL ?
  - Oui à 93,07%
  - Pour fidéliser les clients : 53,40%
  - Pour apporter une rentabilité supplémentaire : 34,55%
  - Pour assurer le devoir de conseil : 30,37%
  - Pour ouvrir un nouveau canal client : 16,23 %
- SOUHAITEZ-VOUS CONQUÉRIR DE NOUVEAUX CLIENTS ?  
Oui à 85,59%

*SOURCE : ENQUÊTE INTERNE SUR 120 EC, MAI 2012*

Objectif : positionner les experts-comptables sur le marché du conseil aux entreprises

## LE MARCHÉ DU CONSEIL AUX ENTREPRISES AUJOURD'HUI

- Des sites internet qui apportent la réponse en ligne
- Des réseaux de consultants indépendants
- Les institutions (CCI, Chambres des métiers...)
- Des cabinets de consultants indépendants
- Les avocats...

VOUS N'ÊTES PAS SEULS SUR CE MARCHÉ

IL N'EST PAS NATUREL DE PENSER À L'EXPERT-COMPTABLE POUR DES PRESTATIONS DE CONSEIL (CLIENTS OU NON-CLIENTS)

LA COMMUNICATION VIENT DE S'OUVRIRE POUR LA PROFESSION

## Les constats, en synthèse

- VOUS SOUHAITEZ DÉVELOPPER VOS MISSIONS DE CONSEIL ET CONQUÉRIR DE NOUVEAUX CLIENTS ?
- OR, VOTRE IMAGE N'EST PAS EN ADÉQUATION AVEC VOTRE OBJECTIF.
- ET VOUS N'ÊTES PAS OU PEU PRÉSENT SUR CE MARCHÉ

Objectif : positionner les experts-comptables sur le marché du conseil aux entreprises

## UN EXEMPLE CONCRET SUR VOS CLIENTS :

- Lorsque l'entrepreneur a besoin d'un financement, qui sollicite-t-il ?
  - 52% : Sa banque
  - 39% : Internet (aucun cabinet ne se trouve en 1<sup>ère</sup> page)
  - 7% : leur expert-comptable pour un financement...

Comment savoir que votre client a un besoin de trésorerie ?

Objectif : positionner les experts-comptables sur le marché du conseil aux entreprises

## UN EXEMPLE CONCRET SUR LES ENTREPRISES NON CLIENTES :

- Lorsque le créateur a besoin d'un prévisionnel, qui sollicite-t-il ?
  - 90% : Internet (aucun cabinet en 1<sup>ère</sup> page)
  - 40% : la CCI ou la CM
  - 5% : un expert-comptable car il a été recommandé. Ce n'est pas un réflexe.

**Objectifs : changer l'image générale des experts-comptables**

IL FAUT CHANGER L'IMAGE DE L'EXPERT-COMPTABLE ET LE POSITIONNER SUR LE MARCHÉ DU CONSEIL.

COMMENT ?

- En étant présent auprès de ses clients
- En étant présent auprès des prospects (500.000 créations d'entreprises par an + entreprises non clientes)
- En étant là où les concurrents se trouvent
- En étant là où les concurrents ne se trouvent pas

## Moyens : connaître ses clients et leurs attentes

COMMENT PEUT-ON CONNAÎTRE SES CLIENTS ET LEURS ATTENTES ?

EN LEUR DONNANT LA PAROLE !

- Enquête de satisfaction
- Rencontres régulières chez vos clients
- Analyse de leurs résultats

## Moyens : connaître la Satisfaction de vos clients

COMMENT PROMOUVOIR SES PRESTATIONS ?

EN COMMUNIQUANT VERS VOS CLIENTS :

- Votre propre site internet
- Des campagnes d'e-mailing ou de newsletter
- Du mailing postal
- Lors de vos rencontres
- Etre référencé sur internet avec des thématiques transversales, au-delà de la thématique d'expertise-comptable



## Moyens : promouvoir l'expert-comptable et ses prestations

COMMENT PROMOUVOIR SES PRESTATIONS ?

EN COMMUNIQUANT VERS VOS PROSPECTS :

- Des campagnes d'e-mailing ou de newsletter
- Etre référencé sur internet avec des thématiques transversales, au-delà de la thématique d'expertise-comptable
- L'image de l'expert-comptable est associée aux chiffres et au « producteur de chiffres », si vous souhaitez développer votre portefeuille et proposer de nouvelles prestations, ce n'est pas sur ce mot qu'il faut communiquer, au contraire !

**Moyens : promouvoir l'expert-comptable et ses prestations**

COMMENT ÊTRE LÀ OÙ SONT VOS CONCURRENTS ?

EN UTILISANT LES MÊMES SUPPORTS ET TECHNIQUES DE PROMOTION QU'EUX :

- Les annuaires sur internet
- Avoir un site vitrine
- Utiliser les campagnes d'e-mailing
- Etre sur le terrain

**Moyens : promouvoir l'expert-comptable et ses prestations**

COMMENT ÊTRE LÀ OÙ SONT VOS CONCURRENTS NE SONT PAS ?

EN UTILISANT DES TECHNIQUES OU SUPPORTS INNOVANTS :

- Un système d'avis clients certifié
- Être présent sur les réseaux sociaux
- Avoir des compétences métiers présents chez vos clients
- Utiliser des supports vidéo