

cegid

Profession Comptable



Chefs d'entreprise et experts-comptables, une relation à ré-enchanter

Les dirigeants d'entreprise s'éloignent-ils des experts-comptables ?

sommaire

-
- 03 **Édito**
 - 04 **Les dirigeants d'entreprise s'éloignent-ils des experts-comptables ?**
 - 07 **Face aux grands, des cabinets trop discrets, trop attentistes... et trop débordés pour s'occuper d'eux-mêmes ?**
 - 10 **Redévelopper la relation client**
 - 14 **Et si la digitalisation était finalement une aubaine pour la relation dirigeant / expert-comptable ?**
-

Édito



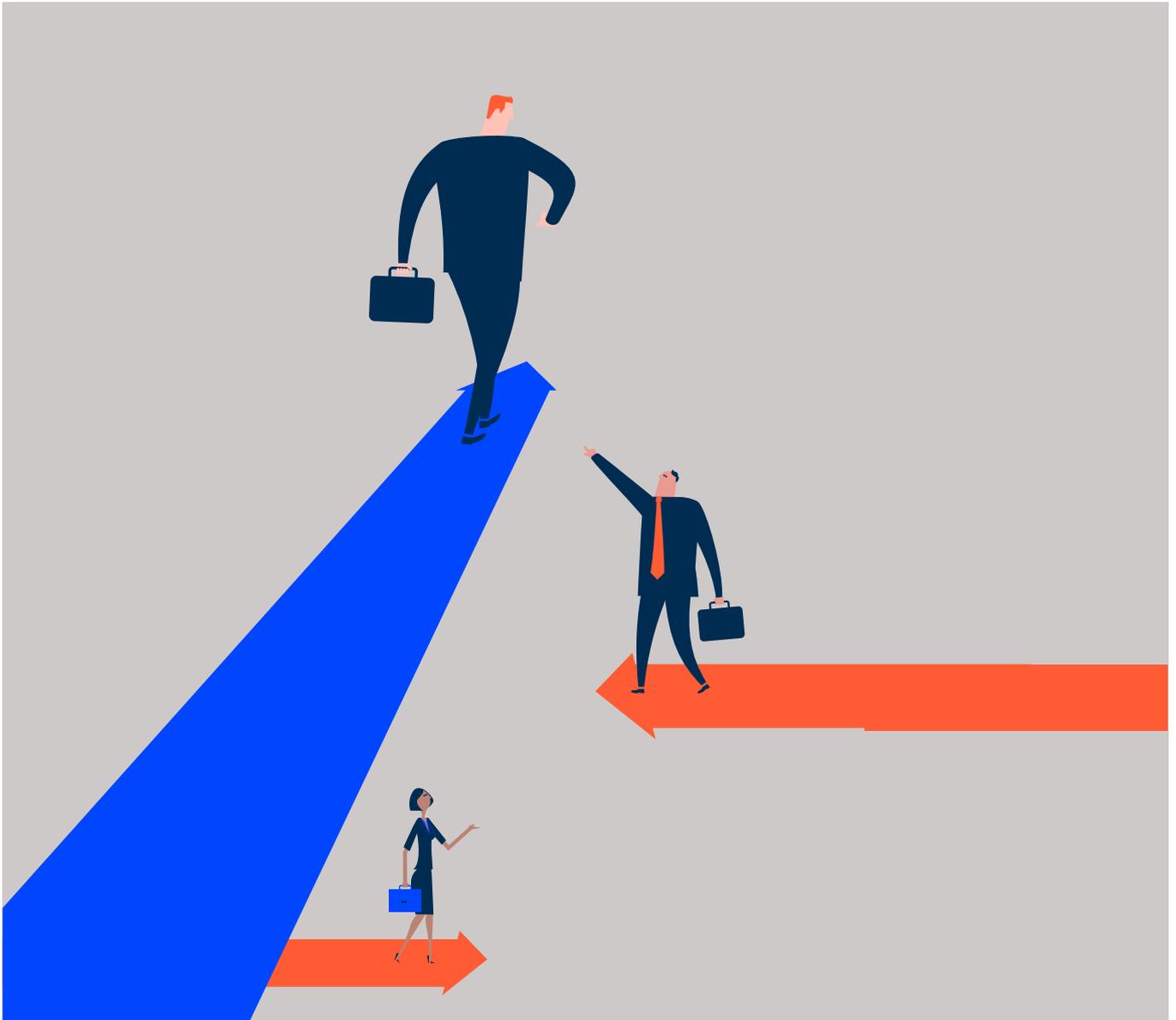
Vous m'avez convaincu, nous allons immédiatement suivre votre vision stratégique.

Malgré leur image toujours positive de professionnels de confiance, les experts-comptables sont moins sollicités par les TPE/PME françaises aujourd'hui qu'hier – alors même que 86% des entreprises interrogées lors de notre étude OpinionWay, déclarent que l'expert-comptable représente un interlocuteur privilégié.

Cette tendance à l'éloignement des dirigeants d'entreprise de leurs experts comptables, qui resta longtemps discrète, est en train de s'accélérer sous l'effet conjugué d'un grand nombre de facteurs : nouveaux concurrents, nouveaux modèles tarifaires, nouvelle génération d'entrepreneurs, nouvelle réglementation des missions d'audit... sans oublier la concentration croissante de la Profession.

L'expert-comptable s'avère de moins en moins ce praticien généraliste, sorte de médecin de famille des petites et moyennes entreprises, qu'il avait coutume d'être – pour devenir une entreprise de services comme une autre, soumise à la loi des appels d'offres.

Le couple n'est plus aussi solide qu'autrefois ! Que s'est-il passé ? Comment reconstruire votre potentiel de séduction ? Comment devenir un nouvel expert-comptable, plus créatif, plus proactif, un partenaire en phase avec les nouvelles attentes des dirigeants d'entreprises ? C'est l'objet de ce dossier que de vous donner des pistes de réflexion... et d'action !



Les dirigeants d'entreprise s'éloignent-ils des experts-comptables ?

Après une période de forte croissance, le développement du chiffre d'affaires des cabinets d'expertise-comptable n'a cessé de se réduire au cours des 20 dernières années. De 8,2% par an entre 1999 et 2001 en moyenne, cette croissance est descendue à 5,2% sur la période 2001-2008, pour s'établir à 2,9% par an depuis 2008¹. Le taux de recours des TPE/PME à un cabinet ou à une AGC s'est lui aussi réduit, passant de 53% en 2010 à 47% en 2016, dernier chiffre connu².

Le moins que l'on puisse dire, c'est que l'environnement de marché a bien évolué en l'espace d'une génération... De quoi remettre en cause beaucoup de situations que l'on croyait acquises ! La dématérialisation a révolutionné tous les secteurs économiques. De nombreuses professions se sont transformées pour y répondre. Pourquoi l'expertise-comptable échapperait-elle à ce mouvement de fond ?

Nouvelle clientèle et nouvelles exigences

Renouvellement des générations aidant, la clientèle des cabinets traditionnels compte une part croissante de jeunes dirigeants, issus des générations Y, voire Z pour les plus jeunes d'entre eux. Ils sont friands de solutions rapides, voire instantanées, à moindres frais. Ils ont grandi en même temps que la livraison « Prime » d'Amazon et les comparateurs de prix. Ils posent leurs questions et postent leurs témoignages sur les réseaux sociaux. Ils communiquent via Skype, WhatsApp, et utilisent des dizaines d'Apps qui leur facilitent la vie.

Sélectifs et sans complexes quand il s'agit de faire jouer la concurrence, ils ont l'habitude de rechercher des partenaires sur internet. Ils sont aussi mieux accompagnés, par les incubateurs, les accélérateurs, les fonds d'aide au développement, la Bpi. Ce sont les nouveaux clients d'aujourd'hui, et à coup sûr ils seront ceux de demain !

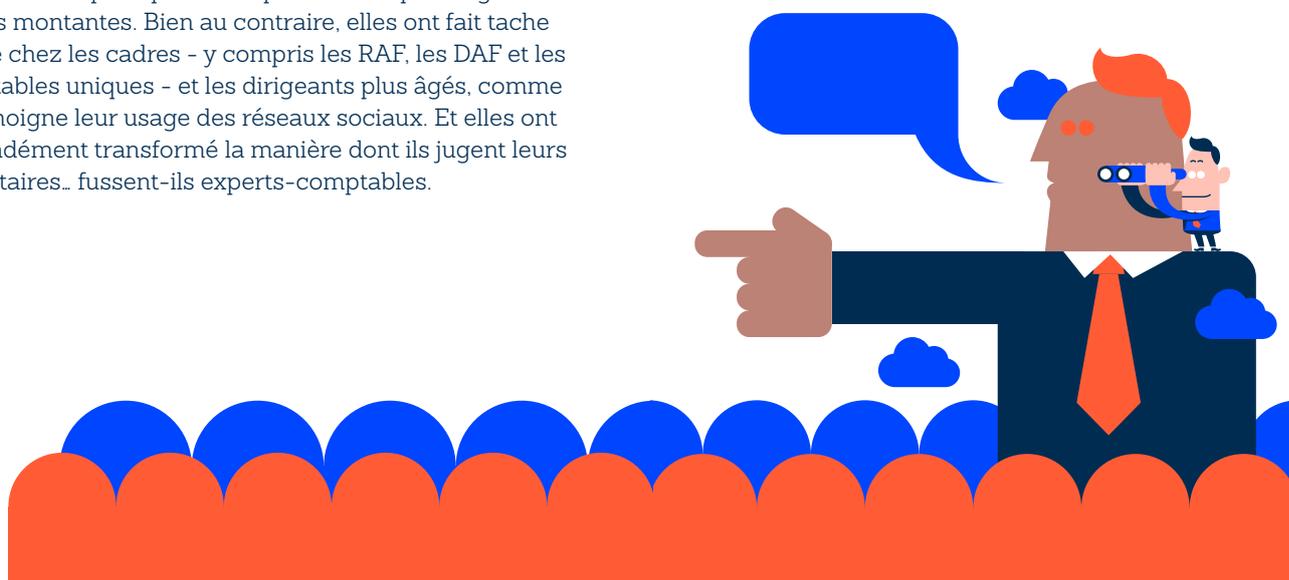
Ces nouvelles pratiques n'ont pas affecté que les générations montantes. Bien au contraire, elles ont fait tache d'huile chez les cadres - y compris les RAF, les DAF et les comptables uniques - et les dirigeants plus âgés, comme en témoigne leur usage des réseaux sociaux. Et elles ont profondément transformé la manière dont ils jugent leurs prestataires... fussent-ils experts-comptables.

De nouveaux concurrents disruptifs

De nouveaux acteurs, parfois venus d'un tout autre monde, ont mis sur le marché des offres de comptabilité 100% en ligne en s'appuyant sur les possibilités ouvertes par la robotisation. Adeptes de la disruption, ils veulent conquérir le marché grâce à des prix très attractifs - quitte à banaliser le métier ou à encourager parfois une vision limitée à la seule tenue des comptes.

Avec eux, l'entreprise se charge de réaliser elle-même et à distance un certain nombre de tâches qui étaient jusqu'alors habituellement exécutées par leur expert-comptable, à commencer par la digitalisation des factures. Ces plates-formes indépendantes lui promettent d'accéder à ses comptes à tout moment et où qu'il se trouve, y compris depuis un smartphone. Elles peuvent proposer un bouquet de services comprenant l'établissement de devis et factures, la gestion des frais de déplacement, un coffre-fort numérique...

Certains de ces acteurs ont fait le choix d'une spécialisation sectorielle pour se différencier plus encore, avec par exemple des offres destinées aux professions libérales ou aux micro-entrepreneurs - pour 12€ TTC/mois. Les agriculteurs disposent d'un portail comptable spécialisé. Même chose pour les associations, les SCI et loueurs de meublés, les professionnels de santé...



1. source : INSEE - Precepta

2. source : CSOEC

Les cabinets se heurtent aussi à une autre concurrence, centrée cette fois sur le volet juridique : celle de la legalTech qui propose aux TPE des services juridiques digitalisés - avec souvent une extension vers le domaine comptable. Ainsi que Legalstart, une plateforme qui répond aux problématiques juridiques liées à l'entrepreneuriat : création d'entreprise, dépôt de marque, modification des statuts... généralement, des travaux éalisés par les experts-comptables.

Autant d'offres qui séduisent par la richesse des prestations proposées, à priori les mêmes que celles d'un cabinet classique, mais qui sont attractives, d'abord, par leur coût. Sans oublier certains éditeurs de logiciels, qui encouragent les petites entreprises à internaliser leur comptabilité et à se passer d'expert-comptable pour tout ou partie.

“ Il faut tout de même noter que ces solutions s'adressent en priorité à des clients adeptes du digital, suffisamment à l'aise avec les nouvelles technologies, et d'un tempérament autonome... ”

Loi Pacte : 150,000 mandats d'audit légal en moins

La loi relative à la croissance et la transformation des entreprises (dite [loi Pacte](#)), publiée le 23 mai 2019 au Journal officiel, a porté un coup supplémentaire aux professionnels du chiffre et contribué elle aussi à effiloche leur lien avec les entreprises, sur le terrain de l'audit. Avec le relèvement des seuils d'audit légal, seules sont tenues dorénavant de nommer un commissaire aux comptes les sociétés qui franchissent deux des trois seuils suivants : un bilan de 4 millions d'euros, un chiffre d'affaires hors taxe de 8 millions d'euros, un effectif salarié de 50 personnes.

Bonne nouvelle pour les entreprises concernées, qui se voient ainsi délestées d'une contrainte, avec à la clé une économie non négligeable pour une PME, de l'ordre de 5000 euros par an. Mais la pilule est amère pour les commissaires aux comptes qui l'ont combattue en vain. De fait, d'après la CNCC (Compagnie des commissaires aux comptes), cette mesure leur fera perdre sur les 6 ans à venir quelques 153 000 mandats, soit plus des deux tiers de leur champ d'intervention... et le chiffre d'affaires correspondant. Les professionnels de l'audit doivent donc conquérir de nouveaux marchés, et passer d'un positionnement proche de celui d'officier ministériel à celui d'un prestataire de services optionnels, qui doit défendre son utilité.



Marges, compétitivité :
les experts-comptables
en danger ?

TÉLÉCHARGEZ L'EBOOK





Face aux grands, des cabinets trop discrets, trop attentistes... et trop débordés pour s'occuper d'eux-mêmes ?

La digitalisation et l'évolution de la réglementation ne sont pas les seules raisons pour lesquelles le lien s'est distendu entre l'expert-comptable traditionnel et ses clients. D'autres facteurs viennent aussi l'expliquer, et ils sont inhérents à la Profession elle-même.

L'attractivité du Big 4

Les petits cabinets font face à une concentration sans précédent du marché de l'expertise comptable. D'après le classement 2019 de La profession comptable, onze acteurs affichent un chiffre d'affaires de plus de 150 millions d'euros. Et quatre d'entre eux dépassent même le milliard, les fameux « Big Four ».

Les géants... et les autres

Chiffre d'affaires France en millions d'euros sur l'exercice 2017-2018 :

Deloitte	1275
EY	1084
KPMG	1074
Fiducial	1062
PwC	945
Cerfrance	790
Mazars	383
HLB France	188
Exco	185
Grant Thornton	182

Source : « La profession comptable »

Aux côtés de ces géants, les structures plus modestes ne disposent évidemment pas des mêmes ressources humaines et financières pour mettre à jour leurs systèmes d'information et s'adapter à la digitalisation. Les cabinets traditionnels ne peuvent pas non plus se prévaloir de la présence en leur sein de collaborateurs spécialisés, contrairement aux gros cabinets découpés en départements. Généralistes contre multi-spécialistes, la lutte est inégale quand les grands ont la tentation de venir chercher de plus petits clients... ou quand un candidat a le choix entre deux postes.

La redéfinition des zones de chalandise

Jusque récemment, les cabinets servaient pour l'essentiel une clientèle de proximité : PME et associations locales, artisans et commerçants de la ville, professions libérales du secteur, etc. Le développement technologique modifie cet état de fait, comme en témoigne Jérôme Pons, du cabinet [Link-ID](#) à Béziers : « L'offre digitale a agrandi mon territoire. Moins de la moitié de mes clients sont à Béziers. Il y en a à Nîmes, à Montpellier... Sans elle ça ne serait pas possible. » Une redéfinition qui s'étend désormais au-delà des frontières : les cabinets étrangers sont dorénavant autorisés à créer en France des succursales d'expertise comptable, ouvrant ainsi la porte à une concurrence élargie, notamment dans les zones frontalières.



cegid

100% dématérialisé et 100% automatisé

Cabinet Link ID, ou comment passer de la dématérialisation à l'automatisation

« Après avoir lancé mon cabinet en 2007, spécialisé, je voulais passer de la dématérialisation à l'automatisation. C'est ce que j'ai fait avec Cegid. C'est une automatisation de plus en plus poussée sur les projets de travaux Cegid Link et son moteur Cegid Pro. »

Expert-comptable, Jérôme Pons a repris une dizaine d'années son cabinet, notamment avec Cegid Pro, avant de passer à Cegid Link en 2018. Sa clientèle est composée d'artisans, de commerçants, d'associations de 1 à 30 salariés, de PME et de clients supplémentaires pour les secteurs digitaux, avec un accompagnement qui dure six mois.

100% dématérialisé et 100% automatisé et de lien avec mes clients

« Avec les clients, c'est devenu fluide : ils peuvent voir les pièces dématérialisées, et ils ont des tableaux bord à bord pour le tableau de bord et pour le tableau de bord. En grand commerce, ça change tout. L'automatisation est un enjeu depuis 2014, et un enjeu depuis que les outils de travail y sont adaptés de façon à 100%. »

Temps de travail réduit de 50%

Temps de travail réduit de 50%

Temps de travail réduit de 50%

cegid

Témoignage Cabinet Link ID

LIRE LE TÉMOIGNAGE

Un métier trop discret

La discrétion et le secret professionnel ont toujours constitué la caractéristique des experts-comptables. A ce titre, la publicité y est encadrée par un Code de déontologie dont l'article 152 précise les contours. Il en résulte notamment que les actions de promotion réalisées par les experts-comptables doivent avoir pour objet de procurer au public visé une information utile. Ils ne peuvent proposer des services à des personnes qui n'en auraient pas fait la demande que dans des conditions compatibles avec les règles déontologiques de leur profession.

Ces actions de promotion doivent :

- Être mises en œuvre avec discrétion,
- Ne pas porter atteinte à l'indépendance, à la dignité et à l'honneur de la profession,
- Ni aux règles du secret professionnel,
- Ni à la loyauté envers les clients et les autres membres de la profession.

Une liberté de principe, donc, mais encadrée de près... ce qui explique sans doute pourquoi les experts-comptables ont longtemps eu des scrupules à exister sur les réseaux sociaux, par exemple. Mais cela change. Nombreux sont aujourd'hui les experts-comptables qui ont pris conscience qu'ils doivent davantage se montrer sur la toile - après tout, l'article 152 permet d'utiliser le marketing digital. Leurs nouveaux concurrents ne s'en sont pas privés !

L'Ordre des Experts-Comptables leur montre d'ailleurs l'exemple. Il a mené l'an passé une campagne nationale de publicité à la télévision et sur les ondes radio, avec un message clé : « L'expert-comptable : un conseil qui compte ». L'objectif est double : casser les préjugés du grand public et en finir avec l'image réductrice du professionnel du chiffre, mais aussi attirer les jeunes vers ce métier.

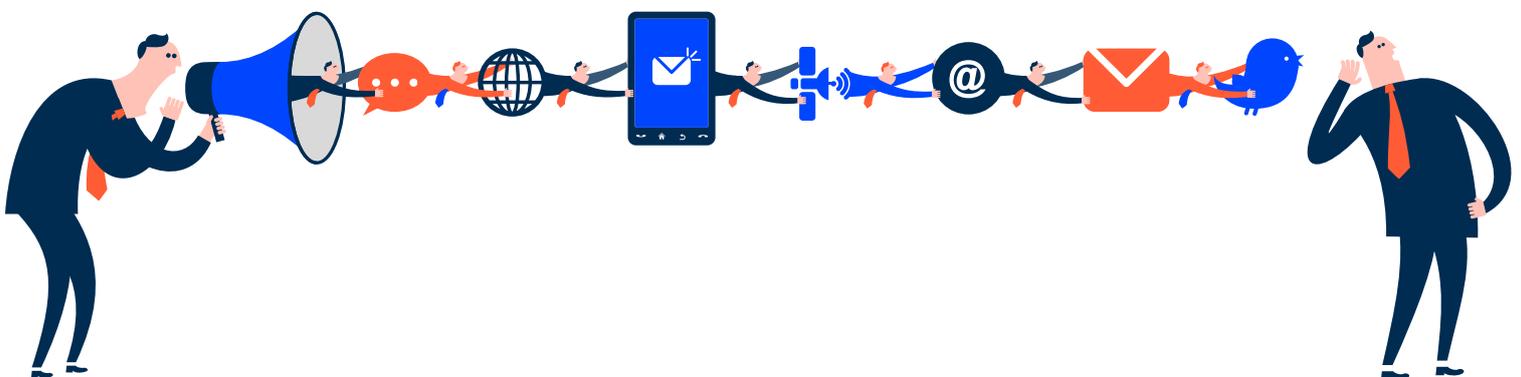
Un certain attentisme technologique

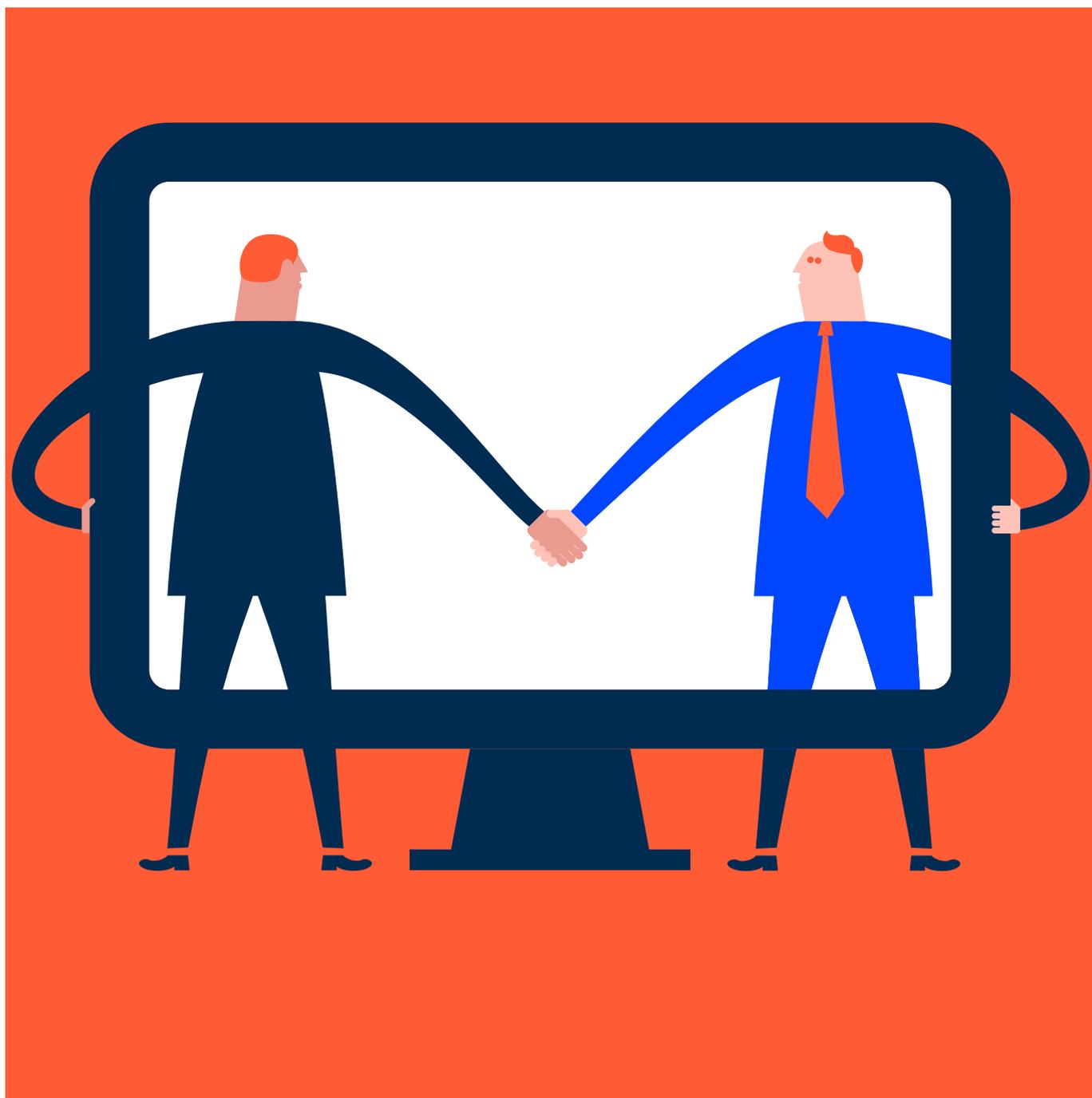
Interrogés lors du **premier baromètre Cegid de la transformation numérique** en 2011, seuls 17% des cabinets déclaraient utiliser une solution SaaS, alors que leurs clients étaient déjà 24% à avoir basculé. En 2017, seuls 32% des cabinets pratiquaient l'intégration comptable automatique des données bancaires par scraping. L'édition 2019 du baromètre fait apparaître que 89% des cabinets ont lancé leur transformation numérique... et que seuls 1% l'ont terminé.



Tellement de choses à faire !

Il ne faudrait sûrement pas conclure de tout ce qui précède que les experts-comptables des TPE-PME seraient pusillanimes ou qu'ils auraient perdu le sens client ! Mais au cours des 10 dernières années ils ont dû multiplier les chantiers : directive Services, mise en place de la DSN, arrivée de Chorus Pro, « simplifications » réglementaires plus ou moins évidentes, multiplication des normes, prélèvement à la source... et beaucoup d'autres. Une charge de travail qui a pu contraindre beaucoup de professionnels du chiffre à réduire le contact avec leurs clients au strict minimum - la présentation annuelle des bilans... Il est temps de remettre la relation en haut de la pile des priorités.





Redévelopper la relation client

Il est devenu plus crucial que jamais de penser client avant de penser mission. Comment lui être utile – et, de préférence, plus utile que ses concurrents ? Repenser ainsi sa raison d'être permet aussi de revendiquer le sens de son travail – une valeur indispensable pour attirer et fidéliser ses collaborateurs.

L'expert-comptable demeure le principal interlocuteur des chefs d'entreprises

Etude Cegid / OpinionWay en collaboration avec le Réseau Entreprendre (2020)



La majorité des dirigeants accompagnés font appel à leur expert-comptable :

- > **89%** expert-comptable
- > **32%** banquier ou assureur
- > **24%** avocat

Une fréquence de contacts élevée avec l'expert-comptable :

- > **76%** des dirigeants sont en contact au moins une fois par mois avec leur expert-comptable
- > **50%** avec leur avocat
- > **47%** avec leur banquier

Une relation avec l'expert-comptable caractérisée par :

- > **91%** : une totale confiance
- > **65%** : un gain de temps
- > **62%** : des conseils utiles

Des chefs d'entreprises en attente de conseil :

- > **38%** stratégie d'entreprise : développer l'entreprise et trouver de nouveaux clients
- > **33%** gestion opérationnelle : gestion administrative et conseils juridiques
- > **26%** autres types de conseil
- > **6%** déclarent ne pas attendre de conseil

Devenir le partenaire numéro 1 de la PME... grâce à la loi Pacte ?

La [loi Pacte](#) a bousculé la profession en relevant les seuils d'audit légal. Mais elle est aussi porteuse de bon nombre d'opportunités pour les experts-comptables. Et ce en raison même de l'objet du texte : la loi Pacte, ou « plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises » vise, comme son nom l'indique, à lever les obstacles à la croissance des entreprises, de leur création à leur transmission, en passant par leur financement. Elle manifeste ainsi la volonté des pouvoirs publics de développer les PME et les startups. Elle entend également mieux partager la valeur créée par les entreprises avec les salariés. Or ce sont là autant d'objectifs porteurs pour les professionnels du chiffre !

La loi Pacte prévoit un certain nombre de mesures positives pour la profession. A commencer par le mandat implicite, en vertu duquel l'expert-comptable pourra dorénavant représenter son client vis-à-vis de l'administration (impôts, sécurité sociale). Il pourra également recouvrer amiablement les créances de ses clients et régler leurs dettes en leur nom. Ou encore réaliser pour eux des prestations ponctuelles dans les domaines financiers, environnemental ou numérique. Il est même désormais autorisé à facturer des honoraires de succès à l'instar des avocats. Autant d'opportunités de regagner du galon auprès des entreprises, mais aussi, peut-être et surtout, d'exercer un nouveau métier, plus riche, plus valorisant, et par voie de conséquence plus attractif vis-à-vis des dirigeants... et de ses propres collaborateurs.

Par ailleurs, ils pourront développer un rôle de conseil en épargne salariale auprès des dirigeants de PME et les accompagner le cas échéant dans la mise en place d'un plan d'épargne retraite au sein de leur entreprise. De fait, dans la mesure où ils y établissent habituellement les bulletins de paie, ils auront plus que tout autre consultant la légitimité pour endosser un tel rôle.

Pour autant, tirer profit des possibilités ouvertes par la loi Pacte ne doit pas changer les fondamentaux de la relation entre l'expert-comptable et son client...

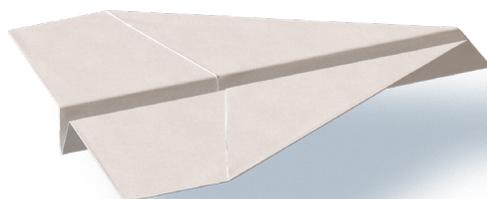
Rester un interlocuteur de confiance

Face à toutes les contraintes de sa vie de dirigeant, le chef d'entreprise a toujours autant besoin d'un appui responsable et qualifié. En la matière l'expert-comptable n'a pas perdu son aura : près de 90% des dirigeants d'entreprise (qu'ils soient ou non clients d'un cabinet) qualifient l'expert-comptable de professionnel de confiance³. Et même en dehors de la sphère comptable, quand il s'agit de répondre à leurs besoins en matière administrative ou juridique, les TPE/PME s'orientent très majoritairement vers leur expert-comptable (68%), loin devant un avocat (30%) ou un collaborateur interne (18%)⁴.

Il est des entrepreneurs qui ne les lâcheraient pour rien au monde ! En voici trois exemples.

“ Je suis rassuré de savoir que je peux compter sur mon expert-comptable ”

C'est le cas de Nordin Tiouri, patron d'une boulangerie pâtisseries à Paris 10ème : **Les Gamins du Faubourg**. Ce commerçant rencontre son expert-comptable deux fois par an : pour le bilan annuel et pour un point semestriel. Mais il est en contact avec lui au moins une fois par mois, par téléphone, et plus souvent si nécessaire. Il a également un autre interlocuteur au sein du même cabinet, pour les questions sociales, qui se charge d'établir les bulletins de paie de ses 11 employés et apprentis. Tout cela moyennant un forfait annuel... dont il est bien incapable de se souvenir le montant ! « Je suis rassuré de savoir que je peux compter sur mon expert-comptable, confie-t-il. Lorsque j'ai besoin d'un conseil, il est réactif. Cela fait dix ans que je travaille avec le même cabinet et j'en suis très satisfait ».



3. Marché de la profession comptable, CSOEC, 2017

4. Sondage OpinionWay pour Captain Contrat, Février 2019

“ Savoir ce que je peux faire ou ne pas faire ”

Clarence Thiery est à la tête de **Sydo**, une agence de conseil en pédagogie et formation à Lyon qui emploie une vingtaine de personnes. Cette dirigeante avoue « ne pas être douée pour la paperasse ». Une responsable administrative s'en charge deux jours par semaine. Mais elle attend beaucoup plus de son expert-comptable, sur les plans social, juridique, fiscal, comptable. Elle veut savoir ce qu'elle « peut faire ou ne pas faire ». Son interlocuteur, toujours le même, lui est d'une aide précieuse, notamment pour le calcul de l'intéressement mis en place il y a quelques années. Elle aussi trouve « rassurant » de pouvoir compter, au quotidien si besoin, sur un professionnel « au fait de la réglementation, et qui engage sa responsabilité ». Elle se réjouit en revanche de pouvoir prochainement se passer d'un commissaire aux comptes qui lui coûtait 5000 euros par an, « pour rien », dit-elle.



“ Comprendre notre écosystème et nous donner des conseils opérationnels ”

Co-fondateur de **Tilkee**, startup de tracking numérique à Lyon, Timothée Saumet emploie une trentaine de collaborateurs. Il exclut le recours à une offre de gestion comptable en ligne. « Notre comptabilité est trop complexe, dit-il, l'entreprise évolue beaucoup, d'autant que nous avons une filiale à l'étranger. » De même, alors que l'entreprise envisageait de confier la gestion des bulletins de paie à un prestataire en ligne, pour payer moins cher, elle a finalement décidé de continuer à confier ce travail à son cabinet.

A la demande de ses investisseurs, la start-up a recouru aux services d'un nouvel expert-comptable l'an passé. « Un professionnel dont l'intervention s'est avérée très bénéfique », souligne l'entrepreneur. Pouvoir établir une relation de confiance avec son expert-comptable paraît essentiel à ce dirigeant. Mais il attend aussi qu'il « comprenne bien les problématiques de notre entreprise, soit capable de donner des conseils opérationnels, et ne se contente pas d'ouvrir le parapluie ». S'agissant d'une start-up, Timothée souhaite tout particulièrement « qu'il connaisse notre écosystème et sache comment présenter les comptes pour qu'ils soient conformes aux attentes de la Bpi ». L'entreprise est dotée par ailleurs d'un commissaire aux comptes, là-aussi à la demande des investisseurs. « Mais c'est le meilleur dont on pouvait rêver ! Très pragmatique, réactif, engagé, il est de plus un gage de sécurité, de transparence, de neutralité », complète-t-il.

Aider ses clients à réussir, la base d'une relation durable et profitable

La question « à quoi puis-je vous être utile ? » résume l'attitude des bons commerçants vis-à-vis de leurs clients. Pourquoi en irait-il différemment pour un expert-comptable ? Son utilité, sa raison d'être, est de permettre au chef d'entreprise de réussir. Pour y parvenir, il aura développé sa capacité d'écoute pour comprendre les particularités de l'écosystème dans lequel celui-ci évolue. Il aura saisi la hiérarchie des priorités du chef d'entreprise, ses objectifs pour son entreprise et pour lui-même. Il offrira des alternatives pour faciliter chaque décision. Et naturellement, il assurera sa mission réglementaire en conscience - d'autant mieux qu'il aura modernisé ses processus et ses outils afin de garder du temps à sa fonction clé de conseil.



Et si la digitalisation était finalement une aubaine pour la relation dirigeant / expert-comptable ?

La digitalisation a bouleversé le métier de l'expertise-comptable, comme tant d'autres. Il n'est plus temps de subir, mais bien de tirer parti de la somme d'avantages et d'opportunités qu'offre le numérique.

Gagner du temps pour une collaboration étendue

Le temps passé est central pour toutes les professions de conseil. Oui, le digital décharge les professionnels du chiffre des tâches à moindre valeur ajoutée. Mais mieux encore, il permet à la fois d'optimiser la saisie et la révision comptable et ouvre la porte à de nouveaux services grâce à la connexion de tous les outils, comme l'e-commerce, l'établissement des devis, la facturation, de sorte de proposer en temps réel tableaux de bord, bilans imagés et prévisionnel sur la santé de l'entreprise. Autant de dimensions plus directement au contact des dirigeants ! Ce dont témoigne Jérôme Pons, expert-comptable à Béziers : « Etre 100% dématérialisé me permet de générer du lien avec mes clients ».

Développer de nouvelles compétences

Qu'est-ce qu'un partenaire ennuyeux ? Quelqu'un qui fait toujours la même chose ! Proposer des compétences nouvelles - quitte à investir dans des formations ou du conseil en s'appuyant sur des tableaux de bords toujours à jour - permet de rester une force de proposition dans toutes les dimensions de la conduite des entreprises. C'est aussi s'octroyer la possibilité de surprendre, et d'enrichir la relation, même des années après la première rencontre - une recette bien connue des conseillers conjugués.

Se faire remarquer

Pourquoi les dirigeants seraient-ils les seuls à se faire désirer ? Pour conserver l'intérêt de ses clients, comme pour en conquérir de nouveaux, il ne faut plus hésiter à se faire remarquer, et à donner envie d'être connu. Les réseaux sociaux sont faits pour ça ! Encore faut-il le faire intelligemment, sans proclamer son talent... mais en le laissant à imaginer.

Servir son client à hauteur de ce qu'il mérite

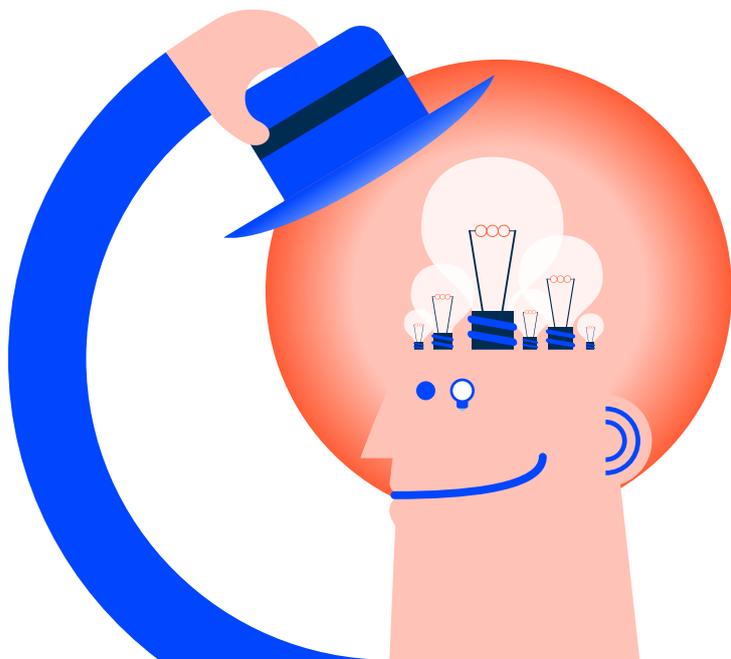
Pour les cabinets comme pour tous les acteurs du conseil, s'il n'y a pas deux clients exactement semblables, il y a tout de même des catégories bien identifiables. Service proposé, part du digital et tarifs envisagés devront s'adapter à cette typologie - sans oublier que l'on n'est jamais obligé d'accepter un client !

Les dirigeants ont-ils tendance à s'éloigner de leur expert-comptable ? Ce n'est pas un cas général, mais il faut bien dire que beaucoup d'éléments les y incitent ! Raison de plus pour repenser la relation, recréer le désir de collaborer et s'organiser en conséquence. Fauteur de trouble, le digital constitue aussi la solution pour une nouvelle étape dans le couple formé par le dirigeant et son expert-comptable.

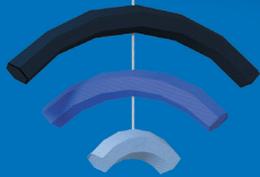
La tentation du statu quo

Les solutions sont nombreuses pour ré-enchanter la relation entreprise / expert-comptable, d'autant que nous avons vu que ce dernier demeure l'interlocuteur privilégié du dirigeant d'entreprise. Cela dit, certains cabinets restent réticents à investir dans de nouvelles méthodes et de nouveaux outils : poids supposé de l'investissement, manque de temps, volonté de maintenir la rentabilité du cabinet... La tentation du statu quo est élevée !

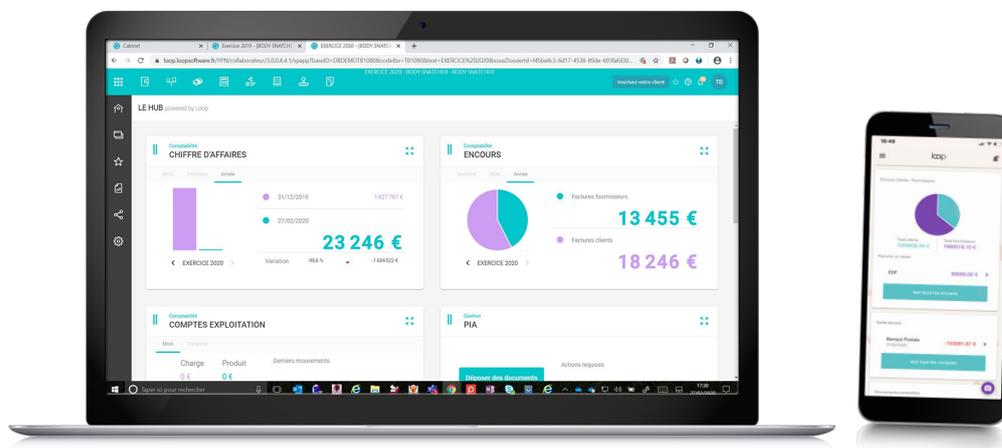
Néanmoins, ne pas investir risque au contraire d'engendrer l'effet inverse : se couper d'une nouvelle génération d'entrepreneurs nourris à la digitalisation des échanges, augmenter la dette technique qui pèse sur la valeur du cabinet, voire même générer des frustrations en interne quitte à avoir des difficultés à recruter des talents.



S'inspirer de nos clients



cegid



Améliorer la collaboration client / cabinet avec Cegid Loop

Cegid Loop est une solution intelligente 100 % web pensée pour les experts-comptables et leurs clients pour faciliter leur collaboration et améliorer la productivité du cabinet.



Comptabilité



Trésorerie



GED



Immobilisations



Tableaux de bord



Révision



Liasse fiscale



Gestion interne



API

Enrichissez votre relation client grâce à la plateforme collaborative et les nouveaux services en ligne.

DEMANDER UNE DÉMONSTRATION

À propos de Cegid :

Cegid est un acteur majeur des solutions de gestion pour les professionnels des métiers de la Comptabilité, de la Finance et de la Fiscalité, de la Paie et des Ressources Humaines et du Retail. Fort de son expérience de leader des solutions de gestion SaaS, Cegid accompagne la digitalisation des entreprises et des organisations publiques. Cegid combine une vision prospective et pragmatique des métiers, et la maîtrise des nouvelles technologies afin d'apporter de l'innovation utile. Avec une maîtrise unique du réglementaire, Cegid s'engage dans la durée avec ses clients.

Dans un monde en évolution rapide, Cegid ouvre les possibles et permet à chaque métier d'augmenter sa valeur ajoutée. Cegid compte 3 000 collaborateurs et vend ses solutions dans 75 pays. Cegid a réalisé un chiffre d'affaires de 480 M€ en 2019. Pascal Houillon est le Directeur Général depuis mars 2017.

cegid

Siège social

Cegid Group - 52 quai Paul Sédallian
69 279 Lyon Cedex 09

www.cegid.com

