

En quoi la donnée de votre cabinet est votre plus gros avantage compétitif à l'heure de l'IA ?

Un atelier participatif animé par Saveria

« Vous connaissez la santé financière de vos clients mieux que leur banquier ou que n'importe quel cabinet de conseil. »

Vous avez accès à leurs santé économique et sociale.

Cette donnée, vous la produisez depuis des années.

La question n'est plus de savoir si vous la détenez.

C'est : est-ce que vous l'exploitez ?

— SECTION 01

Le constat

Une donnée que vous détenez déjà

01

Vous détenez déjà les données les plus précieuses de l'entreprise

Trésorerie

Les flux réels, avant même que la banque ne les voie.

Marges

La rentabilité, produit par produit, mission par mission.

Anomalies

Les signaux faibles qui annoncent un problème à venir.

Saisonnalité

Les cycles d'activité, souvent avant le client lui-même.

Social

La paie, les effectifs, les recrutements, le turnover, les charges sociales et les évolutions de masse salariale.

Échanges clients

Les demandes, les inquiétudes, les projets et les décisions évoqués dans les emails, rendez-vous ou conversations.

Obligations

Les échéances fiscales, sociales, juridiques et déclaratives à anticiper.

Et bien d'autres

Investissements, endettement, facturation...

— SECTION 02

Le pivot

De la donnée brute à l'intelligence actionnable

02

Avec Saveria, votre donnée devient de l'intelligence actionnable

Donnée brute

Comptabilité, banque, saisonnalité —
déjà dans vos outils.



Intelligence exploitable

Prévisions, alertes, recommandations
automatisées.



Missions à valeur ajoutée

Des livrables conseil que vous facturez,
.

— SECTION 04

Atelier participatif

À vous la parole

04

On veut vous entendre

Le marché va vite. On préfère passer plus de temps à écouter vos retours qu'à parler.

1

Définissons des objectifs

Dans un monde idéal - quelles missions aimeriez-vous vendre d'avantage ?

Quelles missions souhaiteriez-vous développer ?

2

Comment detecter ces missions ?

Quels facteurs vous amènent à vendre une de ces missions ?

Comment pouvez-vous anticiper ?

3

La vente de la mission

Comment valorisez-vous et vendez-vous ces missions à vos clients ?

Forfait, abonnement, sur devis... qu'est-ce qui bloque le plus à la vente ?

Les cabinets qui vont gagner dans les 5 prochaines années ne seront pas forcément les plus grands.

Ce seront ceux qui auront transformé leur data en intelligence actionnable — et cette intelligence en missions à valeur ajoutée.

Repartez aujourd'hui avec des modèles de mission conseil prêts à proposer à vos clients.

Merci - venez échanger avec nous sur le stand Saveria.
ou écrivez-nous : arthur@saveria.ai et benjamin@saveria.ai