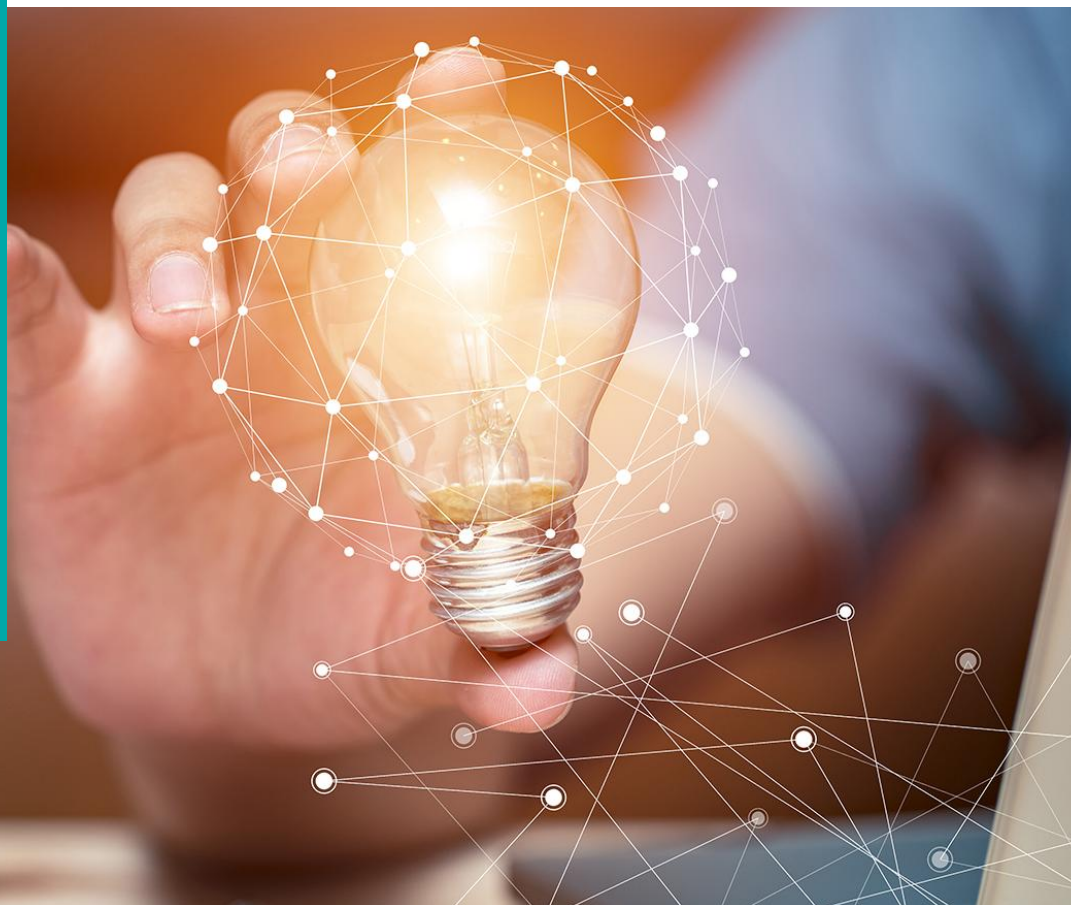


Full service : Mode d'emploi

Elodie Cassart



Crédit : GETTY



Les intervenants



Cassart Elodie
Expert-comptable

Sommaire



- Chapitre 1 — Caractéristiques, rôle du collaborateur et étapes de mise en place
- Chapitre 2 — Valoriser les missions de full service
- Chapitre 3 — Des missions de Full Service de A à Z

Sommaire



- Chapitre 1 — Caractéristiques, rôle du collaborateur et étapes de mise en place du Full Service

Les missions Full Service pour accompagner les clients



- L'augmentation de la concurrence et l'érosion des prix rendent les missions de production de moins en moins rentables pour les experts-comptables.
- Bien que non obligatoires, les missions d'accompagnement apportent une réelle valeur ajoutée aux chefs d'entreprise : elles libèrent leur temps et leur permettent de se consacrer à leur cœur de métier.
- Les missions d'accompagnement créent des synergies avec les missions de production et développent le chiffre d'affaires du cabinet en utilisant les compétences existantes.
- Le contact permanent avec les clients transforme le cabinet en partenaire quotidien et renforce la relation de proximité.
- Le full service n'ajoute pas une tâche de plus : il transforme le rôle du collaborateur en véritable partenaire du quotidien du client.

Pourquoi inclure ces nouvelles missions dans l'offre ?



- L'analyse du positionnement du cabinet est un prérequis indispensable pour développer de nouvelles offres de services adaptées au marché.
- La mise en place d'une nouvelle offre de service suppose de suivre un plan d'action structuré autour d'étapes clés.
- Une offre de service liée à la facturation électronique nécessite une bonne compréhension des opportunités offertes par la réforme.
- La mise en place d'une offre de Full Service nécessite une capacité à adapter les services aux besoins spécifiques de chaque client.

Qui peut produire la mission au sein du cabinet ?



- La décomposition d'une mission en blocs de tâches est une étape essentielle pour identifier les compétences nécessaires à sa réalisation.
- Au-delà des compétences techniques, les compétences sectorielles et transversales sont essentielles pour adapter et mettre en œuvre les solutions de facturation électronique.
- Créer une grille des compétences et la faire remplir par toute l'équipe donne une vision précise des compétences disponibles et implique chacun dans le processus.
- Cette grille, remplie par toute l'équipe, est un pas essentiel pour aligner le cabinet sur les nouvelles missions liées à la facturation électronique.

Comment suivre ces missions ?

- Les nouvelles missions liées à la facturation électronique nécessitent un suivi approprié pour garantir leur efficacité.
- Le suivi assure la réalisation efficace des missions et leur alignement avec les objectifs de l'entreprise.
- Les indicateurs-clés doivent être adaptés au type de mission : niveau d'activité du cabinet, chiffre d'affaires, taux de satisfaction des clients ou des équipes.

Sommaire



- Chapitre 2 — Valoriser les missions de full service

Préserver et vendre ces nouvelles missions aux clients



- Ne pas présumer que les clients comprennent les avantages et les conséquences de la facturation électronique : prendre le temps de les éduquer sur ces aspects.
- Ne pas présupposer les besoins des clients : écouter et interroger pour comprendre leurs besoins réels avant de présenter l'offre.
- L'écoute active des besoins des clients est essentielle pour définir les caractéristiques et les bénéfices d'une mission.
- La fixation du prix est un équilibre soigneusement calculé entre la rentabilité pour le cabinet et l'attractivité pour les clients.
- Cet équilibre nécessite une étude de marché et une consultation des clients.

Avantages et croyances limitantes

- Face à la peur du client de perdre le contrôle en externalisant, montrer que l'externalisation est une opportunité pour se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.
- Présenter l'externalisation non comme une dépendance, mais comme un partenariat avec un expert qui améliore les processus de l'entreprise.
- Face à une inquiétude, aborder directement la préoccupation du client en expliquant comment le service répond à son besoin spécifique.
- L'externalisation de la facturation est un levier de croissance : elle permet aux entreprises de se concentrer sur ce qu'elles font de mieux.
- Elle aide aussi à assurer la conformité aux obligations légales, grâce à l'expertise du cabinet.
- C'est un levier d'efficacité et de sécurisation de l'activité, qui améliore les pratiques comptables du client.

Sommaire



- Chapitre 3 — Des missions de Full Service de A à Z

Comment la mettre en place dans un cabinet ?

- La mise en œuvre s'appuie sur l'usage efficace des outils technologiques et une communication régulière avec le client.
- Ne jamais sous-estimer l'importance de la communication client : comprendre ses besoins avant de commencer, surtout pour des processus techniques.
- Attribuer les tâches en fonction des compétences de chaque membre de l'équipe pour optimiser l'efficacité et valoriser les talents individuels.
- Choisir un logiciel selon ses caractéristiques spécifiques et sa pertinence pour la mission, pas selon sa popularité ; évaluer l'adaptabilité de chaque méthode avant de décider.
- La préparation de la mission nécessite une approche structurée : choix stratégiques, sélection d'outils appropriés et communication claire avec toutes les parties prenantes.

La mission Office Manager : la mission et ses bénéfices



- Ce sont parfois les missions les plus « simples » (aux yeux du cabinet) qui sont les plus utiles pour les clients.
- Le rôle du cabinet est de permettre au client de se concentrer sur le développement de son activité : la gestion de l'administratif fait partie des tâches qui l'en empêchent.
- Les chefs d'entreprise ne sont pas uniquement motivés par des aspects financiers : sérénité et temps économisé sont des bénéfices tout aussi importants.

La mission Office Manager : détection, cadrage et compétences



- Repérer les situations où le client a besoin d'être accompagné : tri, classement, réponses, respect des échéances administratives.
- Définir en amont toutes les étapes opérationnelles de la mission : ce cadre évite toute confusion quant à sa bonne exécution.
- Compétences requises : appétence pour le tri, bonnes compétences organisationnelles, rédactionnelles et relationnelles.

L'aide à la gestion de trésorerie : la mission et ses bénéfices



- La mission consiste à gérer les opérations courantes de trésorerie — et non à piloter la trésorerie en termes de prévisions et d'hypothèses.
- Il s'agit d'aider le dirigeant à gérer sa trésorerie au quotidien en lui proposant des solutions dès qu'il apparaît dépassé par les événements.
- En accompagnant la gestion des clients et fournisseurs, le cabinet libère le client d'une corvée et lui permet d'être plus serein.

L'aide à la gestion de trésorerie : détection et organisation



- Cibles privilégiées : clients peu disponibles et souvent absents de leurs bureaux, et ceux qui enregistrent des retards clients.
- Être très présent, régulièrement et à intervalles proches, pour gérer les situations exceptionnelles en établissant un état de trésorerie presque quotidien.
- Consigner par écrit, dans une fiche mission, les détails de l'organisation, le détail et la périodicité des interventions, pour gérer au mieux les imprévus.

La mission support des achats : la mission et ses bénéfices



- La mission recouvre une large palette de tâches : le cabinet peut aider le client sur l'ensemble, avec un gain de temps et d'argent significatif.
- Dès qu'un dysfonctionnement est observé sur une fonction gérée, adopter une posture orientée « utilité client ».
- Les bénéfices d'une mission ne se mesurent pas à son coût ni aux bénéfices du cabinet, mais aux bénéfices apportés au client.

La mission support des achats : organisation et équipe



- Ce qui intéresse un client peut ne pas en intéresser un autre : proposer des missions « à tiroirs ».
- Organiser la mission de façon optimale : un rythme de rendez-vous soutenu en début de mission, puis des rendez-vous mensuels chez le client.
- Confier les nouveautés aux collaborateurs dynamiques, enthousiastes, positifs et empathiques, dotés de compétences relationnelles et d'analyse : ce sont eux qui apportent le plus de valeur ajoutée.

La préparation de la mission d'expertise comptable



- Grâce aux tâches réalisées, le client n'a plus rien à gérer sur la transmission des documents et le cabinet dispose de tous les éléments pour réaliser sa mission d'expertise comptable.
- Pour garantir l'approvisionnement des pièces comptables et leur classement, proposer des solutions d'accompagnement plus ou moins étendues, impliquant différents types d'outils.
- Les clients sont prêts à payer s'ils y trouvent un intérêt et si la prestation leur apporte une vraie utilité, une vraie valeur ajoutée.

La préparation de la mission d'expertise comptable



- Cibles privilégiées : nouveaux clients à aider pour démarrer, et clients débordés, toujours en retard dans le dépôt des pièces.
- Ne pas confondre avec la mission traditionnelle d'expertise comptable (tenue, TVA, comptes annuels) : cette mission aide le chef d'entreprise qui ne veut pas, ne trouve pas le temps ou ne comprend pas ce que son expert-comptable attend de lui.
- Qualités essentielles : rigueur et organisation, pour faire gagner un maximum de temps au cabinet.

La mission d'informatique courante: la mission et ses bénéfices



- Une mission vaste couvrant « l'informatique courante » : faciliter la vie du client dans son rapport aux outils, sans prendre de décisions à sa place.
- Le client n'a pas le temps, pas confiance en lui, n'est pas formé ou ne s'intéresse pas à ces tâches : l'écoute permet de lui proposer des solutions et de lui enlever les épines du pied.
- Valoriser la mission par les bénéfices apportés au client : toutes les tâches qu'il ne veut ou ne peut pas faire et dont il est débarrassé.

La mission d'informatique courante : organisation et profil



- Chaque client a des besoins différents : même une mission « formatée » doit être adaptée à chacun.
- L'organisation la plus appropriée : une présence régulière chez le client, pour suivre le fonctionnement du parc et créer un lien permettant de détecter ses besoins.
- Profil du collaborateur : débrouillard, aimant ce qu'il fait, avec de bonnes soft skills ; une expertise approfondie n'est pas nécessaire (il ne s'agit ni de cybersécurité ni de réseaux complexes).

La mission de Community Management :

la mission et ses bénéfices



- Une mission d'accompagnement liée à la communication digitale : aider le client à mettre en place des solutions simples et opérationnelles pour sa visibilité et celle de son offre sur internet.
- Que le cabinet ait ou non les compétences, apporter une solution au client : démarche, idées, noms de prestataires pouvant l'aider.
- Pour présenter la mission, donner des exemples de tâches et mettre en avant tous les bénéfices que le client pourra en retirer.

La mission de Community Management : détection et réalisation



- Détecter les clients ayant une problématique liée à l'utilisation d'internet pour développer leur activité ; l'idéal est de disposer des compétences au sein du cabinet.
- Une bonne exécution repose sur l'analyse des attentes et des objectifs du client : la phase de préparation est primordiale et permet de caler précisément les étapes suivantes.
- Compétences requises : rédactionnelles, techniques, artistiques et analytiques.

Pour conclure : demain, des accompagnateurs de TPE



- Les missions administratives se font en équipe : un collaborateur détecte une mission, en informe l'expert-comptable qui fait la proposition au client, puis la mission peut être confiée à un autre collaborateur.
- La mise en place concrète passe par la communication : la mission doit être connue en interne (packagée et formalisée par l'équipe) et en externe (clients et prospects).
- Quel que soit l'accompagnement mis en place, rester dans le rôle « d'accompagnateur » : ne jamais prendre les décisions à la place du client.
- S'adapter aux problématiques des clients : en échangeant et en écoutant vraiment, il est toujours possible de proposer une mission plus en adéquation avec le besoin.

Pour conclure : demain, des accompagnateurs de TPE



- Les clients satisfaits d'une prestation sont moins regardants sur le prix : proposer des missions complémentaires à valeur ajoutée pour le chef d'entreprise.
- Quel que soit l'angle d'analyse (prix, coût, marge, temps disponible, expérience client, délais de production), le combat contre l'automatisation est perdu d'avance.
- Si l'on ne fait rien, il ne se passera rien : dans le changement du cabinet, chacun peut et doit prendre sa part.
- Le métier de comptable en PME dépasse largement la comptabilité générale : accompagner les clients sur tous les sujets de gestion liés à la bonne santé de leur entreprise.
- Pour gérer les changements, les collaborateurs complètent leur formation, profitent de l'expérience des plus expérimentés et sont accompagnés par leurs supérieurs hiérarchiques.



Merci pour votre
attention