

Le marketing de contenu et les cabinets d'expertise comptable

Cette enquête s'adresse aux cabinets d'expertise comptable ayant ou souhaitant mettre en place une stratégie de marketing de contenu. **Le marketing de contenu consiste à créer et diffuser des contenus de qualité qui informent, éduquent, voire qui inspirent.** Ce questionnaire ne prendra que 2 minutes de votre temps.



cgs.conseil@gmail.com (non partagé) [Changer de compte](#)



Brouillon enregistré

Quelle est la taille de votre cabinet ?

- Moins de 10 salariés
- Entre 10 et 20 salariés
- Entre 20 et 50 salariés
- Plus de 50 salariés
- Autre :

[Effacer la sélection](#)

Quelle est votre fonction au sein du cabinet ?

- Expert-comptable
- Chef de mission
- Mémemorialiste
- Collaborateur / collaboratrice comptable
- Apprenti(e)
- Autre : Commissaire aux comptes

[Effacer la sélection](#)



Votre cabinet a-t-il adopté une stratégie de marketing de contenu ?

Oui

Non

Effacer la sélection

Pourriez-vous expliquer pourquoi votre cabinet a choisi d'adopter ou de ne pas adopter une stratégie de marketing de contenu ?

Faire vivre mon site web : www.conseil-cac.com

Pensez-vous que la stratégie de marketing de contenu soit une opportunité pour la croissance et le développement du cabinet ?

Faible

1

2

3

4

5

Fort

Effacer la sélection



Pensez-vous que la stratégie de marketing de contenu permette d'attirer de nouveau prospects ?

Faible

1

2

3

4

5

Fort

Effacer la sélection

Pensez-vous que la stratégie de marketing de contenu permette de fidéliser la clientèle existante et le développement de nouvelles missions auprès de celle-ci ?

Faible

1

2

3

4

5

Fort

Effacer la sélection



Pensez-vous que la stratégie de marketing de contenu puisse influencer le processus de recrutement de votre cabinet ?

Faible

1

2

3

4

5

Fort

Effacer la sélection

Selon vous, quelles sont les opportunités que le marketing de contenu peut offrir à votre cabinet ?

Gains de missions ponctuelles pour les commissaires aux comptes : commissariat à la transformation commissaire à la transformation, commissaire aux apports, d'audit financier contractuel, d'examen de conformité fiscale, de vérification d'actif passif préalable à une émission d'emprunt-obligation, de certification d'acompte sur dividendes, d'évaluation de titres de société articles L 225-209-2 et R 225-160-1 C. com, de certification d'attribution gratuite d'actions aux salariés article L 225-208 C. com, d'augmentation de capital avec suppression du DPS droit préférentiel de souscription, d'émission de valeurs mobilières donnant accès au capital comme les BSPCE Bon de Souscription de Parts de Créateur d'Entreprise, OCA Obligations Convertibles en Actions... d'augmentation de capital par émission d'actions de préférence, de constatation de la libération d'actions par compensation de créances, d'autorisation d'attribution de stock-options, d'autorisation d'attribution



Quels sont les réseaux sociaux les plus appréciés et les plus utilisés par votre clientèle ?

- Instagram
- LinkedIn
- Facebook
- TikTok
- YouTube
- Autre :

Par quels formats devraient se matérialiser la stratégie de marketing de contenu pour un cabinet d'expertise comptable ?

- Format vidéo sur YouTube
- Format vidéo sur TikTok
- Format vidéo sur Instagram
- Format vidéo sur LinkedIn
- Publication avec des textes courts et des photos sur les réseaux sociaux
- Publication d'article long sur le site internet du cabinet
- Podcast
- Newsletter
- Autre : Publication d'articles courts sur mon site web conseil-cac.com



Quelles sont les principales difficultés à la mise en place d'une stratégie de marketing de contenu au sein de votre cabinet ?

- Le temps
- La régularité
- L'écriture
- Trouver les idées de contenu
- Générer de l'engagement sur le contenu diffusé
- Capter l'attention de l'audience
- Autre : Pas de difficulté

Quelle est l'intensité des demandes provenant de la mise en place d'une stratégie de marketing de contenu sur les réseaux sociaux ?

Faible

1

2

3

4

5

Fort

Effacer la sélection



Quelle est l'intensité des demandes provenant de la mise en place d'une stratégie de marketing de contenu sur le site internet ?

Faible

1

2

3

4

5

Fort

Effacer la sélection

Quelle est l'intensité des demandes provenant de la mise en place d'une stratégie de marketing de contenu par le biais d'une newsletter ?

Faible

1

2

3

4

5

Fort

Effacer la sélection



Seriez vous disponible pour discuter du sujet du marketing de contenu par téléphone ou en visioconférence ? Si oui, pourriez vous me fournir vos coordonnées ?

Christophe Guyot-Sionnest 0667399676 cgs.conseil@gmail.com www.conseil-cac.com

Envoyer

[Effacer le formulaire](#)

N'envoyez jamais de mots de passe via Google Forms.

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google. [Signaler un cas d'utilisation abusive](#) - [Conditions d'utilisation](#) - [Règles de confidentialité](#)

Google Forms



